

Revista

ESTUDIOS DE LINGÜÍSTICA DEL ESPAÑOL

Estudios de Lingüística del Español 40 (2019)

VOLUMEN MONOGRÁFICO: Selección léxica, textual y visual en la creación del discurso persuasivo... O cómo manipular sentimientos

Coordinadora y editora: Teresa Fernández Ulloa

© *Estudios de Lingüística del Español* 2019. Reservados todos los derechos.

ISSN: 1139-8736

<http://www.infoling.org/elies/>

Estudios de Lingüística del Español (ISSN: 1139-8736) es una revista especializada en temas relacionados con la lingüística hispánica.

Estudios de Lingüística del Español (ELiEs) publica un volumen al año.

El envío de contribuciones para la revista ELiEs se debe realizar por correo-e dentro de los plazos establecidos en las correspondientes peticiones de contribuciones, que se anuncian en la lista de distribución *Infoling* (<http://www.infoling.org>).

La información necesaria para el envío de originales se encuentra en la página de *Normas de edición* de la web de ELiEs, en <http://infoling.org/elies/?p=normas-edicion>.

En su versión en línea, que se encuentra en <http://www.infoling.org/elies>, *Estudios de Lingüística del Español* se publica conjuntamente con *Infoling Revista*, un boletín informativo permanentemente actualizado, que recoge las reseñas y la información sobre publicaciones, congresos, ofertas de trabajo, etc., que se difunden en *Infoling* por correo-e y en las redes sociales.

ELiEs se edita con la ayuda de la Universidad Autónoma de Barcelona.
ELiEs 40 se publica además con la ayuda de la Universität Bern (Suiza)

Estudios de Lingüística del Español está indizada en las siguientes bases de datos: *Clasificación Integrada de Revistas Científicas (CIRC, 2ª edición 2011/12)*, *Dialnet*, *DOAJ Directory of Open Acces Journals*, *Dulcinea*, *European Reference Index for the Humanities (ERIH)*, *Intute*, *Latindex*, *Matriu d'Informació per a l'Anàlisi de Revistes (MIAR)*, *SCOPUS*, *Zeitschriftendatenbank (ZBD)*.

© *Estudios de Lingüística del Español* 2019. Reservados todos los derechos.

ISSN: 1139-8736

<http://www.infoling.org/elies/>

Equipo editorial

Dirección

Carlos Subirats Rüggeberg (Universidad Autónoma de Barcelona)

María Luisa Calero Vaquera (Universidad de Córdoba, España)

Yvette Bürki (Universität Bern)

Laura Morgenthaler García (Universität Bochum)

Desarrollo y programación

Marc Ortega Gil (Universidad Autónoma de Barcelona)

Comité científico

Alexandra Álvarez (Universidad de los Andes, Venezuela)

Valerio Báez San José (Universidad Carlos III)

Paola Bentivoglio (Universidad Central de Venezuela)

Yvette Bürki (Universität Bern)

Teresa Cabré (Universitat Pompeu Fabra)

Miguel Casas Gómez (Universidad de Cádiz)

Luis Cortés (Universidad de Almería)

Mar Cruz Piñol (Universidad de Barcelona)

Adolfo Elizaincín (Universidad de la República, Montevideo)

Miguel Ángel Esparza (Universidad Rey Juan Carlos)

Rosa Espinosa Elorza (Universidad de Valladolid)

Milagros Fernández Pérez (Universidad de Santiago de Compostela)

Marie-Claude L'Homme (Université de Montréal)

Covadonga López Alonso (Universidad Complutense de Madrid)

Juan de Dios Luque (Universidad de Granada)

Francisco A. Marcos Marín (University of Texas San Antonio)

Salvio Martín Menéndez (Universidad de Buenos Aires / CONICET)

Emma Martinell (Universidad de Barcelona)

Hans-Josef Niederehe (Universität Trier)

Ramón Sarmiento (Universidad Rey Juan Carlos)

Maite Taboada (Simon Fraser University, Canadá)

José del Valle (City University of New York)

Alba Valencia (Universidad de Chile)

Isabel Verdaguer (Universidad de Barcelona)

Gerd Wotjak (Universität Leipzig)

Comité de edición

Julia Bernd (International Computer Science Institute)

Paloma Garrido Íñigo (Universidad Rey Juan Carlos)

Matthias Raab (Universidad de Barcelona)
Laura Romero (Universidad de Barcelona)

Estudios de Lingüística del Español 40 (2019)
VOLUMEN MONOGRÁFICO
***Selección léxica, textual y visual en la creación del discurso persuasivo...
O cómo manipular sentimientos***
Coordinadora y editora: Teresa Fernández Ulloa

Índice

Artículos

TERESA FERNÁNDEZ ULLOA

Introducción5

JAVIER DE SANTIAGO-GUERVÓS

Vocabulary, Story and Ideology in the Rhetoric of Persuasive Speech9

MIGUEL SOLER GALLO

Los Reyes Católicos en la retórica persuasiva falangista (1933-1945)27

TERESA FERNÁNDEZ ULLOA Y CARLOS MELÉNDREZ

Populismo, miedo y otras técnicas de persuasión en el discurso político del presidente Hugo Chávez.....47

REYES CALA SIRIA

Emoción y razón en la construcción del discurso político: el caso de la proclamación de la no reconocida República Catalana en octubre de 201795

CATALINA FUENTES RODRÍGUEZ

La valoración como estrategia persuasiva: comparación entre textos del franquismo y la “nueva política” española del s. XXI..... 117

YANELA SOLER MAS Y ANA TERESA VADÍA VALDÉS

El discurso multimodal del diario venezolano *El Universal* durante la campaña por la reforma constitucional (2007) 153

ÁGUEDA GÓMEZ SUÁREZ

El relato indígena contemporáneo en América Latina: retos y oportunidades..... 173

CAROLINA ARRIETA CASTILLO

Autoimagen o sumisión a la autoridad. Los principios persuasivos a los que apelaron progresistas y conservadores en el debate sobre el matrimonio igualitario 193

MOHAMED EL-MADKOURI MAATAOUI

La metaforización del Otro en la traducción de sus construcciones lingüísticas en los medios 221

HUGO HORTIGUERA Y MARA FAVORETTO

La imagen política en la Argentina poskirchnerista: las formas persuasivas y los estereotipos visuales para la acción política 235

Reseñas

- SOLEDAD CHÁVEZ FAJARDO. Reseña de Lara, Luis Fernando. 2013. *Historia mínima de la lengua española*. México: El Colegio de México.....267
- SARA CARRALERO FERNÁNDEZ. Reseña de Fuentes, Catalina; Álvarez-Benito, Gloria. 2016. *A Gender-based Approach to Parliamentary Discourse. The Andalusian Parliament*. Ámsterdam: John Benjamins.....281
- CAROLINA VIERA. Reseña de Alonso-Ramos, Margarita. 2016. *Spanish Learner Corpus Research. Current trends and future perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.....289
- ALICIA MARISCAL. Reseña de Fernández, Francisco. 2017. *La descortesía en el debate electoral cara a cara*. Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.....297
- BERTA GONZALEZ SAAVEDRA. Reseña de Erlendsdóttir, Erla; Martinell, Emma; Söhrman, Ingmar. 2017. *De América a Europa. Denominaciones de alimentos americanos en lenguas europeas*. Madrid / Frankfurt: Iberoamericana / Vervuert.....303
- LIRIAN ASTRID CIRO. Reseña de Ruiz, Leonel. 2018. *Estudios de Lexicología y Lexicografía. Homenaje a Eloína Miyares Bermúdez*. Santiago de Cuba: Ediciones Centro de Lingüística Aplicada311
- ALEJANDRA GABRIELA PALMA. Reseña de González, Marina. 2017. *Tertulia e ideología. La mediatización del pensamiento político*. Bern: Peter Lang321
- LUCÍA CANTAMUTTO. Reseña de Holgado, Anais. 2017. *Diccionario de Marcadores Discursivos para estudiantes de español como segunda lengua*. New York: Peter Lang327
- GEORGINA LACANNA. Reseña de Dumitrescu, Domnita; Andueza, Patricia Lorena. 2018. *L2 Spanish Pragmatics. From Research to Teaching*. Londres y Nueva York: Routledge333
- HERACLIA CASTELLÓN ALCALÁ. Reseña de Reyes, Graciela. 2018. *Palabras en contexto. Pragmática y otras teorías del significado*. Madrid: Arco Libros - La Muralla339

Introducción

Teresa Fernández Ulloa
California State University, Bakersfield
tfernandez_ulloa@csub.edu

El discurso persuasivo lo define Robin Lakoff en “Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising” (1982¹) como el intento o intención no recíproca, es decir, de una de las partes, para cambiar la conducta, los sentimientos, las intenciones o el punto de vista de la otra por medios comunicativos. En este monográfico, nos ocupamos de diversos discursos políticos y periodísticos para describir cómo actúa la persuasión a través de las palabras, las estructuras sintácticas y las imágenes, lo que implica una deconstrucción del texto para llegar a la intención original del autor.

Las estrategias persuasivas son variadas, como comienza explicando J. de Santiago-Guervós, quien se centra en la elocutio (vocabulario y sintaxis) y la inventio.

Mediante la selección léxica, el persuasor interviene en el proceso codificador, cambiando el significado de las palabras para manipular la decodificación, y en el proceso de inferencia, que estimula un marco específico, de acuerdo con los intereses de la persona. Las palabras ya están estereotipadas, positiva o negativamente, lo que lleva a una interpretación que va con los valores positivos o negativos del receptor.

Veremos cómo los persuasores usan una serie de estímulos, por ejemplo, el miedo. Se infunde en el oyente y luego se da una solución a lo que el político ha presentado como amenaza. Se trata de soluciones falsas a problemas reales, siendo la primera de ellas seguirle ciegamente. Este tipo de soluciones falsas forman parte del populismo, tan en auge en nuestros días, y están dirigidas a satisfacer los deseos más primitivos de una colectividad, aun a costa de consecuencias éticas o económicas.

El término “populismo” surge a finales del XIX, cuando los políticos empiezan a usar la palabra “pueblo” (aludiendo a agricultores y trabajadores) y la democracia empieza a valorarse como algo positivo. Hay diversos tipos de populismo, según veremos, y se hace muy frecuente sobre todo a fines del XX, gracias a los políticos que encontraron en la necesidad de los marginados una oportunidad explotable. Se presentan como caballeros de brillante armadura y dicen ser parte del pueblo y actuar en su nombre en contra de la desigualdad y la corrupción. El populismo es, en realidad, una amenaza demagógica para la democracia, porque a pesar de decir que representa la voluntad del “pueblo”, omite el interés

¹ En Deborah Tannen, ed., *Analyzing Discourse: Text and Talk*. Washington DC: Georgetown University Press, 25-42.

de algunos, como veremos en el artículo de T. Fernández y C. Meléndrez.

El *populismo* solo identifica la dicotomía pueblo/élites, estableciendo el consiguiente antagonismo, pues solo tienen valor moral los primeros, frente a “los otros”, presentados como enemigos o traidores. En el discurso de la Falange, por ejemplo, nos encontramos con que los falangistas son los españoles auténticos, frente a los “otros”, los antiespañoles, cuyos referentes se situaban en Rusia y en el marxismo, el mal que estaba minando España en esa época, según el emisor. Se buscan símbolos de lo que se pretende presentar como la identidad propia del pueblo originario frente a lo otro, lo extranjero, lo opositor, y así aparecen los Reyes Católicos una y otra vez, su figura y sus hazañas un tanto falseadas, pero útiles a la hora de crear una conciencia de grupo en los partidarios de una ideología (véase el artículo de M. Soler).

Vemos otros ejemplos, durante el chavismo y la revolución bolivariana, que traen consigo la separación del *nosotros* y *los otros* dentro del mismo pueblo venezolano, y también la separación de Venezuela de los países desarrollados que apoyan a los Estados Unidos, considerado por Chávez como el principal opositor al avance y las políticas del país (T. Fernández y C. Meléndrez).

También, en relación con este tema, destacaremos en este monográfico cómo en los últimos tiempos se han reducido las manifestaciones del macroracismo, produciéndose, en cambio, manifestaciones microdiscursivas que eluden la regulación y el rechazo social. El discurso reproducido, es decir, aquello que los medios dicen que ha dicho el Otro es analizado, para ver la metaforización y caricaturización del Otro. En el caso de la inmigración árabe, encontramos una continuidad lingüística, y probablemente, cultural y religiosa entre las dos riberas del Mediterráneo, por lo que se puede decir que las metáforas que intentan persuadirnos de que es un bárbaro el que irrumpe en nuestro espacio geográfico y, por extensión, mental y rompe nuestra continuidad histórica se han fundado sobre constructos lingüísticos y semióticos alejados de esta realidad continua. Los “invasores” no son más que un Nosotros o parecidos a Nosotros del otro lado del Estrecho. Mediante estrategias discursivas como la generalización de las disfunciones, la literaturización metafórica de personas como si fueran personajes de obras de ficción, la particularización del éxito entre personas inmigradas y de aquello que el Nosotros pueda valorar como positivo, el silenciamiento de sus acciones positivas..., se crean entornos discursivos en los que se nos persuade de que el inmigrado es algo atípico e inexorablemente extraño (M. El-Madkouri).

Veremos diversas técnicas empleadas para persuadir, como, por ejemplo, el “vagón de cola”, que, como indica Carolina Arrieta (p. 201) en uno de los artículos aquí incluidos, es una estrategia especialmente efectiva en los casos de *paradestinatarios*, aquellos que todavía no tienen una opinión suficientemente sólida sobre el tema de debate.

El uso de términos positivos y su repetición, el uso de falacias, la selección de datos, las repeticiones o la generalización son otros de los recursos persuasivos usados en los discursos que veremos. Se trata de manipular a la opinión pública desde un ángulo emocional, convenciendo a través el estilo, usando figuras retóricas como las metáforas, las anáforas o

la antítesis. Se crean sensaciones para suscitar apoyo o rechazo en su electorado, acudiendo a la cita un tanto falseada de figuras históricas, como hemos mencionado, y a la religión incluso. El político hace promesas y usa eslóganes simples, breves y vagos, dando una imagen de bondad y humildad, con referencias a la cultura popular (música, televisión...) y usando expresiones informales que buscan la complicidad con el receptor (véanse los ejemplos de Chávez o Fernández de Kirchner, entre otros).

R. Cala Siria, en su estudio de las estrategias discursivas de PDCAT, Ciudadanos, PP, PSOE y Podemos en la proclamación y suspensión de la república catalana durante el mismo pleno en 2017, nos recuerda que hoy en día hay una diversificación de canales por la que estos parlamentos pueden ser difundidos: la comunicación digital y las redes sociales. El éxito de la comunicación digital reside, en gran medida, en la capacidad de llegar a un gran número de personas. Sin embargo, la verdadera persuasión del electorado viene de la mano de las estrategias *offline* dirigidas a una audiencia sin rostro. Para conseguir convencer a esta audiencia es necesario ofrecer un punto de vista diferente, cuya finalidad es atraer al mayor número posible de votantes. De ahí la “espectacularización” de la información política. Los líderes políticos actúan como celebridades que ofrecen información y representaciones ligadas al entretenimiento, lo que trae consigo la utilización de una serie de estrategias que hacen más atractiva su información y captan tanto a la audiencia como a los periodistas. Se habla de “democracia de audiencia” y de “teatrocracia”, es decir, de subordinar lo político a las necesidades de esparcimiento de los ciudadanos, dándoles la información política en forma de espectáculo.

C. Fuentes se ocupa de la valoración, expresión de la posición del hablante sobre la información que ofrece (el *dictum*) o sobre una realidad (la referencia). La valoración, al ser una mirada desde el yo, se mueve axiológicamente entre un polo positivo y otro negativo, explicitando claramente la subjetividad del que habla. Esta valoración es frecuentemente realizada a través de los adjetivos, dándose la intensificación, y es usada para atacar la imagen social del otro.

El adjetivo muestra la orientación de la argumentación, algo importante en los textos políticos analizados, porque sirve para describir claramente la ideología y establecer el juego de fuerzas entre exo y endogrupo. Al mismo tiempo, la valoración implica escalaridad, y esta va unida a la fuerza argumentativa. Posición ideológica, dirección de la argumentación y fuerza se aúnan en el comportamiento argumentativo del adjetivo. A la vez, su contenido valorativo (*appraisal*) genera un marco subjetivo que actúa como potenciador de la persuasión. La valoración argumentativa se mostrará unida a la proyección de una imagen social potente desde el punto de vista ideológico y en ocasiones también al ataque, al enfrentamiento y a la (des)cortesía inherente a ciertos encuentros políticos, sean recientes o no.

También trataremos de los discursos indígenas. Hasta la actualidad, el estudio de los movimientos sociales, y en particular de los movimientos indígenas contemporáneos, se ha caracterizado por la integración de enfoques, que apuntan a una explicación multicausal de la irrupción y éxito parcial de los mismos. Es necesario ocuparse de los discursos políticos

elaborados por estos nuevos actores sociales, lo que hace A. Gómez Suárez al evaluar los procesos colectivos de interpretación, atribución y construcción del sentido a partir de sus postulados ideológicos. Se trata de un nuevo discurso político que intenta persuadir enfatizando el bien común y la solidaridad. Sus postulados principales parten de fórmulas políticas (y también retóricas) dadas por agentes como el Subcomandante Marcos y su “mandar obedeciendo”, que incorporan nuevos silogismos en la cultura política contemporánea. Los *frames* o marcos principales de la narrativa política de los pueblos originarios latinoamericanos se han identificado como: *frame* étnico-identitario, que enfatiza la defensa de sus lenguas a la par que sus “usos y costumbres”; *frame* territorial-ambiental, en torno a la protección y gestión de sus recursos energéticos y naturales, además de sus territorios; y, por último, el *frame* globalicrítico, elaborado desde una perspectiva descolonizadora. También puede hablarse de una cuarta narrativa, denominada *frame* indígena-feminista, que todavía no se ha alzado como referente común dentro de la esfera etnopolítica latinoamericana, pero que está en camino de ello.

No solo se trata de recursos léxicos y sintácticos cuando se pretende persuadir; la recurrencia a ciertos estereotipos visuales también juega un papel central en muchas de las interacciones entre políticos y pueblo. Los candidatos crean o recrean su propia imagen, a la vez que buscan criticar las imágenes de sus adversarios. La idea del “lugar común” como medio de persuasión busca garantizar el buen funcionamiento del discurso para ganar la adhesión del electorado, teniendo en cuenta especificidades netamente afectivas y valorativas. En estas producciones visuales se insiste en la actitud de un candidato que, muchas veces, no expresa ni presenta ninguna idea ni programa concreto, sino que se crea una narración visual (*visual storytelling*) que lo muestra en actividades cotidianas reconocibles en su audiencia y que llevan a producir empatía e identificación. Se trata de configurar un discurso en donde lo que cuenta no es tanto la verdad de una palabra proferida en el espacio público sino su fuerza de verdad por sus condiciones de dramatización, conmoviendo al público de manera positiva o negativa, ya sea para hacerlo adherir al proyecto que se defiende, o para disuadirlo de seguir un proyecto adverso. Se simplifican las imágenes en símbolos claros y repetibles, clichés conmovedores que produzcan siempre un *pathos* que, a veces, bordea sentimientos cuasirreligiosos y termina exaltando valores nacionalistas, como muestran H. Hortiguera y M. Favoretto en su estudio de la representación visual que formó parte de la campaña electoral de la expresidenta argentina Cristina Fernández de Kirchner para las elecciones primarias y parlamentarias de 2017, en las cuales se proponía como senadora para el parlamento federal por la Provincia de Buenos Aires.

En definitiva, se trata de analizar los recursos usados por políticos y periodistas para influir en las actitudes, creencias, opiniones y conductas de los receptores. Los emisores presentan una necesidad para la que tratan de dar soluciones ocultando los efectos negativos, llaman la atención creando un espectáculo, polarizan las opciones y exhortan a la acción, conmoviendo o provocando miedo, fundamentalmente.

Agradezco la labor de Fabio Testa (Universität Bern), quien ha realizado la revisión del estilo y formato, y cuyas sugerencias han sido de gran ayuda para la mejora del presente volumen.

Vocabulary, Story and Ideology in the Rhetoric of Persuasive Speech

Javier de Santiago-Guervós

Universidad de Salamanca

jguervos@usal.es

Resumen

Partimos de las teorías de la retórica clásica, para hablar de la *inventio*, la *dispositio*, la *elocutio*, la memoria y la *actio*, comunes en todo acto comunicativo, centrándonos en dos de elementos esenciales de la retórica persuasiva: uno que está relacionado con la *elocutio*, es decir, el vocabulario seleccionado que determina la intención que posee el emisor a la hora de realizar el discurso, y el otro relacionado con la *inventio*, esto es, el tipo de discurso seleccionado: la historia o la narración como formato en el que el discurso se enmarca para llegar al receptor con la menor cantidad de esfuerzo y la mayor efectividad posible. Por lo que, desde este planteamiento, se efectúa un estudio de la palabra y el molde por el que llega el discurso para obtener una respuesta emocional en los receptores.

Palabras clave: retórica, discurso persuasivo, selección léxica, relato, comunicación.

Abstract

Taking the theories of classical rhetoric as a starting point, we deal with *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, memory and *actio*, common in every communicative act, and we will focus on two essential elements of persuasive rhetoric: one that is related to *elocutio*, that is, the selected vocabulary that determines the intention that the source has at the time of making the speech, and the other related to the *inventio*, that is, the type of discourse selected: the story or the narration as a format in which the discourse is framed to reach the recipient with the least amount of effort, and the greatest possible effectiveness. So, from this approach, we will study the word and the “mold” through which the discourse arrives to obtain an emotional response in the recipients.

Keywords: rhetoric, persuasive discourse, lexical selection, story, communication.

1. Introduction

The analysis of discourse, whether of the persuasive kind or not, implies a type of deconstruction in order to arrive at the original idea the author had in mind when creating it. Hence, we start from the actual discursive act (oral or written), from its production, and from there, move backwards. Starting with the effects that discourse has on the receiver, we begin to ask ourselves why and how questions. Why is this essay able to persuade us and how is

that accomplished? What is the discursive part and what is the linguistic part? What words does the author use and what effect do they have on us? What arguments are used and how are they ordered? What format and images are chosen? What ideas are being transmitted and who is the discourse directed at? The production process of the text is enveloped and directly affected by the process of reception. It is a work of pure empathy (Pujante 1996: 33).

Probably, since humankind has had the capacity to communicate, the same pattern for the production of discourse have been followed. It is an intuitive order, a natural order (Pujante 1996: 135). Every communicative act minimally informative (a class, the designing of a didactic unit, an exam, a discourse, a presentation, etc.) follows the same outline already defined by classical rhetoric.

- *Inventio*: Compilation of materials, discovery of ideas appropriate to the object of discourse, invention of what is to be said, format selection, genre, type of audience, in essence, what am I going to say, to whom, with what format, etc.
- *Dispositio*: arrangement of the material, topic structure; that is, how the material is organized.
- *Elocutio*: selection of vocabulary and syntax, the linguistic part, with what words.
- *Memoria*: to memorize it, if it needs to be memorized.
- *Actio*: the action which today is called “staging”, meaning to present and represent the oration in public, to dramatize it (Fernández 2006: 20).

Ultimately, the concept of any communicative act, as common sense would suggest, involves what is going to be said, to whom, and how the discourse is going to be organized and framed in order to continue with the real execution of the plan.

Therefore, from this rhetorical frame previously used by the classic authors, we are going to focus on two aspects, which according to my view are essential elements of the rhetoric of persuasive discourse: one that is related to *elocutio* (the selected vocabulary, the intentional choice of words that comprise the discourse) and the other related to *inventio*, the type of discourse selected, and in particular, the tale, the story or narrative as a format in which the discourse is framed in order to arrive at the receiver with the least amount of effort and the greatest possible effectiveness. That is to say, the word and the mold by which the discourse is delivered in order to obtain a particular emotional response from the receivers.

2. Theoretical framework

We begin our analysis from within the theoretical frame in which we move. In concordance with Sperber and Wilson (1994: 219), the description of communication as a mechanism that is comprised of two types of processes, one based on coding and decoding, and the other on ostention and inference, shows with sufficient clarity the routines of communicative exchange. Coded communication is, of course, linguistic, where auditory signals (graphic or words) are used to communicate meaning which is then decoded by the receiver. However, this dictionary meaning, as a manner of speaking, is obviously not all-inclusive; it should

pass through inferential processing, a process of interpretation. By using inference, the communicative intentions of the speaker are unraveled in an attempt to understand what the speaker is trying to say. Inference is nurtured by what Sperber and Wilson (1994: 28-29) call *context*, a set of social and innate ideas that filter the information being received (verbal and nonverbal), they color and interpret inference. Context, in other words, becomes what is known in pragmatics as *encyclopedic knowledge*, information innate to humankind as a species, the result of millions of years of evolution and thousands of years of socialization. This information exists within our communicative exchanges and permeates the stimuli and responses, the signs, the perceptions, and the behavior; in essence it permeates the entire communicative process. That is, on one hand, there is what is being said (the meaning of the words being used) and, on the other, what the speaker is trying to say (the interpretation of the words).

Based on the context and inference as purported by Sperber and Wilson, there exists a concept of *frame*, introduced in 1955 by the anthropologist G. Bateson. *Cognitive frames* are a set of cognitive structures, information that is located in our memory based on past experiences that filter and give form to perceptions, and whose main function consists of helping to process, organize and understand new information and experiences. As such, the character, the richness, and the structure of prior knowledge condition new knowledge. From this same perspective, A. G. Greenwald (1968) formulated his theory about the cognitive response, which states that people compare the new information received with preexisting information that is remembered, the feelings associated with these memories and with biographic experiences. Indeed, the rational analysis of the benefits and the prejudices is not as important as the affective memories about decisions previously taken.

Years later, George Lakoff (1996, 2004) would refer to his theory of cognitive frames, mental structure that frames are mental structures that comprise our way of viewing the world, and form part of our social encyclopedic knowledge; this is the basis for the interpretation of our messages. Once a word is received, its frame within the brain is activated, which can either be an image or some other type of knowledge. The Frame Theory explains, in part, an individual's interpretation of the messages received, since each decoded word passes through the filter of the corresponding frame in order to be interpreted (within the frame the information regarding the individual's experiences and social learning in association with the word in question appears; that is, we have autobiographic knowledge of the words). Each individual, according to their knowledge, experience and socialization, interprets terms by assigning different meanings, connotations, and emotions, and then, they respond. Thus, we do not see things as they are, but see them as we are.

Emotions, therefore, can have a personal component, which is related to our past experiences and socialization, and can also have a universal component, a product of the signs, perceptions and conducts that we share as a species. This in turn facilitates the prediction of the emotional reactions of the listener, because, as pointed out by Max Weber (1996), power is no more than the capacity to predict with maximum precision the conduct of others. If we foresee how a listener, a voter, or a client will respond, we know where we have to stimulate in order to evoke a response that is appropriate to our own interests; this is how persuasive

communication takes place. The communications professional understands the uncertainty in which humankind lives, and the gregarious need to be accepted by those around us so as to not feel isolated or vulnerable. They also understand the need to live in a predictable world and the enormous consequences that these types of behavior have in communication: the need to be reciprocated in order to avoid falling into cognitive disharmony and thus rejected by the group, and the submission to authority and the long list of universal and social conducts that lie beneath different types of communication and are targeted to evoke appropriate responses to persuasive discourse. For this reason, discourses are built with words and arguments that are repeated relentlessly because they are effective and expose a society that is stuck in a state of redundancy, incapable of escaping the vicious circle imposed by persuasive communication.

3. Results and Discussion

3.1. Vocabulary, Ideology and Persuasion

Hence, in persuasive communication, arguments and suitable words are consciously chosen for each listener to stimulate a metacognitive frame consciously incited by the speaker. As highlighted by G. Lakoff (2004: 46), we know that women

[...] like certain words, so when you are talking to an audience of women, here are the words you use as many times as possible: *love, from the heart, and for the children*. And if you read Bush's speeches, *love, from the heart, and for the children* show up over and over again.

Sam Leith (2012: 291) points out that although G. W. Bush was made fun of owing to his verbal clumsiness, in reality he was an extremely effective orator. He used emotive code-words, without the distraction of logic, in an irrational way. So, when Bush says "Families is where our nation finds hope, where wings take dream" it may sound absurd, but after the first emotional impact, its absurdity is a lot less important than the fact that the audience hears "families...nation...wings and dreams...".

Ancient rhetoric was already aware of this, since there is nothing new under the sun.

Aristotle says:

[...] there is no such thing as foul language, because in whatever words you put a given thing your meaning is the same. This is untrue. One term may describe a thing more truly than another, may be more like it, and set it more intimately before our eyes.

The epithets that we apply, too, may have a bad and ugly aspect, as when Orestes is called a "mother-slayer"; or a better one, as when he is called his "father's avenger". Simonides, when the victor in the mule-race offered him a small fee, refused to write him an ode because, he said, it was so unpleasant to write odes to half-asses: but on receiving an adequate fee, he wrote *Hail to you, daughters of storm-footed steeds?*, though of course they were daughters of asses too. *Retórica* (1405b). (My translation).

This significant shift, which lies in the choice of words, establishes the meaning construction of the discourse, the true discourse. In this way, reality is perceived in a different way, and the perception of reality is modified, this is the objective of a particular word choice. The keywords generate images, consolidate previous conceptual frames and are the precursor of emotions; emotions are the understanding. Put more concisely: facts are facts but reality is perception.

As observed, within persuasive language there can be a *lexical selection* that is motivated by the desire to elicit an appropriate response to a word from a previously identified frame. Indeed, it is not the same if the mule is the offspring of a steed or of an ass. The positive value of interest needs to be selected. If we wanted to denigrate we would have said the offspring of an ass, of course. Positive emotions are cultivated by particular word choices. But, obviously, it is the outer shell of the word, the meaning that provokes the answer, and from here it is the use of meaning that is a constant concern in the world of advertising, politics, and canonical persuasive discourse. There comes a time, then, where the true meaning of the words becomes unimportant, and is surpassed by the auditory effect they provoke and their ability to produce a psychological impact on the listeners.

This may well be the case, for example, in the use and abuse of meaning, where there is a clear discrepancy between the social meaning that is decoded by the receiver and the meaning that is coded by the sender. That is to say, on many occasions semantic neologisms are created, approved by public administrations and unknown to the majority of society but employed by the speaker who pretends to persuade; while the receiver, persists in remembering the original meaning.

In advertising and the commercial vocabulary, knowledge of the meaning of words by the receiver ties, in a way, the agent's hands; for example, in Spain, *zum* (*juice*) cannot be sold as something else. Therefore, what can be done? The definition of *zum* can be varied in order to manipulate it according to special interests. The major part of orange juice is so processed that it would be almost impossible to drink it if it were not for the flavorings, yet it is still called *zum*¹. There is only a small amount of orange juice in the orange juice sold in supermarkets, which also contain a large amount of added sugar. This is the paradox of this drink, as although it contains similar levels of sugar to those found in a can of Coca-Cola it has a much better reputation. This is what is bought, and what can also occur with juice, Iberian jam, yogurt, sugar, etc., as well as with democracy or socialism which is also sold.

In these cases, it is not a question of connotation but of the premeditated change of meaning. This is not a natural variation, but a deliberate extension of meaning with perverse aims. The emotional response is exploited beyond the denotative meaning of the word.

However, the problem does not only revolve around the word/noun itself, but in the adjectivization of the term, which can lead to a complete change of meaning. The persuader is aware that the receiver retains the noun and views the adjective as embellishment, but in most cases, the adjective completely disfigures the noun which it accompanies. For example, according to the RAE (2014), “*yogurt* is a variety of fermented milk that is prepared by

reducing its volume to half thru evaporation and later subjecting it to the action of a fermenter called *maya*". The social meaning does not go as far, apparently, as to know the name of the fermenter in question, but it does recognize that the milk in yogurt, at a certain temperature, ferments and becomes thick and acidic, the characteristics of yogurt.

Not long ago, in Spain, the company *Leche Pascual* fought hard in the courts for its *dairy desserts* (that have a shelf life of a few months and do not require refrigeration) to include the word *yogurt* in the labelling. Finally, the Spanish government allowed this type of yogurt to be labelled as *pasteurized yogurt*. However, in reality, this product is not yogurt. The positive social weight of the word, its reputation, and its interpretation in the frame of a healthy lifestyle allowed it to be included within the category of *yogurt*, when in actual fact it was not. Adjectivization also plays a role in the handling of meaning.

The *people's democracy* of communist regimes is not democracy, and the *organic democracy* of General Franco in Spain under the dictatorship is also not democracy. Democracy can be *parliamentary* or *constitutional*, but not *people's*, which would be redundant and unnecessary.

As can be appreciated from these examples, it is not only nouns, although they (nouns) constitute the majority of cases, which suffer from this virus that transforms and mutates meaning. Humpty Dumpty, Lewis Carroll's character in the book *Alice in Wonderland* (1865), summarizes this fact very well:

'When I use a word,' Humpty Dumpty said, in rather a scornful tone, 'it means just what I choose it to mean-neither more nor less,' 'The question is,' said Alice, 'whether you can make words mean so many different things.' 'The question is,' said Humpty Dumpty, 'which is to be master-that's all.' (Lozano 2008: 16)

The lexical selection is, therefore, the fundamental weapon of a persuasive communicator. The sender lexically selects a series of words upon which the receiver applies rules of decoding and inference. That said, in the lexical selection, the sender, the professional of persuasion, intervenes in both processes manipulating the terms: in the coding process, changing the meaning of the word to manipulate the decoding; and in the inference process which conscientiously stimulates a specific frame in agreement with the person's interests. Hence, not only is the word chosen but also the frame.

Ultimately, we find ourselves with words positively or negatively stereotyped, according to the situation, that drive the interpretation towards the world of positive or negative values of the receiver, many times, independently of their social meaning. In line with this principle, the lexical selection in persuasive communication employs different strategies:

- Words where there is a clear distinction between the social and administrative meaning (*juice, yogurt, etc.*). Semantic neologisms are frequently found that accommodate the contents. The signifier is maintained, but the signified is adapted to the interests of the user. The signifier has its own weight. The content is arguable,

interpretable and negotiable. Quite often they are shells of words filled according to the speaker's likes or dislikes (*Spain*: for some, *a nation*, for others, *a nation of nations*, etc.).

- Positive words that are accompanied by an adjective which contradicts the real definition with the aim to exploit its social prestige (*organic democracy*, *people's democracy*, etc.). In other cases, it is the adjective that searches for the emotional response of the individual who filters the word referred to within their particular frame. As we already know, words predispose the receiver to certain lines of thought. We only need to recall the example given by Luis Veres (2006) about a restaurant menu:

Natural homegrown green beans with chorizo slow-cooked in a traditional clay pot according to grandma's old-fashioned recipe.

And they brought beans with chorizo. The emotional usage of the vocabulary is evident. Words come loaded with extras that are the fruit of our own experience, words evoke a particular line of thinking. When faced with a specific signifier we react emotionally according to our cognitive frame with respect to the autobiographic experience of the word. The evocations produced by words like *homegrown*, *traditional*, *natural*, etc. set off an emotional reaction prompted by the response of a certain frame.

- Words close in meaning, with common semantic roots, but opting for what best suits their interests according to the frame used for the interpretation: it is not the same that a car *collides*, *clashes*, *smashes*, *bashes* or *squashes*, although in all of these cases an accident occurs. It is not the same to quarrel as it is to condemn, reprimand, admonish and chide. They provoke emotions and responses that are clearly different. There are additional meanings associated with the words. It has been tested that the statements of witnesses present at the scene of an accident considerably varies according to how the question is presented
 - How fast was the car travelling when it collided into the bus?
 - How fast was the car travelling when it smashed into the bus?

In the second situation the velocity would be seen as being greater.

Another example: in the language used in the press, the journalist is the spokesperson of the illocutionary force contained within the declaration of a politician and, therefore, of his or her intentions. As Escribano Hernández (2009: 11) explains

The translation of a speech act into a verb that describes it becomes one of the most effective maneuvers carried out by journalists for orienting ideology. A certain act can be expressed using different verbs of varying illocutionary intensity, which is something that is exploited by the journalist to add nuance, to orientate the intention concealed behind the words of the protagonist and, ultimately, to transmit a certain image of themselves to the voters

- (1) Aznar: “Pensions are in danger if the PP does not govern after the 14th of March”

Aznar	says	<i>that Pensions are in danger if the PP does not govern after the 14th of March</i>
	assures	
	confirms	
	insists	
	insinuates	
	denounces	
	criticizes	

Obviously, *says* is not the same as *denounces*. It is the verb functioning as a mechanism that focuses the interpretive function of the news. More examples:

The famous incident of the former King of Spain, Juan Carlos I, during his confrontation with the then president of Venezuela, Hugo Chávez, which was summarized by the Spanish and Latin American press with a great display of verbs that was ideologically orientated as “Why don’t you shut up?”:

- (2) *El País*: The King to Chávez: “Why don’t you shut up?”.
- (3) *El Mundo*: King *shouts at* Chávez, in Aznar’s defense, “Why don’t you shut up?”.
- (4) *El ABC*: King *cuts Chávez short* for insulting Spain: “Why don’t you shut up?”.
- (5) *Nuevo Diario* (Nicaragua): King *shuts up* Chávez.
- (6) *20 minutos.es*: “Why don’t you shut up?” *blurts out* the King to Chávez in the Iberoamerican Summit.
- (7) *El Público*: The king *orders* Chávez to shut up.
- (8) *Clarín.com*: “Why don’t you shut up!” *demands* King Juan Carlos of Chávez.
- (9) *El Nacional* (Venezuela): “Why don’t you shut up! King Juan Carlos *tells off* Chávez.

- (10) *El Nuevo Día* (Bolivia): The King of Spain gets angry and commands Hugo Chávez to shut up.

(My translation)

At present, it is common knowledge among the American left that you shouldn't call yourself "liberal" but rather "progressive". In the questionnaires that were conducted after the 2004 elections, the Republicans beat "liberals" by fifteen points; however, the "progressives" beat the Republicans by two. The ideology is identical, the label is different and the result is also different.

A "Clean Air Act" may provoke a positive reaction in the brain quicker than an "Act regulating atmospheric emissions". The managing director of an important Spanish bank (BBVA) recommended that journalists not use words such as "rich" owing to their "enormous emotional burden", and suggested instead the use of "high income person" (Irene Lozano, *El País*, October 12, 2011). There are multiple examples of this sort.

- Words of zero meaning: technical terms, euphemisms, lexical neologisms; those words that the receiver responds to emotionally, usually, succumbing to the expert employing these kinds of words: *peptides*, *trace elements*, *laminin*, *glycosaminoglycan*, *elastin*, *keratinocytes*, *fibroblasts*, *amino peptides* or *sirtuin* (Díaz Rojo, Morant and Westall 2006 in beauty products; or when talking about horizontal modulus of special typology, a reference word commonly used but not very well understood, which is actually hiding the real meaning – shanty towns. The receiver does not understand these terms, but infers that since they are technical, they are scholarly, and thus they conform.

Whether or not, the meanings are trustworthy, the sender is completely aware that the receiver does not know the meanings they think know. On other occasions, the speaker chooses the word that is the most positive to achieve their objectives or they hide behind euphemisms, technical terms or lexical neologisms that obscure a meaning that may be more transparent by using another word. The object is to evoke a particular frame. Others, simply, make up a semantic neologism of which the receiver cannot understand, and not just because of a lack of cultural knowledge. This is technical semantic neologism and thus is beyond the reach of any receiver that is not a specialist in the field, such as meanings lost in the Official State Bulletin (BOE) and in the discussions of the parliamentary committees. These meanings are not registered in dictionaries but are utilized and backed, with impunity, by current legislation in some cases, and by policy strategies in others. Additionally, specific words can be intentionally selected and directed at changing the perception of reality in favor of the interests of a certain group.

3.2. Genre, Story and Persuasion

Thus, all of this text and vocabulary must be molded into a particular format. One of the tasks of *inventio*, following the line of deconstruction that was referred to at the beginning of this

article, is to find the format with which we are going to work. Some types of advertising choose the format of a letter. In general, formats generate expectations, and if we choose a letter format the receiver decodes it and infers as if it were a real letter. The sender saves information by using that which is shared with the receiver, frames the discourse in a certain genre that he or she uses in a persuasive manner, and thus the receiver decodes and infers that message with a predisposition determined by the same genre. A letter can be a personal and intimate form of communication or a formal and authorized one depending on the heading and the form of addressing the recipient.

The letters sent to our houses by politicians are a good proof of this, as personalized letters cause us to believe the communication is individual when in fact millions of letters are posted.

Observe how a Movistar ad (Fig. 1), for example, exploits the *Manifiesto* format to evoke a certain response and interpretation. A manifesto has a specific structure and awakens inferences characteristic of this type of document.



Figure 1. Movistar ad

The person receiving the advertisement, after the visual impact, stops at the top of the page with *Manifiesto*. If our receiver refers to their knowledge of the world, to the cognitive frame which is evoked to interpret and to understand the meaning of this word, they will find that it carries with it important ideas that have marked ages, ideologies, social and political

movements (communist, surrealism, -isms and revolutions), and that it follows this specific outline and the principles and the names it upholds.

The advertiser is relying on the genre, on one hand, and on one term that resonates widely with authority; manifestos have social credibility, a good reputation. The advertiser knows that the word has great evocative power. Certain words, in general, have this power and it is one of the most utilized persuasive techniques. Words predispose us, as we have seen, to favor certain lines of thought.

We come to expect that facts in the world are produced in a determined way, in a specific order and always by the same agents. (Fernández 2006: 77). In modern literary theory, genre is defined as a horizon of expectations that indicate to the reader the codes that need to be actualized for interpretation to occur.

One of the most commonly used formats of recent times is the narrative format, the tale, the story, an account, on their own or in combination with a discourse as an additional persuasive element. Similar to the aforementioned examples, the receiver decodes and infers as if dealing with a story or tale, or a real account that presents a structure and a development that the receiver already anticipates, and that requires the least amount of cognitive energy to be processed because the outline is already known, one that has been experienced from a young and tender age. It is not strange that V. Propp (1928) in his *Morphology of a Folk Tale* discovered that most of the tales he based his work on presented the same storyline, the same literary stereotypes, a structure that, by the way, was repeated throughout the centuries, allowing us to see that the foundations of social personality are almost all universal, intrinsically human. The same stereotypes follow us around, arousing identical emotions, and our rudimentary feelings are repeated along history: *mutatis mutandis*, the same heroes, the same values, the same ideals, the same order, the same contents, the same arguments, etc. *The Hero with a Thousand Faces* by Joseph Campbell (1959 [1949]) is in the same line as this.

Why does this format work for persuasion?

[...] in a study carried out in 2007, the market researcher Jennifer Edson Escalas discovered, using audience testing, that individuals reacted more positively to advertisements with a narrative format than direct advertisements, those that encouraged the viewers to think about the arguments presented about a product. In the same way, in 2006, another researcher, Green, concluded that labelling information as facts increased critical analysis, while classifying the information as fiction had the opposite effect. In other words, the audience and consumers more readily accept ideas when their brains are activated in narrative mode than when it is activated in an analytical way. (Hsu 2010: 42). (My translation).

Conclusion: here are a few stories.

Jerome Bruner (1986: 11-14) considers that a person obtains knowledge about the world through narrative structures. The human is, in essence, a narrative being. The tale is considered as an appropriate means for which facts of the world become comprehensible for people since, inevitably, people select, organize, and provide their experiences in a narrative manner. The construction of reality through narrative is, in other words, the basic cognitive source for which human beings know the world and, also, themselves.

Stories represent life itself and that is why, as a format, they are well understood and passed on. They are the language of life and life experiences; they are the tales of each and every day.

A life has a beginning, a center and an end, like a story. A life is about someone doing something, like a story. A life has a main character in the center, as a story usually has. A life can be full of conflicts, can be seen as a set of reoccurring themes, and can also be divided into certain episodes, once again the same as a story. A life is kind of world inside of a world, like a story. (Arroyo 2012: 134). (My translation).

It is not strange for us to think that, from the time we are born, the story is integrated into our lives, a story with a concrete structure, with a, quite often identical, morphology, as we have had the opportunity to see. This familiarity with the format provokes quick assimilation of the contents. Most of the information that we receive in the early years of our lives has this format, narrative and oral, where we learn stories, stories with a moral, religion, culture, from time immemorial. Almost everything that they tell us (be careful with the verb, *they tell*), we frame as a tale.

Carlos Ruiz Zafón (2009: 292-293) explains the situation very well in *El juego del ángel*, through the mouth of the devil who says:

Martin, fables are perhaps one of the most interesting literary mechanisms invented. Do you know what they teach us?
—Moral lessons?
—No. They teach us that human beings learn and absorb ideas and concepts through narratives and stories, not through magisterial lectures or theoretical discourses. [...] I want you to analyze how these texts work, distill their essence and determine why they provoke an emotional reaction. I want you to learn the grammar, not the moral lessons. And, in two or three weeks I want you to bring me something written by you, the beginning of a story. I want you to make me believe. (My translation).

Obviously, if we know how it works, if we know the mechanisms which allow it to reach the receiver in the most direct way, if we know how to stimulate the emotional part of the receiver we have everything in our favor to persuade, we have the power because persuasive communication targets emotions, not reason; the power is no more than the capacity to predict with maximum precision the behavior of others.

The use of narrative, the story, the tale is not a new strategy, and it is not a new invention of the great gurus of communication. Probably, since humankind is humankind, we have transmitted our experiences in a narrative format and, before writing was invented, through the language of images. Cave paintings are narratives of facts that have already happened in the lives of prehistoric man. An image is more than sufficient to initiate and even finish a tale; an image is an indication, a seed of a tale. See an image and we can tell a story. A vignette is an indication of the story that is developed and concluded using the information shared between the sender and the receiver. A slogan operates in much the same way. The complete part of the tale that is left out, the encyclopedic knowledge of the receiver, the frame which suggests the image or the specific word based on the culture of the individual, in his or her socialization, because they know a certain format, know its structure and their thinking tends, for cognitive economy, to complete it, to fill in according to the information they possess, and what they expect.

Since words and images are many times seeds of tales, potential tales, it is enough to pronounce the words, provide the image in order for us to complete the rest according to our cognitive frame, with our life experience.

An image about hunting is a story with a protagonist, a beginning, an end, and an adversary, the hunted animal. The person who views this image lives it as a protagonist. In a way, almost unconsciously, these men were carrying out proselytism for those admiring their work, the same as they did thousands of years later when language burst into their lives and the tradition of oral production began with real and invented facts told as stories many times converted into legends.

And, thus, from the onset of memory, the tale has been used for propagandist purposes, tales with images exploited by political and religious powers for ennobling their men and their deeds to legitimize facts and behavior.

Likewise, the tale through writing and word, from biblical parables, mythology, sermons, the *exempla*, to stories, the epics, the *evidentia*, the fables, etc., thousands of years have been subject to tales, thousands of years they have caused us to take them on almost unconsciously, in a passive way, this is the objective. The use of the tale, the embedded tale, or the tale itself.

Aristotle said (*Rh.* 1394a):

Fables are suitable for political addresses and have the advantage that, while it is difficult to find events that have already happened similar to those before us, it is easy to apply fables, because what is required, the same as with parables, is that their similarity is recognized and this is something that can be achieved through philosophy. [...] the events are better exploited for deliberation, since most of the time what is going to occur is similar to what has already happened. (My translation).

And, thus, from then to the present day we have seen ourselves subjected to learning through narrative structures. We are prone to consume and adapt to stories of which we can identify

with. For this reason, tales are used and created. We can create a tale or use it as an example or as proof. We know the outline; it is foreseeable and easy to follow.

And, as always, someone says or does something for the first time that in the end they did not invent. What has been exploited over the centuries has now been given a name and “created”: it is what today is known as *storytelling*, a communicative technique much more effective than propaganda. Advertisements and electoral campaigns are filled with stories: Bush’s campaign in 2000 was built on his personal fight against alcohol. As Ramzy (Salmon 2008 [2007]: 145) confirms “People don’t buy products, but rather the stories that these products represent. Nor do they buy brands but the myths and archetypes that these brands symbolize.”

The political advisor for the US Democratic Party, Stanley Greenberg (Gutiérrez 2009 usually employs a suggestive phrase to refer to the political contest between leaders and the political parties: the tale, the narrative is the key to everything. Consequently, the political parties (and the politicians) who tell the best story win. Not long ago, Iñaki Gabilondo titled one of his interventions in *El País* (6/9/2011) “Beat ETA by winning the tale” (“Hay que ganar a ETA la batalla del relato”,

Advertising and politics are plagued with tales. The Marlboro example presented by Pratkanis and Aronson (1994) is clear.

There was once a packet of filter tip tobacco, difficult to sell, that they tried to make popular among ladies using tacky slogans such as “soft as May” and “a delicate and ivory-colored filter tip”. It was such a failure that in the 40s it was withdrawn from the market. The brand was called Marlboro.

In the 50s, when the use of filter cigarettes intensified, the tobacco company Philip Morris once again tried to commercialize the brand, but unsuccessfully. At this time women made up 75% of the consumers of filter tip cigarettes and a flip-top box. The company claimed: “Marlboro offers the best of flavors” with the additional suggestive wording “Why not relax and smoke a Marlboro”. This led nowhere and failure continued. The customers wanted Winston.

At the beginning of the 70s, a comprehensive analysis of the sector was conducted on the sale of filter tip tobacco and the habits of smokers. It was discovered that the messages being sent out were directed at all sectors, except for those who were just leaving adolescence in search of an identity and a place in the adult world. Hence, a powerful and suitable message was prepared for these impressionable teens, seekers of their own personalities.

Then arrived a cowboy, weathered from the wind, riding over the immense landscape into the sunset; a symbol of independence, manliness and the search for liberty. “Come to Marlboro Country” said the advertising slogan. The insecure youth found within this image something that gave them a sense of security, indifference, masculinity, and infinite horizons. The advertisement was effective. Years later, the brand, which had been rejected since the 20s ended up being the most sold brand in the US market. (My translation).

Once again, the story wins.

In the field of politics, Darío Villanueva² (2010: 46-53) studied in detail the rhetorical effectiveness of speeches given by Obama and how he used what classic rhetoric calls *hipotiposis* or *evidentia* in his discourse. This consists of the precise mentioning, with excruciating detail, of a specific example that illustrates the arguments put forward by the orator; that is to say, encomia or discourses representing circumstances that tell stories where people, behavior or realities are described in order to praise or condemn them.

To exemplify the spirit of the American people to overcome adversity, Obama introduced in his speech the:

[...] hope of change that he had seen in the eyes of a “young woman in Cedar Rapids” whose night job wasn’t enough to pay the medical bills of her sick sister. This is the same hope that a group of settlers took with them to rebel against an empire, and the fighters of the “American Civil Rights Movement” led by James Bevel and Martin Luther King to march from Selma to Montgomery, in the racist Alabama of the Klu Klux Klan and Governor Wallace [...] the fight of the textile workers of Spartanburg or of the dishwashers of Las Vegas, the hope of a little girl attending the school that collapsed in Dillon or the boy whose school is the streets of Los Angeles. And to put an individual face to a whole people, a new *evidentia*, he mentioned Ann Nixon Cooper, who stood in line in order vote at the age of 106. (My translation).

The story of Ashely was a video clip that was broadcasted 30,000 times on the local channels of nine “swing states” where the result of the battle between the Republicans and the Democrats in George Bush’s presidential campaign was uncertain. According to observers of both parties, this changed the general course of the US presidential election in November 2004. It was a story, and built an image of Bush as being gentle and protective³.

But, one does not need to go to the USA to contemplate the use of *evidentia* in political persuasion. In the Spanish parliamentary elections of 2008 all the parties agreed to radically change the concept of the election video that had been used up until then. Now they sell stories: a 94-year-old man, an ordinary elderly person that plays cards, drinks coffee, lives alone, well-contextualized in a house containing traditional furniture and who has been around the block a few times and is leafing through an album of photographs faded from the passing of time. After a life full of hope and deception, he decides to vote for the Socialist Party because it had allowed him to feel hopeful again⁴. The effectiveness of the advertisement is obvious, and even more so when the opposing parties use the same strategy⁵.

As Luis Arroyo (2012: 27) points out

If politics are shows, we could extend the dramatic metaphor to the contents of initiatives and projects to discuss the *tales* of leaders and the *scripts* they *represent*, conforming to a *scenography* almost always designed according to a *narrative*

sequence. The politicians themselves are like *characters* that *act* in a *drama* presented to the spectators, generally passive to those who are trying to incite certain emotions.

It is certain that, quite often, we need stories to turn to for support, and it does not matter if they are true or false because in the world of politics this is not relevant. We need stories that overthrow the opponent, stories that are repeated to the point of exhaustion with the aim that they appear credible. There are still people in the USA that think there were weapons of mass destruction in Iraq. If the story evokes passion, then that suffices. The video of the Syrian boy⁶ that feigned being killed by the bullets of gunmen in order to save the life of his sister is the total exploitation of genre and format for the purposes of propaganda. The video is false (*El País* [Verne], 15/11/2014):

What is seen in the images is not even Syria: it was filmed in Malta in locations used to shoot films such as *Troy* and *Gladiator*. The boy and girl are both professional Maltese actors and the voices heard in the background are Syrian refugees that live in Malta. The effect of the virality, generated by the empathy and the disbelief that the video produces owing to the altruistic act involving minors whose lives are supposedly saved almost by miracle, seeks to promote awareness about the children caught up in warfare. To make the video more credible, shooting sounds are incorporated and the resolution is not very good and the camera shakes. This is an attempt to imitate many of the recordings that, thanks to new technologies, anonymous citizens upload to YouTube, even in the midst of war. (My translation).

Format is used to its full advantage⁷.

Stories with goodies and baddies, stories, often false, that stir feelings are the ones that decide elections and the ones that are used more and more often in advertising. In election campaigns technical, economic, and social issues are not discussed as much as the purely emotional ones. The exact same thing happens in advertisements: the product is no longer being discussed. Advertisements are stories, idyllic characters, happy, adventurous, and desirable images that have desirable lives; we want to emulate them and form part of this group that we can identify with, which enshrouds us or in which we see ourselves reflected.

4. Conclusion

As we have shown in this study, the speaker selects what is going to be said, what topics are going to be treated and in what order, what arguments are going to be used, which stereotypes, how they are going to be addressed, which tone, which story is going to be told, who the characters will be, what will be the conclusion, the moral, and the discursive or cognitive frame. And, we have to fit a linguistic selection appropriate to the objectives of persuasion (vocabulary, syntaxes, etc.) and approach it with staging adapted to the ideals of the listener: the clothing, the attitude, the tone, the gesture, the context, the *ethos*, the images, etc. These are, nowadays, the basic ingredients to achieve success in persuasive communication that finds in emotion its most desired speaker.

References

- Aristóteles. 1990. *Retórica*. Madrid: Gredos.
- Arroyo, Luis. 2012. *El poder político a escena*. Madrid: RBA.
- Bateson, Gregory. 1985 [1955]. Una teoría del juego y de la fantasía. En G. Bateson. *Pasos hacia una ecología de la mente*. Buenos Aires: Carlos Lohlé, pp. 131-142.
- Bruner, Jerome. 1986. *Actual Minds, Possible Worlds*. Cambridge: Harvard University.
- Campbell, Joseph. 1959 [1949]. *El héroe de las mil caras*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Carrol, Lewis. 2010 [1865]. *Alicia en el país de las maravillas*. Madrid: Siruela.
- Díaz Rojo, José Antonio; Morant i Marco, Ricard; Westall Pixtón, Debra. 2006. *El culto a la salud y a la belleza. La retórica del bienestar*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Escribano Hernández, Asunción. 2009. *Las voces del texto como recurso persuasivo*. Madrid: Arco/Libros.
- Fernández, Eduardo. 2006. *Retórica clásica y publicidad*. Logroño: Instituto de Estudios Riojanos.
- Gabilondo, Iñaki. 6 de septiembre de 2011. “Hay que ganar a ETA la batalla del relato”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/politica/2011/09/06/videos/1315288476_398064.html
- Greenwald, Anthony. 1968. Cognitive Learning, Cognitive Response to Persuasion, and Attitude Change. In A. Greenwald, T. C. Brook and T. M. Ostrom, eds. *Psychological Foundations of Attitudes*. New York: Academic Press, pp. 147-170.
- Gutiérrez, Antoni. 2009. *Micropolítica. Ideas para cambiar la comunicación política*. Disponible en: http://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2010/01/libro_micropolitica.pdf
- Hsu, Jeremy. 2010. Como un libro abierto. Nuestra afición por contar historias revela el funcionamiento de la mente. *Mente y Cerebro* 42: 20-25.
- Lakoff, George. 1996. *Moral Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, George. 2004. *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. Chelsea Green Publishing.
- Leith, Sam. 2012. *¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama*. Madrid: Taurus.
- Lozano, Irene. 2008. *El saqueo de la imaginación*. Madrid: Debate.
- Lozano, Irene. 12 de octubre de 2011. “Palabras que no están funcionando”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/politica/2011/10/12/actualidad/1318441594_253824.html
- Pratkanis, Anthony ; Aronson, Elliot. 1994. *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Paidós.

- Propp, Vladimir. 2000 [1928]. *Morfología del cuento*. Madrid: Fundamentos.
- Pujante, David. 1996. *El hijo de la Persuasión. Quintiliano y el Estatuto Retórico*. Logroño: Instituto de Estudios Riojanos.
- RAE (Real Academia de la Lengua Española). 2014. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- Ruiz Zafón, Carlos. 2009. *El juego del ángel*. Barcelona: Planeta.
- Salmon, Christian. 2008 [2007]. *Storytelling*. Barcelona: Península.
- Sperber, Dan; Wilson, Deidre. 1994 [1986]. *La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos*. Madrid: Visor.
- Veres, Luis. 2006. *La retórica del terror: sobre lenguaje, terrorismo y medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Verne. 15 de noviembre de 2014. “El vídeo viral del niño rescatando a una niña en un tiroteo en Siria es falso”. *El País*. Disponible en: https://verne.elpais.com/verne/2014/11/15/articulo/1416057675_000032.html
- Villanueva, Darío. 2010. La eficacia retórica del *yes we can*. *Claves de Razón Práctica* 199 (enero-febrero): 46-53. Weber, Max. 1996. *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Notes

¹ In English, it is distinguished *orange juice* from *orange drink* (which is artificial).

² As pointed out by Villanueva (2010), “The rhetorical competence of Barack Obama is also manifested in his ability to empathize with the listeners, thanks to his appropriate *actio*, the sober but sufficiently emphatic performance that accompanied his speeches. Likewise, we should not overlook his good judgement in selecting the writers of his speeches and the capacity to transmit to them his fundamental ideas – rhetorical *inventio* or the content of the message – to which they later had to find the correct words – *elocution* – and underlying the words, the structure or *dispositio* most effective for the intended purposes. Great, poetic and efficient speeches in terms of the ability to move and mobilize the listeners”. Ultimately, this is the basic aim of the use of the tale: to persuade.

³ Available in <https://www.youtube.com/watch?v=LWA052-B148>

⁴ Available in <http://www.youtube.com/watch?v=VZLfxfW3Nk>

⁵ Available in <https://www.youtube.com/watch?v=rcF5oEYDk8M>

⁶ Available in <https://www.youtube.com/watch?v=5UujzrZhblU>

⁷ The story of the soldier Lynch is another example of the use of the narrative format for political propaganda. Available in <http://www.voltairenet.org/article124446.html>

Los Reyes Católicos en la retórica persuasiva falangista (1933-1945)

Miguel Soler Gallo
Universidad de Salamanca
miguel.soler@usal.es

Resumen

Estudiaremos aquí el empleo de las figuras de los Reyes Católicos como símbolos en el lenguaje político de Falange Española, el movimiento de impronta mussoliniana surgido en España en los años treinta del pasado siglo. Se analiza cómo estas personalidades históricas, que, en principio, deberían representar a todos los españoles, se utilizaron como una estrategia persuasiva para generar en torno a ellas una unidad de pensamiento, una conciencia de grupo, mediante la cual diferenciarse de los otros, que quedaban excluidos de lo que significaba, según esta interpretación, ser español y patriota. En el estudio se atiende también a los modelos femeninos, especialmente a través de la reina Isabel I de Castilla, que fue presentada como ejemplo de lo que era ser mujer española.

Palabras clave: Reyes Católicos, España, unidad, símbolos, ideología.

Abstract

We will study here the use of the figures of the Catholic Monarchs as symbols in the political language of the Spanish Falange, the movement in which Mussolini influenced, and that emerged in Spain in the 1930s. It is analyzed how these historical figures, who, in principle, should represent all Spaniards equally, were used as a persuasive strategy to generate around them a unity of thought, a group conscience by which to differentiate themselves from others, that were excluded from what being Spanish and patriotic meant, per this interpretation. The study also deals with female models, especially through Queen Isabella I of Castile, who was presented as an example of what the Spanish woman should be.

Keywords: Catholic Monarchs, Spain, unity, symbols, ideology.

1. Introducción

Bousquié (1961) señala que el verbo *persuadir* proviene de *suadere*, *suadvis*, y estos, a su vez, de *suados*, que viene a significar “atraer el alma de quien escucha”. De acuerdo con esta definición, podemos establecer que la base de la persuasión es convencer, manipular la percepción de un receptor sobre algo en lo que se cree. La persuasión es, pues, un elemento implícito en los procesos comunicativos en los que se pretende influir en el receptor. En este sentido, Brembeck resalta la importancia del receptor en la acción de la retórica persuasiva,

pues “la significación de una palabra o de un gesto no está en el símbolo mismo, sino en la interpretación que hace el individuo que lo percibe” (cit. De Fonseca Yerena 2005: 170). Esto que decimos cambia si encuadramos el acto comunicativo dentro de un discurso de carácter totalitario, ya que el emisor no busca tanto convencer con sus palabras, sino que estas sean obedecidas. En el caso de Falange Española, el movimiento político-ideológico inspirado por los principios mussolinianos, fundado el 29 de octubre de 1933 por José Antonio Primo de Rivera, ocurre así¹. Y es que, como sucedía con tantos otros movimientos de similar naturaleza, siguiendo a Lutz Winckler (1976: 36), el lenguaje se inunda de aseveraciones lapidarias y concentradas con las que erradicar cualquier duda de la viabilidad de sus propuestas.

El lenguaje totalitario constituye una parte del discurso ideológico y, entre sus características, la motivación por persuadir es un ejercicio constante para mantener la fidelidad del receptor, que ya destaca por su obediencia. Este tipo de lenguaje conforma, según Winckler, un “estilo ritualizado”, que se caracteriza por el uso de un modo argumentativo con expresiones tautológicas que tienen como función redundar en la idea que se está transmitiendo al receptor. Si bien, aunque no se pretenda que el mensaje sea analizado, sí que la retórica de los movimientos totalitarios, para que la sumisión del receptor sea firme, necesita plasmar la constante confrontación con el enemigo; esto es, con las demás opciones políticas. En palabras de van Dijk (1996: 32-33) esta división entre buenos y malos conduce a la polarización, que implica que el grupo “autoglorificado” realice descripciones positivas de sí mismo y asocie a su modo de actuar todo lo que se identifica como bueno, a fin de que, de esta forma, el grupo contrario quede automáticamente representado por lo nefasto y perverso. De manera que el objetivo de la estrategia persuasiva en este tipo de discurso totalitario, en general, es incidir en la tesis de que aquellas personas que se agrupan en torno al movimiento “autoglorificado” y sigan sus directrices estarán en el lugar correcto, en el adecuado, y, por tanto, no se sentirán excluidos o al margen de la propuesta de salvación que los totalitarismos hacen creer que defienden. En este sentido, Domenach (1986) habla de “la regla del contagio”, es decir, un paso necesario para crear una especie de frente común entre lo que se alaba y entre lo que se denigra. Normalmente, lo que es denigrado siempre será respaldado por una colectividad, puesto que a lo que es alabado se llega a través de ideas y propuestas que agradan.

En este trabajo vamos a analizar un aspecto del discurso falangista que agrupa muchas de las características del discurso ideológico que acabamos de mencionar, como es la utilización de las figuras de los Reyes Católicos, en especial, de la reina Isabel I de Castilla, o Isabel la Católica, como elemento persuasivo de su retórica, ya que la búsqueda de referentes simbólicos que sirviesen para reflejar en ellos características y actitudes que debían potenciarse en el receptor significó un elemento clave para la Falange.

El rescate de estas figuras históricas, para generar el símbolo con el que exteriorizar los rasgos del estilo falangista, supuso un fuerte impacto en la sociedad, puesto que no dejaba de ser sorprendente que se emplearan tales referencias como arma arrojada frente al enemigo. Se trataba de un mecanismo por el cual la Falange se apropiaba de una parte de la Historia de España que, a priori, debería pertenecer a todos los españoles, pero que, sin embargo, por

una serie de características que a continuación enumeraremos, es identificada con una manera de entender y de sentir España que no es la que sienten los considerados “enemigos”. Creer en el poder simbólico de los Reyes Católicos no solo hace fuerte el discurso falangista, sino que potencia el brío de los militantes, ya que los hace presentarse como “españoles”, defensores de lo patrio, mientras que los “otros” no pueden ser más que “traidores”, “bastardos”, “antiespañoles”.

Para la Falange, los Reyes Católicos encarnan a la perfección valores como *Unidad, Imperio, Destino, Influencia, Herencia, Catolicismo*. El mensaje persuasivo es, por consiguiente, rotundo, puesto que gran parte del pensamiento falangista quedaba condensado en tales Reyes. De esta forma, su presencia en los discursos y demás textos, o la reproducción de sus efigies, era una forma de presentar de forma sintetizada los conceptos anteriormente referidos, sin los cuales la propuesta de la Falange carecía de sentido.

2. El fascismo español y el mito de los Reyes Católicos

¿En qué momento se produjo la apropiación de los Reyes Católicos como emblema del fascismo español? Debemos situarnos en 1929 para responder a esta cuestión, cuando los estudiosos del fascismo español (Saz Campos 2003 y 2004; Gallego Margalef y Morente Valero 2005; Mainer 2013; Gallego Margaleff 2014) citan la traducción que Ernesto Giménez Caballero realizó de la obra de Curzio Malaparte, *L'Italia contro l'Europa* –para la cual utilizó el unamunesco título *En torno al casticismo de Italia*–, como hito fundamental a tal respecto. Con todo, las primeras ideas fueron difundidas con motivo de una carta que Giménez Caballero recibió, estando corrigiendo las últimas pruebas de imprenta, de un joven español que residía en Göteborg, donde se encontraba estudiando cultura germana e italiana, y en la que le argumentaba estar atravesando una etapa de “españolización y de rechazo de lo que no era considerado español” y, al mismo tiempo, solicitaba “llamar la atención de la gente [de España] hacia Italia”. El joven proponía difundir en las páginas de *La Gaceta Literaria*, que dirigía Giménez Caballero, una traducción por fascículos del libro de Malaparte, sin saber que el receptor de su misiva ya se encontraba metido de lleno en este proyecto. Giménez Caballero publicó la carta en el periódico *La Gaceta Literaria* (n. 52: 1 y 5, 15 de febrero de 1929) e igualmente su contestación, que tituló “Carta a un compañero de la joven España”, la cual reutilizó como prólogo para su traducción y la denominó “Un futuro Manifiesto de una hipotética nueva realidad política”. Esa nueva realidad política de la que se hablaba debía atenuar el clima de desazón y pesimismo que se respiraba en la sociedad y que provenía de la derrota española en la guerra contra Estados Unidos y la consiguiente pérdida de las últimas posesiones de Ultramar: Cuba, Filipinas y Puerto Rico. España había dejado de ser imperio, esto es, su influencia en el mundo ya no existía. A este episodio le sucedieron otros que, igualmente, trajeron consecuencias más o menos negativas para el país: la crisis del 14, la Campaña de Marruecos del 21 y el desastre de Annual, y, sobre todo, la caída de la Monarquía de Alfonso XIII y la proclamación de la II República y, con ella, la propagación de los principios ideológicos del marxismo, concebido como un sistema político de signo antioccidental, alejado de la esencia verdadera del espíritu español por su marcado sentido anticristiano. Si el llamado “Desastre del 98” suponía una descomposición externa del imperio español, la República, para los primeros fascistas españoles, significaba la

fragmentación interna, por lo que, bajo esta apreciación, ya nada quedaría erguido, y era la existencia misma de España la que requería una urgente intervención, a fin de rescatarla del precipicio al que se veía avocado el país. En efecto, las palabras que Giménez Caballero empleó como respuesta sentaban las bases de la ideología fascista en España. En primer lugar, atribuía los males que estaban produciéndose tanto en España como en otros países europeos a la influencia nefasta de Rusia, país al que se le atribuye el deseo de imponer un sentido anticristiano en las sociedades². En segundo lugar, aunque muestra interés en propagar la obra de Malaparte, no pretendía que España imitase a Italia en su lucha contra el marxismo, todo lo más, que sirviese de referente a la hora de erigir su propio movimiento fascista. En opinión de Giménez Caballero, España tenía que mirarse a sí misma para dar su postura de reacción. Si Italia representaba el fascismo, Roma es la ciudad modelo y Malaparte el ejemplo de intelectual comprometido con esta causa, en España lo era el “*hacismo*”; Castilla, el símbolo, y Unamuno, al igual que la mayoría de los autores de la Generación del 98, el instructor. El *hacismo* aludía al haz de flechas de los Reyes Católicos, símbolos de unidad territorial y religiosa. Con el deseo de implantar una conciencia de grupo para los partidarios de la ideología emergente, este símbolo de los Reyes Católicos constituye el primer mecanismo de identidad colectiva propiamente español. La simbología externa fue un aspecto formal típico de los fascismos, y también se hizo presente en España:

O sea, nuestro siglo XV, el emblema de nuestros católicos y españoles reyes, la reunión de todos nuestros haces hispánicos, sin mezclas de Austrias ni Borbones, de Alemanias, Inglaterras, ni Francias; con Cortes, pero sin parlamentarismos, con libertades, pero sin liberalismos; con santas hermandades, pero sin sometimientos (Giménez Caballero 1929: 1).

En este párrafo aparecen descritos varios de los motivos que adoptará el fascismo español: la mitificación de los reyes Isabel de Castilla y Fernando de Aragón, lo que representó su matrimonio para España, en cuanto a que quedaron soldados los territorios peninsulares que antes habían estado separados; también, la Corte frente al parlamentarismo, ya que, desde una perspectiva totalitaria, no había nada que debatir, sino que lo que urgía era la defensa de la unidad de España; y el legado histórico de estos reyes como medida ineludible para restituir el ánimo imperial. Bajo este prisma, todos los que sientan atracción por el fascismo serán iguales, estarán hermanados y se sentirán libres, sin la presión de ningún partido político. Así, los teóricos del fascismo español ofrecen una interpretación persuasiva de los elementos históricos tratados y cumplen con esta estrategia su función de adoctrinamiento de la masa, ya que, desde esta posición, con el estandarte de los Reyes Católicos erguido, se presentan como los herederos de aquella tradición. Son, por tanto, unos referentes que quedan en el imaginario colectivo como símbolos de heroicidad y españolidad. Además, el hecho de recuperar estas figuras, en un tiempo convulso a nivel político y social, es un recurso con el que otorgar serenidad y seguridad a quienes se sienten propiamente fascistas, puesto que, con ellas, nada malo podía ocurrir, al tratarse de dos de los nombres de la Historia que mayor esplendor dieron a España. Se trata de un refuerzo persuasivo del enfervorecido sentimiento patriótico del dirigente fascista, que no aspira a convencer, sino a vencer al enemigo.

Pero Isabel y Fernando, “tanto monta, monta tanto”, no actuaron solos en este ejercicio persuasivo; la alusión a Castilla, como origen del ideal imperial, también desempeñó un papel fundamental. Esta idea de buscar lo auténtico del pueblo español, del genio nacional español, era influencia directa de Miguel de Unamuno y su teoría de la intrahistoria de los pueblos, desarrollada en su libro *En torno al casticismo* (1902), que tanto influyó en los pensadores del fascismo español. Castilla debe volver a ser forjadora de España, en el sentido de unidad cultural, lingüística, religiosa, y, desde esa unidad, constructora de imperio. En el discurso de proclamación de Falange Española y de las Juntas de Ofensiva Nacional Sindicalista (FE y de las JONS), que tuvo lugar en Valladolid el 4 de marzo de 1934³, José Antonio Primo de Rivera exclamaba:

El cielo tan azul, tan sin celajes, tan sin reflejos, verdosos de frondas terrenas, que se dijera que es casi blanco de puro azul. Y así Castilla, con la tierra absoluta y el cielo absoluto mirándose, no ha sabido nunca ser una comarca; ha tenido que aspirar, siempre, a ser Imperio. Castilla no ha podido entender lo local nunca; Castilla sólo ha podido entender lo universal, y por eso Castilla se niega a sí misma, no se fija en dónde concluye, tal vez porque no concluye, ni a lo ancho ni a lo alto. Así Castilla, esa tierra esmaltada de nombres maravillosos –Tordesillas, Medina del Campo, Madrigal de las Altas Torres–, esta tierra de Chancillería, de ferias y castillos, es decir, de Justicia, Milicia y Comercio, nos hace entender cómo fue aquella España que no tenemos ya, y nos aprieta el corazón con la nostalgia de su ausencia. [...] ¡Castilla, otra vez por España! (Primo de Rivera [J. A.] 1976 [1934]: 333).

No obstante, es preciso señalar que no existe en estas palabras de Primo de Rivera un nacionalismo hacia adentro, sino hacia afuera, en el sentido de dominio, de influencia, de presencia en el mundo. Y bajo esta concepción de lo que España ha de volver a ser, surge la recuperación de la mujer más castellana de todas, la reina Isabel. Para José Antonio Primo de Rivera, los españoles que se sienten orgullosos de serlo y viven con la convicción de que son descendientes de esa estirpe guerrera y vencedora de la que habla la Historia, deben aclamar con devoción el nombre de esta reina, pues fue quien consiguió, en 1492, la unidad nacional-territorial-política tras la expulsión de los árabes de Granada, su último reducto, y la unidad religiosa con la marcha de los judíos o su conversión al catolicismo, aparentemente verdadera, para seguir en España. Además, gracias a su decidida protección, esta figura histórica impulsó la empresa de Cristóbal Colón que condujo al almirante al descubrimiento de América, episodio tras el cual comienza la expansión de la idea de la Hispanidad y el nacimiento de uno de los mayores imperios y de mayor duración del mundo, como fue el Imperio Español. Desde la posición de líder de un movimiento de corte fascista, la referencia a Isabel la Católica es empleada en los discursos para mostrar el rechazo hacia la política de otros partidos y, al mismo tiempo, para exponer su teoría de lo que debía ser un Estado totalitario, ya que existían una serie de conceptos, como la unidad de España, que no podían ser puestos a voluntad del sufragio bajo ningún pretexto, como se aprecia en las siguientes palabras:

Sea lo que quiera el cuerpo electoral, como si el cuerpo electoral, como si nosotros, los que votamos ahora, fuéramos los autores de España; como si pudiéramos hacer de esto,

que se nos entregó por el esfuerzo difícil de tantas generaciones, lo que nos viniese en gana en un domingo; como si no nos importase a todos, más que la voluntad del cuerpo electoral entero, la voluntad de Isabel la Católica (Primo de Rivera [J. A.] 1976 [1935]: 864-865).

Igualmente, José Antonio Primo de Rivera asemejaba la España en la que surge la Falange con la de la reina Isabel, dividida y enfrentada en luchas mezquinas. La reconducción fue posible entonces con la sabiduría de un ideario, con el imperio del espíritu y la fortaleza de la unidad. Esto mismo esperan “ellos”, los falangistas, los españoles auténticos, frente a los “otros”, los antiespañoles, cuyos referentes se situaban en Rusia y en el marxismo, el mal que estaba minando España, desde la visión falangista. Y ese pensamiento se extendió aún después de ganar Franco la guerra, porque interesaba mantener la tensión entre ambas realidades, como un conflicto enconado sobre el que convenía mantenerse alerta. Así se expresaba el propio Caudillo (como se le denominaba), en mayo de 1939:

Lo mismo que nosotros recibimos a España, en forma similar la recibió Isabel de Castilla, dividida y enfrentada en luchas mezquinas, con grupos esquinados y nobles desenfrenados. ¡Ambiciones! ¡Miserias! Todo lo que un pueblo desorganizado y en estado anárquico puede dar de sí. También entonces estaban disconformes, también entonces criticaron lo que llamaban injusticias y crueldades de la Reina, y cuando los judíos traicionaban a España y la ponían en trance de disociación, son expulsados; cuando se coronó la unidad política, territorial y racial de todos los españoles, entonces también difamaban a la Reina grande (Franco 1942 [1939]: 11).

Sobre la figura de Isabel la Católica pivotan términos opuestos, como es típico de la retórica del totalitarismo, pues simboliza la unidad frente al separatismo, la españolidad frente a lo extranjero, la catolicidad frente a la ausencia de espiritualidad, la tradición frente a la inexistencia de misión, lo genuino frente a lo importado. Como vemos, se trató de un símbolo que, potenciado como lo hicieron los falangistas, servía para atraer a las masas y agruparlas en torno a la idea de la conquista del Estado y el exterminio del enemigo.

Para que la identificación entre lo que representaba la Falange y las figuras de los Reyes Católicos fuese absoluta, adoptan el emblema del Yugo y las Flechas, que pasa a ser la marca identificativa del fascismo español, y así puede verse en las circulares por las que se divulgan las consignas, en el escudo bordado en rojo sobre la camisa azul con la que se uniforman, en banderas y en todo tipo de material propagandístico (también encerraba el símbolo las iniciales de ambos reyes: Y > Ysabel | F > Fernando). Así, lo que fue un signo histórico, quedó asociado para siempre a la ideología fascista en España (antes de que la Falange se apropiase de él, ya lo llevaba las JONS). Y, además, se preocupan de ofrecerle un significado adecuado a esta particular manera de concebir la existencia de una sociedad. Así lo vemos en el artículo “El emblema de las JONS”, publicado en *El fascio*, el primer órgano que divulgó los principios fascistas en España, pese a que tuvo un solo número, al ser inmediatamente secuestrado por las autoridades republicanas (la cursiva es nuestra para resaltar las palabras más importantes que conectan con la ideología):

El yugo es la yunta; la *junta*, las Juntas de nosotros, nuestra propicia coyuntura histórica. Las flechas hienden las mañanas de España. Hienden. Ofenden. Son la ofensiva de una *raza*, de una *juventud* que pretende imponerse ahora. El yugo camina delante del arado. Es la agricultura *nacional*. El campo *nacional*. La vida *nacional*. Cada manojo de saetas es una gavilla de corazones, una *hermandad*, un gremio, un Sindicato. Las flechas son de hierro, de acero, de la carne *española* eterna. Aguzadas, forjadas con el fuego antiguo por sindicalistas nacionales. El yugo y las flechas son también la *cruz*; forman una cruz. Para sus cruzados, toda gran empresa ha sido una cruz en la encrucijada de los tiempos. Si el yugo pesa, apesadumbra a alguien. Las flechas aligeran, alegrarán nuestra buena ventura española. Aunque cerca del yugo está siempre el estímulo. Los campesinos que hablaban latín estimulaban a sus bueyes – junto a la cerviz– con una punta de saeta en la extremidad de un palo. Nuestro escudo huele a garrote, y a fragua, y a pan, y a vino, y a sal, y a eternidad. El equilibrio duradero entre un *pasado* horizontal –el *uvio*– y la *ascensión* vertical, celestial, de un futuro: las flechas. Habrá que *reconquistar* nuestra *patria* a flechazos, a golpes de cariño. Amorosamente. Duramente. Como se conquista a la *mujer* que parirá a nuestros *herederos* (n. 1: 14, 16 de marzo de 1933).

De la cita podemos comentar, primero, la intensidad con la que se quiere vincular al hombre con España, con la España en la que ellos creen y defienden, la *heroica*, *imperial* y *católica*; segundo, la idea de la juventud como el sector de la sociedad que debe encarar la lucha hacia el nuevo Estado totalitario, y, por último, la alusión final a la mujer como procreadora de los hombres del porvenir, de la generación que asentará la ideología fascista. Esta idea de la mujer como “templo de la raza”, será recogida también por la Falange y, a partir de este principio, se erigirá la Sección Femenina, cuya misión elemental será ensalzar la domesticidad y la maternidad, como pilares sobre los que debe asentarse su existencia.

3. Isabel I de Castilla y la abnegación femenina

Desde que José Antonio Primo de Rivera se mostrara a favor de que la mujer tomara parte de su movimiento, pasaron varios meses⁴. Concretamente, no fue hasta diciembre de 1934 cuando una sección de mujeres encabezadas por su hermana, Pilar Primo de Rivera, recibió los estatutos que le daban oficialidad a su participación (Gallego Méndez 1983; Sánchez López 1990; Richmond 2004). Y hay que esperar hasta abril de 1935 para que el “verbo divino” del líder se dirigiese con claridad a la mujer para amoldarla a su forma de entender la política. Fue en Don Benito, localidad de Badajoz, al final de un mitin. De aquellas palabras extraemos el siguiente fragmento:

No entendemos que la manera de respetar a la mujer consista en sustraerla a su magnífico destino y entregarla a funciones varoniles. A mí siempre me ha dado tristeza ver a la mujer en ejercicios de hombre, toda afanada y desquiciada en una rivalidad donde lleva –entre la morbosa complacencia de los competidores masculinos– todas las de perder. El verdadero feminismo no debiera consistir en querer para las mujeres las funciones que hoy se estiman superiores, sino en rodear cada vez de mayor dignidad humana y social a las funciones femeninas (Primo de Rivera [J. A.] 1945 [1935]: 143).

Ofrecía así una definición del *feminismo* acorde con el modo de pensar de un movimiento en el que el hombre ocupaba el lugar predominante en la lucha y que entendía a la mujer dentro de él para desempeñar solo labores secundarias. Es decir, el hombre y la mujer son seres diferentes por su propia naturaleza y, por tanto, esta no puede situarse en la escala social al mismo nivel que aquel, ni mucho menos ser su competidora. El término *feminismo* es rechazado por estar asociado con las mujeres republicanas o de ideología de izquierdas, y por representar un modo de pensar que vindica la plena capacitación de la mujer para desempeñar cualquier cargo y/o profesión que su formación le permitiese, exactamente igual que el hombre. Como se deduce de la cita, ese feminismo es negativo, pues el líder de la Falange habla directamente de un “feminismo verdadero”, por lo tanto, el otro es repudiado y se apuesta por dignificar a la mujer potenciando las cualidades entendidas, desde esta mentalidad, como propias de su sexo.

Desde la percepción de José Antonio Primo de Rivera, los movimientos espirituales, y la Falange lo es, oscilan entre el egoísmo y la abnegación, cuyos términos define así: “El egoísmo busca el logro directo de las satisfacciones sensuales; la abnegación renuncia a las satisfacciones sensuales en homenaje a un orden superior” (1945 [1935]: 143). De esta forma, se presentan el egoísmo y la abnegación como los motores fundamentales de las acciones humanas; el primero representa al hombre, y el segundo, a la mujer. Y como la abnegación es un concepto que comprende la mayor parte de las virtudes falangistas, basta con mencionar la meta terrenal de vivir en constante servicio para que quede la mujer exaltada, espejo y ejemplo, por el verbo joseantoniano. A partir de este momento, la abnegación será la cualidad más valorada en la mujer, que será reclamada tanto si actúa desde el interior del hogar como en las tareas en la Falange. En el *DRAE* (2014) se define el adjetivo abnegado/a como persona “que se sacrifica o renuncia a sus deseos o intereses, generalmente por motivos religiosos o por altruismo”. En la definición aparece, explícitamente, otro concepto clave, el *sacrificio*, que va intrínsecamente unido al de *abnegación* en lo que contiene de renuncia de uno mismo y ofrenda a los demás, de cambiar de vida y entregarla a la realización de una tarea. Así, para Primo de Rivera,

[...] el hombre –siento, muchachos, contribuir con esta confesión a rebajar un poco el pedestal donde acaso lo teníais puesto– es torrencialmente egoísta; en cambio la mujer, casi siempre, acepta una vida de sumisión, de servicio, de ofrenda abnegada a una tarea (1945 [1935]: 143-44).

Y para que esta idea calase en el espíritu femenino, debía colocarse un referente que superara a todos; ese símbolo no fue otro que la reina Isabel la Católica.

Junto a los principios de unidad territorial y religiosa y de la idea de imperio que representa la figura de la reina Isabel, esta también es descrita en términos de abnegación, según vemos en una semblanza que se le dedica en la revista de la Sección Femenina *Y*, de la que explicaremos más adelante su conexión con la reina:

La gran Reina de Castilla hizo de la fe una norma; de la robusta resolución de sus mandatos, una directriz, y del valor, un medio para lograr la unidad política y religiosa de España (“La mujer de la raza”, n. 58: 12, noviembre de 1942).

Estas palabras llevan implícitas la definición anteriormente referida de la virtud de la abnegación, en cuanto a que renuncia y se sacrifica en aras de un objetivo supremo y colectivo. En cierto modo, puede resultar contradictorio que una mujer cualificada con dotes extraordinarias para gobernar sea precisamente el modelo escogido para la Sección Femenina. Sin embargo, sí que es eficaz tal símbolo si se destaca a través de él el ejemplo constante e inmutable de la voluntad femenina y española cuando se le pide su intervención por la grandeza de la patria en su vocación de servicio. Por tanto, la mujer, como la reina, debe servir a un porvenir brillante, al de la “Nueva España”. Sin olvidar que, aparte de forjadora de imperio, ejerce su función femenina de esposa del rey Fernando, iniciador de la política exterior (hacia el Mediterráneo), y madre de sus sucesores, por lo que funciona de signo y compendio de la fecunda maternidad española. La mujer de la Sección Femenina es recatada y obediente, pero fuerte y robusta de espíritu; no es, para nada, débil en este sentido. Ciertamente es que la reina gobierna, administra, dispone, ejerce la función suprema de la justicia. Pero hasta ahí. Es decir, en realidad, desde la óptica de la Falange, es el hombre, Fernando el Católico, quien tiene la responsabilidad, la cual se aprecia en su sentido de la realidad, en su visión de los asuntos a dirimir, en su previsión, en su prudencia, en su energía y hasta en el poder de decisión. Nada de lo que hace Isabel la Católica está fuera de su quehacer femenino; al contrario, la organización del trabajo es armoniosa. La reina, por tanto, es colaboradora del rey, y eso es lo que debe ser la mujer de la Falange, cómplice del hombre, pero es este quien construye y prepara el nuevo amanecer para España, con su poder de meditar diversos impulsos que la reina podría haber tenido y convertirlos en decisiones.

3.1. La reina en los discursos destinados a la mujer

Pilar Primo de Rivera, como jefe de la Sección Femenina, se refirió a Isabel la Católica, en ocasiones uniendo su nombre al del rey Fernando, en varios de sus discursos. Veamos algunos ejemplos correspondientes al período acotado en nuestro trabajo:

- (1) Y esto lo decimos aquí, en Segovia, donde coronaron a Isabel; en esta tierra donde se da el pan, que es lo auténtico, y en un momento en que España está en guerra; por eso nuestra promesa tiene que ser firme y absoluta, como el cielo y la tierra de Castilla. (II Consejo Nacional de la Sección Femenina [1938]. Cit. De Primo de Rivera 1942: 8)
- (2) Invoquemos, como nuestros antepasados, a aquellos reyes y digamos con ellos: ¡Granada por los Reyes Católicos, Don Fernando y Doña Isabel, hacia la nueva empresa universal española! (VI Consejo Nacional de la Sección Femenina [1942]. Cit. De Primo de Rivera 1942: 27)

- (3) Con ese uniforme y dentro de la disciplina de la Falange, estáis contribuyendo a que España cumpla otra vez su destino dentro de la Historia del mundo, y a que vuelva a alcanzar otra vez la gloria que alcanzó cuando reinaban en ella los Católicos Reyes Don Fernando y Doña Isabel. (Discurso a las jefes locales [1942]. Cit. De Primo de Rivera 1942: 34)

Pero, de todas las alusiones, destaca un discurso elaborado, específicamente, para la Sección Femenina de Madrigal de las Altas Torres en 1937, en el que la reina es la destinataria. En el discurso, entre Pilar Primo de Rivera e Isabel la Católica parece existir una relación de absoluta camaradería, como constata el uso de la segunda persona del singular del verbo con la que la hermana del jefe de Falange se dirige a la reina, un aspecto inaudito en cualquier dirigente político, que no se explica de otra forma que atendiendo a esa identificación que la Falange en general hace con su figura. Dada que la correspondencia que se hace entre los dos modos de hacer política es total, se insta a la reina Isabel a que sea ella la que mande, ordene y dirija los destinos de la Sección Femenina y, por ende, de las mujeres. Esta reciprocidad que se muestra entre el pensamiento de aquella reina del pasado y la Falange del presente, aun habiendo pasado generaciones de por medio, se incrementa por el espacio desde el que se pronuncia el discurso, esto es, el lugar donde nació Isabel la Católica:

En Madrigal de las Altas Torres, delante del convento donde naciste, Isabel de Castilla, las mujeres de la Falange venimos a invocar tu nombre y a incorporar nuestro afán a tu afán de dominio. Tú nos diste las normas y tuyos son el Yugo y las Flechas de nuestro emblema. Tú sabes, Isabel, que, por seguir tus mandatos, nuestros mejores hombres van cayendo por las tierras de España. Al fundar el Imperio, tú ya presentías que la Falange iba a oír tu voz, y sabías que tus palabras llegarían directamente desde ti hasta nosotros, porque a través de las generaciones solo nosotros, los de la Falange, hemos sido escogidos por Dios para seguir tus mandatos. Ordena, Isabel, exige a estas mujeres que, como tú, aman y se sacrifican empresas difíciles y servicios duros. Como a ti, no nos asustan los peligros del mar y de la tierra. Solo te pedimos que, si después de la jornada no hemos cumplido como las mejores, nos juzgues con rigor. Pero ya verás cómo, al final, nuestra tarea es exacta. Y entonces vendremos otra vez a Madrigal para decirte que con tus manos fundas nuestro Yugo con tu yugo y nuestras Flechas con tus flechas, para que el Imperio que empezó en ti siga en nosotros, y con el brazo extendido y la mano abierta te diremos: “¡Isabel de Castilla, Presente!” (Cit. De Primo de Rivera [P.] 1942 [1937]: 75).

De otro lado, la figura de Isabel I de Castilla sirve a la Sección Femenina para establecer lazos con las mujeres de América, y poder cumplir la aspiración de la Falange de reforzar los vínculos en torno a la idea de la Hispanidad. Pilar Primo de Rivera se acogía a la idea de los puntos en común existentes entre las mujeres españolas y las americanas de acuerdo con los lazos que habían generado los Reyes Católicos a raíz del apoyo dado, sobre todo por parte de la reina Isabel, al viaje de Colón a América. La máxima joseantoniana que definía España como una “unidad de Destino en lo Universal”, es utilizada por la jefa de la Sección Femenina para recalcar la razón suprema de la existencia de España en la diversidad de sus tierras, de sus hombres y de su lengua. Prescindiendo de la diversidad de los *pueblos* y de la distancia,

había, en su opinión, una conciencia irrevocable del concepto del *hombre*, del concepto de *servicio*, debido a una eternidad ligada a *Dios*, instaurada por los católicos reyes. En este sentido, en la revista *Y* se encuentra un breve discurso de Pilar Primo de Rivera dirigido a las “Camaradas de América” (n. 1: 2, febrero de 1938: 12), en el que el objetivo fundamental es hablarles de la Hermandad de la Falange con la idea de involucrarlas en la revolución que se lleva a cabo en España contra el marxismo. El hecho de hablar la misma lengua y de haber sido también cobijadas bajo la influencia de los Reyes Católicos, la impulsa a dirigirse a las hispanoamericanas de la siguiente forma: “Mujeres hermanas nuestras”. El uso de la primera persona del plural del posesivo es un recurso que crea conciencia de grupo; sin embargo, inmediatamente después se dirige a ellas con la segunda persona del plural, “vosotras”, con el que se aleja conscientemente del receptor, pues lo que se persigue es ponerlo al tanto de lo que está sucediendo en España en aquellos momentos, con la Guerra Civil concebida como un medio para erigir una nueva forma de presentarse ante el mundo y en la que las mujeres de América deben formar parte de ella por tener un destino común histórico: “Vuestra sangre es nuestra sangre”. Aquellas mujeres que se unan a la Hermandad de la Falange formarán parte de ella y, por tanto, de España:

Las amarras de la Santa María serán las que nos unan con nudo apretado en la tarea común que vosotras y nosotras, camaradas y mujeres de América, hemos emprendido por la Patria, el Pan y la Justicia. ¡ARRIBA AMÉRICA! ¡ARRIBA ESPAÑA! (*Ibid.*)



Fig. 1. Imagen con la que se ilustra el discurso. *Y. Revista de la mujer nacional sindicalista*, n. 1: febrero de 1938.

3.2. La reina como símbolo para la mujer

En otro orden de cosas, la reina Isabel la Católica también es aludida por otros aspectos relacionados con ella. Es significativa, por ejemplo, su presencia en las dos publicaciones femeninas que dispuso la Sección Femenina para divulgar sus consignas, propagandas y otros textos relacionados con la mujer de la Falange: *Y. Revista de las mujeres nacionalsindicalistas*⁵ y *Medina*. La primera utilizaba la inicial del nombre de la reina y la segunda aludía a la localidad vallisoletana de Medina del Campo, una de las más prósperas de Castilla y fundamentales en el imperio español de los siglos XVI y XVII, etapa histórica en la que se mira la Falange y que contempla como referente de lo que ha de volver a ser el país. Asimismo, su emblemático castillo “La Mota” fue residencia de los Reyes Católicos durante cinco años, y se dice que fue el lugar donde hizo testamento la reina y murió. No es casual que el primer número de *Medina* utilizase la efigie de la reina católica, en actitud orante, para ilustrar la portada⁶.

En cuanto a la letra “Y”, en particular, la Falange mostró un gran interés en desgranar su valor simbólico. En el primer número de *Y*, el director teatral Luis Hurtado Álvarez hacía una disección entusiasta de dicha letra con el sentido que la Falange quería transmitir con ella. Además de ser la inicial de la reina, se analizaba la “Y” como conjunción copulativa que une lo que es semejante, de ahí que enlazase el pasado con el presente, el tiempo de los Reyes Católicos con el de la Falange, como también es el yugo, símbolo de unión. Para establecer esta relación entre estos dos tiempos había sido necesario luchar contra el enemigo. Por un lado, Hurtado Álvarez señalaba que los “otros” eran los representantes de un “tiempo viejo compuesto de un séquito de lacras liberales y utopías falsamente democráticas” –en la cita se observan cómo los adjetivos, *viejo*, *lacra* y *falso*, son utilizados para identificar al enemigo, frente a “ellos” que son definidos como la “verdad del Cristianismo, la Civilización y el espíritu de Occidente” (n. 1: 36, octubre de 1938). El mensaje persuasivo es evidente en la cita, y es la letra “Y” la que enlaza a las personas que se sienten representadas por ella, que son las que se encuentran en el camino correcto de la vida.

En otro artículo, también en la misma publicación, el historiador Manuel Ballesteros Gaibrois definía la letra “Y” como “símbolo y emblema de la mujer hispana” (n. 22: 4, noviembre de 1939). En él se explica de nuevo por qué la mujer española debe volver los ojos hacia la reina Isabel la Católica:

Es el ejemplo perenne, permanente, eterno e inmutable de lo que es la voluntad femenina y española cuando se propone, con una oración auténticamente patriótica y católica, servir íntegramente una grandeza y un porvenir (*Ibid.*).

El falangismo define, como hemos indicado, la vida de la reina Isabel con una sola palabra: abnegación, la cual “debe recordar con santa unción la de la mujer nacionalsindicalista”. La mujer, mediante el emblema de la “Y”,

[...] ha de unir en todos los campos de su actividad. A la ciudad con el campo, al poderoso con el necesitado. Ha de dar cohesión a los miembros de una familia, y ha de lograr esa unidad horizontal que es la continuidad y pervivencia del hogar a lo largo de las vicisitudes de la vida (*Ibid.*).

Al reconocer la “Y”, la mujer como “hija de Isabel”, que es lo mismo que decir, “hija de España”, recoge toda la tradición que con ella se quiso significar de unidad y de integración. De ahí que se convirtiese en la máxima condecoración que la mujer falangista podía recibir de manos de la Sección Femenina. La mujer militante en Falange no debía esperar ninguna recompensa por su sacrificio, ya que este debía ser ofrecido de forma natural, por ser española, ante los problemas que España vivía; es lo que debía hacer. Por eso, los textos cuidan mucho de que no se entienda la condecoración como un gesto frívolo, sino como algo realmente meritorio al esfuerzo. Así lo describía la destacada falangista, íntima amiga de José Antonio Primo de Rivera, Carmen Werner para *Medina*:

En los últimos tiempos de nuestra Historia, algunas cruces y condecoraciones al mérito, algunos títulos y premios otorgados antiguamente a la conducta y al valor habían ido degenerando en calidad por la facilidad o falsedad con la que eran concedidos” (n. 62: 15, 24 de mayo de 1942).

Por eso, el portar la inicial del nombre de la reina Isabel la Católica en el pecho es el culmen del cumplimiento de la doctrina falangista, la misión veraz y sincera. Esta condecoración podía ser de diferentes tipos: “Y” de oro, “Y” de plata, “Y” roja. De todas, la “Y” de oro era la más valorada. Se concedía, según el reglamento 1.º de Recompensas⁷,

[...] a las afiliadas que en alegre sacrificio hayan consumado una conducta heroica o una continua actuación meritísima extraordinariamente demostrada de sentir el máximo concepto de la Patria y su supremo deber de falangista, y que sirva de claro ejemplo a todos (*Ibid.*)⁸.

La regularidad, el escrúpulo y la entrega son valores que la Sección Femenina premia con esta insignia, que representa imperio y unidad, como lo es la reina Isabel, a la que se evoca.



Fig. 2. Representación de la “Y”, inicial de Isabel la Católica, con la que se abrían las portadas de la revista *Y*, y se confeccionaban las insignias.

4. A modo de conclusión

La utilización de la figura de los Reyes Católicos por parte de la Falange siguió, como es evidente, tras el año 1945 y con múltiples perspectivas de análisis⁹, y, en concreto, la reina Isabel convivió con el otro referente femenino para el falangismo, Santa Teresa de Jesús, la cual fue designada patrona de la Sección Femenina el 15 de octubre de 1937. A partir de entonces, todos los años se celebraban honores a la santa de Ávila y era el día en el que se imponía la insignia “Y”, por lo que ambas figuras, la de la reina y la de la santa, se unían: una como mujer abnegada en su papel de esposa y de gobierno, y la otra como modelo de religiosidad, propia del nacionalcatolicismo, la doctrina sobre la que se asentaba el franquismo. Las mujeres españolas, como “hijas de Isabel”, son ejemplos de raza, de la misma raza que fundó la reina, al ser creadora de España y madre de América.



Fig. 3. Isabel la Católica. *Medina*, n. 1: 21 de marzo de 1941.

En este trabajo hemos querido centrarnos en el simbolismo de los Reyes Católicos desde el punto de vista falangista, y mostrar cómo a través de él se comunicaba una “manera de ser”, un estilo asociado a la esencia de España, respecto a la concepción que poseía el movimiento. Se trata de una idea trascendente del país, en la que los hombres y mujeres en pocos aspectos podían intervenir, porque les venía por herencia; solo les quedaba seguir elevándola y transmitiéndola. Una vez que se tiene esta idea clara, lo que hacen es reincidir en tal convicción para mantener alienada a la masa. La sumisión de esta es lograda por la autoridad que alcanza quien ejerce el poder; es lo que se denomina, dentro de la comunicación persuasiva, “el concepto de la autoridad” (Santiago Guervós 2005: 46), el cual está relacionado con la cultura, ya que el que se encuentra en estado de sumisión conoce la influencia del que representa la autoridad. En el caso que nos ocupa, es evidente que los militantes falangistas rinden culto a su jefe, a su líder, ya sea a José Antonio Primo de Rivera, en lo que respecta al hombre y la mujer, o a Pilar Primo de Rivera, en lo que concierne a la mujer en exclusividad. La autoridad, en un movimiento jerárquico como es la Falange, es uno de los pilares básicos del programa político-ideológico, y de la asimilación de esa estructura jerárquica, nacen conceptos como el de *disciplina* y *obediencia*, características netamente falangistas. En nuestra opinión, siguiendo este aspecto de la comunicación persuasiva, la utilización de las figuras de los Reyes Católicos, en general, y de la reina Isabel, en particular, no es más que otra manera de infundir autoridad; es decir, no solo hay que mostrar fidelidad a la élite falangista, sino que esta élite se encuentra en tal lugar por ser descendiente directa en pensamiento de estos monarcas. Como indica Santiago Guervós (2005: 47), si se cuenta con un emisor que se respeta y admira, un canal que se acepta como fuente de verdad en un contexto preciso y un código adecuado, se logra un auditorio predispuesto a la persuasión. Si aplicamos a nuestro trabajo estos principios, vemos que se cumplen: por un lado, ya sea la palabra de José Antonio Primo de Rivera o la de Pilar Primo de Rivera, para los falangistas, alcanza rango de música de lira, dada la admiración que sienten por ambos líderes, y si encima afirman seguir el espíritu de los Reyes Católicos, el respeto es incuestionable; el canal, igualmente, es efectivo, pues,

[...] cuanto más alto sea el estatus de un comunicante y mayor legitimidad de poder le sea atribuida por quienes lo perciben, mayor será su capacidad de influjo sobre las actitudes de estos últimos” (Santiago-Guervós 2005: 49).

En el caso que nos ocupa sucede así, pues la élite falangista goza de prestigio entre la masa, más cuando encarnan el espíritu de los Reyes Católicos, a los que se les llega incluso a “tutear”, como hemos visto en el caso de Pilar Primo de Rivera a Isabel la Católica. El contexto es fundamental para la Falange, debido a que los discursos son emitidos en espacios simbólicos, casi siempre, vinculados al pasado esplendoroso español, igual que el que hemos citado de Madrigal de las Altas Torres o en Medina del Campo y el Castillo de la Mota. Por ejemplo, el referido castillo estaba vinculado a la reina Isabel y, por eso, en mayo de 1939, para homenajear la victoria de Franco en la contienda, se celebró ante él una magna concentración de 10.000 muchachas de la Sección Femenina, a la que asistió Franco acompañado de su guardia mora. Hubo desfile, gimnasia, discursos patrióticos y entrega de presentes. En ese momento, Pilar Primo de Rivera pidió a Franco disponer del castillo como sede de su escuela de mandos, y el dictador cedió. De manera que Isabel la Católica,

moradora del legendario Castillo, era la que animaba, simbólicamente, a las mujeres de la Falange. Así se estableció por Decreto de 29 de mayo de 1942. Igualmente, en 1962, Franco concedió el título de condesa del Castillo de la Mota a Pilar Primo de Rivera, en señal de reconocimiento de sus servicios al país. Es evidente que la sugestión tendría que ser inmensa para el grupo de personas alienadas ante las invocaciones a los personajes relacionados con esos espacios. A continuación, indicamos los nombres de las ciudades en los que se realizaron los Consejos Nacionales de la Sección Femenina desde el primero en 1938 hasta 1945, año en el cual llega este trabajo: a) 1938. Segovia (ciudad castellana en la que se encuentra el Alcázar, fortaleza y el hogar más destacado para los Reyes Católicos); b) 1939. Zamora (ciudad castellana) –puede decirse que, en los años de la contienda, se escogieron ciudades castellanas para la celebración de los consejos como símbolo del espíritu sobrio y heroico de este espacio geográfico, imprescindible en la formación de España–; c) 1940. Madrid (capital de España y de la “Nueva España” que nace tras la guerra); d) 1941. Barcelona (importante ciudad para imponer el espíritu tradicional-conservador español por ser foco perenne de teorías secesionistas); e) 1942. Granada (enclave simbólico para la corona española, sobre todo para los Reyes Católicos, en cuanto a que fue el último reducto que se conquistó a los musulmanes, por lo que quedaba establecida la unidad territorial, política y religiosa); f) 1943. Santiago de Compostela (ciudad en la que se veneran los restos, según la leyenda, de Santiago Apóstol, patrón de España, importante enclave para el catolicismo, lugar de llegada del famoso Camino de Santiago); g) 1944. Guadalupe (ciudad extremeña en la que se rinde culto a la imagen de la Virgen de Guadalupe, patrona de todas las tierras de habla hispana); h) 1945. Bilbao (importante ciudad del País Vasco a la que también había que impregnar del espíritu español-patriótico tradicional). Lugares todos con especial significancia para la doctrina falangista que busca reconciliarse con ese pasado mítico, guerrero y piadoso español.



Fig. 4. Franco y Pilar Primo de Rivera durante el homenaje de la Sección Femenina en mayo de 1939 en Medina del Campo. Y. *Revista para la mujer*, n. 17: junio de 1939.

Por último, el código es importante porque las palabras son adornadas con la metáfora de la Historia, de una Historia que, para aquellas gentes, sonaba a un tiempo idílico, de guerras, castillos y victorias que situaron a España como cabeza del orbe. También, las revistas en las que se divulgaban los escritos falangistas transmitían con imágenes y frases, a modo de titulares, toda la mitología del pasado imperial.



Fig. 5. El Alcázar de Segovia en la portada de *Y. Revista de las mujeres nacionalsindicalistas*, n. 2: marzo de 1938.

En definitiva, todos estos recursos buscan dar seguridad al receptor, hacerlo sentir miembro de un grupo, vinculado, no solo con el presente, sino con el pasado para, así, tener un alto grado de rechazo hacia los “otros”, que son los enemigos, responsables de los males por los que ha pasado la patria (y que pueden volver si se baja la guardia). Formar parte del grupo de los elegidos es el objetivo: yo soy como el Rey Fernando, con actitud de mando; yo soy como la reina Isabel, abnegada y sacrificada.

Referencias bibliográficas

Anónimo. 1933. El emblema de las JONS. *El fascio* 1 (16 de marzo): 14.

- Anónimo. 1942. La mujer de la raza. *Y. Revista para la mujer* 58 (noviembre): 12.
- Ballesteros Gaibrois, Manuel. 1939. La letra Y. *Y. Revista para la mujer* 22 (noviembre): 4.
- Bousquié, Georges. 1961. *Psicología práctica de la persuasión*. Barcelona: Hispano Europea.
- Domenach, Jean-Marie. 1986. *La propaganda política*. Buenos Aires: Eudeba.
- Fonseca Yerena, María del Socorro. 2005. *Comunicación oral: fundamentos y práctica estratégica*. Naucalpan: Pearson Educación de México.
- Franco, Francisco. 1942 [1939]. Fragmento del discurso en Medina del Campo. *Y. Revista para la mujer* 54 (julio): 11.
- Gallego Margalef, Ferrán. 2014. *El evangelio fascista: La formación de la cultura política del franquismo (1939-1950)*. Barcelona: Crítica.
- Gallego Margalef, Ferrán; Morente Valero, Francisco, eds. 2005. *Fascismo en España. Ensayos sobre los orígenes sociales y culturales del franquismo*. Barcelona: El Viejo Topo.
- Gallego Méndez, María Teresa. 1983. *Mujer, falange y franquismo*. Madrid: Taurus.
- García Santos, Juan Felipe. 1980. *Léxico y política de la Segunda República*. Salamanca: Ediciones de la Universidad de Salamanca.
- Giménez Caballero, Ernesto. 1929. Carta a un compañero de la joven España. *La Gaceta Literaria* 52 (15 de febrero): 1 y 5.
- Hurtado Álvarez, Luis. 1938. Disección entusiasta de la Y. *Y. Revista de las mujeres nacionalsindicalistas* 1 (octubre): 36.
- Mainer, José-Carlos. 2013. *Falange y literatura*. Barcelona: RBA.
- Maza Zorrilla, Elena. 2015. El mito de Isabel de Castilla como elemento de legitimidad política en el franquismo. *Historia y Política* 31: 167-192.
- Primo de Rivera, José Antonio. 1945 [1935]. Lo femenino y la Falange. En J. A. Primo de Rivera. *Obras Completas*. Madrid: Ediciones de la Vicesecretaría de Educación Popular de FET de las JONS, pp. 142-144.
- Primo de Rivera, José Antonio. 1976 [1934]. Discurso de proclamación de Falange Española de las JONS. En J. A. Primo de Rivera. *Obras completas*, vol. 1. Madrid: Instituto de Estudios Políticos, pp. 327-333.
- Primo de Rivera, José Antonio. 1976 [1935]. Discurso pronunciado en el Frontón Betis, Sevilla. En J. A. Primo de Rivera. *Obras completas*, vol. 2. Madrid: Instituto de Estudios Políticos, pp. 864-867.
- Primo de Rivera, José Antonio. 1976. *Obras completas*, vols. 1 y 2. Madrid: Instituto de Estudios Políticos.
- Primo de Rivera, Pilar. 1938. Camaradas de América. *Y. Revista de la Sección Femenina* 1 (febrero): 12.

Primo de Rivera, Pilar. 1942 [1937]. Palabras en Madrigal de las Altas Torres. En P. Primo de Rivera. *Discursos, circulares y escritos de la Sección Femenina de FET y de las JONS*. Madrid: Afrodísio Aguado, pp. 74-75.

Primo de Rivera, Pilar. 1942. *Discursos, circulares y escritos de la Sección Femenina de FET y de las JONS*. Madrid: Afrodísio Aguado, pp. 3-4.

RAE (Real Academia de la Lengua Española). 2014. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa. Disponible en:
<http://dle.rae.es/?w=diccionario>

Richmond, Kathleen. 2004. *Las mujeres en el fascismo español. La Sección Femenina de la Falange*. Madrid: Alianza.

Santiago-Guervós, Javier de. 2005. *Principios de comunicación persuasiva*. Madrid: Arco/Libros.

Sánchez López, Rosario. 1990. *Mujer española, una sombra de destino universal: Trayectoria histórica de la Sección Femenina de Falange*. Murcia: Universidad de Murcia.

Saz Campos, Ismael. 2003. *España contra España. Los nacionalismos franquistas*. Madrid: Marcial Pons.

Saz Campos, Ismael. 2004. *Fascismo y franquismo*. Valencia: Universitat de València.

Unamuno, Miguel de. 1986. *En torno al casticismo*. En *Obras selectas*. Madrid: Biblioteca Nueva, 47-144.

van Dijk, Teun. 1996. Análisis del discurso ideológico. *Versión 6* (octubre): 15-43.

Werner, Carmen. 1942. Y de oro. *Medina* 62 (24 de mayo): 15.

Winckler, Lutz. 1979. *La función social del lenguaje fascista*. Barcelona: Seix Barral.

Notas

¹ Falange Española pasó por varias etapas a lo largo de su historia, pero no debe obviarse que el movimiento siempre estuvo unido a su líder, el cual fue fusilado el 20 de noviembre de 1936. Con posterioridad, Franco, con el decreto de unificación de abril de 1937, mediante el que establecía una sola fuerza para luchar en la guerra, se apropió especialmente de esta ideología, y muchos fueron los falangistas originarios que nunca se sintieron satisfechos con esta evolución. En nuestro trabajo, abarcamos un período temporal que va desde 1933 hasta 1945, por ser este el período de mayor influencia falangista, ya que, después, coincidiendo con la caída de los fascismos internacionales, la Falange perdió fuerza en el franquismo y, en su lugar, tomaron el relevo la Iglesia y el ejército.

² Como indica García Santos, no solo Italia, con centro en Roma representa el fascismo, también Alemania, con centro en Berlín, por lo que la oposición “Berlín / Moscú o Roma / Moscú vale tanto como fascismo / comunismo” (1980: 113). Las referencias a estos espacios encierran un sentido importante para generar la tensión entre los bandos opuestos, pero agrupar y conferir sentido de unidad a los vinculados en uno u otro lado. No es más que un recurso que polariza el discurso, ya que la alusión a estos espacios comunica valores, ideas en pocas palabras, por lo tanto, es ideal para condensar el mensaje.

³ Debe recordarse que la identificación con el fascismo, en el caso español, se efectúa a partir de 1931 por medio de dos organizaciones: las Juntas Ofensivas Nacional Sindicalistas (JONS), de Ramiro Ledesma Ramos, y las Juntas de Actuación Hispánica (JAH), de Onésimo Redondo, que fue absorbida por la primera. La afinidad ideológica existente entre jonsistas y falangistas los llevó a fusionarse el 15 de febrero de 1934. Al poco tiempo, Ledesma se distanció de Primo de Rivera; no así Onésimo Redondo, que permaneció junto a él, pese a que las JONS fuese, a partir de la fusión, nada más que la Falange.

⁴ Hay que señalar que, en un principio, el líder falangista se mostró reticente a la participación de la mujer en la Falange, debido al componente violento que solicitaba para sus militantes y por aquello de que entendía que tal brío no era propio del sexo femenino.

⁵ Es preciso señalar que este fue el título de la revista hasta el número 3 (abril de 1938), pues, hasta su extinción, en 1945, pasó a denominarse *Y. Revista para la mujer*. La revista tenía su sede en San Sebastián y estaba dirigida por la escritora y periodista Marichu de la Mora. Su precio oscilaba entre 1.50 pesetas y 2 pesetas para el número ordinario, y 3 pesetas, cuando se trataba de un número extraordinario.

⁶ La revista tenía periodicidad semanal y salía todos los domingos con un coste de 50 céntimos, que luego ascendió a 1 peseta, cuando además varió el tamaño del formato y su diseño. Estuvo en circulación desde 1941 hasta 1945.

⁷ La idea de la recompensa de la “Y” surgió en el II Consejo Nacional de la Sección Femenina, en 1939, celebrado en Segovia.

⁸ Tras imponérsela a Pilar Primo de Rivera, se condecoró con la insignia a las siete primeras caídas “en acto de servicio”, y que, con sus muertes, guiaron y estimularon las obligaciones y derechos de las mujeres falangistas en el servicio a la patria: Luisa Terry de la Vega, Carmen Tronchoni, Francisca Magdaleno, María Paz Unciti, Rosa Bríos, Julia Sáenz y Agustina Simón. También obtuvieron la insignia todas las fundadoras de Secciones Femeninas anteriores a la contienda.

⁹ Sobre la reina Isabel la Católica y el franquismo puede consultarse el estudio de Maza Zorrilla (2015).

Populismo, miedo y otras técnicas de persuasión en el discurso político del presidente Hugo Chávez

Teresa Fernández Ulloa y Carlos Meléndrez

California State University, Bakersfield

tfernandez_ulloa@csub.edu, cmelendrez2@csub.edu

Resumen

Analizamos aquí la focalización, la evitación y otras técnicas discursivas en varios discursos de Hugo Chávez. Se parte de la base de que es propio de los políticos incluir a ciertos grupos en los discursos que emiten, considerándolos como parte de la misma lucha y recurriendo al populismo. En este sentido, el empleo de estructuras y metáforas concretas y la selección de un léxico específico, entre otros recursos, le sirven a Chávez para comparar su causa con la revolución bolivariana, a la vez que inventa su identidad y transfiere la culpa de todos los males a gobiernos previos o a los Estados Unidos. Se analizan las técnicas de la propaganda, entre ellas, *bandwagon*, el testimonio, la transferencia, la repetición y el uso de palabras emotivas. Como recursos veremos, por ejemplo, la inclusión de discursos históricos y alusiones a la religión, el uso del miedo y la evitación de los temas negativos relacionados con su administración.

Palabras clave: miedo, repetición, emoción, focalización, Bolívar.

Abstract

We analyze here some techniques such as focalization, avoidance, repetition... in several speeches by Hugo Chávez. It is typical in politicians' discourses to include certain groups in their speeches, considering them as part of the same fight, and resorting to populism. In this sense, the use of structures and metaphors, and the selection of lexicon, among other resources, serve Chávez to compare his cause with the Bolivarian revolution, while he invents his identity and transfers the blame for all evils to previous governments or to the United States. Propaganda techniques are analyzed, among them, *bandwagon*, testimony, transference, repetition, and the use of emotive words. Some resources such as the inclusion of historical discourses and religious references, and the use of fear and the avoidance of negative issues related to their administration will be discussed.

Keywords: fear, repetition, emotion, focalization, Bolívar.

1. Introducción

Los recursos retóricos del discurso político, tales como el uso del *miedo*, son muy empleados en países con gran inestabilidad socioeconómica. Caudillos como el presidente Chávez llegan al poder tras batallas políticas y/o militares, y ya en dicha posición de poder, proclaman ser la voz de un pueblo al margen del desarrollo, justificando sus actos políticos como la voluntad de un pueblo con quien, además, está Dios. El mandatario surge de la clase trabajadora, o al menos le gusta posicionarse entre ellos, y usa recursos retóricos de la gente de a pie, del ciudadano de la calle, para lograr que más gente se identifique con él. El populismo es frecuente en estos últimos tiempos y se habla de un “retorno de líderes con fuerte carisma y gran ascendiente sobre las masas” (N. Arenas 2005: 38). Según esta autora, se trata de un “neopopulismo”; el chavismo se asemeja a populismos antiguos, como el de Perón, pero tiene algo nuevo, “cuando se aviene a fórmulas económicas que pueden portar el signo de corrientes neoliberales o reniega de los viejos partidos políticos” (p. 39). El discurso llega a ser antipolítico, y en cualquier caso las consignas son bastante generales; Chávez es, en el fondo, un *outsider* de la política (p. 42), con “algunas medidas de política económica de corte liberal” (p. 43).

La palabra fue utilizada por el fallecido presidente Hugo Chávez Frías para recrear un país entero a su imagen. El chavismo y la revolución bolivariana traen consigo la separación maniquea, propia de los populistas, del *nosotros* y *los otros* dentro del mismo pueblo venezolano y también la separación de Venezuela (y otros países a los que procura mencionar en largas listas) de los países desarrollados que apoyan a los Estados Unidos, país considerado por Chávez como el principal opositor al avance y las políticas del país venezolano. Lo que se le vendió al sector con menos recursos del pueblo de Venezuela no fue una solución concreta a sus necesidades, sino una ideología: la de la revolución bolivariana de Chávez y sus partidarios en la política.

El propósito de este trabajo es analizar algunos de los recursos retóricos presentes en el discurso político del presidente venezolano Hugo Chávez Frías (1954-2013, en la presidencia desde 1999 hasta su muerte), entre ellos el uso del miedo, en varios discursos:

- Dentro de su primer periodo presidencial (1999-2001), un discurso de 1999, en la sesión inaugural de la XXX conferencia general de la Unesco (1999b). Durante esta primera época, según Aponte Moreno (2008: 105), Chávez usaba metáforas sobre la nación, su revolución bolivariana y sus oponentes para distanciarse, él y su proyecto político, de otros gobiernos anteriores. También incluiremos otro discurso de 1999, el de su toma de posesión presidencial (1999a).
- Dentro de su segundo periodo presidencial (2001-2007), con problemas como el golpe de estado del 2002, el paro petrolero de 2002-2003 por las protestas opositoras, y varias elecciones (las regionales de 2004 y las parlamentarias de 2006, a las que también se extendió el fenómeno del chavismo):
 - su alocución ante la Organización de las Naciones Unidas, el 20 de septiembre de 2006;
 - “Chávez y el partido único” (discurso en el acto de reconocimiento al Comando Miranda, en el que llama a la construcción de un modelo socialista endógeno), el 16 de diciembre de 2006;

- Dentro de su tercer periodo (2007-2013), en el que Chávez va hacia el “socialismo del siglo XXI” (“Patria, socialismo o muerte”); nacionaliza empresas (CANTV, Movilnet...); presenta las reformas de la Constitución, que no son aprobadas por estrecho margen; elecciones regionales y referéndum constitucional en 2008; la crisis energética de 2008-2011, y las elecciones presidenciales de 2012, en las que volvió a ganar, aunque debido a su estado de salud no pudo ejercer todas las atribuciones de su cargo y murió en 2013:
 - el discurso dado el 10 de enero de 2007 en la toma de posesión, después de ser reelegido presidente el 3 de diciembre de 2006 con una amplia ventaja;
 - el discurso en ocasión de entregar la propuesta de Reforma Constitucional en la Asamblea Nacional, 17 de agosto de 2007;
 - una intervención en la Cadena Nacional, el 9 de diciembre de 2012.

2. El populismo y su gente. El yo como parte del nosotros

Antes de dar ejemplos de algunas de técnicas de la retórica del discurso político, es preciso elaborar una definición del populismo. Ignacio Sotelo, al hablar del populismo bolivariano, da en el diario *El País* (30-06-2014) una definición que J. de Santiago-Guervós considera “objetiva, neutra, que pretende describir una forma de hacer política” (2019: 483):

[...] el objetivo del populismo es corregir de inmediato la desigualdad, favoreciendo a los más pobres, al hacerles llegar la sanidad y las escuelas con un apoyo económico que les permita sobrevivir. En suma, el origen del populismo está en la desigualdad, así como su propósito es reducirla a una dimensión tolerable.

El término *populismo*, nos dice Álex Grijelmo (2014),

[...] se suele asociar [...] en efecto, con políticas (de izquierda o derecha) dirigidas a satisfacer los deseos más primitivos de una colectividad, aun a costa a veces de sus consecuencias éticas o económicas.

En el mismo artículo, Grijelmo cuestiona el hecho de que algunos diccionarios como *El Diccionario del Español Actual* (versión 1999), y el diccionario *Clave* (versión 1996), proponen el término como describiendo una forma de hacer política que apoya al pueblo marginado con el fin de hacerse con el poder, y que se hace uso de este para describir alguna acción dentro del ámbito político es hecho de una manera peyorativa.

No siempre se ha usado esta palabra con dicha connotación. Grijelmo nos explica que José Carlos Mariátegui propone este término simplemente para describir un partido político alemán durante la segunda década del siglo XX, sin intención de denigrar al partido o a sus miembros. No es sino hasta fines de ese mismo siglo cuando se hace más predominante esta palabra, ya con indicios de la metamorfosis que poco a poco fue sufriendo gracias a los políticos que encontraron en la necesidad de los marginados una oportunidad explotable campaña tras campaña.

El investigador Dwayne Woods (2014: 6), agrega una explicación del término que de alguna manera contrasta con la dada anteriormente por Grijelmo:

El término “populismo” surge a fines del siglo XIX, durante una era en la que la noción de “el pueblo” se convierte en palabra clave para la política moderna, y la “democracia” tiende a ser valorada positivamente de nuevo. El término “populismo” es usado para caracterizar [el partido político] American People’s Party, fundado en 1892. El surgimiento del People’s Party fue una reacción contra el “fracaso” tanto del partido Republicano como del Democrático en representar a los agricultores y a los trabajadores¹ (Houwen² 2011: 8-9, en Woods 2014: 6).

Se han identificado al menos tres olas de populismo: populismo agrario, populismo latinoamericano y populismo de nueva-derecha (Woods 2014: 6). En Latinoamérica, este estilo de hacer política vio un despegue a mediados del siglo XIX. Los líderes argentinos y brasileños de tendencias nacionalistas se presentan como caballeros de armadura reluciente y gran carisma, que, al igual que haría luego Chávez, aseguraban que eran el reflejo de los deseos del pueblo y actuaban en nombre de este contra la desigualdad y la corrupción.

Con frecuencia se escuchará a este tipo de líderes populistas expresarse en contra de movimientos neoliberales y países que consideran imperialistas, tal como hace Chávez contra los Estados Unidos, solo para terminar yendo contra la democracia que proclamaban que iban a devolverle al pueblo y estableciendo sistemas autoritarios, pero llenándose la boca con la palabra “democracia”.

Por lo tanto, el populismo se observa como una amenaza demagógica hacia la democracia (Abts y Rummens 2007³, en Woods 2014: 8) porque afirma representar la voluntad del “pueblo” sin mediación, esto es, omitiendo el interés de algunos grupos o los privilegios de élite para beneficiar su construcción del pueblo⁴ (Raadt, Hollanders y Krouwel 2004: 3-10⁵, en Woods 2014: 8).

El *populismo*, como se puede observar dentro del discurso político del presidente Chávez, identifica una única dicotomía: el pueblo y las élites, estableciendo el consiguiente antagonismo, pues solo tienen valor moral los primeros, y exalta la idea de una identidad propia del pueblo originario.

Santiago-Guervós explica que, en el lenguaje populista, los líderes políticos se enfocan mucho en el pueblo como un medio de progreso. Según este autor, “el pueblo es el protagonista absoluto y las propuestas, en muchos casos se reconocen difíciles de llevar a cabo” (2019: 119). El pueblo que dirige las acciones de la asamblea y las propuestas que son difíciles de cumplir son aspectos repetidos en varios discursos de Chávez. Por ejemplo, el líder de Venezuela incluye en su discurso de 2006 (sobre el partido único) palabras específicas cuando se refiere al pueblo, el socialismo y otros temas políticos. Por ejemplo, en la introducción, el presidente dice: “Buenas noches a los batallones, a los pelotones, a las escuadras y a los patrulleros y patrulleras victoriosos del 3 de diciembre [...]” (2006b). En vez de usar términos como “gente” o “ciudadanos”, el presidente se refiere al público como

parte de un ejército nacional. Esta noción es apoyada por otra cita que dice “Igual digo yo, el camino que viene estará lleno de batalla, pero igual, a cada batalla obtendremos el trofeo de la victoria” (2006b). El acto de incluir a la población entera en la batalla es una táctica inclusiva, de las que hablaremos en breve, y, además, refleja el populismo.

En la primera parte de su discurso de 2012 el presidente presenta a todos los miembros de la asamblea nacional y después termina con “¿Cómo están muchachos?”. Este uso de lenguaje familiar es un ejemplo de una técnica de los discursos populistas. En “Análisis del discurso populista en la España actual”, de J. de Santiago-Guervós (2019), se explica que

[...] el discurso populista nace en una situación de crisis social. Consiste, por lo tanto, en describir esta situación cuya víctima es el pueblo, en denunciar la fuente del mal y en alabar los méritos de un líder particularmente carismático. Este líder no tiene un programa político propiamente dicho, sino que promete romper con las prácticas del pasado, terminar con la corrupción y devolver su poder al pueblo. También se constata que, desde el punto de vista ideológico, el populismo no tiene homogeneidad (Le Pen/Chávez). (P. Charadeau 2011⁶, en J. de Santiago-Guervós 2019: 117).

El aspecto de un lenguaje cercano al pueblo lleva a lo que indica Rosanvallon en cuanto a que algunas una de las tensiones estructurantes de la democracia es la representación, en la que hay dos principios: uno de diferencia y otro de semejanza. El primero “alude a la delegación que se transfiere al representante quien se supone que está mejor preparando que quien delega”; el segundo “alude a la delegación que se transfiere al representante”. Tiene que ver este segundo con el “puro lenguaje de similitud (‘si escojo a un representante quiero que hable como yo’)” (Rosanvallon⁷, en N. Arenas 2009: 154).

Los tres aspectos: la crisis social, un pueblo que es víctima y el alabar los méritos de un líder carismático, están presentes en el discurso del 2012. Chávez emplea palabras como “muchachos”, “amigos” y “familia” para establecer relaciones con sus partidarios. El presidente también incluye anécdotas personales y otros mensajes para aparecer como una figura sencilla y del pueblo. En un ejemplo de este comportamiento el presidente reflexiona sobre sus días de juventud y menciona la película *Saturday Night Fever*, John Travolta y la lambada. Pero este tono ligero después cambia cuando el dictador habla de su lucha contra el cáncer:

- (2) [...] no es mi estilo un sábado por la noche y menos a esta hora, nueve y media de la noche. ¿Te acuerdas de aquella película [,] Diosdado? [...] Saturday night fever. Fiebre de sábado por la noche, John Travolta, yo bailaba La lambada compadre. [...] el 27 de noviembre, recuerdo, en carta que está allí, solicite la autorización para ausentarme del país, a la hermana república de Cuba, donde se me ha venido siguiendo pues todo este proceso, para seguir el tratamiento hiperbárico (2012).

Santiago-Guervós menciona que un elemento de la retórica política consiste en

[...] una *denuncia de los culpables*, entre los cuales se encuentran la clase política, las élites aisladas del pueblo, las instituciones que han perdido toda autoridad y la burocracia, fuente de todos los males (2019: 117)⁸.

Más adelante veremos cómo enumera a todos los culpables (sección 4.2). En cuando al discurso presentado por el presidente del Partido Socialista Unido de Venezuela en 2012, hay rasgos de populismo, por ejemplo, cuando declara:

- (3) Entonces, ¿cuál es nuestra respuesta? Unidad, unidad y más unidad.
¡Esa debe ser nuestra divisa! Mi amada Fuerza Aérea, mi amada Guardia Nacional, mi amada Milicia. ¡La unidad, la unidad, la unidad! El Partido Socialista Unido de Venezuela, los partidos aliados, el Gran Polo Patriótico, las corrientes populares revolucionarias, las corrientes nacionalistas. ¡Unidad, unidad, unidad! ¡Unidad!
Decía Bolívar: “Unámonos o la anarquía nos devorará, sólo la unidad nos falta –dijo después, o antes había dicho– para completar la obra de nuestra regeneración...” (Chávez, 2012)

En esta cita, el presidente hace el esfuerzo de motivar al pueblo a seguir con una revolución nacional e histórica. También, como suele hacer, usa referencias históricas para evocar un sueño en la mente común del pueblo y para alabar las acciones de una administración que, en realidad, controla al pueblo.

En relación con el hecho de nombrar elementos cercanos al pueblo (o a veces no a su pueblo, pero sí a esa audiencia a la que sabe que llegará, internacional muchas veces), a la cultura pop, podemos mencionar múltiples ejemplos. En su discurso ante la ONU (2006a: 13) menciona a Hitchcock, quien, dice, podría hacer una película del imperialismo y Bush:

- (4) Como vocero del imperialismo vino a dar sus recetas para tratar de mantener el actual esquema de dominación, explotación y saqueo a los pueblos del mundo. Esto estaría bueno para una película de Alfred Hitchcock; incluso propondría un título: *La receta del diablo*.

El político hace bromas, usa palabras coloquiales y cuenta anécdotas personales para conectar con ese pueblo que va a votarle:

- (5) ...estoy trabajando mucho en estos días, pensando, revisando, y preparándome para iniciar la nueva época; yo en verdad, ustedes saben que siempre hablo, a veces “mamo gallo”, a veces echo broma, trato de mantener el buen humor, que es necesario siempre, pero yo hablo muy en serio cuando he dicho que vamos a una nueva época, vamos a una nueva era, yo los invito a todos a llenarnos el espíritu, o a llenarnos con el espíritu de una nueva era, de una nueva época (2006b).
Bueno... Cuando yo iba a Mérida, un fin de semana o en Navidad, me invitaba pa'l bar del “Chino”, a jugar bolas criollas, y allá era puro ñángara lo que había

ahí, puro ñángara [risa]

[...]

Pero tenía muchas esperanzas, todos teníamos... Bueno, yo era el mayor y tenía 23 años, ellos tenían 18, 19, muchachos campesinos, pero eran sargentos y cabos. Bueno, ese fue el primer germen de un instrumento político.

Luego, a los pocos años ya, yo estaba en Maracay, y la situación se comenzó a aclarar un poco más, ya los oficiales, compañeros y amigos ahí en los paracaidistas, en los blindados. ¡Maracay, Maracay! Ya uno estaba un poquito más maduro, allá me casé, allá nació Rosa Virginia, allá uno fue madurando (2006b).

En otra ocasión aprovecha para incluir a Fidel y el Che, símbolos de la revolución, en la narración de una anécdota personal, que solo alarga el discurso:

- (6) Bueno, Fidel ustedes saben que sufrió una enfermedad bastante seria, y él mismo lo dijo, él mismo lo dijo unas semanas después. En verdad fue muy grave lo que le pasó a Fidel, muy grave, yo soy uno de los... Bueno, no, no, no [risa] privilegiado no puede ser, esa palabra... uno de los... No, dichoso tampoco, qué voy a ser dichoso yo de saber esas cosas, ojalá no le hubiera pasado nada a Fidel. Yo recuerdo la última vez que compartimos, fue allá en la casa del Che Guevara, yo iba saliendo de Córdoba, Argentina, después de la Cumbre a la que él asistió, hasta China, entonces él me dijo: “Chávez, tú tienes un día por ahí libre...”. Se puso a ver la agenda mía y a sacar unas cuentas. Y me dijo: “Mira, yo mañana voy a visitar la casa donde creció el Che Guevara. Chávez, acompáñame”. Y en verdad yo tenía un tiempito, no era un día en verdad, era un tiempito, para llegar a China el cambio de horario y descansar un poco a la llegada; ¡ah! y tenía que pasar por Portugal, hablar con el primer ministro Sócrates, un buen amigo nuestro. Entonces me dijo: “Chávez, quiero que me acompañes, te invito a la casa del Che”. En una población cercana a Córdoba, como media hora por carretera. Le dije: “Vamos”. Hicimos algunos ajustes, llamamos a China, llamamos a Portugal, cambios de horario, y nos fuimos juntos, pasamos todo el día, llegamos a la casa donde... Ustedes vieron seguramente algunas imágenes, pero él andaba pues sumamente feliz, parecía un niño. Allá hay una figura del Che niño, sentado en una media pared, allá estaban unos amigos del Che, de la infancia, ahí del pueblito, ya hombres de 70 años y más, bueno, y llegaron a echarnos los cuentos. Y Fidel, en un momento se sentó en la media pared, como un niño ahí, al lado del... Y le puso la mano al Che así, ¿no? a la figura del Che; recorrimos los cuartos, firmamos un libro, bueno había mucha gente allá. Recuerdo que empezó a preguntarle a la señora que atiende el museo, porque es el museo, la señora le dice [risa], le dice: “Mire, esta casa originalmente la construyeron para los gerentes de la empresa ferrocarrilera que vino aquí en 1890 a construir el ferrocarril de Argentina”. Entonces Fidel empieza: “Mire, señora, y cuánto costaría un pasaje entonces desde aquí a Buenos Aires” [risa].

Y la señora no sabía. “Señora, ¿y ese ferrocarril a qué velocidad andaba, desarrollaba?”.

Hasta que yo le digo: “Pero deja la señora quieta, que ella nos quiere explicar dónde dormía el Che. Qué va a saber la señora de cuánto costaba el pasaje en ferrocarril de aquí a Buenos Aires” (2006b).

Son frecuentes los refranes y frases hechas que aluden a canciones, telenovelas...:

- (7) Bueno, nosotros tenemos un amor muy grande: que es más que amor frenesí. Pero como el amor platónico, el socialismo utópico se quedaba en lo contemplativo, no ofrecía soluciones a los problemas hasta que llegó Carlos Marx, Federico Engels y lanzaron el manifiesto comunista y la tesis del socialismo científico, y empezaron a proponer soluciones, la transformación del modelo económico es fundamental si queremos construir un verdadero socialismo (2006b). “Más que amor frenesí” (aparte de una película española de 1996) es el título de una telenovela venezolana del 2001, frase que viene de la popular canción “Frenesí” del mexicano Alberto Domínguez Borrás, que ha tenido múltiples intérpretes a lo largo de los años.

También hay alusiones literarias, a aquellos autores más queridos y conocidos: “Decía Bolívar... el Padre Bolívar... Bolívar todo lleva tu nombre en nuestra morada... grabó Neruda en las rocas de la Historia para siempre... Todo lleva tu nombre Padre”. (2007a).

Y nunca se cansa de hablar del “pueblo”:

- (8) ¡No se caigan a mentira! Esos votos son del pueblo, pues. ¡No nos caigamos a mentiras! Claro, claro, yo... Es decir, miren, eso es como más o menos lo que dice la oposición, que ellos son minoría, pero nosotros también, es un poco jugar de manera ligera con las realidades, con las realidades. Yo agradezco mucho la gran labor de los partidos políticos, pero eso no es así. Que si votaron por el partido nuestro, por el otro. Mentira, el pueblo fue a votar, el pueblo fue a votar. ¡No dividamos al pueblo! (2006b⁹).

Y de enumerar los que lo componen, lo que hay dentro del nosotros:

- (9) Bien, entonces les venía diciendo lo siguiente, Hugo Chávez convoca al país, a sus seguidores, a todos los revolucionarios y revolucionarias; los socialistas, las socialistas; los patriotas, las patriotas, a la juventud venezolana; invito a los obreros y obreras, trabajadores, a las amas de casa, a los profesionales y técnicos, a los empresarios nacionalistas; invito a los indígenas de mi Patria, invito a las juventudes de la Patria, a las mujeres de Venezuela, los invito, las invito, a construir un instrumento político unitario (2006b).

Las promesas son típicas de los políticos, más de los populistas, que quieren agasajar a ese pueblo oprimido al que se dirigen:

- (9) Y vamos a traer esos modelos a los barrios, a las urbanizaciones, vamos a ir creando espacios socialistas, yo estoy pensando mucho en esto, e incluso he pensado en crear un sistema de incentivos especiales para aquellos barrios, aquellos batallones, aquellas parroquias donde el socialismo, nosotros veamos que está de verdad floreciendo, vamos a incentivarlo, yo los incentivo desde el punto de vista moral, material, el apoyo del Gobierno revolucionario, en fin... ¿Qué dijiste? ¿Una computadora? Bueno, el socialismo se construye sin computadoras también, si hay computadora las usamos pero sino se construye sin computadora, claro que ahora nosotros vamos a tener posibilidades en Venezuela, todos, de tener computadoras, en la medida en que nuestra empresa mixta vaya sacando computadoras, ya estamos ensamblando allá en Paraguaná las primeras computadoras, y vamos a venderlas muy barata, lo mismo que teléfonos celulares, muy baratos, para el pueblo, para las comunidades, además de la clase media y la gente que tiene dinero, pero el pueblo tiene igual los mismos derechos, eso es parte del socialismo, parte fundamental del socialismo, socializar la ciencia y la tecnología, la Misión Ciencia, por allá está la ministra Yadira Córdova, por ejemplo, eso es parte del socialismo, socializar, colectiviza (2006b).

2.1. El discurso de clase y raza

Poco después de haber sido liberado tras el fallido golpe de estado (abril 2002), el político, comprometido con la renovación de su proyecto, se embarca en la tarea de viajar por el país para abogar por su causa de ideología socialista-nacionalista. Entra en la presidencia con promesas de eliminar una corrupción de décadas de antigüedad, estableciendo lo que sería su proyecto no solo para su país, sino incluso para el resto de los países latinoamericanos. Deseaba Chávez apoyarse en los ciudadanos adeptos a su visión, y de la misma manera buscaba el apoyo de otros Estados:

Buscaba involucrar a sus vecinos en una nueva interpretación del sueño “Bolivariano” del siglo XIX, la creación de una original e independiente Latinoamérica que uniría sus esfuerzos contra el mundo exterior¹⁰. (Gott 2000: 5, en Stoneman 2009: 7).

La dialéctica divisora de *nosotros* y *los otros* recae dentro del concepto de raza y racismo. Investigadores como Miles y Brown determinan que el hombre es meramente imaginado socialmente, en oposición a ser una realidad biológica (Cannon 2013: 38¹¹) –tal como ocurre en la actualidad con el debate social constante sobre si los géneros son construcción social o si responden a una realidad biológica–. Cannon continúa explicándonos el acto de *racialización*, según propone Taguieff, y plantea que este acto, emprendido por una población, asocia atributos negativos al *Otro* mientras se otorga a sí misma atributos positivos (2013: 38). Chávez, un personaje que se puede denominar *pardo* por su linaje ancestral (mezcla de europeo, africano e indígena), usa este factor a favor de su campaña ideológica dirigida a esos venezolanos de bajos recursos que vieron en él su imagen y una posibilidad de cambio real en sus vidas. El hecho de que el mandatario se denominara *pardo* fue un punto de discusión anecdótico durante y después de su campaña, haciendo referencia también a su

padre como un hombre mixto (indígena y africano), de lo cual estaba orgulloso. Más adelante, cuando hablemos del “otro”, veremos como menciona el color, por ejemplo, en su discurso de 2006 en la Asamblea de la ONU.

Con este discurso, lo que hace Chávez es “estandarizar los signos del poder –el rojo, las camisetas rojas, la raza y sus tonos de piel ‘originarios’, las costumbres más arraigadas de la venezolanidad–” (Römer Pieretti 2014: 61-62). La oposición, ciertamente, propone un discurso contrario a este, precisamente porque dicha oposición está compuesta, sobre todo, por gente acomodada, mayormente europeizada, que “rechazan [...] el ser pobre y de piel morena” (Cannon 2013: 45). El voto a Chávez se considera un voto emotivo o emocional, al contrario que los otros, que se consideran votos razonados. La gente no entiende la *Constituyente*, sino que dan su voto al candidato que ofrezca un nuevo planteamiento.

Sin lugar a duda, ambos grupos –pobre, de color / rico, blanco– buscan su propia validación dentro del contexto político y social. Desde siempre, se ha buscado la negación del otro; la eliminación e invisibilidad del contrario a través de las diversas formas sociales establecidas. De esta manera, según Römer Pieretti:

La identidad venezolana después de la irrupción de Chávez pretende por una parte excluir al que de alguna manera fue dominante en el pasado. Blanco, rico, político, cercano a otras culturas, especialmente aquellas que pertenecen a los hemisferios norte y occidental. Por la otra, destacar la originalidad del pueblo base, del amerindio, de su fusión con el negro oprimido. Porque, las formas del poder que proporcionaban esa identidad al blanco provenían de que “no sólo se trataba de reverenciar adecuadamente [...] sino de destacar las diferentes artes que se poseían. Eran modos de hacerse buen ciudadano” (Römer Pieretti 2013: 241, en Römer Pieretti, 2014: 62¹²).

El desarrollo de una identidad cultural colectivista a partir de la diferenciación de raza y clase (chavismo y oposición) fue determinante para el éxito que logró conseguir el presidente. El uso de los factores sociales de clase y raza en el discurso no es solo típico de la política latinoamericana, ni el único factor explotado por esta durante y después de cualquier campaña política¹³.

2.2. Chávez y la manipulación social

En esta sección, abordaremos brevemente cómo se manipula la opinión pública desde un ángulo emocional, teniendo en cuenta la perspectiva del padre de las relaciones públicas, y sobrino del célebre psicoanalista Sigmund Freud: Edward Bernays (1928).

Durante las primeras décadas del siglo XX, se catapultó el desarrollo de la disciplina de la manipulación de la opinión pública, principalmente en países como los Estados Unidos con su *War Department* (que más tarde se llamaría el *Council on Foreign Relations*) y en el Reino Unido a través del Instituto Tavistock. Las técnicas de ciencia social que se han desarrollado para contrarrestar problemas y asuntos contemporáneos son hoy en día herramientas dentro del arsenal de cualquier político, incluso si este no es del todo consciente de que forman parte

de su discurso. Nos explica Bernays que “la manipulación consciente e inteligente de los hábitos organizados y opiniones de las masas es un importante elemento en una sociedad democrática¹⁴” (1928: 9). El presidente Chávez es un portavoz de ideas que, en realidad, no se originaron dentro del ambiente con el que sus más fervientes seguidores se pudieran relacionar. De entre los intelectuales influyentes en el mandatario figuran nombres como Noam Chomsky¹⁵ (a través de sus libros contra la política del gobierno de los Estados Unidos) y Alan Woods (escritor y político, dirigente galés de la Corriente Marxista Internacional; ha escrito, entre otros, *The Venezuelan Revolution: a Marxist perspective*, 2005, y defiende que la revolución bolivariana es el germen de la revolución mundial). La organización del caos político se explica como el consenso de la ciudadanía, en el que los mecanismos de los partidos políticos proveen o reducen las opciones de candidatura a menos de cuatro elementos por elección. Esto se genera dada la cantidad de candidatos que se posibilitan para la elección en un puesto político. Los votantes, como explica Bernays, se darían cuenta de que su voto, sin una organización o una meta fija, solo causaría el caos, dado el gran número de candidaturas posibles (1928: 10). El tipo de sistema político existente se explica de tal manera que parezca beneficioso para la sociedad, ya que sería casi imposible, en la práctica, que el ciudadano pudiera hacer una investigación sobre sus opciones disponibles y, así, llegar a su propia decisión. Por esta razón, “consecuentemente hay un esfuerzo vasto y continuo para capturar nuestras mentes en el interés de alguna política o bien de consumo o idea¹⁶” (Bernays 1928: 11).

3. Estrategias de Chávez para ser la voz de un pueblo “elegido”

3.1. El político como parte del pueblo

T. Zheng (2000) estudia las técnicas que sirven para lograr la mayor cantidad de seguidores (*targeting strategies*), y ejemplifica varias estrategias usadas por los políticos para elegir a grupos o individuos como parte de su lucha. Esta manera de atraer la atención del público incluye la apropiación de símbolos de la nación, entre otras cosas. En el caso que estudiamos, en el periodo desde 2005 hasta 2007, Venezuela vio la introducción del concepto creado por Chávez de “socialismo del siglo XXI”. Para hacerse un presidente socialista y una figura en la que el público pudiera confiar, Chávez incluye en sus discursos metáforas que se relacionan con la familia¹⁷, lo cual crea una imagen colectiva de la nación. Aponte Moreno (2008) incluye más ejemplos en su investigación sobre técnicas inclusivas en la retórica de Chávez. En el periodo entre 2002 y 2004 Venezuela tuvo una escena política dividida entre dos partidos: los que se opusieron a la nueva democracia o los que apoyaron el nuevo plan para la nación. Aponte Moreno explica que en este discurso la oposición se definió primero solo como oponentes venezolanos, pero después también como aliados del imperialismo norteamericano (p. 131). La declaración de que los estadounidenses, imperialistas, son enemigos de Venezuela genera un estigma en los partidos neoliberales y también motiva al electorado a apoyar a Chávez. En vez de atraer la atención hacia su propio partido, el presidente venezolano polariza el ambiente político para que apoyen a su partido sin que él necesite explicar las metas de este.

Según Zheng (2000):

[...] los políticos intentan convencer a su audiencia de que tanto ellos como sus ideas son “de la gente”. La función principal de esta técnica inclusiva o “de la gente sencilla” es asimilar al hablante a un grupo o grupos, y ganar así el apoyo de los miembros de dichos grupos¹⁸.

Es esta una técnica muy frecuente en los discursos políticos; el orador se dirige a un grupo con el que tiene algo en común, por ejemplo, la raza o la religión, y se usan los miedos y odios, prejuicios e inclinaciones, convicciones e ideales comunes al grupo. Los políticos tratan de convencer a la audiencia de que ellos y sus ideas son “de la gente”. Elevan la historia del grupo, sus tradiciones y contribuciones a la creación de la nación para lograr el apoyo a sus ideas. Se glorifica la historia del grupo, lo que puede darse tanto incluyendo a un número grande de personas o interesándose solo por un grupo y excluyendo a otros. En la actualidad tenemos que, puesto que las democracias se basan en la opinión mayoritaria, aquellos que dicen representar el deseo de la mayoría incrementan la probabilidad de ganar el apoyo público.

Esta técnica *plain folks* apela a la gente del pueblo, presentando a los políticos como ciudadanos normales. Por ejemplo, en los discursos de 2005 hasta 2007, Aponte Moreno (2008: 185) observa un ejemplo de esta táctica cuando Chávez dice:

- (10) [...] vamos hasta las comunidades indígenas para ayudarlos, más bien vamos a pedirle[s] ayuda a ellos para que cooperen con nosotros en la construcción del proyecto socialista originario.

El dictador menciona al pueblo indígena como parte de su proyecto socialista. En su intención de incluir a estos grupos, Chávez crea una imagen de sí mismo como un hombre del pueblo que ayudará a este durante su presidencia.

Chávez a menudo da una imagen de sí mismo como un hombre de a pie, humilde, como en estos ejemplos (2006b):

- (11) [...] se me ocurrió irme a votar manejando el rojo rojito, un wolvagen de los más viejos pero muy bueno está ese wolvagen [...] yo iba con mis tres hijos mayores y mis dos nietos [...].
Bueno yo me vaya o no me vaya pues, me vaya o no me vaya yo no voy a tener casa, ni vehículo propio, ni terreno, ni nada de eso, ese wolvagito se lo regalé entonces a mi hija María [...]

Siempre insiste en la importancia de los que le apoyan en el proyecto socialista y democrático:

- (12) [...] no votaron por Chávez [,] votaron por el proyecto socialista que Chávez viene pregonando desde hace varios años (2006b).

- (13) El socialismo no está reñido como algunos creen o pudieran creerlo, o en otras épocas se planteó para otras realidades y otras circunstancias con la democracia. No, no. Se planteó en una época el planteamiento marxista, o uno de los planteamientos de Carlos Marx es precisamente el de la dictadura del proletariado, eso no es viable para Venezuela en esta época, no, democracia, democracia popular, democracia participativa, democracia protagónica (2006b).

Como parte del discurso de separación entre pueblo y entidades políticas, “la posesión de medios de comunicación permite la creación de una plataforma de identidad” (Römer Pieretti 2014: 61¹⁹). Chávez planea esto con cuidado, desde el comienzo de su presidencia, con esa forma de hablar “campechana”, como veremos en 3.2, y, de este modo, como explica Peña Angulo, “el discurso común de la política llega hasta los receptores por medio de expresiones coloquiales dentro del contexto cultural venezolano” (2012: 15), como ya hemos visto también el apartado 2.

Se trata de aplicar el dispositivo de *transferencia*, es decir, transferir los buenos (o malos) sentimientos y emociones de una cosa a otra. Por ejemplo, proyectar una imagen de una persona u objeto en otra para provocar emociones positivas o negativas (visualmente, podría ser tener la bandera detrás; la imagen de Bolívar, estudiada en el trabajo de Aponte Moreno de 2008; o la del Che, para crear la emoción positiva). También, incluir en el discurso a personajes que gustan a la gente (actores, cantantes, revolucionarios...), que provocan confianza y credibilidad. Básicamente, esta estrategia se usó para representar al nuevo líder venezolano como una opción de cambio democrático para su país.

Chávez siempre se asegura de mencionar a personajes como Fidel, símbolos de la revolución y el socialismo: “gracias Fidel, cuantas cosas tenemos que agradecer a Fidel, how are you Fidel, how are you”, “Fidel Castro nunca va a morir”, “Fidel Castro es la historia ambulante” (2006b). Sigue con la imagen de Fidel, querida para sus adeptos, e incluyendo comentarios personales, propios del líder populista, y críticas al otro (Bush, en este caso):

- (14) En fin, estábamos allí y Fidel bueno llamó una vez y después yo lo llamé, por cierto que yo tengo unos loros que mi mamá me mandó y esos loros hablan más que Chávez, será que me oyen desde lejos, además esos loros llegaron hace como tres meses de por allá del monte y no hablaban nada, no hablaban nada, claro eran unos loros como sería vegueros, aquí llegaron y con tanto alboroto que hay en Caracas y cohetes esos loros hablan pero como locos, entonces cuando Fidel me está hablando yo me acerco voy caminando por allá y paso cerca de los loros y arman aquel alboroto esos loros y Fidel oye pues y me dice: Mira y que alboroto es ese, quién está hablando ahí tanto, no chico dos loros que tengo yo aquí y ¿qué es lo que dicen? Bueno dicen de todo: Uh ah, Chávez no se va, dicen de todo. Entonces Fidel me dice: mira, pero esos loros parecen que hablan más que los vecinos del norte, los gringos, que hablan y dice[n] cosas, a partir de ese momento hasta que me vine para acá los loros enmudecieron [risas] no hablaron más parece que oyeron a Fidel que

los comparó con Bush y se han sentido tan ofendidos que dijeron: no hablamos más pues. Fidel eres culpable de la mudez repentina de mis loros, será que se quedaron traumatizados, pero no hablaron más (2006b).

Son varios los personajes que cita, héroes y pensadores de Latinoamérica, sobre todo, que dan legitimidad a su discurso:

- (15) Bolívar [,] un pensador pre-socialista [,] cuando Bolívar dice que el fundamento de nuestro sistema debe ser la igualdad establecida y practicada, Simón Rodríguez un pensador socialista. Miren [,] Abreu e Lima [,] el primer libro de socialismo que se escribió en América antes española, bueno esta fue antes portuguesa en nuestra América pues, lo escribió precisamente uno de los más grandes amigos y compañero de Bolívar, que lo acompañó hasta Santa Marta, lo lloró, el general brasileño José Ignacio Abreu e Lima, por eso nos hemos dedicado en Brasil a ayudar a rescatar la memoria histórica y aquí en Venezuela.

Abreu e [L]ima murió muchos años después que Bolívar y escribió este libro que se llama “El Socialismo”. Mariátegui el gran pensador peruano quien planteaba y ahora yo lo estoy recogiendo a Mariátegui, él hablaba de que nuestro socialismo debe ser un hecho o una construcción, oigan bien esto de José Carlos Mariátegui un gran socialista peruano nuestro americano de comienzos del siglo XX, nuestro socialismo debe ser construcción heroica y una de las raíces fundamentales de nuestro proyecto socialista, decía Mariátegui[,] yo lo repito hoy y no porque él lo haya dicho es que estoy convencido de tanto verlo en la realidad y hoy entregando estos premios, cuando le[s] entrego estos premios a los hermanos aborígenes de allá del Capanaparo, de Tronador, de Barranco Yopal, de por allá del Delta Amacuro donde sacamos casi 100 por ciento ó 100 por ciento de los votos, con más razón lo creo, ellos son portadores de la semilla socialista de nuestra tierra, de nuestra nación, de nuestra América (2006b).

El uso de transferencia también permite señalar al pueblo como un sector responsable del desarrollo del país. En su investigación, Aponte Moreno incluye palabras de Chávez en el programa *Aló Presidente*. En el año 2005, el dictador dijo al público: “Ahora el Estado, a través la nueva PDVSA, confía en ellos, que son el pueblo –el pueblo es todo el país, pues la nación, ¡menos mal que tenemos un pueblo que es sabio!” (Aponte Moreno 2008: 174). Con su inclusión del pueblo como determinante en el proceso político, el presidente evita tener que explicar las acciones de su propia administración. En una cita del mismo discurso, el revolucionario venezolano sigue apoyando al pueblo: “con grandeza del pueblo digno de Simón Bolívar... el país todo lo sabe antes, para que nadie venga a acusarme a mí de que sorprendí al país con una propuesta debajo de la manga” (p. 174). En esta cita Chávez usa la técnica de transferencia y se presenta como un líder honesto. Además, el presidente está creándose una imagen de líder fiel con la inclusión del héroe, Simón Bolívar, y del pueblo como sabio, lo que hace en otras ocasiones:

- (16) Han salido por ahí algunos, y entonces yo creo que [lo que] contribuyen es a confundir al pueblo, se confunde el pueblo, pues, el pueblo es sabio, pero los sabios también se confunden, si usted les da la vuelta así como cuando uno iba a tumbar la piñata y lo marean, lo marean, lo marean, puede ser muy sabio pero termina mareado, entonces el pueblo de repente ve, oye, Chávez dijo reforma, por allá aquellos dicen, no, enmienda, allá dicen, no Constituyente, allá dicen, no... Es reforma lo que hay que hacer (2006b).

En resumen, el dictador expresa su preocupación superficial por el país, mientras asegura una posición de poder.

También menciona a grandes representantes del socialismo, como a Trotski o Marx, en su discurso de toma de posesión (2007a; hemos corregido los errores gráficos y puntuación):

- (17) Trotski dijo: la revolución es permanente. Nunca termina. Es Trotski el que tiene la razón.
[...]
Bolívar ataca a las élites. Siempre convoca al pueblo. Bolívar antes de Marx. Bolívar señala, conceptúa y coloca al pueblo en el centro de los activadores de los procesos históricos. No son los particulares, es la masa.

Se trata de nombrar a grandes personajes, incluso a Pancho Villa: “¿Cómo quedó la banda a la izquierda? Pensaba ponerme como Pancho Villa... De repente me pongo un día las dos” (2007a). O personajes queridos por sus partidarios (aparecen Menem y Fujimori en este discurso, líderes que hicieron resurgir el populismo, según E. M. Cuñarro Conde y L. D. Cuñarro Conde 2017: 47).

Sobre todo, Chávez se asegura de tener siempre a Bolívar. Aponte Moreno cita al dictador Antonio Guzmán Blanco (considerado como precursor de la institucionalización del culto a Bolívar, aunque sus ideas no tenían que ver con las de Bolívar, pues era un positivista, fundador del partido liberal, que quiso crear una iglesia nacional independiente del Vaticano, algo a lo que Bolívar se oponía), quien dijo:

- (18) Bolívar, como Jesucristo, no es un héroe de la fantástica epopeya. Bolívar es el libertador del Continente, el Creador de las Repúblicas Americanas, el Padre de los ciudadanos libres. Nació para eso; para eso lo dotó Dios de todos los talentos, de valor, de audacia y perseverancia incomparables en toda la redondez de la tierra, como en el pasado, en el presente y en el porvenir. (Carrera Damas 1969: 195-196²⁰, en Aponte Moreno 2008: 82).

Bolívar revolucionario, líder democrático, católico (representado y exaltado de diferentes formas según el momento político); pero siempre símbolo, mito, ha contribuido al éxito de varias figuras políticas, entre ellas la de Chávez. Las mismas declaraciones de Guzmán sobre Bolívar aparecen en el diálogo de Chávez sobre su país. Por ejemplo, en el programa *Aló Presidente* del 13 de junio de 2013, en su discurso sobre la *Misión Robinson* (uno de los

programas de emergencia social que su gobierno introdujo desde el 2002), el dictador trató de promover su plan para el socialismo al declarar:

[C]omenzó el Plan Robinson, la Misión Robinson, precisamente con la consigna bolivariana “un pueblo ignorante es instrumento ciego de su propia destrucción,” y si le damos la vuelta a la moneda debemos decir: “un pueblo sabio es instrumento inexorable de su propia liberación, de su propia felicidad, de la construcción de su propio ser, por ahora y para siempre” (Aponte Moreno 2008: 135-136).

Su estrategia es presentar a Venezuela con socialismo como algo que ayudará a la situación económica, en un plan que estaría dirigido por el pueblo. Es fácil declarar algo al público y no seguir con el proceso de reforma, resultando en una falacia lógica.

A través de diversos discursos del presidente venezolano, podemos encontrar una variedad de ejemplos en los que proclama estar sujeto a la voluntad del pueblo marginado de Venezuela. Poco después de conseguir el poder de la presidencia (26-10-1999), el mandatario visita París para pronunciar un discurso ante la 30.^a reunión de la Conferencia General de la UNESCO y en esta proclama:

- (19) [...] soy apenas un portador de millones de voces y de corazones que palpitan y que se están atreviendo y creo que ese atreverse en Venezuela está contribuyendo de alguna pequeña manera a la búsqueda común de esa paz que anhelamos todos, pero la paz verdadera, no la paz de los cementerios ni la paz de la mordaza, ni la paz de los esclavos encadenados, ni la paz de Los Miserables de Víctor Hugo. No, la Paz Verdadera, la paz, la vida, la educación, la cultura, la felicidad de todos. Decía Bolívar también “que haya felicidad entre nosotros”. Creo que estamos bastante lejos de ello, pero como dijo aquel rey a las puertas de París “París bien vale una misa”. El ser humano bien vale mil misas y mil luchas y mil caminos (1999b).

Esta identidad política que comienza a crear él mismo, poco a poco, a partir del momento de toma de poder, estuvo amparada por los medios de comunicación que tuvo a su disposición, no solo los venezolanos, sino también las conferencias, como la ya mencionada, y cumbres entre líderes de los principales países del mundo²¹. De esta forma, llevaba el ideal populista y la doctrina bolivariana a los ciudadanos deseosos de un cambio social. En el mencionado discurso, proclama el deseo de sus ciudadanos, victimizados por lo que llamó una “violencia estructural incrustada en modelos políticos desde hace siglos”, causada por los estratos del poder de su país. Continúa y se respalda en lo que puede ser el deseo de cualquier pueblo marginado por los poderes políticos opresivos (incluso de los llamados países libres y desarrollados), que padecen esa violencia de la que nacen “el hambre, las enfermedades, la desigualdad”. Y sigue (1999b):

- (20) Es de allí de donde nacen, de esos modelos políticos, de esos modelos económicos, entre ellos el que está de moda en el mundo ahora: el neoliberalismo salvaje, bien lo llama así el Papa Su Santidad Juan Pablo II y

hay que llamarlo salvaje porque lo[s] es, es Charles Darwin aplicándonos a algunos de nosotros su teoría: “Sálvese qui[e]n pueda”. Sálvese el más fuerte, pero el más fuerte siempre sobrevive sobre las cenizas de los más débiles.

Desde su campaña del 98, el pueblo venezolano se identificó con Chávez, un militar que proponía saciar la sed de igualdad de aquellos menos favorecidos; su discurso ofrecía la reivindicación de la ciudadanía bolivariana. Pero, como el principio de no contradicción nos indica, una proposición y su negación no pueden ser ambas verdaderas al mismo tiempo y en el mismo sentido. Durante su toma de posesión juró revitalizar una constitución agonizante.

El juramento, contrario a lo esperado, divide a la opinión pública. Considerar moribunda a la Constitución Nacional de 1961 daba pie a comprender que la Asamblea Constituyente establecería las nuevas bases del Estado venezolano, un rediseño de los poderes públicos, el instrumento institucional acorde con las necesidades de las promesas electorales de Chávez. Otros, por el contrario, consideraron que la nueva constitución sería instrumento de opresión, de persecución y mecanismo para el desbaratamiento institucional (que vendría después). Diversas voces se alzaron desde la academia, desde el mundo industrial (Römer Pieretti 2014: 59).

Veremos ejemplos de los cambios que quiere hacer en la Constitución, lo que ya es sugerido desde antes, por ejemplo, en su discurso sobre el partido único (2006b):

- (21) Nuestra Constitución que hoy llega a su séptimo aniversario, desde mi punto de vista, lo vengo diciendo hace ya como dos años, requiere algunos cambios. Entonces por ahí he leído también, y yo respeto todas las opiniones, pero doy la mía por supuesto, pero en base a lo que yo dije de que voy a nombrar una comisión, y estoy estructurándola y lo anunciaré cuando la tenga estructurada, una comisión presidencial para ir elaborando las propuestas de reforma, yo o dije Asamblea Constituyente. Me parece de un absoluto sin sentido en este momento estar planteándonos Asamblea Constituyente. No, esta Constitución es una de las más avanzadas del mundo, habrá que hacer algunos cambios para transitar esta nueva etapa, esta nueva era...

La reforma, hay tres maneras de hacer cambios en esta Constitución, uno: la enmienda, que son pequeños cambios, de repente una palabra, pequeños cambios superficiales que no toca para nada el fondo, el contenido, la reforma es más profunda que una enmienda, la reforma es un procedimiento para hacer cambios parciales, siempre que no se toquen los principios fundamentales, y los principios fundamentales la misma Constitución lo señala, en el preámbulo están ¿verdad? Aquí están: ta, ta, ta, ta, una sociedad democrática participativa y protagónica, multiétnica y pluricultural... Eso no, por qué vamos a estar cambiando eso, eso es una maravilla, no, una constituyente en este momento... Además, para los que andan planteándola de nuestra fila, yo les pido que retiren eso, que no tiene sentido desde mi punto de vista, una Constituyente eran lo que había que convocar en el 98 para crear las bases de una nueva República. Ahora lo que tenemos que hacer es construir como está aquí

señalado esa nueva República, hacer que se cumpla de verdad esta Constitución. Con los cambios que digo, insisto, hay que hacerlo. Bueno, aquí están los principios fundamentales señalados ¿ves? Y la reforma es el procedimiento para hacer cambios, cambios importantes a la Constitución, y la Constituyente es para hacer una nueva Constitución, ¿se dan cuenta? No, eso más bien llenaría al país de incertidumbre política otra vez, si eso es lo que ha estado pidiendo gente de la oposición, ¿para qué? Para tratar de embochinar el país otra vez. Que más adelante como producto de la evolución de la situación del país, pudiera justificarse una Constituyente para hacer otra Constitución, bueno, eso sería más adelante, pero si apenas tiene 7 años y vaya que hemos avanzado con ella. La Constitución del 61 era una Constitución ilegítima de origen, y además la echaron a la tumba tan pronto nació, nació torcida, y después de 40 años cuánto nos costó para llegar al proceso constituyente y a la Asamblea Constituyente de 1999.

A pesar de la resistencia de la oposición, Chávez, ya presidente, continuó en lo que se observa como una campaña política interminable, tomando el poder como la voz del marginado, la voz del sediento de justicia; todo mientras se otorgaba a sí mismo una autoridad moral para ejecutar su proyecto bolivariano revolucionario en nombre de principios universales.

3.2. Uso de elementos discursivos para apoyar su mensaje y acercarse al pueblo: testimonios, discursos históricos...

Nos referimos aquí al esfuerzo que algunos políticos hacen por acercarse al pueblo a través de la inclusión de bromas, refranes y ciertas expresiones y exclamaciones habituales en la lengua coloquial; también, el incluir testimonios o supuestas citas del discurso de otros políticos o personajes venerados por el pueblo. Son también recursos de amplificación del contenido discursivo. En muchas ocasiones, el autor cambia el refrán, la sentencia, adaptándolo a la situación concreta a la que se refiere. Estos recursos tienen diferentes intenciones: dar fuerza ilocucionaria al mensaje o evitar responsabilidades (citando discursos históricos, religiosos), acercarse al pueblo... Hemos mencionado ya algunos ejemplos al tratar el populismo.

Dentro de este grupo de estrategias encontramos el uso del *testimonio*, por el que el político cita los logros de su partido. Es aún más frecuente que hable de los no-logros de otros partidos, a los que Chávez critica en su discurso mientras promete progreso a sus ya partidarios y a los nuevos votantes. En un programa de *Aló Presidente* grabado en 2003, donde se quieren resaltar los avances de la revolución seis meses después de que acabara la huelga que paralizó a la industria petrolera venezolana, Chávez entrevista al presidente de la compañía PDVSA llamado Ali Rodríguez Araque y muestra un vídeo sobre la industria del petróleo que termina:

Estos logros demuestran la capacidad e inquebrantable voluntad del gobierno bolivariano para defender nuestra industria petrolera y ponerla al servicio de su auténtico dueño, el pueblo, en ratificación de soberanía nacional generando riqueza y

bienestar para todos los venezolanos. Ahora sí es, Petróleos de Venezuela, un valor soberano (en Aponte Moreno 2008: 135).

Parte del testimonio propuesto para su país se concentra en aliviar a las empresas latinoamericanas de la opresión norteamericana. Cuando Araque menciona al gobierno como algo que le ayudó a recuperar el control frente a los inversionistas extranjeros; esto apoya el testimonio del presidente de que quiere dar el poder al pueblo venezolano. Chávez prometió a la gente de su país que lucharía por cambiar el sistema económico global para dar voz a los que querían una industria centralizada.

Un método utilizado también frecuentemente por el venezolano es el uso de *discursos históricos* en un contexto moderno, adaptándolos a sus fines. Se evitan así responsabilidades y se realza la fuerza ilocucionaria del discurso. Pueden usar palabras duras, pero que han sido dichas por otros y se hacen así más aceptables para el público. O se apropian de algo dicho por otros, y que gusta al pueblo, para incrementar la adhesión de este.

Ya hemos indicado que Chávez incluye muchas a veces a Bolívar y otros pensadores revolucionarios en sus discursos. Presidentes que precedieron a Chávez, como Juan Vicente González y Guzmán Blanco, ayudaron a proyectar una imagen de Bolívar como una figura histórica incomparable, a la altura de Jesús, en un intento típico del político de unir heroicidades y religión.

Lo mismo hace Chávez, quien en su discurso de 2006 usó palabras del creador de las repúblicas americanas para favorecer su nueva imagen socialista del país; también recuerda a otros héroes como Sucre y Manuela Sáenz²²:

(22) Pero quería traer la palabra del Bolívar, del sabio Bolívar. Hace poco estábamos recordando el 9 de diciembre un aniversario más de la gran Batalla de Ayacucho que comandó Sucre, esos dos hombres, Bolívar y Sucre son como almas benditas que andan con nosotros por ahí, estoy seguro, no almas en pena, no, almas benditas que nos acompañan y nos acompañarán siempre porque ambos murieron como Cristo, crucificados, traicionados, y después los dejaron, como ya les dije, sin tumba durante mucho tiempo, como a Manuela Sáenz, igual, la dejaron sin tumba y hasta hoy no han aparecido los restos de doña Manuela Sáenz, la coronela libertadora y revolucionaria, heroína y mártir de nuestra América... [...]

Ha sido en verdad una gran victoria, claro, ustedes saben que como señala El Oráculo del guerrero²³, ¿lo recuerdan? El Oráculo del guerrero dice muy bien: “Guerreros combatiente, tú cuando obtengas una victoria no envaines la espada, ¿para qué? Si mañana vendrá otra batalla.” Igual digo yo, el camino que viene estará lleno de batalla, pero igual, a cada batalla obtendremos el trofeo de la victoria.

[...]

Así que vengan las batallas que tengan que venir, las enfrentaremos, las libraremos con altura, con grandeza del pueblo digno de Simón Bolívar, y

ofrendaremos a la Patria nuestras victorias, ofrendaremos a nuestros hijos, a los hijos de nuestros hijos, a las futuras generaciones la victoria, el camino de la victoria (Chávez 2006a).

El uso de discursos históricos refuerza el propósito del partido bolivariano como una continuación de la revolución por la independencia. Chávez recrea hechos históricos en la mente del electorado para aprovecharse de la simpatía por el gran liberador en un contexto moderno. Otra razón para usar episodios históricos en los discursos es para conectar con el conocimiento del pueblo y también representa a los oponentes como aquellos que rechazan una revolución sociopolítica e histórica. El consejo de combatir a los oponentes de su administración con ideas y no armas es una idea revolucionaria tomada de pensadores como José Martí (también el Subcomandante Marcos tiene un libro titulado *Nuestra arma es nuestra palabra*, 2002, y habla de la cuarta guerra mundial que será la guerra de tinta). Según Chávez:

- (23) Por ello nos viene la idea de la necesidad de profundizar las ideas de Bolívar. Cada uno de nosotros debería dedicarle... dos horas diarias dedicadas al estudio. [...] Creo que es obligación de nosotros, los que tenemos más responsabilidades. Los líderes [...]. Estudiar... estudiar. Es de José Martí la frase: Ser cultos para ser libres dice Martí. Bolívar: Por la ignorancia nos han dominado, más que por la fuerza (2007a).

El presidente se aprovecha también en sus declaraciones de las *falacias lógicas* o técnica de la extrapolación injustificada, por la que el emisor hace espectaculares predicciones acerca del futuro, basadas solo en unos pocos hechos.

Chávez habla mucho del futuro, como es habitual en los políticos, prometiendo uno mejor, a veces apoyándose en Bolívar. En un discurso como el de la reforma constitucional (2007b), Chávez menciona tres veces la palabra futuro. 4 veces durante su toma de posesión (2007a), en el que habla del fin de “un periodo de transición”, “el advenimiento de una Nueva Época”, el comienzo de “la Nueva Era [...] la construcción del proyecto Simón Bolívar”. Es “el fin de una época” que supone “salir del Coloniaje de 300 años”. En realidad, está preparando su reforma de la constitución (que veremos en 2007b), porque ya indica: “Aquí el uso de la filosofía de Bolívar: ¿acaso las leyes no deben adecuarse a la naturaleza de los tiempos? (2007a).

Ante la ONU declara:

- (24) Más allá de todo esto señora Presidenta, creo que hay razones para que seamos optimistas. Irrenunciablemente optimistas, diría un poeta, porque más allá de las amenazas, de las bombas, de las guerras, de las agresiones, de la guerra preventiva, de la destrucción de pueblos enteros uno puede apreciar que se está levantando una nueva era, como canta Silvio Rodríguez, “la era está pariendo un corazón”. Se levantan corrientes alternativas, pensamientos alternativos, juventudes con pensamiento distinto. Se demostró ya en apenas

una década que era totalmente falsa la tesis del Fin de la Historia, totalmente falsa la instauración del Imperio Americano, de la paz americana, la instauración del modelo capitalista, neoliberal que lo que genera es miseria y pobreza. Es totalmente falsa la tesis, se vino abajo, ahora hay que definir el futuro del mundo. Hay un amanecer en el Planeta y se ve por toda[s] partes, por América Latina, por Asia, por [Á]frica, por Europa, por Oceanía, quiero resaltar esa visión de optimismo para que fortalezcamos nuestra conciencia y nuestra voluntad de batalla por salvar al mundo y construir un mundo nuevo, un mundo mejor (2006a).

En su toma de posesión (2007a, hemos corregido las múltiples faltas ortográficas y eliminado textos en mayúsculas):

- (25) Por eso recordaba a Bolívar “¡Yo espero mucho del tiempo... En su inmenso vientre hay muchas más esperanzas que sucesos... Y los acontecimientos futuros han de ser muy superiores a los pretéritos!”
¡Ocho años despues...ratifico el Juramento!
Ahora sobre nuestra maravillosa Constitución Bolivariana de Venezuela. ¡Y AHORA lanzándonos hacia el futuro... construir la vía venezolana al Socialismo!
[...]
Al final Bolívar: Volando por entre las próximas edades... mi imaginación se fija en los siglos futuros... y observando desde allá... con admiración y pasmo... la prosperidad... el esplendor... la vida que ha recibido esta vasta región... me siento arrebatado y me parece que ya la veo en el corazón del universo... extendiéndose sobre sus dilatadas costas... entre esos océanos que la naturaleza había separado... y que nuestra patria reúne con prolongados y anchurosos canales. Ya la veo servir de lazo, de centro, de emporio a la familia humana... Ya la veo enviando a todos los recintos de la Tierra los tesoros que abrigan sus montañas de oro y plata; ya la veo distribuyendo todas sus divinas plantas, la salud y la vida a los hombres dolientes del antiguo universo; y la veo comunicando sus preciosos secretos a los sabios que ignoran cuán superior es la suma de las luces a la suma de las riquezas que le ha prodigado la naturaleza. Ya la veo sentada sobre el trono de la libertad empuñando el cetro de la justicia; coronada por la gloria, mostrar al mundo antiguo la majestad del mundo moderno. (No está claro en este caso si está citando un discurso de Bolívar o rehaciéndolo).

Durante su discurso sobre la reforma constitucional (2007b) también habla de las amenazas al futuro de Venezuela, y de lo que será importante para ella, por ejemplo, el mar:

- (26) Está pensada esta reforma, esta propuesta de reforma, en función de dejar atrás definitivamente los vicios, las desviaciones, las corruptelas y todos esos mecanismos de corrupción que se regaron por todas partes y que constituyen

un verdadero cáncer para la República, para la sociedad, para el Estado, para el presente y para el futuro.

[...]

Todo eso es Venezuela, sólo que hay grados distintos de soberanía, el mar territorial. Ahí no puede pisar nadie sin permiso de otros países, por supuesto. Venezuela, pues, con soberanía plena. En las otras 12 millas Venezuela tiene derechos de custodia, de vigilancia y de explotación de recursos. Esto es muy importante para el futuro de Venezuela.

En cuanto al futuro y las predicciones, lo fundamental: “vamos hacia el socialismo, ese es el camino de la salvación de la especie humana” (2006b).

Usa Chávez también *temas religiosos* para reclutar seguidores políticos. Aponte Moreno explica que Chávez incluía metáforas religiosas en su propaganda, en concreto personificaciones, como cuando dice que “Venezuela está resucitando” (2008: 111²⁴). El asunto de incorporar la identidad del país en una metáfora de resucitación es algo prestado de la religión, lo que en un país tan católico como Venezuela no puede sino ayudar al político.

En vez de dar una solución que provenga del sistema gubernamental, el líder religioso pide el apoyo de dios:

- (27) Con el favor de Dios, como en las ocasiones anteriores, saldremos victoriosos, saldremos adelante. Tengo plena fe en ello, y bueno como hace tiempo estoy aferrado [besa a Cristo] a Cristo, el Cristo... Uno siempre ha vivido de milagro en milagro, siempre he dicho yo. Llegamos al 4 de febrero como de milagro (Chávez 2012).

El presidente se muestra ligado a la religión desde niño, y Cristo es para él símbolo de la revolución:

- (28) Cuando fui monaguillo... ¡Lástima que no fui cura! En la próxima vida... si creemos en la resurrección de los muertos y vuelve uno a la vida... a lo mejor sigo el consejo de mi madre. Ella quería que you fuera cura... [...] Y Cristo es la imagen suprema del Revolucionario... del que da la vida por amor a los demás. El que va a la Cruz por los más humildes... por los más pobres... por los más desamparados. [...] A Cristo... como símbolo revolucionario dedico siempre mis palabras (2007a).

El acto de elegir a Dios como el líder verdadero ganará seguro el apoyo del pueblo, ya que

[...] la palabra de Dios va a estar asociada con la magnanimidad del ser, con su poder omnipotente y omnipresente pues históricamente ha sido una referencia victoriosa y de fácil aprehensión por parte de los individuos de una sociedad determinada (Peña Angulo 2012: 13).

Una observación importante sobre el aspecto religioso del discurso político de Chávez la

hace esta autora, J. A. Peña Angulo, quien señala algo determinante sobre el uso de Dios y las citas bíblicas. La autora indica:

Observamos cómo la vinculación simbólica *Dios-Héroe-Revolución Bolivariana* será objeto de tendencias discursivas variables, las cuales buscarán atribuirle al concepto de pueblo, el heroísmo supremo bajo la ayuda y el permiso de Dios y bajo la figura carismática del líder: Hugo Chávez Frías, quien salvará al país de la tragedia política-social, en [la] cual estaba sumergido (p. 14).

En otra cita, el líder apoya la idea de que Venezuela tiene su propia forma de democracia que valora la moral. Esta cita del mismo discurso de diciembre del 2006 revela la intención del presidente de apoyar lo ético del socialismo:

- (29) Presidente Chávez Necesitamos para esta nueva era la conformación del partido socialista de Venezuela unido, unido, así lo propongo y que todas estas corrientes de la izquierda venezolana bueno vengan y desde abajo, por eso el censo de cada escuadra, de cada pelotón, de cada batallón, ustedes saben que desde el comienzo debemos ser en esto muy estrictos en cuanto al tema moral, el tema ético y depende de ustedes porque ustedes son los que conocen allá a la gente en las comunidades, aquí no puede haber ningún ladrón, ningún corrupto.

Asistente [aplausos].

Presidente Chávez No puede haber irresponsables, borrachos, los chicos malos pues ¿cómo es que se llaman los chicos malos aquellos que andan con un antifaz? Los chicos malos y son ustedes el poder moral del pueblo, en ese registro que ustedes van hacer con mucho criterio, ética y respeto entonces vayan haciendo ese levantamiento, así se los pido, yo voy a pedirle a un grupo de compañeros seguramente podrán trabajar conmigo para irle dando forma desde abajo a esa estructura, desde allá desde la parroquia, desde el barrio, desde bueno... fíjense desde la misma circunscripción electoral (2006b).

El uso de términos positivos junto al socialismo es un modo populista de apelar al público. También, el presidente usa la religión, como suele hacer, para apoyar el concepto radical del socialismo cuando dice:

- (30) Fíjense, cuando yo hablo de que Cristo, ustedes me han oído hablar muchas veces y de vez en cuando algún jerarca de la iglesia católica se molesta, pero bueno, con la verdad en la que creo yo ni ofendo ni temo, fíjense ustedes lo que decía el profeta Isaías, el profeta Isaías representó la lucha de clases entre pobres y ricos, miren lo que dijo Isaías “*¡Ay de aquellos que añaden una casa a otra!*” Esto tiene que ver con lo económico porque no habrá socialismo sin transformación económica, no habrá socialismo sin democracia participativa y protagónica en lo político, no habrá socialismo sin ética socialista, el amor,

la solidaridad, la igualdad entre los hombres, las mujeres, entre todos, esos son elementos fundamentales del socialismo, de nuestro socialismo en construcción (2006b).

- (31) Yo no invento cuando digo que Jesús es uno de los grandes socialistas de la historia. Está escrito aquí. [...] Leo en los Hechos de los Apóstoles (2007a).

Esto no solo es un ejemplo de apropiación de temas religiosos, sino que a la vez el dictador denuncia los actos de los imperialistas y capitalistas, para referirse indirectamente a los poderes de Norteamérica, y los identifica con los que mataron a Cristo, dentro de su estilo inconfundible de predicador.

La última estrategia que podemos señalar en los discursos del presidente Chávez es la incorporación de la *emoción*. Según el artículo de T. Zheng (2000), los políticos reciben apoyo cuando expresan sus sentimientos al público. El presentar a Venezuela como un país que estaba mejorando fue uno de los elementos más importantes para el presidente; por ejemplo, en el periodo de 1999-2001, estableció un ambiente positivo en su discurso político²⁶. Durante este periodo de reforma constitucional, el discurso de Chávez entra en un proceso que parece inspirar nacionalismo en el pueblo; las palabras usadas en los discursos les hacen pensar que recibirán más apoyo del gobierno. Los siguientes son solo algunos ejemplos de la manera en la que el presidente Chávez hace uso de la técnica mencionada para incitar el sentimiento nacionalista entre sus oyentes durante su discurso en ocasión de la propuesta que presentó a la Asamblea Nacional en agosto de 2007:

- (32) ¡Unión, unión, unión! Sólo unidos lograremos sacar a Venezuela del foso, del atraso, de la dependencia, podremos derrotar la fuerza del imperialismo y de la oligarquía lacaya que aquí pervive desde siempre (2007b)

Se trata también, como se ve en el mismo discurso, de enumerar una serie de generalidades:

- (33) Compatriotas, nosotros estamos, hemos ya entrado en plena era bicentenaria. Lo recordaba esta madrugada dándole los últimos toques a mi humilde propuesta, pero sentida, pensada con emoción. En verdad estoy emocionado este día de hoy, porque creo en lo que estamos haciendo, creo que esta propuesta nos va a permitir abrir puertas que hasta ahora no hemos podido abrir, abrirle al pueblo nuevos horizontes para la nueva era, para consolidarnos en esta era bicentenaria a la que hemos entrado al galope, 202 años del 15 agosto de 1805.

Para esto, Chávez ya había citado a Simón Bolívar, para mostrar su orgullo bolivariano y evocar el de los presentes en la Asamblea: “Por eso años más tarde diría: ‘Yo no soy Napoleón, ni quiero serlo. Libertador o muerto es mi destino’” (Chávez 2007b). A través de Bolívar, Chávez intenta consolidar su autoridad moral y a la vez la obligación moral para con su propuesta, ya que esta forma parte del “proceso de construcción de la Venezuela bolivariana y socialista” (Chávez 2007b). En múltiples ocasiones habla de esa moral, las “fuerzas éticas [,] morales [,] espirituales de un pueblo reprimido”, que “explotaron aquel 27

de febrero” (2007a). Se refiere al Caracazo o Sacudón (las protestas relacionadas con las medidas económicas del gobierno de Carlos Andrés Pérez). La revolución es, por tanto, provocada por un deseo de regeneración moral, según el político, pues el coloniaje trajo vicios:

- (34) Meditando sobre un modo efectivo de regenerar el carácter y las costumbres de lo que la tiranía y la guerra nos han dado... me he sentido con la audacia de inventar un Poder Moral. ¿Cuáles son los que nos [ha] traído la tiranía y la guerra? Los vicios... la corrupción... los antivalores. Desprecio por la otra... por el otro... el odio. Divisiones de clases. Son vestigios de las pesadas cadenas de 300 años de coloniaje. Hoy requiere Venezuela un verdadero auténtico sólido poder moral... que nazca desde la conciencia. Poder moral para luchar contra los vicios que por tantos años nos han dado... Allí hay una esencia revolucionaria. Regenerar las costumbres... Salir de los vicios. Transformar pues los valores de la sociedad. He allí la esencia revolucionaria... Transformar todo. Si no se transforma la cultura, habríamos perdido todo y todo se vendría abajo (2007a²⁷).

En el proceso de apelar a los sentimientos del pueblo, suele hablar de sus problemas y crisis personales, que parecen interrelacionarse con la crisis nacional. En el mismo discurso, el presidente hace una propuesta de elegir a Nicolás Maduro como vicepresidente de la república, para ser el nuevo presidente si él muere: “si algo ocurriera, repito, que me inhabilitaba de alguna manera... ustedes elijan a Nicolás Maduro como presidente de la república Bolivariana” (2007b). Esta humildad es algo que le sirve para ganar el apoyo de la población venezolana. El presidente muestra que tiene tanta confianza en su administración que, si muere, su partido tiene un plan para las siguientes elecciones. En realidad, la imagen del líder se engrandece, pues trata de controlar el destino de su país incluso después de su muerte.

En el discurso de 2012 también habla de su batalla contra el cáncer, que afecta a todos según él, y de que la revolución es de todo el pueblo, no solo suya:

- (35) En Venezuela se desató la última Revolución del siglo XX y la primera del siglo XXI, Revolución que –¿quién lo puede dudar?– ha tenido cuántos impactos en la América Latina, en el Caribe y más allá y más allá y seguirá teniendo impacto. Pues además de todas esas batallas se presentó una adicional, imprevista, repentina para mí y no para mí pues, para todos, para todos nosotros porque tengo la dicha de sentirme acompañado ¿eh? De no ser un solitario, de no ser un solitario y luego *hemos estado enfrentando el problema de la salud con mucha mística, con mucha fe, con mucha esperanza, con mucha dedicación en lo individual, lo familiar, en lo colectivo como una gran familia*. Hemos enfrentado además manipulaciones, hemos enfrentado ¿cómo se llama? ¿sí?

Presidente de la AN, Diosdado Cabello: Miseria.

Presidente Chávez: ¡Miseria! Bueno, las miserias “Nada humano me es extraño...” dijo alguien, miserias, etcétera, pero por encima de todo con la frente en alto, con la dignidad incólume ¿eh? Como pueblo, como nación y yo como individuo, como uno más, uno más de esta gran corriente bolivariana que aquí se desató.

Comenzando el año tuvimos una recaída que fue enfrentada con éxito, sin duda que con gran éxito, un gran éxito por cuanto terminábamos la... *el tratamiento de la radioterapia* en mayo y unos días después, apenas estábamos inscribiendo la candidatura a la Presidencia de la República, como recordamos, yo fui uno que insistí y así lo hicimos, insistí, rodando los tiempos, insistí en hacerme todos los chequeos médicos antes de inscribir la candidatura aquí en Venezuela, en Cuba y bueno todos los resultados fueron favorables, si hubiese surgido algún resultado negativo en esos exámenes, tengan ustedes la seguridad que yo no hubiese inscrito y asumido la candidatura presidencial. *Afortunadamente esta Revolución no depende de un hombre, hemos pasado etapas nosotros y hoy tenemos un liderazgo colectivo que se ha desplegado por todas partes*, a mí me ha dado mucho gusto en estas horas desde nuestra llegada ayer al amanecer casi ya y bueno desde La Habana en los últimos diez días casi, verificar, constatar -una vez más- ese liderazgo colectivo, dígame la campaña para las elecciones de gobernadores, andan desplegados nuestros líderes, nuestros cuadros, hombres, mujeres con un gran fervor patrio y yo les felicito y estoy seguro que escribiremos otra página grandiosa el próximo domingo, el otro ¿no? el 16 de diciembre.

Presidente de la AN, Diosdado Cabello: El 16.

Presidente Chávez: Un fervor participativo, organizativo, con propuestas, con ideas, con altura de debate ¿eh? Un fervor organizativo de las bases populares, de participación, eso nunca se vio aquí ¡jamás! Desde hace mucho tiempo se había visto. Creo que jamás se vio en verdad en casi 200 años.

[...]

Sin embargo, alguna inflamación, algunos dolores, seguramente producto del esfuerzo de la campaña y del mismo tratamiento de la radioterapia, en una zona que es muy sensible, entonces le empezamos a prestar mucha atención a ello. Yo reduje mis apariciones públicas para enfrentar la problemática, con los médicos, el tratamiento, y bajar los niveles de inflamación y de molestias (2012). Las cursivas son nuestras.

Un gran número de los votos que le otorgaron la victoria electoral a Hugo Chávez se debieron a la emotividad de la campaña política de este. La palabra ha sido la herramienta más usada por el político para producir, como respuesta a sus propuestas, la emoción del ciudadano. Chávez, ya antes de ser elegido mandatario, y recién salido de prisión, se embarca en la misión de viajar por el país venezolano y crear esa emoción personalmente; estrategia que, evidentemente, le dio el resultado esperado. Bernays, como hemos mencionado, ya había establecido para entonces que el uso de la apelación a las emociones tenía que ser parte integral de toda campaña política, y estableció tres puntos básicos para el contenido de la emoción:

- coincidir de todas las maneras con los planes amplios de la campaña y sus detalles menores;
- estar adaptada a los varios grupos del público a los cuales se ha de dirigir;
- conformarse al medio de la distribución de ideas²⁸ (Bernays 1928: 100).

Por su puesto que la personalidad del candidato conlleva un rol fundamental durante la campaña. En este sentido, Chávez –a través de desfiles, juntas masivas y presentaciones en público donde los participantes mantenían un interés emocional frenético– tuvo bastante éxito. Caminó entre sus seguidores, escuchó sus plegarias y aseguró el cambio.

3.3. Evitación, repetición y sinceridad

El político escoge sus palabras, evitando algunas y repitiendo otras hasta la saciedad (usando anáforas, por ejemplo, para dejar una palabra en la mente del oyente) e insistiendo en la sinceridad de sus palabras y en lo emocionado que está.

La falta de precisión puede considerarse una de las técnicas de *evitación*. Según Zheng, técnicas como la de no hablar de lo malo que hace uno mismo o la selección léxica y las expresiones que contrastan lo bueno del yo y lo malo del otro u oponente vendrían a formar parte de la evitación constante del político.

Una de las metas de Chávez fue controlar los medios de comunicación, el ejército y el pensamiento del pueblo venezolano. Como primera enmienda a la constitución venezolana, el Presidente Chávez propone agregar, al artículo 11 titulado “Del territorio y demás espacios geográficos”, lo siguiente:

- (36) Leo: “El Presidente de la República podrá decretar regiones especiales militares –el poder militar– con fines estratégicos y de defensa en cualquier parte del territorio y demás espacios geográficos de la República. Igualmente podrá decretar autoridades especiales en situaciones de contingencia, desastres naturales, etcétera” (Chávez 2007b).

Nótese que al final incluye la palabra “etcétera”; esto dejaría la posibilidad de que el presidente tenga a su única discreción cualquier otro propósito para el uso del ejército venezolano. En este caso evita ser preciso.

El patrón de evitar tópicos surge en varios períodos de la presidencia de Chávez, incluso en el periodo de 2002-2004, de gran inestabilidad política, cuando los militares retiran su apoyo a Chávez y varias personas mueren en manifestaciones. Hay incluso un golpe de estado fallido en el 2002. Según Aponte Moreno (2008: 134), desde un punto de vista discursivo, parece que Chávez comienza a construir un discurso diferente como resultado de los eventos mencionados, caracterizado por los esfuerzos del presidente por a) polarizar un país ya dividido, y b) presentar a sus oponentes como aliados del imperialismo de los Estados Unidos. El presidente empieza a hacer más propaganda, como en su programa de televisión del 2003, *Aló Presidente*, tratando de evitar todo lo negativo relacionado con su

administración y hablando de temas de interés general. La etapa en la que se ubica su programa televisivo semanal fue uno de los periodos más violentos de su administración. Sin duda, Chávez manejó la atención de esferas políticas a través de programas públicos para representarse como un individuo sincero. Además, en vez de enfocarse en el fracaso que ocurrió un año antes, el presidente solo menciona los logros buenos de su administración. Años después, en 2007, durante otro periodo de sentimiento negativo hacia su administración²⁹, el presidente negó la renovación de licencia al canal RCTV, pues consideraba que habían participado en su apartamiento del poder en el 2002 (Aponte Moreno 2008: 164). Una vez más, el dictador de Venezuela evita el criticismo del público, ahora en forma de acción.

Otro modo de evitar la crítica de sus oponentes tiene que ver con la estrategia de *repetición* también utilizada por el presidente. En el año 2001, por ejemplo, incorporó un total de once palabras sobre conflicto, crimen, destrucción y vida o muerte dirigidos a sus oponentes contemporáneos (Aponte Moreno 2008: 126). Además de ser esto parte de su técnica del miedo, de la que hablaremos, podemos deducir que Chávez critica a sus adversarios con tanto esfuerzo para evitar más atención hacia su administración. Además, según la investigación del mismo autor sobre las metáforas utilizadas en los discursos de Chávez, en el periodo de 2005-2007, los oponentes continúan siendo conceptualizados en términos de conflicto o crimen (p. 192).

El polifacético Charles-Marie Gustave Le Bon, quien hizo grandes aportes a la sociología, explica en *The Crowd: A Study of the Popular Mind* las causas del comportamiento colectivo y como se transforma en “masa”, y señala que dichas causas tardan tiempo en tener efecto; pero que, cuando esto sucede, la acción es duradera (Le Bon 1996 [1895]: 324).

La influencia de la repetición en las multitudes es comprensible cuando se ve el poder que se ejerce en las mentes más iluminadas. Este poder se debe al hecho de que la declaración repetida se incrusta a largo plazo en esas profundas regiones de nuestro inconsciente en las que se forjan los motivos de nuestras acciones. Después de un cierto tiempo hemos olvidado quién es el autor de la afirmación repetida y terminamos creyendo en ella. A esto se debe el asombroso poder de los anuncios (Le Bon, capítulo 3³⁰).

Para Chávez, la repetición fue útil en la gran mayoría de los discursos, y una de sus palabras favoritas para alienar al público y a sus allegados fue “Bolívar”, promoviendo así la llamada Revolución Bolivariana. Durante su discurso ante la Asamblea Nacional venezolana con propósito de entregar su propuesta de Reforma Constitucional, el presidente pronunció el nombre del libertador un total de 42 ocasiones –la mayoría de manera anecdótica. En el siguiente ejemplo podemos ver cómo se viene actualizando el legado de Bolívar para propósitos de Chávez, cuando este dice:

- (41) [...] el proyecto de Bolívar es perfectamente aplicable a un proyecto socialista; perfectamente se puede tomar la ideología bolivariana originaria, la de Bolívar, como elemento básico de un proyecto socialista (Chávez 2007b).

Vemos también como repite “perfectamente” para afirmar la adecuación de tal identificación de una ideología con otra. Al final del día, podría decirse que los asistentes se acordarán más de las anécdotas y biografía de Bolívar (ya elevado a héroe, casi mito en la mente latinoamericana antes de Chávez) que de las propuestas de reforma constitucional del presidente.

La afirmación de ideas, su repetición durante la campaña política resulta esencial para el contagio de la ideología que se propone diseminar cualquier partido político. Es una de las principales técnicas de la propaganda³¹. En relación con esto, George W. Bush, cuando ya no era presidente, en un programa transmitido por televisión en Estados Unidos³² explica lo siguiente:

[...] si te has retirado no tienes nada de qué preocuparte, es la tercera vez que lo digo; probablemente lo diré tres veces más, ¿ves? En mi línea de trabajo tienes que seguir repitiendo las cosas una y otra y otra vez, para que la verdad se asiente... como para catapultar la propaganda³³.

Además, Chávez usa la técnica de repetición para insistir en su lucha como algo positivo. En uno de los discursos analizados (2012) dice:

- (37) Si en algo debo insistir en este nuevo escenario, en esta nueva batalla, en este nuevo trance –diría un llanero por allá– bueno [,] es en fortalecer la unidad nacional, la unidad de todas las fuerzas populares, la unidad de todas las fuerzas revolucionarias, la unidad de toda la Fuerza Armada, mis queridos soldados, camaradas, compañeros; la unidad del Ejército, mi Ejército, mi amado Ejército.

En otro discurso, en su toma de posesión presidencial en 1999:

- (38) Así que termino este mensaje de hoy ante el pueblo venezolano, ante ustedes termino por ahora, invocando lo mismo que invoqué al comienzo, porque cuando uno habla de unidad latinoamericana y caribeña de relaciones con el mundo de proyectos sociales, cuando uno habla de proyectos económicos humanistas, de proyectos políticos estables, sencillamente estamos nosotros aquí en esta Venezuela caribeña, amazónica, andina, universal, estamos retomando el sueño bolivariano; estamos retomando el auténtico bolivarianismo, y así lo decía Bolívar: “para formar un gobierno estable, es necesario que fundamos el espíritu nacional en un todo, el alma nacional en un todo, el espíritu y el cuerpo de las leyes en un todo”. Unidad, unidad, esa tiene que ser nuestra divisa. Que Dios nos acompañe, no solamente al Presidente Chávez, sino que Dios acompañe a todo el pueblo de Venezuela en este momento estelar que estamos viviendo, en este momento de resurrección (1999a).

El uso de términos positivos como “unidad”, y su repetición anafórica, es un ejemplo de una estrategia retórica que conlleva, además, la inclusión de varios grupos para lograr la meta propuesta. Por otro lado, los adjetivos relacionales, de lo más cercano a lo más amplio (*bolivariano, caribeña, amazónica, andina, universal*) invitan al pueblo a formar parte de algo, dando un sentido de pertenencia, a la vez que apelan a la emoción.

También aparece repetido el término “división”, como amenaza a tal unidad:

- (39) Pero saben qué, precisamente lo que hoy estoy aquí, por eso yo he pasado por tantas cosas que no quiero estar discutiendo más ese tema. Porque en esos años de la construcción del movimiento bolivariano, el MBR-200, en esos años entonces uno tenía que reunirse con un movimiento político por aquí y el otro por allá y el otro por allá y yo una vez le planteo: Bueno pero vamos a unirnos todos, no, no se querían unir, cada quien quería ser como el dueño del movimiento, si, entonces bueno la división, el divisionismo, a veces el protagonismo, el individualismo de todo eso hubo en aquella época (2006b).

El Ejército, la Marina, mi amada Marina. Digo porque los adversarios, los enemigos del país no descansan ni descansarán en la intriga, en trata de dividir, y sobre todo aprovechando circunstancias como estas, pues.

- (40) Entonces, ¿cuál es nuestra respuesta? Unidad, unidad y más unidad. ¡Esa debe ser nuestra divisa! Mi amada Fuerza Aérea, mi amada Guardia Nacional, mi amada Milicia. ¡La unidad, la unidad, la unidad! El Partido Socialista Unido de Venezuela, los partidos aliados, el Gran Polo Patriótico, las corrientes populares revolucionarias, las corrientes nacionalistas. ¡Unidad, unidad, unidad! ¡Unidad!

Decía Bolívar: “Unámonos o la anarquía nos devorará, sólo la unidad nos falta –dijo después, o antes había dicho– para completar la obra de nuestra regeneración...” (2012).

El discurso dado a la Asamblea Nacional en el año 2007, con propósito de obtener una Reforma Constitucional a través de un referéndum aprobatorio, está impregnado en sus primeras partes de dos palabras en particular: “unión” y “humilde”; la humildad le une al pueblo (“el Dr. Insulza [...] no estuvo en las casas de los venezolanos más humildes llorando, como aquel día lloramos y sangramos” 2007a). Trataremos de esa insistencia en la humildad. Inicialmente, el discurso se comienza con el fin de establecer la “humildad” del Libertador. Está claro que, para Chávez, Simón Bolívar es su antorcha olímpica personal; símbolo de libertad y moralidad que es inalienable y al cual la ciudadanía se adhiere fácilmente, dado que en su mayoría sufren del complejo de víctima y, por consiguiente, esto les hace volver los ojos hacia un líder carismático y libertario. El siguiente es un ejemplo de la forma en que Chávez, en dicho discurso, habla de la humildad de Bolívar:

- (45) Bolívar vio con sus propios ojos cómo Napoleón se coronó Emperador de la Francia en Notre Dame y cómo meses después se coronó Rey de Italia. Por eso años más tarde diría: “Yo no soy Napoleón, ni quiero serlo. Libertador o

muerto es mi destino” (Chávez 2007b).

En esta cita se ilustra el honor y el desinterés por el poder y control de un territorio. Esto mismo intenta Chávez cuando continuamente da todo el crédito al pueblo por el proceso de reconstrucción política de Venezuela y se presenta siempre como un humilde representante, uno más del pueblo; el que falla es él (“yo soy el primer responsable de las fallas del Gobierno [...] yo asumo la responsabilidad, siempre la he asumido”, 2006b), tras haber puesto al Libertador (y/o a Cristo) en lo más alto. Considera que su acto de propuesta de reforma es invocar al Poder Constituyente del pueblo; dado que él considera que, desde su *modesto* punto de vista, este Poder se activó desde el Caracazo o Sacudón del 98, durante las protestas y disturbios populares en las calles de las ciudades importantes de Venezuela, tras las medidas económicas anunciadas durante el gobierno de Carlos Andrés Pérez. Chávez no introduce su propuesta como una sin imperfecciones, sino que presenta “las principales o a los que consideramos, humildemente, los principales elementos de la propuesta” (Chávez 2007). El presidente dice “hemos hecho un esfuerzo, y yo algo” (p. 7), y considera que su “humilde propuesta”, en efecto, es la propuesta del pueblo venezolano y no la suya, y cree que la ciudadanía la asumirá porque

- (46) Está pensada esta reforma, esta propuesta de reforma, en función de dejar atrás definitivamente los vicios, las desviaciones, las corruptelas y todos esos mecanismos de corrupción que se regaron por todas partes y que constituyen un verdadero cáncer para la República, para la sociedad, para el Estado, para el presente y para el futuro. Está pensada en la necesidad de seguirle transfiriendo poder al pueblo, transferencia de poder al pueblo. Ah, que me acusan de estar haciendo planes para eternizarme en el poder o para concentrar los poderes. Sabemos que no es así, sabemos que quienes aquí tenían concentrado el poder y se eternizaron en el poder fueron, precisamente, los oligarcas que se cambiaban de máscara, ponían Presidentes títeres durante años, décadas y siglos, pero siempre fue la oligarquía venezolana la que tuvo el poder en Venezuela. Eso ha comenzado a cambiar y tiene que seguir cambiando, el poder es del pueblo, el poder es de la Nación, no de los oligarcas (2007b). También, evitación por contraste, puesto que se habla de lo malo de los otros.

Como se ha dicho, el llamado a la “unión” no estuvo ausente en este discurso a la Asamblea Nacional. Antes de comenzar su explicación de por qué era esencial agregar nuevas estipulaciones al primer artículo en su lista, el 11, Chávez se encarga de recordar a los presentes que la unión hace el poder. Lo hace, por supuesto, apoyándose en el ideal del Libertador y recordando después al actor Oswaldo Paiva (alusión popular), que hizo series de televisión y al que parece querer ver haciendo de Bolívar:

- (47) En verdad, para mi gusto yo hubiese querido que el actor Oswaldo Paiva, siguiera paseándose y cambiándose de chaqueta y me hubiese gustado verlo acostado allá: “Mis enemigos abusaron de vuestra credulidad y hollaron lo que me es más sagrado, mi reputación y mi amor a la libertad. Colombianos,

si mi muerte contribuye para que cesen los partidos y se consolide la unión ¡Unión! yo bajaré tranquilo al sepulcro”. ¡Unión, unión, unión! Sólo unidos lograremos sacar a Venezuela del foso, del atraso, de la dependencia, podremos derrotar la fuerza del imperialismo y de la oligarquía lacaya que aquí pervive desde siempre. (*Nutridos aplausos de pie*). ¡Viva Bolívar! ¡Viva! (2007b). Está incluyendo aquí la última proclama de Bolívar en 1830.

Él entiende que solo a través de la cooperación de los constituyentes de la Asamblea Nacional se harán posibles sus objetivos de transformación socio-política de Venezuela. A través de su autoproclamada humildad, su halago a Dios y al pueblo y la santificación constante de Bolívar, Chávez apela a las emociones positivas de los adeptos a su revolución bolivariana.

La técnica final mencionada por Zheng dentro de las estrategias de evitación, y que el presidente ha incorporado en su política, es el uso del *contraste* entre conceptos o expresiones distintas para beneficio del que habla. Se trata de menospreciar al oponente y de elevarse a sí mismo:

- (48) Ese es el poder constituyente. Así que nosotros somos un pueblo constituyente. Constituyente la palabra lo dice, ustedes saben, porque estamos constituyéndonos, haciéndonos, estableciéndonos como pueblo, como Patria, como República, como proyecto histórico; todo ese se había perdido, hace 8 años aquí no había rumbo, no había proyectos ni había plan nacional. He notado, y he estado observando en silencio, que creo que algunos compañeros se han precipitado, se han precipitado quizás por caer en la trampa de las cámaras, las preguntas, o los invitan a un programa y empiezan a decir cosas ¿no? En cuanto a estos temas como el tema el partido, necesitamos un partido, yo lo dije antes de la reelección, ese es un tema... (2006b).
- (49) Y dice Bolívar: dignaos concederle a Venezuela un gobierno eminentemente popular, eminentemente justo, eminentemente moral, que encadene la opresión, la anarquía y la culpa. Un gobierno que haga reinar la inocencia, la humanidad y la paz. Un gobierno que haga triunfar, bajo el imperio de las leyes inexorables, la igualdad y la libertad (2007a).

4. La construcción del miedo

En muchos aspectos la revolución bolivariana estuvo motivada por el miedo. Según Zheng (2000), quien sitúa la técnica del miedo dentro de sus estrategias de refuerzo (junto al testimonio, las citas de discursos históricos y religiosos, las técnicas de la emoción y la inversión y las falacias lógicas, ya vistas), los líderes políticos emplean amenazas u otras técnicas de miedo para tomar control de una situación y proponer una solución³⁴. En el periodo 1999-200, el uso de palabras como “conflicto”, “destrucción” y “otros” aumentaron en los discursos del dictador cuando se refería a sus oponentes (Aponte Moreno 2008: 123). El presidente quiso mantener su control del país y por eso presentó a los otros partidos como amenazas a los derechos del pueblo.

El abogado y presidente de IBC y Radio Caracas Televisión (RCTV), Marcel Granier Haydon, en una entrevista con Manuel Felipe Sierra de *ABC de la Semana*³⁵ en el 2010, habló del miedo social que ha venido causando el discurso político de Chávez. Durante esta visita, el entrevistador le pregunta sobre la situación que viven a diario los ciudadanos venezolanos:

¿Eso tiene que ver mucho también con todas esas estrategias del miedo? Ese miedo que las sociedades llegan a asumir, llamado “miedo social”, que no es cobardía, ni falta de coraje, sino que la población es sometida a una serie de condicionamientos.

Bueno, fíjate lo que es la vida: hoy en día en Venezuela cuando una persona sale a la calle sinceramente, siente miedo. O sea, nadie sabe si va a regresar con vida a su casa, si va a sufrir un asalto. Los padres están continuamente preocupados por saber dónde están los hijos; que no les vaya a pasar algo. Ahora, encima de esto, se suma la naturaleza que hemos visto que está siendo muy adversa y esto contribuye a ese temor general que tiene la gente (Sierra 2010).

En la respuesta de Granier podemos observar que la situación del pueblo más necesitado no ha cambiado después de tantos años y de promesas de campaña, sino que parece empeorar. Granier continúa explicando que, en su opinión, en Venezuela se vive una dictadura comunista inspirada por Cuba. Pero la acusación más seria y directa resulta cuando reproduce las ideas del militar Carlos Julio Peñalosa³⁶ –llegó a comandante general del ejército de Venezuela y se retiró en los 90– sobre que Chávez “[...] fue una ficha infiltrada por el Partido Comunista en las Fuerzas Armadas y que nunca ha sido militar, sino que siempre ha sido un agente del comunismo” (Sierra 2010).

La estrategia del miedo, por dar otros ejemplos, fue también usada hasta el cansancio por el presidente Trump durante su campaña política, en la que la amenaza a la seguridad pública era la inmigración ilegal. Esto produjo odio y actos de racismo entre sus votantes, quienes incluso culparon a los inmigrantes de sus situaciones personales. Esta técnica funciona con frecuencia dado que el ciudadano común probablemente no cuenta con los recursos necesarios para indagar en la verdad de lo dicho y, de esa manera, tomar una buena decisión sobre a quién da su voto.

En el discurso de Chávez ante la ONU, los ataques a la persona del presidente Bush y su ideología formaron gran parte de la integración del uso del miedo. El comandante bolivariano exclama: “huele a azufre [...] el Diablo, vino aquí hablando como el dueño del mundo [...] ayer estuvo el Diablo aquí, en este mismo lugar” (Chávez 2006a). Incluso lo tacha de cínico y mentiroso –“¡Vaya qué cinismo! ¡Vaya qué capacidad para mentir descaradamente ante el mundo! Ellos son los extremistas”, declaró ante la Organización de Naciones Unidas (Chávez 2006a).

Como pudimos ver anteriormente, la crisis social es un fácil recurso para cualquier político, cuando otras estrategias no ofrecen el resultado deseado. En Venezuela, Chávez tomó la crisis social que atravesaba el país en aquel entonces y la catapultó de la mano de la crisis identitaria (pueblo aborígen marginado por la oligarquía) y moral (la corrupción la Cuarta República). La situación económica poco favorable y la insatisfacción del pueblo hicieron posible que el

presidente explotara el resentimiento. La angustia del ciudadano venezolano se hace mayor a través de un discurso que le otorga un estado de víctima, que es llevado por los chavistas a un nivel tan personal que los hace capaces de actuar en contra de sus conciudadanos venezolanos de la oposición.

Veamos ahora algunos patrones observables en su discurso y que forman parte de esta situación de “miedo” creada por el político.

4.1. Establecimiento de la existencia de una situación desastrosa

La desigualdad social, el capitalismo (“es imposible la felicidad en el marco capitalista”, 2007a) y el neoliberalismo fueron solo algunos de los puntos de partida de la campaña chavista; pero, entre lo que más peso dio a la victoria del mandatario estuvo la promesa de devolver el protagonismo democrático al pueblo, e incluso la redistribución de las riquezas del país venezolano. Durante su discurso ante la Conferencia de la UNESCO, el ya presidente Chávez explica las consecuencias de la polarización entre los que tienen y los que desean tener y qué sucede cuando estos intentan conseguir un bienestar para sí mismos y sus familias:

- (50) [...] los sectores poderosos, cada vez que ocurre eso, claman por las fuerzas armadas y la policía para defender su derecho a la propiedad y para echar a palos, o como sea, o a bala a los invasores, a los irracionales, a miles de mujeres que andan con sus hijos a costas buscando dónde dormir y buscando qué comer (Chávez 1999b: 2).

Así, recalca la miseria en la cual sus conciudadanos tienen que sobrevivir a diario, además de tener que arriesgarse a sufrir consecuencias legales, o incluso perder la vida a manos de las autoridades que actúan en defensa de los intereses de los sectores venezolanos más privilegiados.

También, en ocasiones, habla del optimismo imperante en su partido, por el triunfo del socialismo. Vemos las repeticiones como recurso retórico y el calificar de “falso” lo que no sigue el modelo socialista:

- (51) [...] creo que hay razones para que seamos optimistas, irrenunciablemente optimistas (diría un poeta), porque más allá de las amenazas, las bombas, las guerras, las agresiones, la guerra preventiva, la destrucción de pueblos enteros, uno puede apreciar que se está levantando una nueva era; como canta Silvio Rodríguez: La era está pariendo un corazón. Se levantan corrientes alternativas, pensamientos alternativos, movimientos alternativos, juventudes con pensamientos distintos; se demostró ya, en apenas una década, que era totalmente falsa la tesis del fin de la historia, de la instauración del imperio americano, de la pax americana; la instauración del modelo capitalista-neoliberal, que lo que genera es miseria y pobreza. Es totalmente falsa esa tesis, se vino abajo, ahora hay que definir el futuro del mundo. Hay un

amanecer en el planeta y se ve por todas partes, por América Latina, Asia, África, Europa y Oceanía (Chávez 2006a: 22-23).

4.2. El “otro” como causa del mal, frente a un “nosotros” que busca expandirse

Después del golpe de Estado que sufrió el gobierno de Chávez en el mes de abril del año 2002, el establecimiento de los *otros*, la oposición, como antagonista dentro de su discurso y contra su Revolución Bolivariana, da un giro que se puede considerar radical.

El lenguaje, al igual que las acciones emanadas por el poder central venezolano, se torna más abierto y agresivo en sus expresiones, tanto contra la oposición interna como contra la externa. De esta última, en la forma del antiamericanismo.

Para unir a más gente bajo el chavismo, el político demoniza al antiguo régimen y sus partidarios, lo que le resulta fácil al poseer los medios de comunicación, que proveen un entorno en donde libremente puede divulgar sus ideales socialistas y sus consignas populistas. Así, paso a paso, pincela dentro del imaginario social la imagen del *otro*.

Pedro Nel Rojas Oliveros (2009: 23) establece que existieron cinco participantes importantes en el golpe de estado (en su mayoría los actores de la oposición corresponden a las lógicas políticas y económicas de la época del *consenso*, según dicho autor):

Como hemos aclarado antes, el golpe de Estado de 2002 contó con la activa participación de cinco actores fundamentales: 1. Los medios de comunicación privados, especialmente los canales de televisión Globovisión y RCTV desde donde se convocó a la manifestación de la sociedad civil, que resultó en el enfrentamiento entre los partidarios y opositores al gobierno, 2. La Confederación de Trabajadores de Venezuela (CTV), uno de los sindicatos más grandes del país y muy cercano durante el consenso a Acción Democrática, 3. La Federación de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción de Venezuela (Fedecámaras), donde convergen los industriales y empresarios del sector privado, 4. Un reducido sector de las Fuerzas Armadas, y 5. Los partidos políticos contrarios al gobierno (Tanto los firmantes del Pacto de Punto fijo, como todas las escisiones de estos) y reunidos posteriormente bajo la Coordinadora Democrática.

Como parte de su proyecto ambicioso, Chávez no solo causa un revuelo dentro de su propio hogar, sino que intenta exportar su idea de Revolución Bolivariana a sus países vecinos, e incluso a algunos más lejanos. Para ellos, tuvo que crear una extensión de la crisis social a partir de lo que él llamó el Imperio Norteamericano. Sus ataques contra el gobierno de los Estados Unidos, y en particular al presidente durante esa época, George W. Bush, fueron lanzados tanto desde el interior como desde el exterior, durante sus visitas a países simpatizantes. Uno de los discursos en los que más se puede observar el intento de exportar el miedo y, a la vez, conseguir apoyo internacional para su proyecto socialista, es el pronunciado durante la participación del mandatario en la Sexagésima primera Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas. Entre las técnicas observadas aquí

encontramos la de la *inclusión*, ya mencionada. Dicha técnica, generalmente, es usada durante campañas locales o nacionales; pero, en esta situación se intentó aplicar a nivel internacional. Zheng la describe como una estrategia por la que los políticos intentan convencer a su audiencia de que tanto ellos como sus ideas “son del pueblo”. Como se podrá predecir, junto a esta estrategia estuvo presente el *nosotros* y *los otros*, la eterna batalla entre el bien y el mal; para esto, Chávez se dirige directamente a su audiencia, y hablando del presidente de los Estados Unidos (Bush), dice: “[...] adondequiera que él mira ve extremistas. Yo estoy seguro que te ve a ti, hermano, con ese color, y cree que eres un extremista (con este color)” (Chávez 2006a: 14). Observamos aquí la repetición de la palabra “color”, uno de los atributos principales que separan a unos de otros. En lo que podría ser la mitad de su discurso, trata de dirigirse a las naciones a las que, con anterioridad, el presidente Bush había dirigido también su discurso. El comandante venezolano crea una polarización entre él y Bush e intenta conseguir el apoyo de aquellos, que, de alguna manera, han sido afectadas por la política exterior del gobierno estadounidense. Intenta crear un gran nosotros, unidos frente al otro norteamericano, y los menciona varias veces en su discurso:

- (52) [...] ¿qué está pasando en Irak?, ¿qué ha pasado en [los últimos] cien años en América Latina y el mundo? Ahora hay nuevas amenazas contra Venezuela, nuevas amenazas contra Irán... (p. 16).

En fin, el Presidente de los Estados Unidos vino a hablar a los pueblos, diciendo: “Al pueblo de Irán le digo... al pueblo del Líbano le digo... al pueblo de Afganistán le digo...” Uno se pregunta, así como el Presidente de los Estados Unidos les dice “le digo...” a esos pueblos, ¿qué le dirían esos pueblos a él, si pudieran hablar?, ¿qué le dirían? Se los voy a decir porque conozco la mayor parte del alma de esos pueblos, los pueblos del Sur, los pueblos atropellados, dirían: “Imperio yankee go home”, ése sería el grito que brotaría por todas partes si los pueblos del mundo pudieran hablarle con una sola voz al imperio de los Estados Unidos (p. 17).

[...] el sistema de las Naciones Unidas, nacido después de la Segunda Guerra Mundial (aceptémoslo con honestidad), colapsó, se desplomó, ¡no sirve! Sirve para venir a dar discursos, para vernos una vez al año, para hacer documentos muy largos, hacer buenas reflexiones y oír buenos discursos como el [pronunciado ayer por] Evo, como el de Lula y como los que estábamos oyendo ahora mismo, del Presidente de Sri Lanka y de la Presidenta de Chile. Nos han convertido, a esta Asamblea, en un órgano meramente deliberativo, sin ningún tipo de poder para impactar de la más mínima manera la realidad terrible que vive el mundo (p. 18)

Nuestros hermanos del Mercosur, en bloque, por ejemplo, han anunciado su apoyo a Venezuela (que ahora es miembro pleno del Mercosur junto a Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay), así como muchos otros países de América Latina, por ejemplo, Bolivia; el Caricom, en pleno, anunció su apoyo a Venezuela; la Liga Árabe, en pleno, anunció su apoyo a Venezuela. Agradezco muchísimo al mundo árabe, a nuestros hermanos de Arabia, esa Arabia

profunda. A nuestros hermanos del Caribe; de la Unión Africana (casi toda África anunció su apoyo a Venezuela), a Rusia, China y a muchos otros países del planeta. Muchísimas gracias a nombre de Venezuela, nuestro pueblo, y a nombre de la verdad. Porque Venezuela, al ocupar un puesto en el Consejo de Seguridad, va a traer la voz no sólo de Venezuela sino del Tercer Mundo, la voz de los pueblos del planeta, ahí estaremos defendiendo la dignidad y la verdad (p. 22).

La alusión a la “dignidad” es algo muy frecuente en los discursos latinoamericanos, indígenas, sobre todo, como hemos apuntado en otros estudios sobre el Subcomandante Marcos, por ejemplo. Como señala en otros discursos:

- (53) Estoy defendiendo la dignidad de un pueblo, de un país (2007a).
- (54) Marcelo, el hijo de Marcelo, mira, ahí están nuestros hermanos aborígenes, siglos tienen ellos luchando por su dignidad, el socialismo indo-venezolano vamos a relanzarlo y ellos son los portadores del socialismo originario de estas tierras, ellos deben ir a la vanguardia, son ejemplo de resistencia, de sabiduría, lo mismo que los Yukpa, los Barí, los Wayúu, ahí esta Noemí Pocaterra, los Piaroa, los Yanomami, los Kariñas, todos (2006b).

Vemos en este último ejemplo la técnica de enumeración, que también usa frecuentemente Marcos al citar listados de pueblos. Y hasta usa juegos de palabras semejantes al “mandar obedeciendo” de Marcos y su interés por preguntar y escuchar a los pueblos:

- (55) Incorporar repotenciándolo, actualizándolo el socialismo indígena o indo-venezolano al sistema socialista original en construcción, ese socialismo tenemos que respetándolo, ayudar a fortalecerlo y que más bien ellos nos den el ejemplo, ellos son como una semilla que debe expandirse, multiplicarse, no es... fíjense que es al revés de lo que mucha gente ha planteado, no, mucha gente ha dicho: vamos hasta las comunidades indígenas para ayudarlos, más bien vamos a pedirle ayuda a ellos para que cooperen con nosotros en la construcción del proyecto socialista originario.
Asistente [aplausos].
Presidente Chávez Me decía el gobernador Rangel Gómez hace poco allá en Bolívar conversando que él se ha dado cuenta como los Consejos Comunales por ejemplo, funcionan rápido y bien sobre todo en las comunidades indígenas, claro si es la cultura de ellos de siglos, en cambio la nuestra no, porque a nosotros nos envenenaron con el capitalismo, el individualismo, el egoísmo, nos envenenaron, nos bañaron, ellos no, ellos se mantuvieron por allá, se replegaron, los obligaron a replegarse hasta allá hasta la riveras de Capanaparo, la Sierra de Perijá, el Delta del Orinoco, el Amazonas, las selvas de Amazonas, por allá, la Paragua más allá las fronteras con Brasil, esa es uno de los temas, en los que estoy trabajando a través de la Misión Guaicaipuro, incorporando estas organizaciones. El otro tema, Elías está por allá, lo he

hablado con él en estos días varia veces, Elías Jaua, el Socialismo Agrario que es otro componente del socialismo nuestro, el Socialismo agrario. Por ahí está Braulio Álvarez, cuánta experiencia tienen las comunidades de Yaracuy, por ejemplo, en este modelo socialista agrario, vamos a aprender de esos campesinos que han vivido en comunidades trabajando juntos, produciendo juntos, enfrentando juntos los problemas... (2006b).

Refiriéndose a los No Alienados, un momento que aprovecha para resaltar la figura, casi símbolo, de Fidel Castro, indica en otro discurso:

- (56) Señora Presidenta, queridos colegas, presidentes, ahí nació un movimiento muy fuerte: el del Sur. Nosotros somos hombres y mujeres del Sur, somos portadores de estos documentos [que contienen] estas ideas, estas críticas, estas reflexiones; tratamos de aportar ideas para la salvación de este planeta, para salvarlo de la amenaza imperialista y para que, ojalá pronto, en este siglo, no muy tarde (ojalá podamos verlo nosotros y vivirlo nuestros hijos y nuestros nietos), [tengamos] un mundo de paz, bajo los principios fundamentales de la Organización de las Naciones Unidas, pero relanzada y reubicada. Creo que las Naciones Unidas tenemos que ubicarla en otro país, en alguna ciudad del Sur. Hemos propuesto esto desde Venezuela (2006a: 27).

Son frecuentes en los discursos de Chávez las propuestas para reorganizar las cosas, incluso las que no le competen directamente.

En otro discurso (2006b) también se ve este estilo de aludir a los presidentes o naciones que pertenecen o apoyan a este “nosotros”:

- (57) Entonces el acto es muy apropiado, lo he convocado hace unos días, cuando regresaba de Bolivia, me han encargado muchos presidentes que les salude ¿saben?, muchos; algunos personalmente, el presidente de Brasil, Lula; el presidente de Argentina, Kirchner; el Presidente del Uruguay, el presidente de Bolivia, Evo Morales; todos les han mandado muchos saludos y un reconocimiento especial al pueblo venezolano, y a Venezuela toda. Por teléfono. Por teléfono he hablado con muchos otros presidentes, de Qatar, del mundo árabe; el presidente Gadafi, de Libia; bueno el presidente del Gobierno Español, Rodríguez Zapatero; hemos recibido carta, el Presidente de Francia, el Presidente de Rusia, el Presidente de China, reyes, árabes; bueno de América Latina. Y les voy a decir, les traigo un saludo fresquito de Fidel...
[...]
Ayer en la tarde, ayer en la tarde tuve la dicha de conversar con Fidel por teléfono, en dos ocasiones, en la tarde y en la noche, yo le devolví la llamada para unas consultas, estamos trabajando mucho por el ALBA (Alternativa Bolivariana para los Pueblos de América), allá en Cochabamba nos reuníamos con Evo, con Daniel Ortega, presidente electo de Nicaragua; este fin de

semana llega el Primer Ministro de Malasia, el domingo, y luego el martes llega el presidente electo del Ecuador, Rafael Correa.

El culpable es el otro, los Estados Unidos en este discurso, a quien lanza acusaciones:

- (58) Ya Estados Unidos planificó, financió e impulsó un golpe de Estado en Venezuela. Estados Unidos sigue apoyando movimientos golpistas en Venezuela y contra Venezuela, sigue apoyando el terrorismo. Ya la presidenta Michelle Bachelet recordaba, hace unos minutos, el horrible asesinato del ex canciller chileno Orlando Letelier. Sólo agregaría lo siguiente: los culpables están libres. Los culpables de aquel hecho, donde murió también una ciudadana estadounidense, son norteamericanos, de la CIA, terroristas de la CIA. Pero, además, hay que recordar en esta sala que dentro de pocos días también se cumplirán treinta años de aquel hecho terrorista horripilante de la voladura del avión cubano, donde murieron setenta y tres inocentes, un avión de Cubana de Aviación, ¿y dónde está el más grande terrorista de este continente, quien asumió la voladura del avión cubano como autor intelectual? Estuvo preso en Venezuela unos años y se fugó por complicidad de funcionarios de la CIA y del Gobierno venezolano de entonces. Está viviendo [aquí], en Estados Unidos, protegido por este Gobierno, y fue convicto y confeso. El Gobierno de los Estados Unidos tiene un doble rasero y protege el terrorismo. Estas reflexiones son para decir que Venezuela está comprometida en la lucha contra el terrorismo, contra la violencia, y se une a todos los pueblos que luchamos por la paz y por un mundo de iguales (Chávez 2006a: 24)

Los otros son también la oligarquía y el sistema feudal:

- (59) que la Constituyente elegida en Bolivia pueda cumplir con sus funciones, están tratando de sabotearla, ¿quién? La extrema derecha, la oligarquía, y ahora vamos a ver qué pasa en Ecuador, el presidente bolivariano Rafael Correa ha anunciado constituyente, y está tan convencido (así lo creo) que él no lanzó candidatos al Congreso, él dijo para qué voy a lanzar candidatos al Congreso si yo voy a convocar es una constituyente. Ese es el camino, yo lo decía en Cochabamba, para que traten de oír, incluso los oligarcas que se den cuenta. Cuando unos países como los nuestros llegan a la profundidad de una crisis como la que aquí vivíamos hace 10 años, con violencia, rebeliones militares, rebeliones populares, El Caracazo, protestas, violencia. A punto de una guerra civil estuvimos aquí nosotros. El único camino pacífico para transformación la situación es la refundación de la República a través de la convocatoria al poder constituyente originario que es el pueblo, a nosotros nos ha costado, pero aquí vamos, se impone la voz de las mayorías, respetamos a las minorías, pero es la mayoría la que se impone al final, esa es una regla fundamental de la vida de una Nación, de la vida de una República, de la vida de una democracia, una democracia... (2006b).

- (60) Que con el fin de la concesión al Canal Dos, algunos dicen por ahí, que Venezuela pierde. No. ¡Con el cierre la oligarquía pierde! ¡Eso sí! La crema oligárquica pierde. Los que desde hace muchos años están envenenando el alma de los niños, de las niñas. ¿Quiénes son los responsables de esos antivalores? El odio, el consumismo. Esa oligarquía arrodillada al imperialismo. Va a perder el canal. Va a ganar la decencia (2007a).

Siguiendo con esta alusión a países con situaciones similares, en su discurso de toma de posesión (2007a) habla de Colombia, y menciona a los otros de nuevo:

- (61) [...] en Colombia hay una aristocracia de rango, de empleos y de riquezas, equivalente por su influjo, por sus pretensiones y peso sobre el pueblo, a la aristocracia de títulos y de nacimiento, la más despótica de Europa; que en aquella aristocracia entran también los clérigos, los frailes, los doctores o abogados, los militares y los ricos; pues aunque habla de libertad y de garantías, es para ellos solos que las quieren, y no para el pueblo [...]

Además de incluir al pueblo en la batalla por el socialismo, el dictador también incorpora otros elementos en su visión de este. En una parte del discurso de 2006 sobre el partido único, el presidente nos da su definición del socialismo: “[...] el camino de Venezuela está inscrito en nuestro mapa, el socialismo venezolano, la recuperación plena de la patria, de la grandeza del proyecto de Bolívar” (2006b). El presidente se refiere a este plan socialista inspirado por Bolívar como “[...] el socialismo indígena, el socialismo bolivariano y también hay que decirlo, el socialismo del cristianismo auténtico, el cristianismo verdadero” (2006b). Estas dos citas son prueba de la táctica de inclusión empleada por Chávez, que en su plan de gobierno incorpora a los indígenas, la revolución bolivariana y la religión. También se da la transferencia.

El presidente presenta al partido socialista como el único destino para la patria (y que, en realidad, como dice, “depende mucho de las circunstancias internacionales”) y rechaza el capitalismo como algo malo. El dictador emplea las hipérbolos para demostrar la gravedad de este plan cuando dice:

- (62) El socialismo, miren, no es (para abundar algunas ideas) nadie se imagine, bueno, alguien pudiera imaginárselo pero desde mi punto de vista no deberíamos imaginarnos el socialismo, creo que sería un error, como un Estado o una situación, una Venezuela futura a la que vamos a llegar un día por arte de magia No, el socialismo es un proceso de todos los días, de construcción diaria, avanzaremos hasta donde podamos, porque el socialismo que soñamos ni siquiera depende sólo de las circunstancias nacionales; depende mucho de las circunstancias internacionales. Pero aquí hemos comenzado, vamos hacia el socialismo, ese es el camino de la salvación de la especie humana (2006b).

El “otro” es también la oposición en el país que falsea datos, y de los que se burla:

- (63) Al menos a los candidatos de la oposición y un grupo importante de personas, no salieron como locos a gritar fraude, que si Chávez trajo un jaquer de Rusia y de China y los tenía bajo el Ávila en una cueva y desde allí... bueno no sé cuántos cuentos de fantasmas y de caminos, sin embargo la oposición yo he estado viendo por ahí que ahora andan manipulando, tratando de manipular diciendo que no, que nosotros somos minoría porque ellos sacan unas cuentas y que nosotros somos minoría, que ellos son minoría y nosotros también, entonces [risas] una cosa un poco extraña ¿no? si yo no se dónde aprendieron ellos matemática, habría que darles un cursito de matemática (2006b).

(2006b).

Hemos hablado ya del miedo y de los ataques a Bush ante los representantes de las naciones presentes en la Asamblea General de la ONU. Critica la forma norteamericana de hacer política y señala que la mayor amenaza no viene del Medio Oriente, sino del mismo “Imperio” –tanto para sus propios ciudadanos, como para el resto del mundo:

- (64) Ayer estuvo el Diablo aquí, en este mismo lugar. ¡Todavía huele a azufre esta mesa donde me ha tocado hablar! Ayer, señoras, señores, desde esta misma tribuna, el señor Presidente de los Estados Unidos, a quien llamo “El Diablo”, vino aquí, hablando como dueño del mundo. No estaría de más un psiquiatra para analizar el discurso de ayer del Presidente de los Estados Unidos. Como vocero del imperialismo vino a dar sus recetas para tratar de mantener el actual esquema de dominación, explotación y saqueo a los pueblos del mundo. Esto estaría bueno para una película de Alfred Hitchcock; incluso propondría un título: La receta del Diablo. Es decir, el imperialismo norteamericano (y aquí lo dice Chomsky con una claridad meridiana y profunda) está haciendo desesperados esfuerzos por consolidar su sistema hegemónico de dominación. No podemos permitir que eso ocurra, no podemos permitir que se consolide la dictadura mundial.

El discurso del Presidente-tirano mundial, lleno de cinismo e hipocresía, refleja la hipocresía imperial, el intento de controlar todo. Quieren imponernos el modelo democrático como ellos lo conciben: la falsa democracia de las élites. Y además, un modelo democrático muy original: ¡impuesto a punta de bombardeos, invasiones y cañonazos! ¡Vaya, qué democracia! Habría que revisar las tesis de Aristóteles y de los primeros que hablaron en Grecia de la democracia, a ver qué modelo de democracia es el que se impone a punta de marines, invasiones, agresiones y bombas (Chávez 2006a: 13-14).

Vemos la repetición y las hipérbolos y hasta insultos (sugerir un psiquiatra) intentando fijar el concepto de “dictadura mundial”.

Termina este discurso diciendo: “Huele a azufre, pero Dios está con nosotros. Un buen abrazo

y que Dios nos bendiga a todos. Muy buenos días” (2006a: 28).

5. Conclusión

En este artículo hemos querido analizar las principales técnicas de persuasión usadas por Chávez, ejemplificando con algunos de sus discursos más representativos. La función primordial de estos es la exposición de un proyecto político basado en una determinada concepción de la sociedad y una reinterpretación y uso de la historia venezolana, sobre la cual se busca fundar una ideología y un programa político. Dicho proyecto implica una relectura de la historia y la creación o uso de mitos.

La reconstrucción de la historia se apoya sobre determinados conceptos-símbolos que, según el emisor, definen al pueblo venezolano, y con los cuales se identifica el político; en este caso, Bolívar como libertador y hombre humilde, pero también otros como Fidel Castro, Jesús... Dentro de este discurso se excluye al otro, se trata de deslegitimar a los demás partidos y corrientes; los demás proyectos aparecen, por tanto, como rivales o enemigos de la esencia definida en los conceptos-símbolos.

La dialéctica de Chávez –que aún sigue en vigencia con el presidente Maduro– se dirige hacia la promoción de diferencias ideológicas entre los conciudadanos venezolanos. Se produce la distinción entre un pasado no lejano de carencia de igualdad y un futuro prometedor para los sectores oprimidos de la sociedad, que, como el fénix, resurgirán para ocupar su lugar protagónico dentro de una nueva democracia participativa, donde la voz del pueblo se hará eco en la voz del político.

El presidente Chávez emplea recursos como la repetición de palabras o frases, ya sea sobre él mismo o sobre el Libertador, Bolívar, con el afán de dirigir su dialéctica hacia el pueblo venezolano para subrayar las diferencias entre su proceso de construcción de una Venezuela bolivariana y socialista, y el gobierno del pasado. Max Römer Pieretti (2014: 60) indica:

No se trata de un socialismo a la europea. Se trata una soviétización del Estado que, al estar amparada desde la comunicación a través de las múltiples cadenas y su programa de TV “Aló, Ciudadano”, es decir, la permanente campaña política, el pueblo chavista responde siempre con esperanza de distribución de la riqueza, así como con ilusión de cambio. Unas formas cercanas y campechanas para decirle al pueblo por medio de las pantallas que él –el presidente– está con el pueblo, con sus necesidades de justicia social entendida desde la dádiva, desde la lealtad que genera la tenencia futura, esa que sacará de la miseria.

De esta manera, y a través del uso de un lenguaje alejado de la retórica política común, el ciudadano chavista responde a esta dialéctica con fe de cambio e inquietud por la redistribución de la riqueza que se le ha prometido. Los discursos de Chávez se transmiten de tal manera, ya que “el discurso común de la política llega hasta los receptores por medio de expresiones coloquiales dentro del contexto cultural venezolano”, sin olvidarnos de los elementos del imaginario religioso y la carga de anécdotas personales sobre sus años en el

ejército, hasta su ingreso de lleno en la política (Peña Angulo 2012: 15). Se reivindica al pueblo, y se hacen llamados, repetitivos hasta la saciedad, a la unidad nacional y la renovación, todo ello manteniendo a Bolívar en un pedestal, y subiéndose a este él mismo, héroe libertador, humilde y sacrificado, como el mismo Cristo, al que también alude repetitivamente, como hemos visto. La demonización y amenaza de los “otros” también está siempre presente.

El discurso panfletario basa su eficacia propagandística en decir pocas cosas, en decir las dentro de un orden mítico (buenos/malos; víctimas/asesinos; morales/inmorales), en forma metafórica, hiperbólica y no racional (religión, mitos y héroes), apelando a los sentimientos (amor/odio) y utilizando el miedo al otro, a lo desconocido. El populismo, en mano de quienes desean alcanzar el poder, se ha convertido en un arma más en el arsenal de la manipulación social, apoyándose en la afirmación, la repetición y el uso de elementos lingüísticos determinados. Se ofrecen soluciones falsas a problemas reales, soluciones hechas de palabras, y dentro de este relato y apelación solo cabe una única e inmutable patria y un solo socialismo, incompatible con otras alternativas que propongan algo distinto a las esencias presentadas por el político.

Referencias bibliográficas

- Aponte Moreno, Marco. 2008. *Metaphors in Hugo Chávez's Political Discourse: Conceptualizing Nation, Revolution, and Opposition*. Tesis doctoral. Disponible en: http://elies.rediris.es/elies27/APONTE_MORENO_FINAL_THESIS.pdf
- Arenas, Nelly. 2005. El gobierno de Hugo Chávez: populismo de otrora y de ahora. *Nueva Sociedad* nov-dic. Disponible en: <http://nuso.org/articulo/populismo-de-otrora-y-de-ahora/>
- Arenas, Nelly. 2009. El populismo de Hugo Chávez: ¿revirtiendo la democracia venezolana? (2004-2007). *Araucaria* 22: 152-185. Disponible en: <https://revistascientificas.us.es/index.php/araucaria/article/download/1250/1144>
- Bernays, Edward L. 1928. *Propaganda*. Dallas, Texas: Taylor Publishing Company.
- Cannon, Barry. 2013. *Hugo Chávez and the Bolivarian Revolution: Populism and Democracy in a Globalized Age*. Manchester: Manchester University Press.
- Charaudeau, Patrick. 2009. Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso y Sociedad* 3(2): 253-279. Disponible en: [http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3\(2\)Charaudeau.html](http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3(2)Charaudeau.html)
- Cuñarro Conde, Edith Mabel; Cuñarro Conde, Líber Daniel. 2016. Democracia y populismo en América Latina. Algunas notas sobre Uruguay y Venezuela. *Justicia* 31: 46-64. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/just/n31/0124-7441-just-31-00046.pdf>
- Grijelmo, Álex. 2014. El populismo está fuera del diccionario. *El País*. Disponible en: http://www.elpais.com/elpais/2014/07/25/opinion/1406288927_479703.html
- Le Bon, Gustave. [1895] (1996). *The Crowd: A Study of the Popular Mind*. Loki's Publishing.

Disponible en: <http://www.gutenberg.org/ebooks/445>. (Capítulo 3, The Leaders of Crowds and Their Means of Persuasion, disponible en: https://brocku.ca/MeadProject/Lebon/LeBon_1895/LeBon_1895_08.html).

Negro Alousque, Isabel. 2015. Hugo Chávez and the building of his self-image through metaphor. *Ibérica* 29: 83-104.

Peña Angulo, Jo-Ann. 2012. Chávez en tres discursos. *Revista Venezolana de Ciencia Política* 41: 11-25. Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/37497>

Rojas Oliveros, Pedro Nel. 2009. *El discurso político del presidente Hugo Chávez Frías como constituyente de identidad política en Venezuela: Antagonismo y representación*. Monografía de grado. Bogotá, Colombia: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

Römer Pieretti, Max. 2014. Venezuela a partir de Chávez: identidad y política. *Historia y Comunicación Social* 19: 55-65. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/45010/42381>

Santiago-Guervós, Javier de. 2015. La relexicalización en el discurso político actual: el ejemplo de populismo a través de la prensa española. *Boletín de la Real Academia Española* 95/312: 471-500. Disponible en: <http://revistas.rae.es/brae/article/view/118>

Santiago-Guervós, Javier de. 2019. Análisis del discurso populista en la España actual. *Analecta Malacitana* 39: 115-141.

Sierra, Manuel Felipe. 2010. El discurso de Chávez busca el miedo social. *ABC de la semana*. 16 de diciembre. Disponible en: <http://www.abcdelasemana.com/2010/12/16/el-discurso-de-chavez-busca-el-miedo-social>

Sotelo, Ignacio. 2014. El populismo bolivariano. *El País*. 30 de junio. Disponible en: https://elpais.com/internacional/2014/06/30/actualidad/1404141737_942921.html

Stoneman, Rod. 2009. *Chavez: The Revolution Will Not Be Televised. A Case Study of Politics and the Media*. Londres: Wallflower Press.

The Techniques of Propaganda. Disponible en: https://www.cengage.com/resource_uploads/downloads/0534619029_19636.pdf. 17 páginas.

van Dijk, Teun. 2006. Discurso y manipulación: discusión teórica y algunas aplicaciones. *Revista Signos* 39(60): 49-74.

Woods, Dwayne. 2014. The Many Faces of Populism: Diverse but not Disparate. *Research in Political Sociology* 22: 1-25. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/287114156_The_Many_Faces_of_Populism_Diverse_but_not_Disparate

Zheng, Tongtao. 2000. Characteristic of Australian Political Language Rhetoric: Tactics of gaining public support and shrinking responsibility. *Journal of Intercultural Communication*

4. Disponible en:

<https://www.immi.se/intercultural/nr4/zheng.htm>

Corpus

Chávez, Hugo. 1999^a. Discurso de la toma de posesión de la presidencia, 2 de febrero de 1999, Caracas, Venezuela. Disponible en:

<http://www.democraciasur.com/documentos/VenezuelaChavezTomaPresidencia99.htm>

Chávez, Hugo. 1999b. Discurso del Comandante Presidente Hugo Rafael Chávez Frías, en la sesión inaugural de la XXX conferencia general de la Unesco. Disponible en:

<http://www.todochavez.gob.ve/todochavez/3604-discurso-del-comandante-presidente-hugo-rafael-chavez-frias-en-la-sesion-inaugural-de-la-xxx-conferencia-general-de-la-unesco>

Chávez, Hugo. 2006a. Discurso del presidente Chávez en la LXI Asamblea de la ONU. 20-9-2006. Disponible en:

<http://www.formacion.psuv.org.ve/wp-content/uploads/2013/07/Discurso-ante-las-Naciones-Unidas-Septiembre-2006.pdf>

Chávez, Hugo. 2006b. Chávez y el partido único. 16-2-2006. Disponible en:

<https://www.aporrea.org/actualidad/n87995.html>

Chávez, Hugo. 2007a. Toma de posesión de Hugo Chávez Frías. 10-1-2007. Disponible en:

<https://vulcano.wordpress.com/2007/01/11/discurso-de-hugo-chavez-en-su-toma-de-posesion/>

Chávez Frías, Hugo. 2007b. Discurso de orden del Presidente Chávez en ocasión de entregar la propuesta de Reforma Constitucional en la Asamblea Nacional. 17-8-2007. Servicio y Atención Legislativa Asamblea Nacional [versión para imprimir]. Disponible en:

<https://www.aporrea.org/actualidad/n99758.html>

Chávez Frías, Hugo. 2012. Alocución. 8-12-2012. Disponible en:

<http://foro.revolucionaldia.org/viewtopic.php?t=11729&sid=695e2af92bd67bb8c27fae81351e6e0c>

Notas

¹ “[...] the term ‘populism’ arises at the end of the 19th century, during an era in which the notion of ‘the people’ becomes a key word of modern politics and ‘democracy’ tends to be positively valued again. The term ‘populism’ is used to characterize the American Peoples Party, founded in 1892. The rise of the People’s Party was a reaction against the ‘failures’ of both the Republican the Democratic Party to represent the farmers and the workers”. Traducción de los autores.

² Houwen, Tim. 2011. *The non-European Roots of the Concept of Populism*. Working Papers 120. University of Sussex. Disponible en:

<https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=sei-working-paper-no-120.pdf&site=266>

³ Abts, Koen; Rummens, Stefan. 2007. Populism versus democracy. *Political Studies* 55: 405-424.

⁴ “Therefore, populism is viewed as a demagogic threat to democracy since it claims to represent the will of ‘the people’ in an unmediated way, that is omitting some group interests or elite privileges to benefit their construction of the people”.

⁵ Raadt, Jasper de; Hollanders, David; Krouwel, Andre. 2004. Varieties of Populism: An Analysis of the Programmatic Character of Six European Parties. *Working Papers Political Science* 4. Amsterdam: Vrije University: 1-28.

⁶ Textos tomados de P. Charaudeau, “Reflexiones para el análisis del discurso populista” y “Las emociones como efectos de discurso”. *Revista Versión* 26 (junio 2011): 97-118.

⁷ “Las nuevas vías de la democracia”. Conferencia dictada en la Universidad Católica Andrés Bello, 16-11-2006. Citado por N. Arenas (2009).

⁸ Esta cita y otras que reproduce pertenecen a P. Charaudeau (2011): “Reflexiones para el análisis del discurso populista” y “Las emociones como efectos de discurso”. *Versión* 26: 97-118.

⁹ Observamos algo típico en el discurso de Chávez: el innecesario desdoblamiento en masculino/femenino, que ya menciona I. Bosque, en su informe “Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer” que llama la atención en la Constitución de Venezuela. Este informe, de 2012, puede encontrarse en http://www.rae.es/sites/default/files/Sexismo_linguistico_y_visibilidad_de_la_mujer_0.pdf

¹⁰ “He sought to involve his neighbours in a fresh interpretation of the ‘Bolivarian’ dream of the nineteenth century, the creation of an independent and original Latin America that would unite its forces against the outside world”. Richard Gott [2000]: *In the Shadow of the Liberator*. Londres: Verso.

¹¹ Miles, Robert; Brown, Malcolm. 2003. *Racism*. Londres y Nueva York: Routledge.

¹² Perfiles icónicos para la identidad venezolana desde la prensa del siglo XIX: la mirada de la revista *El Cojo Ilustrado* del centenario del mariscal Antonio José de Sucre. En J. C. Jiménez Redondo y M. Saavedra Inajara, coords. *Tan iguales, tan diferentes. La construcción de la identidad iberoamericana*. Madrid: Ediciones Encuentro, 2013.

¹³ La raza suele ser el elemento principal que forma la nacionalidad o identidad de un pueblo en este tipo de discursos políticos. El pueblo en cuestión es retratado como raza aparte, portadora de todas las virtudes y que, por tanto, no debe mezclarse con las otras, que están degradadas, y que se dedican a explotar y corromper a la raza virtuosa. El motivo del *beatus ille* suele usarse por los políticos para oponer el presente degradado al pasado feliz y virtuoso. (Véase, por ejemplo, el estudio de T. Fernández Ulloa “La fuerza del mito en el discurso político nacionalista de Sabino Arana Goiri”. *Tonos Digital*, 6, 2003. Disponible en <https://www.um.es/tonosdigital/znum6/estudios/fernandezulloa.htm> sobre el discurso político del fundador del nacionalismo vasco, Sabino Arana Goiri, o los escritos sobre el líder del EZLN, el Subcomandante Marcos [T. Fernández Ulloa: “Universo discursivo y retórica política del Subcomandante Marcos. Pasado, presente ¿y futuro? de la comunidad indígena”. En Miguel Anxo Pena González (coord.), *El Mundo Iberoamericano antes y después de las Independencias. Actas del V Simposio Internacional del Instituto de Pensamiento Iberoamericano, Salamanca, 20-23 de octubre de 2010*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, 2011, pp. 587-598. Se equiparan nación y raza, y se da al partido político la misión de mantener a esta pura frente al “ataque” o la “invasión”. Esto lleva a una política excluyente.

¹⁴ “The conscious and intelligent manipulation of the organized habits and opinions of the masses is an important element in democratic society”.

¹⁵ Como señala en su discurso ante la ONU: “Noam Chomsky (uno de los más prestigiosos intelectuales de esta América y del mundo)”. Menciona (y empuña) su libro *Hegemonía o supervivencia, la estrategia imperialista de Estados Unidos*, “excelente trabajo para entender lo que ha pasado en el mundo en el siglo XX (lo que hoy está pasando) y la más grande amenaza que se cierne sobre nuestro planeta: la pretensión hegemónica del imperialismo norteamericano pone en riesgo la supervivencia misma de la especie humana” (2006a: 12).

¹⁶ “[...] there is consequently a vast and continuous effort going on to capture our minds in the interest of some policy or commodity or idea”.

¹⁷ Véase Aponte Moreno (2008: 172).

¹⁸ “[...] politicians attempt to convince their audience that both themselves and their ideas are ‘of the people’. The main function of this inclusive or ‘plain-folks’ technique is to assimilate the speaker himself/herself into a group or groups, and to then win the support of the members of these groups”.

¹⁹ Cita a Martin Hopenhayn en esto: “El reto de las identidades y la muticulturalidad”. *Pensar Iberoamérica: Revista de Cultura*, núm. 0, 2002. Disponible en <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric00a01.htm>

²⁰ Carrera Damas, Germán. 1969. *El Culto a Bolívar*. Caracas: Instituto de Antropología e Historia, Facultad de Humanidades, Universidad Central de Venezuela.

²¹ Véase también el documental irlandés *The Revolution Will Not Be Televised* (2003) sobre el golpe de estado de 2002, y el libro de Stoneman (2009) analizándolo.

²² El combate de Ayacucho, Perú, fue el último gran enfrentamiento dentro de las campañas terrestres de las guerras de independencia hispanoamericanas (1809-1826) y significó el final definitivo del dominio administrativo español en América del sur. Bolívar redactó y publicó en 1825 su resumen de la vida del general Antonio José Francisco de Sucre y Alcalá (nacido en Sucre, Venezuela), único trabajo en su género realizado por él, elogiando a su lugarteniente.

Manuela Sáenz (1795-1856) fue una patriota peruana, reconocida como heroína de la independencia de América del Sur. En 1823 Manuela acompañó a Bolívar al Perú y estuvo a su lado, de forma activa, durante buena parte de las campañas. Impidió el asesinato de Bolívar, y es también un símbolo de feminismo de la época, al abandonar a su marido y unirse a Bolívar, y por defender los derechos de la mujer. Véanse *Los diarios perdidos de Manuela Sáenz y otros papeles*. Bogotá: Fundación para la Investigación y la Cultura, Colección El pez en la red, 2005. Disponible en <http://bdigital.unal.edu.co/47772/1/9588239079.pdf>. También en: Facundo Bindi. 2011. Manuela Sáenz. Libertadora de América. *IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Universidad de Buenos. Disponible en: <http://cdsa.academica.org/000-034/755.pdf>.

²³ Chávez cita hasta la saciedad este libro (véase el video en la web indicada al fin de esta cita), de Lucas Estrella Schultz (1995), auténtica Biblia para él. Al parecer, se lo regaló su mujer y se convirtió en el libro más leído en Venezuela durante unos años, hasta que el periodista y escritor venezolano Boris Izaguirre afirmó que tenía contenido homoerótico y Chávez abandonó su cita y promoción. Véase <http://grupolipo.blogspot.com/2018/03/patria-socialismo-muerte-y-el-oraculo.html>

²⁴ I. Negro Alousque (2015) también estudia las metáforas usadas por Chávez en varios discursos, en concreto las relacionadas con la guerra, la religión, el viaje, el fuego, la familia y la luz.

²⁶ “The strong presence of nationalistic sentiment elements in the first speech may be attributed to the fact that it was held two months before the election of the members of an assembly to write a new constitution for the nation” (Aponte Moreno 2008: 109).

²⁷ Hemos cambiado la puntuación, añadido acentos (y eliminado mayúsculas), en este caso como en otros al citar este discurso, pues la transcripción contenía bastantes errores.

²⁸ “[...] (a) coincide in every way with the board basic plans of the campaign and all its minor details; (b) be adapted to the many groups of the public at which it is to be aimed; and (c) conform to the media of the distribution of ideas”.

²⁹ El 2 de diciembre de 2007 hubo un referéndum para aprobar reformas constitucionales propuestas por Chávez y su gobierno. Las reformas no se aprobaron, lo que supuso una nueva derrota para el líder.

³⁰ “The influence of repetition on crowds is comprehensible when the power is seen which it exercises on the most enlightened minds. This power is due to the fact that the repeated statement is embedded in the long run in those profound regions of our unconscious selves in which the motives of our actions are forged. At the end of a certain time we have forgotten who is the author of the repeated assertion, and we finish by believing it. To this circumstance is due the astonishing power of advertisements”. La traducción es nuestra.

³¹ “Propaganda tells the same tale over and over again using similar language, examples, and references” (“The techniques of propaganda”, (s.f.: 13).

³² Este clip está disponible en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=VxnexNEDAc>, con el siguiente comentario: “George W. Bush succinctly explains his job” (George W. Bush explica brevemente su trabajo). [año]

³³ “[...] if you’ve retired you don’t have anything to worry about, it’s the third time I’ve said that; I’ll probably say it three more times, you see? In my line of work, you gotta keep repeating things over and over and over again for the truth to sink in; to kind of catapult the propaganda”.

³⁴ “This technique firstly produces some kind of potential threat to the public, and then provides solutions from which the public can then choose from. In reality, however, these solutions constitute choices made by the politician, and not the public”.

El ejemplo que da Zheng es de Hitler en 1932: “Las calles de nuestro país están en tumulto. Las universidades están llenas de estudiantes rebelándose y causando disturbio. Los comunistas están buscando destruir nuestro país. Rusia nos amenaza con su ira, y la Republica está en peligro. Sí –peligro desde adentro y por fuera. ¡Necesitamos la ley y el orden! Sin esto nuestra nación no podrá sobrevivir” (Zheng 2000). Original, en Zheng: “The streets of our country are in turmoil. The universities are filled with students rebelling and rioting. Communists are seeking to destroy our country. Russia is threatening us with her might, and the Republic is in danger. Yes - danger from within and without. We need law and order! Without it our nation cannot survive”.

³⁵ Véase la entrevista titulada “El discurso de Chávez busca el miedo social” [año], disponible en: <http://www.abcdelasemana.com/2010/12/16/el-discurso-de-chavez-busca-el-miedo-social>

³⁶ Autor del libro *El imperio de Fidel: Petróleo e injerencia cubana en Venezuela*. “Fidel Castro aglutinó a la izquierda en Venezuela, incluyendo aquellos elementos que no eran en realidad marxistas, a través de propaganda y agentes infiltrados. Véase A. M. Delgado: “Castro y el fin del mito que exportó el fracaso a América Latina”. *El Nuevo Herald*. 26 de noviembre, 2016. Disponible en: <https://www.elnuevoherald.com/noticias/mundo/america-latina/cuba-es/article117204783.html#storylink=cpy>

Emoción y razón en la construcción del discurso político: el caso de la proclamación de la no reconocida República Catalana en octubre de 2017

Reyes Cala Siria
Universidad Complutense de Madrid
reyescalasiria@gmail.com

Resumen

En este capítulo se pretende realizar una reflexión sobre el uso de la emoción y la razón en la construcción de las estrategias discursivas de los principales partidos políticos españoles (PDCAT, Ciudadanos, PP, PSOE y Podemos), en un momento inédito y clave, como fue la proclamación y suspensión en el mismo pleno de la declaración unilateral de independencia por parte del Govern catalán el pasado 10 de octubre de 2017. En un panorama regido por la mediatización de la política (Strömbäck 2008), en el que los medios de comunicación y las redes sociales alcanzan una importancia cada vez mayor a la hora de configurar los discursos políticos, donde la ciudadanía es tratada como una audiencia (Manin 2006), se crea un debate sobre la utilización de la persuasión de las emociones en los discursos políticos. Autores como Perniola (2004, en Dader, 2009: 155) critican este uso con el concepto de “sensiocracia”, el poder de las emociones; mientras que otros investigadores como George E. Marcus (2008) hablan de un “ciudadano sentimental” que necesita tanto de la razón como de la emoción para participar en política. Para realizar un análisis de esta situación, he elegido realizar una aproximación a las estrategias discursivas de los partidos políticos españoles, divididos entre constitucionales e independentistas, con el fin de observar la utilización de la persuasión emocional y racional en una situación sin precedentes en el panorama español.

Palabras clave: democracia, comunicación, persuasión, espectáculo, discursos.

Abstract

This chapter intends to reflect on the use of emotion and reason in the construction of the discursive strategies of the main Spanish political parties (PDCAT, Ciudadanos, PP, PSOE and Podemos), in an unprecedented and key moment, as was the proclamation and suspension in the same plenary of the unilateral declaration of independence by the Catalan Government on October 10, 2017. In a scenario governed by the mediatization of politics (Strömbäck 2008), in which the media and social networks are becoming increasingly important when it comes to shaping political discourses, where citizenship is treated as an audience (Manin 2006), a debate is created about the use of persuasion of emotions in political discourses. Authors such as Perniola (2004, in Dader, 2009: 155) criticize this use with the concept of “sensiocracy”, the power of emotions; while other researchers like George E. Marcus (2008) speak of a “sentimental citizen”, who needs both reason and emotion to participate in politics. To make an analysis of this situation, I have chosen to make an approach to the discursive

strategies of Spanish political parties, divided between supporters of the Constitution and those in favor of independence, in order to observe the use of emotional and rational persuasion in an unprecedented situation in Spain.

Keywords: democracy, communication, persuasion, spectacle, speeches.

1. Introducción

El discurso político y, por tanto, la utilización de la palabra en la escena política y mediática conforman la base principal por la que los ciudadanos son informados de las cuestiones de la esfera pública.

Cuando una figura política se dirige hacia un auditorio, quiere ganarse su confianza, de ahí la utilización de la palabra. Si pensamos en la etimología del término “palabra”, como indica Breton (2007: 19), viene del término griego *parabole*, es decir, parábola. Es un concepto que se ha utilizado en el sentido de ir hacia el otro con un objetivo. Es un término que realiza la llamada a un cambio (*Ibid.* 2007: 24), al mismo tiempo que ha sido la herramienta que ha sustituido a la violencia a la hora de resolver los asuntos que pertenecen a la comunidad política (*Ibid.* 2007: 141).

La palabra y, por ende, el discurso político han sido la herramienta principal utilizada a lo largo de la historia para modificar la posición del receptor. Los discursos, aludiendo a las reglas básicas de la Retórica de Aristóteles, como recoge David Pujante (2010: 5-6) constan de tres elementos básicos: emisor (la persona que habla), receptor (persona a quien va dirigido el emisor) y el tema a tratar. En función de a quién van dirigidos, los discursos pueden ser demostrativos, cuando los oyentes son simples espectadores que juzgan sobre la habilidad del orador. Es decir, en este tipo de discursos los receptores valoran los recursos estilísticos y discursivos del emisor a la hora de tomar la palabra. Por el contrario, cuando los propios oyentes son árbitros del discurso o deben juzgar sobre hechos pasados o futuros, nos encontramos ante el discurso judicial. Son los discursos que habitualmente se realizan en los tribunales de justicia. Por último, cuando es necesario decidir sobre asuntos futuros que afectan al conjunto de la sociedad, nos encontramos con el discurso deliberativo, que es el que realizarían las figuras políticas. Es necesario tener en cuenta que estos discursos nunca son del todo puros y sus estilos pueden entremezclarse entre ellos. Albadalejo (1996, en Pujante 2010: 6) confirma que en lo que se refiere a los discursos políticos actuales, es decir, los discursos electorales y los discursos parlamentarios pertenecen al género deliberativo.

Más allá de la clasificación del género de los discursos, lo que hoy en día es una realidad es la diversificación de canales por la que estos parlamentos pueden ser difundidos. No hay que olvidar que en pleno siglo veintiuno una nueva herramienta ha entrado en escena: la comunicación digital y las redes sociales. Se multiplican los emisores y se multiplican los canales. El discurso político es transmitido cada vez más desde las redes sociales, tanto por los propios partidos como por los candidatos o afiliados de una formación política. Este

nuevo espacio puede concebirse, como afirma Chadwick (2013) como un nuevo escenario para la participación de la ciudadanía.

Desde ese punto de vista, estos nuevos instrumentos pueden conllevar un empoderamiento de los ciudadanos a la hora de participar en el debate político (Castells 2009, Jenkins 2006), pues estos tienen la posibilidad de comunicarse directamente con los partidos y líderes políticos, aunque no exista siempre un *feedback* por parte de las instituciones o sus dirigentes. Lo que sí cambia es que el público puede convertirse en el propio emisor de sus mensajes (Allan 2013). Los ciudadanos pasan a ocupar un papel central, más activo, que les capacita para utilizar su autonomía creativa, que puede, en determinadas ocasiones, llevarles a condicionar la agenda pública (Casero-Ripollés y Feenstra 2012).

Desde el punto de vista periodístico, estas herramientas permiten, por un lado, que los propios actores políticos dependan menos de los medios de comunicación a la hora de hacer llegar sus mensajes hacia la ciudadanía. De hecho, como afirma Cala Siria (2013: 226, 265, 281, ss.), las nuevas tecnologías y la profesionalización de los equipos de comunicación contribuyen a crear productos más preparados por parte de los gabinetes de comunicación de los actores políticos. De ese modo, se facilita el trabajo a los periodistas y, desde las instituciones políticas, se consigue implantar la información sin ninguna interpretación por parte de los profesionales de los medios. Además, a través del aumento del uso de las redes sociales por parte del ámbito político, los dirigentes y partidos políticos pueden “saltar al periodista” y transmitir su información directamente a la ciudadanía (*Ibid.* 2013: 89, 119, 237).

Este posible empoderamiento de la sociedad civil y esta facilidad para que los equipos de comunicación puedan implantar sus mensajes se debe a que hoy en día, como afirma Pujante (2010: 17), es posible dirigirse a diferentes audiencias a un mismo tiempo. El auditorio al que se dirige una figura política es inabarcable, ya que la difusión que realizan los medios tradicionales se multiplica en las redes sociales. Del mismo modo, los discursos destinados exclusivamente a redes sociales se multiplican en multitud de canales haciendo que el emisor se encuentre ante lo que Pujante ha denominado una “audiencia fantasma”, es decir, lo que se puede considerar una audiencia sin rostro. Este hecho, en el ámbito germano, se denomina *doppelung*, y, en el ámbito anglosajón, *split illocution* (Gruber 1993: 3, Fill 1986, Clark y Carlson 1982, en Pujante 2010: 17). ¿Cuáles pueden ser las consecuencias de esta audiencia sin rostro, especialmente en el mundo actual de la comunicación digital?

Según los expertos, el auge de la comunicación online da lugar a teorías como la de la normalización o la de igualación. La primera de ellas defiende que Internet está moldeado según las características de la sociedad del mundo-real, con tácticas comunes de campaña, poder establecido y relaciones de recursos o valores culturales tradicionales. Es decir, la normalización sostiene el traslado de las relaciones sociopolíticas offline al escenario online (Garcés Corra y Gómez Masjuán 2016: 22), lo que se podría pensar que da lugar a una ciudad virtual en la que las relaciones entre sus poderes y sociedad civil se desarrollan de la misma manera que en nuestras sociedades. En lo que se refiere a la igualación política, Internet se postula como nivelador de las diferentes fuerzas políticas, al romper barreras establecidas

por la ventaja económica y reducir las influencias del *establishment* (*Ibidem*). Desde este punto de vista, el mundo digital ofrece nuevas oportunidades a la ciudadanía para equilibrar la desigualdad entre los poderes públicos y privados y la sociedad civil.

Más allá de estas teorías, como explican Dader y Campos (2017), según el último estudio de las cibercampañas electorales 2015-2016, ya no existe un *feedback* entre emisores y receptores, sino un efecto de multidireccionalidad horizontal. Es decir, la comunicación digital se difunde en dos pasos, primero online y, en segundo lugar, offline. Una vez que el mensaje ha llegado a un número determinado de receptores, estos continúan difundiendo el mensaje a través de las estrategias offline que siempre se han desarrollado, como la comunicación directa con sus familiares o amigos. Como se afirma en el estudio, las redes sociales actúan más como un tablón de anuncios en lugar de espacio de conversación y, aunque definitivamente las redes sociales se han consolidado como una parte imprescindible en la estrategia de comunicación política, no está clara la relación entre los resultados obtenidos en las elecciones y la actividad llevada a cabo en el entorno online. Por tanto, el éxito de la comunicación digital reside, en gran medida, en la capacidad de llegar a un gran número de personas, lo que, con los medios tradicionales, hubiera sido impensable. Sin embargo, la verdadera convicción y la verdadera persuasión del electorado viene de la mano de las ya conocidas y tradicionales estrategias offline que empiezan a actuar por esa audiencia sin rostro, una vez que la comunicación digital ha difundido ampliamente los discursos políticos.

2. Audiencia sin rostro y democracia sentimental

En el anterior epígrafe, nos preguntábamos por las consecuencias que puede tener esta audiencia sin rostro y hemos visto que, en primera instancia, se caracteriza por la capacidad de dar difusión a los mensajes a un número ilimitado de personas. Pero para conseguir convencer a esta audiencia a la que no es posible mirar a los ojos ni observar sus reacciones durante la pronunciación del discurso, también es necesario ofrecer un punto de vista diferente de la información política que sea capaz de seducir al mayor número de votantes posible. Es ahí donde se abre el debate sobre el uso de la razón y la emoción en el contexto de la información política. Más allá de estas diferencias, hay consenso entre los expertos: el de afirmar que en los últimos tiempos se ha producido un proceso de espectacularización de la información política.

En las últimas décadas, la información política se ha enmarcado bajo el contexto de la mediatización de la política (Mazzoleni y Schulz 1999, Kepplinger 2006 Schulz 2004). En él, los medios de comunicación se configuran como la principal fuente de información sobre la actualidad política, al mismo tiempo que sirven como el principal canal de comunicación entre los actores políticos y los ciudadanos (Strömback 2008). La adopción de esta lógica mediática (Altheide y Snow 1979) por parte de los actores políticos ha provocado que la información política cada vez tienda más a erigirse como un espectáculo (Holtz-Bacha 2003). En 1978, el profesor y político francés Roger-Gérard Schwardzenberg calificó a este proceso de mediatización de la política, que ya apuntaba sus primeros rasgos con la irrupción de la

televisión, con el título de su obra *El Estado-espectáculo*. Desde ese momento, se empezó a tener conciencia de que los líderes políticos vivían en un show permanente.

Los investigadores han utilizado diferentes denominaciones para aludir a este fenómeno que no ha dejado de incrementarse de forma progresiva. Mazzoleni y Sefardini (2009) lo han denominado “política pop”. Dakhli (2010) ha utilizado el concepto de “peopolización de la política”, derivado de la expresión francesa “*presse people*” que hace referencia a las publicaciones más sensacionalistas del país gallo. Bajo ambas denominaciones se entiende que el conjunto de los líderes políticos actúa más como celebridades que ofrecen información y representaciones más ligadas al entretenimiento, es decir, al *infoteinment*, para intentar ofrecer una nueva cara de las figuras políticas. Este fenómeno hace que los discursos políticos utilicen una serie de estrategias para hacer más atractiva su información y captar tanto a la audiencia como a los periodistas.

Como resultado, el papel central que ha adquirido el ámbito de la comunicación, así como los expertos de esta disciplina, en el mundo de la política ha provocado que no solo se creen nuevas acepciones a la hora de definir la actividad política, sino que estos cambios se estén enraizando de manera que dan lugar a nuevos conceptos sobre nuestro sistema político. Por un lado, Bernard Manin (2006: 268) alude al concepto de “democracia de audiencia” y afirma que con él se consolida “el gobierno de los expertos en medios de comunicación”. Como continúa explicando, la tendencia a la personalización del poder hace que la comunicación se convierta en una herramienta fundamental a la hora de crear la imagen del líder político. Así, el electorado aparece como una audiencia que responde según los productos que se le presentan en el escenario político (*Ibid.* 2006: 273).

Esta concepción va muy unida al término de teatrocracia. El profesor Fernando Vallespín (2015), haciendo referencia al filósofo Byung-Chul Han, lo describe como “la subordinación de lo político a las necesidades de esparcimiento de ciudadanos que ya apenas pueden digerir la información política si no aparece en formato berlusconiano”. Este concepto ya aparece recogido en la obra de Georges Balandier (1994: 13), en palabras del director teatro ruso de principios del siglo XX Nicolás Evreinov. Para este director, la “teatrocracia es la tesis que señala un asiento teatral en cada una de las manifestaciones de la existencia social, en especial, en el poder”. Bajo este prisma, las diferentes facetas de la vida en sociedad podrían enmarcarse bajo un aura de representación escénica. Por su parte, Christian Salmon define este proceso como la sustitución del debate público por la mera captación de emociones. Así, esta primacía de lo emotivo da lugar a una nueva era que este autor denomina como postpolítica (Salmon 2010: 222).

Lo que sí está claro es que la primacía de las emociones sobre la razón forma parte de un largo debate a lo largo de la historia. Autores como Neuman, Marcus, MacKuen y Cigler (2007) hacen referencia “al efecto del afecto”, por el que la emoción desencadena la acción ciudadana. Perniola (2004) habla de la “sensiología”, el estudio de las emociones. El profesor José Luis Dader (2015: 17) deriva este concepto en la “sensiocracia”, donde predominan las emociones a la hora de evaluar los diferentes proyectos políticos. Y es que, como afirma Drew Western (2007: 125), “la gente vota por el candidato que estimula los sentimientos

correctos, no por el que presenta los mejores argumentos”. Por sentimientos correctos podemos entender aquellos que “tocan una fibra especial” al ciudadano, algún elemento interno que le permita adherirse a unas determinadas premisas o situaciones.

A este respecto, es curioso el rol que Breton nos describe, basándose en una investigación realizada en Kansas City, en la que un vendedor ofrecía a probar un trozo de pizza a los clientes. Los resultados demostraron que, si se establecía un mínimo contacto físico, como tocarles ligeramente el brazo a los clientes, aumentaban las posibilidades de que estos aceptaran el ofrecimiento (*Ibid.* 2000: 98-99). Vance Packard (1984, citado por Breton, 2000: 99) recoge en su obra esta técnica y confirma que es muy utilizada por los publicistas. En un cierto sentido, este contacto físico podría extenderse al ámbito de la comunicación política a través de un contacto emocional. Como afirma Breton, (2000: 100), “si nosotros somos tocados por las imágenes y ellas nos producen una gran simpatía sin conocer una razón exacta, podemos establecer un vínculo con el producto al que son asociadas”.

Este interés y primacía de lo físico, de lo humano, nos lleva a lo que el investigador George Marcus (2008) denomina “ciudadano sentimental”. En él conviven razón y pasión, y es por eso que afirma que

[...] la escena política no puede ser únicamente un espacio dedicado para el debate racional. También debe ser un espacio espectacular, capaz de atraer la atención del público y de suscitar su participación activa [...] Solamente siendo pasionales y racionales a la vez los ciudadanos democráticos pueden dar lo mejor de sí mismos, pues sienten tanto como piensan (2008: 206)¹.

Los discursos políticos están compuestos de razón y emoción. Sus autores los articulan con el fin de atraer a gran parte del electorado; es por eso que la emoción, dada la tendencia a la “democracia de audiencia”, cada vez ocupa un espacio más importante e inunda los mensajes y las imágenes de nuestros políticos. De ahí el riesgo, según advierten determinados autores, de caer en “el poder de las emociones” y de que se haga referencia a la democracia sentimental (Marcus 2008). Sin duda, los afectos tienen sus consecuencias, pero forman parte del ser humano. Además, como afirma Marcus, en muchos casos son los que determinan el interés y la participación ante cualquier evento y ante la política. Querer olvidarlos significaría encarcelar a una parte de nuestro ser; vivir bajo su dominio nos haría perder la razón. Ambos deben convivir y coexistir. Solo así el votante continúa siendo humano. La democracia sentimental no tiene que entenderse exclusivamente como la tiranía de la emoción, sino que es el reconocimiento de la parte emocional de cada individuo.

Este capítulo propone una aproximación al contenido de las estrategias que utilizan en sus discursos los principales partidos políticos españoles, principalmente a través de la clasificación que utiliza el investigador francés Philippe Breton. Para ello, voy a centrarme en la dimensión cognitiva de la creación del discurso, a través del proceso de formación de las representaciones sociales entre la ciudadanía, así como en la dimensión discursiva, basada en las características más formales de estos discursos. Para realizar este análisis, he seleccionado los discursos que se llevaron a cabo en un momento inédito y clave, como fue

la proclamación y suspensión en el mismo pleno de la declaración unilateral de independencia por parte del Govern catalán el pasado 10 de octubre de 2017. Este trabajo pretende recoger las tendencias discursivas que ha desarrollado este debate político para así comprender su influencia en la ciudadanía.

A continuación, voy a detallar, siguiendo principalmente la clasificación del profesor Philippe Breton, cuáles son las principales estrategias que se enmarcan en estos principios y que, a través de ejemplos, nos ayudarán a comprender la manera en que se construye, en el contexto actual, la información política. En todas ellas van a aparecer las tres claves que van a subyacer en toda estrategia persuasiva: la conformidad con el mensaje; la identificación con la idea o producto y la internacionalización del significado (Roiz 1996: 17). Y es que el fin de todas estas técnicas es la asimilación del contenido del mensaje por parte del receptor. Para ello, es indispensable que, de una u otra manera, el destinatario sienta que forma parte y se identifica con el conjunto de premisas o principios de las informaciones transmitidas.

3. El efecto de la emoción

Para Breton, las estrategias discursivas se dividen en dos ámbitos: el emocional y el cognitivo. En la práctica no existe ninguna estrategia que abarque un único ámbito. Cada táctica está compuesta a la vez por varias estrategias. El fin de analizarlas de forma individual es observar de forma detallada cuáles son los sutiles mecanismos que pueden utilizarse en la conformación de los discursos.

En esta llamada a las emociones, nos encontramos con un primer mecanismo que es el de la identificación. A través de él, se crea la ilusión de que el que emite el mensaje está representado en el propio mensaje, de manera que la autoridad, en un sentido amplio del término, pesa sobre el auditorio independientemente del contenido del mensaje, para que así sea aceptado. Es lo que el experto en marketing Lionel Bellenger denomina “persuasión-seducción” (*Ibid.* 2000: 80-81). Roiz (1996: 33) también alude a este mecanismo a través de la idea de “semantización de los contenidos de actualidad”, al concretar una carga de significación para un determinado concepto que fortalezca la identificación con dicho término.

En el caso de las intervenciones del 10 de octubre, ante la polarización de la sociedad respecto al caso de la independencia de Cataluña, los partidos políticos intentaban identificarse tanto con el conjunto de la población, como representantes de la ciudadanía, como con sus sectores más afines. Como ejemplo, el entonces Presidente Puigdemont lo explicitaba con las siguientes palabras:

Me dirijo al conjunto de la población [...] todos con nuestras diferencias y discrepancias en aquello [en] que nos entendemos y [en] que no nos entendemos, formamos un mismo pueblo y debemos seguir juntos pase lo que pase, porque así se hace la historia de los pueblos que buscan su futuro. [...] Quiero hacer un reconocimiento a todas las personas que hicieron posible este éxito logístico y político. A los voluntarios, a los ciudadanos que guardaron urnas en casa, a los responsables de

impresoras que imprimieron papeletas, a los que desarrollaron el censo universal, a los votantes del sí y a los del no y a los del voto en blanco. [...] Como presidente actuaré siempre con responsabilidad y teniendo en cuenta los 7.5 millones de catalanes de este país².

En estas líneas encontramos tres intentos del Sr. Puigdemont de identificarse con la ciudadanía catalana. En primer lugar, ha intentado referirse al conjunto de la población exponiendo de manera explícita que con ciertos sectores hay discrepancias, pero el elemento central es que todos pertenecen a un mismo pueblo. En estas palabras encuentra la unidad en la identificación con el pueblo, con la idea de nación que debe decidir su futuro en su conjunto. En segundo lugar, realiza una identificación con todas aquellas personas que contribuyeron a que se pudiera celebrar la votación del 1 de octubre, consiguiendo de ese modo una clara adhesión con el electorado independentista. En sus palabras juega con la identificación en un doble sentido, por un lado, con el conjunto de la ciudadanía catalana como *President* y, por otro lado, con los sectores más independentistas que constituyen sus bases para llevar adelante su proyecto. Con esta doble identificación, pretende mantener su autoridad como representante del gobierno catalán, aunque sobre todo tiene el objetivo de mantener movilizados a los sectores más independentistas.

En el caso de Ciudadanos, Inés Arrimadas se identifica claramente con lo que ella denomina “una mayoría silenciada”. En su discurso afirma: “yo creo que ustedes han conseguido despertar a esa mayoría silenciada porque no es una mayoría silenciosa”. Seguidamente confirma:

Le[s] quiero decir a la mayoría de los catalanes que se sienten catalanes, españoles y europeos que no estáis solos, que vamos a seguir luchando, que somos mayoría, que se ha acabado esta etapa de silencio y que tenemos una oportunidad de ganar en las urnas el futuro de nuestra familia e hijos.

Ciudadanos opta por identificarse claramente con el electorado no independentista. En sus discursos, utiliza la primera persona del plural y se posiciona con todos aquellos ciudadanos que comparten el sentimiento de sentirse español, catalán y europeo.

El Partido Popular sigue en la misma línea. García Albiol afirma que

[...] han logrado algo que parecía imposible tan solo hace un mes, despertar a esa mayoría de catalanes que durante muchos años hemos tenido que aguantar sus desprecios y sus humillaciones en silencio y con la complicidad de algunos que ahora parece que se escandalizan. [...] El pasado domingo fuimos un millón de hombres y mujeres en Barcelona los que dijimos basta a sus excesos, un millón de voces que gritamos sí a la convivencia, sí a vivir en paz, sí a la pluralidad que se expresa de manera diferente y variada en los diferentes ámbitos propios de una sociedad moderna y dinámica. En definitiva [,] sí a la democracia y sí a la libertad.

Albiol vuelve a utilizar la primera persona del plural e incluirse entre el electorado no independentista para intentar establecer lazos y llegar a sus votantes. Asimismo, identifica a este colectivo con unos valores que contraponen al bloque independentista y que los hace propios de su electorado.

El Partido Socialista declara:

Yo le tengo que decir que en estos días estoy entre la gente angustiada, que como usted ha dicho bien en su intervención, son gente que piensa muy diferente. Son personas que probablemente coinciden en dos grandes cosas: aman a su país, pero quieren la prosperidad de su familia y de sus hijos.

En este caso, el líder socialista intenta identificarse con todos aquellos que están viviendo esta situación con angustia. Con esta expresión, se identifica con el conjunto de la ciudadanía, ya que puede entenderse por preocupados y aquellos que desean la prosperidad de Cataluña tanto a los sectores que sienten su pertenencia con España como a los más independentistas. Miquel Iceta ha intentado poner el acento en la preocupación como valor unificador y de identificación con el conjunto de la ciudadanía.

En estos ejemplos, en los que se muestra una identificación con diferentes sectores de la sociedad, según el partido político, el que emite el mensaje está representado en su contenido. Se busca identificarse con un grupo concreto de la población, para hacer inferir a la ciudadanía que el político también pertenece a esta categoría, lo que refuerza los lazos de unión entre emisor y receptor.

Uno de los mecanismos habituales de los discursos políticos se denomina “seducción demagógica”, propia de los partidos que tratan de dirigirse a diferentes auditorios particulares y hacerles creer a cada uno que piensa como ellos. En cierta manera, este mecanismo ha sido utilizado por los partidos políticos en su afán de concentrar un voto transversal y albergar en sus listas al mayor número posible de votantes, como han hecho, a lo largo del siglo XX, los principales partidos occidentales denominados partidos “catch-all” (Kirchheimer 1966: 190-191), cuyo objetivo era hacer creer a los diferentes fragmentos de la población que comparten sus valores e ideas. El dramaturgo Eurípides ya hacía referencia a esta estrategia:

Aquel que es capaz de adaptarse a las más desconcertantes circunstancias, de tomar tantos rostros como categorías sociales y humanas hay en la ciudad, de inventar los mil mecanismos que harán su acción eficaz en las circunstancias más dispares (Bellenger 1985: 51, en Breton 2000: 82)³.

Resulta curioso destacar que en los discursos que se realizaron el 10 de octubre en el Parlament no se utilizó este tipo de recurso, que todos los líderes políticos estaban bastante polarizados en sus palabras. Es decir, en líneas generales, cada dirigente se identificaba de forma clara con el electorado independentista o con los votantes no nacionalistas, por lo que sus discursos no iban destinados tanto a dirigirse a diferentes auditorios particulares, sino a movilizar a un electorado muy concreto. Sin embargo, este mecanismo podría detectarse en

la apelación a los valores que realizan los líderes políticos. “Democracia y paz” fueron dos de los términos más utilizados por el President Puigdemont; “democracia y libertad” pedía el líder del Partido Popular; Podemos optaba por una llamada al “diálogo”. Es decir, valores y conceptos que el conjunto de la ciudadanía acepta de forma clara y que, al mismo tiempo, los dirigentes exigen al resto de figuras políticas. De ese modo, al reivindicar cada líder estos valores, muestran su posicionamiento y dan por hecho que el resto de las figuras políticas carecen de los mismos. Con esta estrategia, cada candidato consigue identificarse con unos determinados principios al mismo tiempo que consigue una identificación de su electorado con los mismos, presuponiendo que el resto de los líderes no se adhieren a estos valores, con el fin de mostrar una diferencia moral respecto al resto de candidatos.

En lo que se refiere a la “seducción por el estilo”, se trata de dar preferencia al bien hablar y, de ese modo, se reduce la importancia de los argumentos del mensaje (*Ibid.* 2000: 83). El partido que más utilizó este recurso fue Ciudadanos. Nada más empezar su discurso, Inés Arrimadas afirmó que “esto ha sido la crónica de un golpe anunciado”, aludiendo al título de la obra de García Márquez *Crónica de una muerte anunciada*. Tras ese inicio, utiliza la anáfora a través del término “golpe”

[...] de un golpe a la democracia, de un golpe al sentido común, de un golpe a la institución de este Parlament, de un golpe a nuestro Estatuto de Autonomía y sobre todo de un golpe a un proyecto común que se llama España y que se llama Unión Europea.

Asimismo, también fue muy hábil en la utilización de la figura retórica de la antítesis:

En Europa se buscan socios en vez de enemigos; ustedes representan el nacionalismo que busca división. Europa significa unión; ustedes representan supremacismo, cuando Europa significa igualdad; ustedes representan la insolidaridad, cuando Europa lo que representa precisamente es la solidaridad. Ustedes se basan en una identidad excluyente, cuando Europa se basa en derechos y libertades de la ciudadanía.

El Partido socialista recurre a dos citas. La primera de ellas es de Raimon Obiols, quien fue dirigente del Partido Socialista Catalán: “La política puede ser servidora de los sentimientos, pero no es admisible servirse de los sentimientos para engañarse o engañar”. La segunda fue del que fuera expresidente de la Generalitat Josep Tarradellas: “Nuestro país es demasiado pequeño para que desprecie a ninguno de sus hijos y lo suficientemente grande para que quepamos todos”. El líder socialista ha querido utilizar citas de dos figuras que han representado al catalanismo, con lo que centra la atención del elector, al mismo tiempo que recuerda el espíritu conciliador de dos figuras cercanas al catalanismo y advierte sobre la utilización del engaño en política, y especialmente el uso del sentimiento de pertenencia a Cataluña para vender una realidad errónea al electorado.

Estos recursos buscan llamar la atención del auditorio, de manera que la propia forma del discurso prima y cobra protagonismo, de manera que funciona como atracción de los

argumentos que emite. Este ingenio del orador en la forma que muestra su bagaje intelectual y cultural puede facilitar la adhesión del electorado.

La siguiente estrategia de la que habla Breton es “la seducción por la claridad”, es decir, cuando un discurso, por su claridad, es un discurso que no tiene otros motivos por los que convencer. La manipulación se produce cuando la claridad del discurso sustituye a la propia argumentación (*Ibid.* 2000: 85). Puigdemont es quien ha utilizado este recurso al afirmar:

Durante este periodo, muchos ciudadanos, de hecho, millones de ciudadanos han llegado a la conclusión racional de que la única manera de garantizar la supervivencia, no solo de nuestro gobierno, sino de nuestros valores como sociedad, es que Cataluña se constituya como un Estado.

Al utilizar el adjetivo “racional”, el líder político está indicando que su propuesta es a la que hay que adherirse y al ser tan clara y entrar en los cánones de la “razón”, intenta persuadir al electorado de que es la única solución posible. Indica que la

[...] amalgama afectiva consiste en hacer aceptable una opinión construyendo un mensaje que es una mezcla de esta opinión, sin discusión de su contenido, con un elemento exterior que tienen relación con las emociones, sin relación directa con esta opinión, pero considerada como susceptible para sensibilizar al auditorio en un sentido favorable⁴ (Breton 2000: 91).

De ese modo, la carga efectiva de este elemento exterior se transfiere a la opinión misma que se pretende defender. Es lo que Roiz (1996: 56) denomina “la explotación de los sentimientos”. El autor del spot de Daisy para la campaña de Lyndon Johnson, Tony Schwartz (2001) explica que cada individuo posee motivaciones que determinan sus comportamientos y actitudes. La comunicación debe saber reconocerlas y apelar a ellas para producir un cambio esperado hacia una determinada información. De ahí la importancia del elemento externo, en este caso con origen en una apelación emocional, que determina la inclinación del ciudadano. Como explica Mickey (1995: 68) “el mensaje no son sólo palabras, también es imagen y símbolos, las expresiones y el tono de voz”. Esta amalgama de elementos puede provocar, como confirma Balandier (1994: 157), que “la imagen se convierta en sustituta del pensamiento”.

La líder Inés Arrimadas fue muy efectista en cuanto a este recurso a lo largo de su discurso. “No vamos a permitir que usted nos rompa el corazón a pedazos, Sr. Puigdemont”. Con esta sencilla metáfora, que goza de gran popularidad en el imaginario de la lengua española, llama la atención del electorado, le acerca a su imaginario del acervo popular español y le puede facilitar la adhesión a las premisas del dirigente político. La propia utilización de la metáfora puede entenderse como la utilización de un elemento externo con carga afectiva, dada la implicación con el imaginario popular lingüístico que recrea y que permite sensibilizar al auditorio en un sentido favorable. La líder continúa con este mismo recurso: “Mis padres, mis hermanos y mis sobrinos viven en Andalucía, no pienso permitir que les pidan el pasaporte por venir a verme”. Estas palabras también gozan del elemento externo emocional,

al hacer alusión a la familia y, por tanto, a las familias en general que necesitarían el pasaporte. Con anterioridad, hemos hecho referencia a que un determinado contacto físico podría influir en la toma de decisiones de un individuo. Del mismo modo, este tipo de palabras pueden “tocar” al elector, no en el sentido físico sino en un sentido más psicológico, ya que el hecho de hablar de la familia puede ser un elemento interno importante que puede tocar una fibra especial y conseguir la adherencia a las premisas del líder que realiza este tipo de discurso.

Asimismo, las descripciones que se realizan en los discursos pueden llegar a crear imágenes que hagan que el electorado reaccione de una manera especial. Se puede considerar que el rol de “*toucher*” también abarca las imágenes que pueden derivarse de los discursos. Es el caso de las palabras de Inés Arrimadas cuando afirma: “Y sobre todo usted ha puesto esta institución, que se pasó décadas tapiadas durante una dictadura, la ha puesto usted en peligro”. En el momento en el que el elector dibuja en su mente la imagen del Parlamento catalán amurallado, eso le induce a pensar en un espacio vacío, cerrado, en el que no existía la voz de los representantes del pueblo. La recreación de esta imagen en el imaginario del elector puede generar rechazo hacia el partido o candidato al que se refiere en el discurso, ya que intenta hacer un símil con los valores de una dictadura.

Una estrategia que hay que destacar es la de la repetición que actúa sobre el olvido (Breton 2000: 94). Roiz (1996: 71-75) también apunta a este mecanismo “de la repetición de palabras clave y frases hechas”. Además, esta técnica ofrece la sensación de que lo que es repetido ha sido ya argumentado con anterioridad (*Ibidem*). Como también confirma McKeone (1995: 42-45) es indispensable repetir el mensaje para que pueda ser recordado, pues se consigue el efecto que producen los estribillos, que, como en una canción, calan en los receptores ayudando a aceptar mejor sus mensajes. Este mecanismo ha sido utilizado por todas las formaciones políticas a la hora de elaborar sus discursos en la repetición de ideas, palabras clave y mensaje principal. No hay ninguna diferencia destacable en su utilización entre las distintas formaciones.

4. Los argumentos como recurso

Por otro lado, el otro marco en el que puede operar la manipulación es en el de los contenidos del mensaje, lo que Breton denomina la “manipulación cognitiva” (*Ibid.* 2000: 101). Dentro de él nos encontramos con diferentes técnicas. En primer lugar, el “marco manipulador”. Este va a actuar allí donde el marco inicial de un hecho no podría por sí mismo convencer. En su desarrollo puede actuar a través de la orientación de los hechos, de manera que la realidad sea conscientemente deformada o se oculten una parte de los hechos de manera que se enmascaren las consecuencias que comporta la aceptación del marco propuesto (*Ibid.* 2000: 102). El resultado es que se traduce en la “presentación de una imagen deformada” (*Ibid.* 2000: 114). La base de estos tres mecanismos es la orientación y, por tanto, tergiversación de la realidad. Los consejos de consultores como Luis Arroyo (2010: 158) apuntan en esta dirección. Las ideas de “no conviene desviarse del mensaje”, “no debemos pensar en la pregunta sino en el mensaje” o “nada obliga a asumir riesgos innecesarios” apuntan hacia un tipo de respuestas que van a ir encaminadas a responder a aquello que ya se tenía previsto,

es decir, dar una visión de la realidad desde un determinado ángulo, que va a dejar en la sombra parte de los contenidos y de sus consecuencias. De ese modo, parte de la información queda sin ser dicha, ya que el líder político no debe salirse del marco que le ha sido establecido.

Esta estrategia puede realizarse a través del enmarcado abusivo. Consiste en ordenar los hechos de manera que la nueva imagen de la realidad entrañe una convicción sobre bases falsas. Se supone que si se presenta un hecho de manera no tergiversada sería imposible convencer al auditorio (Breton 2000: 108). A través de ellas, los partidos políticos consiguen enmarcar y ordenar los hechos bajo su prisma, de manera que conforman su relato de la manera adecuada para defender sus premisas.

Es la primera vez en la historia de las democracias europeas que una jornada electoral se desarrolla en medio de ataques policiales contra los votantes que querían depositar su papeleta. Desde las 8 de la mañana hasta el cierre de los colegios, la Policía y la Guardia Civil golpearon a personas indefensas y obligaron a que los servicios de emergencias atendieran a más de ochocientas personas, relata el líder Puigdemont.

Con esta descripción de los hechos se centra en enmarcar la “jornada electoral”, presuponiéndola legal al denominarla así. Centra entonces su relato en describir la violencia por parte de los cuerpos de seguridad, cuya labor, según mandato del gobierno, consistía en intentar que el referéndum ilegal no se llevara a cabo. La divergencia de encuadre en los relatos políticos entre legalidad e ilegalidad respecto a esta jornada determina el enmarcado de los hechos y las denuncias sobre los mismos.

Ciudadanos centra su relato en demostrar lo fuera de lugar que está el independentismo catalán en el mundo de nuestros días y la soledad de este:

Esto es el nacionalismo más rancio, por el cual se fundó la Unión Europea. Se han equivocado de siglo y de lugar, porque estamos en el siglo XXI, y en el siglo XXI, en la Unión Europea, todos los líderes políticos saben que si se permite que se rompa España esto supone abrir la caja de pandora de Europa; supone abrir que todos los movimientos secesionistas, nacionalistas, antieuropeos puedan tener un aliciente en seguir con sus planes y yo le invito a que escuche a Macron, a Juncker, a Valls, porque está usted solo.

El Partido Popular se centraba en remarcar las contradicciones del independentismo:

Durante muchos años se ha transmitido como un activo de esta sociedad que el debate independentista no generaba conflicto en la sociedad catalana [...]. Se asumía que la tensión provocada por el Govern y organizaciones separatistas perfectamente ampliadas y jaleadas por los medios de comunicación públicos de la Generalitat no afectaban a la convivencia del pueblo catalán. Esa era su gran seña, la convivencia ejemplar, y es posible que fuera cierto durante un tiempo, pero lo era porque en las calles de Cataluña solo se escuchaba una única voz, la voz del pensamiento único, un

pensamiento uniforme que ha permitido al President tener la osadía de hablar en nombre de todos los catalanes.

Su principal objetivo es remarcar las contradicciones que ha generado el independentismo y el daño que ha realizado en el conjunto del pueblo catalán.

El Partido Socialista se ha centrado en mostrar la ilegalidad de las actuaciones del gobierno catalán:

Desde nuestro punto de vista, las instituciones catalanas se situaron fuera de la ley los días 6 y 7 de septiembre. Desde nuestro punto de vista, incumplieron el reglamento, pisando los derechos de la oposición, fulminaron el Estatuto y vulneraron la Constitución. Para nuestra tranquilidad, no era una opinión solo nuestra, era una opinión de los letrados del Parlament, del Consell de Garanties Estatutaries, del Tribunal Constitucional e incluso algún miembro de su gobierno dijo que no se hicieron las cosas suficientemente bien. Desde este punto de vista, y por estas razones, le tengo que decir que el uno de octubre no se celebró el referéndum efectivo, vinculante y con garantías al que se comprometieron.

Hay que destacar la utilización, al principio de cada oración, de la expresión “desde nuestro punto de vista” a la hora de mostrar la ilegalidad de los procedimientos que llevó a cabo el gobierno catalán, señalando que es la opinión que les merece todo este proyecto y, por lo tanto, su manera de enmarcar los hechos.

Luis Rabell de Cataluña Sí que es Pot centra su estrategia en enmarcar la equivocación de la política de la derecha española que está en el gobierno y advierte de las consecuencias negativas y de cómo se desvirtúa la monarquía española:

La derecha tradicional española intenta gobernar desde el anticatalanismo; impulsar una campaña contra el Estatut; propiciar la nefasta sentencia del Tribunal Constitucional de 2002; dinamitar, en suma, los equilibrios institucionales de las últimas décadas. Rajoy, durante el 1 de octubre, organizó una brutal intervención policial que ha conmocionado al país y a la opinión pública internacional. Y el discurso amenazador del rey, que sitúa a la Corona como institución beligerante, no como árbitro.

Los “raíles mentales” (Breton 2000: 111) son conceptos que nos obligan a continuar el raíl, es decir, el sentido de una palabra cuando se la asocia ante un hecho determinado. Un ejemplo significativo, como apunta Breton (*Ibid.* 113), tuvo lugar en las elecciones legislativas de 1997 en Francia. Alain Juppé tildó a los socialistas de reincidentes en el aumento del gasto público. La utilización de este término contiene una connotación muy específica. Un reincidente es más que un simple delincuente, porque es un delincuente que vuelve a serlo una y otra vez.

En esta ocasión, merece destacar que ha sido uno de los recursos más utilizados por el Partido Popular, aunque también otros partidos se han sumado a esta idea de hacer imaginar en el

electorado un sentido más profundo al de las propias palabras que pronuncian. Puigdemont denomina la actitud del gobierno español ante el problema catalán como una “humillación”, lo que induce a pensar que el gobierno, de forma deliberada, ha realizado una grave ofensa con el fin de hacer a Cataluña doblegarse. La candidata de Ciudadanos afirmaba que el

[...] Estatut votado por los catalanes lo han pulverizado junto con el Parlamento, el Consejo de Garantías Estatutarias [...]; han pulverizado la autonomía de Cataluña con su irresponsabilidad.

Pulverizar es reducir a polvo o a partículas muy pequeñas algo sólido. Cuando algo se destruye en partes tan pequeñas no resulta posible volver a reconstruirlo, por lo que, con esta descripción, Ciudadanos hace pensar que la gestión del Govern catalán no tiene vuelta atrás y ha arrasado con todas las instituciones catalanas.

El Partido Popular califica la gestión del Govern como un “caso inaudito de demencia”, “intentona revolucionaria”, “golpe de estado o acto subversivo”. Por un lado, el primer concepto lleva a pensar que la situación ha sido provocada por la pérdida de facultades mentales de los líderes, lo que incapacita el resultado de sus decisiones. El resto de las expresiones van unidas directamente al contexto revolucionario, lo que puede hacer pensar en un contexto de violencia. Además, afirma que los catalanes que se sienten españoles los han intentado convertir en “invisibles”, lo que conduce a pensar que no existen para los dirigentes del pueblo catalán. Y, por último, describe que los bancos y empresas se van de Cataluña “como si fuera una ciudad asediada por la peste” y advierten de la vivencia de “un periodo negro”. La peste es una enfermedad contagiosa con alto riesgo de mortandad, por lo que, al utilizar este símil, ofrece una sensación de agobio y hace alusión a una situación provocada por una enfermedad como es el independentismo, que está alejando a las entidades que ayudan a sobrevivir a la ciudad. Estas deciden marcharse para conseguir su propia subsistencia, ya que no desean ser alcanzadas por la “peste”. De ahí que llegue a la denominación de “periodo negro” tras el asedio de la enfermedad.

Por último, el “marco obligatorio” está destinado a obtener del auditorio un consentimiento sobre una opinión o comportamiento que no presenta ningún problema para ser aceptado; pero, el aceptar esta opinión, va a servir de punto de apoyo eficaz para aceptar una segunda opinión que es más difícil de aceptar a priori, pero la persona se ve obligada a hacerlo (*Ibid.* 2000: 117-118).

Puigdemont afirmaba

[...] ya lo hemos demostrado muchas veces, que la manera de avanzar no puede ser otra que la democracia y la paz [...]. Estamos aquí porque el uno de octubre Cataluña celebró el referéndum de autodeterminación y lo hizo en unas condiciones más que complicadas, extremas.

En primer lugar, gran parte de la sociedad estaría de acuerdo en afirmar que la única manera de gobernar es a través de la democracia y la paz, premisa que es aceptada sin ningún

problema. Otra cuestión es que el conjunto de la población esté de acuerdo con la forma en que gobierna el Govern catalán tras incurrir en ilegalidades. Al analizar la segunda oración, observamos que gran parte del electorado puede estar de acuerdo en que dicho referéndum se organizó en condiciones complicadas, pero en su descripción omite su ilegalidad.

En el caso de Ciudadanos, como ya hemos visto más arriba, afirma

[...] se han equivocado de siglo y de lugar, porque estamos en el siglo XXI y la Unión Europea y en el siglo XXI en la Unión Europea todos los líderes políticos saben que si se permite que se rompa España esto supone abrir la caja de pandora de Europa.

Según esta afirmación, todos los electores podrán estar de acuerdo en que estamos en pleno siglo XXI y en Europa; pero no todos, como en el caso de los más independentistas, aceptarán que el hecho de que Cataluña consiga ser independiente pueda tener un efecto directo en el conjunto de Europa.

El Partido Popular afirma

[...] hace poco les pregunté aquí en qué momento de la historia de Cataluña la radicalidad y la ruptura habían mejorado las condiciones de vida de los catalanes. El silencio de ustedes tuvo una respuesta por mi parte. La respuesta fue nunca y añadido: ni lo hará en el año 2017.

Ante este tipo de premisas, gran parte de la ciudadanía puede estar de acuerdo con que la radicalidad no es un buen método para gobernar, pero otra cuestión es que esa parte de la población conciba que lo que está haciendo el Govern pueda considerarse como tal.

El Partido Socialista defiende:

Usted prometió su cargo y cito literalmente porque introdujo una novedad en ese momento tan emocionante para cualquier catalán, al tomar posesión de la máxima magistratura introdujo una expresión que no se había utilizado: con plena fidelidad al pueblo de Cataluña. Sr. Puigdemont, el 38.47 por ciento no es el pueblo de Cataluña. [...] Usted no puede terminar su mandato permitiendo que una minoría, por respetable que sea, se imponga a la mayoría. Y como estos días, efectivamente, el mundo nos mira, reitero: *A minority cannot impose itself upon a majority; une minorité ne peut pas s'imposer sur une majorité*⁵.

Ante esta afirmación, todo el mundo reconoce que el porcentaje indicado no representa una mayoría; pero, sin embargo, no todo el electorado aceptará la cifra que ofrece el Partido Socialista, ya que la formación que se encuentra en el Gobierno defenderá el noventa por ciento de apoyo del sí en el resultado del referéndum ilegal, por lo que lo concibe como una mayoría del pueblo catalán.

Cataluña Sí que es Pot relata los hechos relevantes que se desprenden tras la celebración del referéndum del 1 de octubre:

La amplitud de la movilización. El deseo de tanta y tanta gente de decidir el futuro del país [...] Ninguno puede considerar el 1 de octubre como un referéndum válido que permita sostener una decisión tan trascendente en Cataluña [...] Que se dialogue para evitar un choque que podría tener consecuencias nefastas [...] Diálogo, consenso y un referéndum pactado, legal, con plenas garantías [...] Valentía hoy quiere decir diálogo.

En su marco, reconoce la amplitud de la movilización que se produjo el 1 de octubre y de ahí deduce que se debe empezar un proceso de diálogo que ofrezca una solución. Este reconocimiento de la amplitud de la movilización puede contrastar con las manifestaciones previas en contra del denominado *procès*, que contaban con otras reivindicaciones. Esta argumentación, en cierta manera, puede dejar excluida a la otra parte de la ciudadanía que está en contra de este proceso.

5. Conclusiones

En este artículo hemos llevado a cabo una aproximación a las principales estrategias que utilizaron los líderes políticos a la hora de configurar sus estrategias discursivas durante la proclamación y suspensión en el mismo pleno de la declaración unilateral de independencia por parte del Govern catalán el pasado 10 de octubre de 2017. El conjunto de estrategias mencionadas, se han articulado en torno a dos dimensiones: la emotiva y la cognitiva, con el fin de poder evaluar qué vertiente se usaba más por parte de los diferentes partidos políticos, aunque es necesario destacar que estas dos categorías se entremezclan y se retroalimentan en el análisis de los diferentes recursos utilizados.

Esta clasificación nos ha permitido observar la pluralidad de enfoques que deben ser tenidos en cuenta en el momento de analizar el discurso político, y la pluralidad de estrategias que existen con el fin de cautivar al auditorio. Un aspecto interesante es resaltar cómo el Govern ha optado por recursos basados más en la persuasión por el contenido que por la emoción. Desde un primer momento, su estrategia se ha basado en relatar su interpretación de cómo ha sido tratado el problema catalán en el pasado hasta llegar a la situación actual, en la que reclaman el respeto de los resultados del referéndum del uno de octubre. Es por ello que ha destacado por el uso del enmarcado abusivo y del marco obligatorio, con el fin de implantar la forma en que ellos ven la realidad catalana. Se han presentado ante el electorado con datos, con la idea de utilizar la seducción por la claridad y convencer por todos aquellos actos que han llevado a cabo y han seguido realizando hasta el momento con la idea de hacer entender al electorado el porqué de sus decisiones.

En la misma línea, el Podemos catalán ha optado por un perfil muy basado en la defensa de sus argumentos y en exponer los datos de la movilización catalana y la necesidad de un verdadero diálogo para alcanzar una solución. Es por ello que ha basado sus recursos en el enmarcado abusivo y el marco obligatorio. Llama la atención este dato, ya que, en anteriores investigaciones, siempre ha sido la formación Podemos (Cala Siria 2015, 2018) aquella que ha utilizado más estrategias basadas en la emoción a la hora de apelar al elector. En este contexto, los líderes territoriales de esta formación han optado por una persuasión basada en su exposición de los hechos y en una clara apelación al diálogo.

Han sido las formaciones de Ciudadanos y el Partido Popular aquellas que han optado por recursos basados más en lo emocional. Ciudadanos ha elegido la seducción por el estilo o la amalgama afectiva, a través de figuras retóricas como las metáforas, las anáforas o la antítesis, estrategias enfocadas en llamar la atención del elector a través de recursos estilísticos y en mostrar las contradicciones del independentismo. Por su parte, el Partido Popular también ha centrado su discurso en resaltar las contradicciones, pero especialmente ha intentado evocar ideas en el imaginario de los electores a través de los railes mentales, para hacerles llegar, a través de ellas, sensaciones más intensas de lo que para esta formación supone el proceso independentista. Así, intenta crear una reacción mayor de rechazo hacia este proceso en su electorado.

El Partido Socialista ha sido la formación más equilibrada en cuanto a la utilización de la razón y la emoción. En sus estrategias, ha utilizado recursos estilísticos como la seducción por el estilo, el enmarcado abusivo y el marco obligatorio; aunque con estos recursos ha intentado resaltar las contradicciones del independentismo y defender el punto de vista de esta formación respecto al proceso independentista.

Si hay un elemento que ha marcado los discursos de estas formaciones políticas, ha sido la polarización del electorado y de estos mismos partidos políticos. De ahí que un recurso tan habitual como la identificación con el electorado, a la hora de ganarse la confianza de este, se haya desarrollado de manera muy polarizada. Ciudadanos y el Partido Popular se han dirigido directamente al electorado no independentista; mientras que el Govern, aunque quería dirigirse al conjunto de la ciudadanía, como ha mencionado en sus palabras, lo ha hecho más de puntillas, ya que sus esfuerzos se han centrado en el electorado independentista.

El Partido Socialista ha sido quien más ecuánime se ha mostrado a la hora de dirigirse al conjunto de la ciudadanía con la utilización del adjetivo “los angustiados”, que puede entenderse como el conjunto del pueblo catalán que está sufriendo esta situación. Esta polarización también se ha puesto de manifiesto con la ausencia del recurso de la seducción demagógica, muy común en los discursos de las formaciones políticas, cuando los partidos se dirigen a un auditorio amplio con el fin de convencerle de un tema transversal. En esta situación, la polarización de los partidos y la sociedad ha impedido que se desarrolle esta práctica.

Para concluir, tras el análisis de las estrategias de estas formaciones políticas, ha habido un uso equilibrado de la razón y de la emoción; no tanto dentro de cada partido político, que sí se ha inclinado más por una categoría u otra, sino en el conjunto de las formaciones partidistas.

Referencias bibliográficas

- Allan, Stuart. 2013. *Citizen Witnessing*. Cambridge: Polity.
Altheide, David; Snow, Robert. 1979. *Media Logic*. Beverly Hills: Sage.

Arroyo, Luis. 2010. Comunicación de Gobierno. Veinticuatro consejos para una campaña permanente. En J. Santiago y J. A. Carpio, coords. *Gestión actual del consultor político*. Madrid: Biblioteca gestión actual, pp. 149-171.

Balandier, George. 1994. *El poder sobre escena*. París: Fayard.

Breton, Philippe. 2000. *La parole manipulée*. París: La Découverte.

Breton, Philippe. 2007. *Éloge de la parole*. París: La Découverte.

Cala Siria, Reyes. 2013. *El fenómeno del spin doctoring: el estado de la cuestión y su práctica en España*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Tesis doctoral inédita.

Cala Siria, Reyes. 2015. La persuasión en el discurso político. Aproximación a las estrategias de comunicación de los partidos españoles desde las elecciones europeas hasta las elecciones andaluzas. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación* 28: 73-80. Disponible en: <https://institucionales.us.es/ambitos/la-persuasion-en-el-discurso-politico-aproximacion-a-las-estrategias-de-comunicacion-de-los-partidos-espanoles-desde-las-elecciones-europeas-hasta-las-elecciones-andaluzas/>

Cala Siria, Reyes. 2018. L'image du changement en Espagne. Une approche des stratégies discursives des principaux partis politiques espagnols lors de l'échec de l'investiture du président par intérim, Mariano Rajoy. En C. Decobert; A. Fleury; K. Rivière-De Franco; C. Saupin, dirs. *Stratégies politiques et représentations médiatiques dans les sociétés européennes contemporaines*. Orléans: Paradigme, pp. 61-81.

Casero-Ripollés, Andreu; Feenstra, Ramón. 2012. The 15-M Movement and the New Media: A Case Study of How New Themes Were Introduced into Spanish Political Discourse. *Media International Australia (MIA)* 144: 68-76.

Castells, Manuel. 2009. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.

Chadwick, Andrew. 2013. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Nueva York: Oxford University Press.

Dader, José Luis, ed. 2009. "Periodismo en la hipermodernidad: consecuencias cívicas de una identidad débil (y algunas vías de reconstrucción)". *Textual & Visual Media* 2: 147-170. Disponible en: <http://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/32/28>

Dader, José Luis. 2015. Fascinados por "Podemos". Un fenómeno natural de la "Democracia Sentimental". *H-ermes. Journal of Communication* 4: 13-45. Disponible en: <http://siba-ese.unisalento.it/index.php/h-ermes/issue/view/1306>

Dader, José Luis; Campos Domínguez, Eva. coords. 2017. *La búsqueda digital del voto. Cibercampañas electorales en España 2015-16*. Madrid: Tirant lo Blanch.

Daklhia, Jocelyne. 2010. *La Peopolisation*. París: Le Cavalier Bleu, col. Myth'ò.

Garcés Corra, Raúl; Gómez Masjuán, Miguel Ernesto. 2016. Más allá del Estado y el mercado: la nueva hora de la comunicación política. *Razón y Palabra* 20/1_92: 100-132. Disponible en: <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/65>

García Márquez, Gabriel. 2015. *Crónica de una muerte anunciada*. Madrid: Debolsillo.

- Holtz-Bacha, Cristina. 2003. Comunicación política: entre la privatización y la espectacularización. *Diálogo Político* 1: 137-154.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: NYU Press.
- Kepplinger, Hans Mathias. 2006. Mediatization of Politics: Theory and Data. *Journal of Communication* 52/2: 972-986. Disponible en:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02584.x>
- Kirchheimer, Otto. 1966. "The Transformation of the Western European Party System". En J. La Palombara; y M. Weiner, eds., *Political Parties and Political Development*, Princeton, University Press, 177-200.
- Manin, Bernard. 2006. *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.
- Marcus, George. 2008. *Le citoyen sentimental. Émotions et politique en démocratie*. París: Science Po.
- Mazzoleni, Gianpietro; Schulz, Winfried. 1999. "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication* 16/3: 247-261. Disponible en:
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/105846099198613>
- Mazzoleni, Gianpietro; Sfardini, Anna. 2009. *Politica Pop: da 'Porta a Porta' a 'L'Isola dei famosi'*. Bolonia: Il Mulino.
- McKeone, Dermot. 1995. *Measuring your media profile*. Aldershot: Gower.
- Mickey, Thomas. 1995. *Sociodrama: an interpretative theory for the practice of Public Relations*. Lanham: University Press of America.
- Neuman, Russel; Marcus, George; MacKuen, Michael; Crigler, Ann. 2007. *The Affect Effect. Dynamics of Emotion in Political Thinking and Behavior*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Pujante, David. 2010. *El discurso político como discurso retórico. Estado de la cuestión*. Valladolid: Biblioteca virtual universal, Universidad de Valladolid.
- Roiz, Miguel. 1996. *Técnicas modernas de persuasión*. Madrid: Eudema.
- Salmon, Christian. 2010. *Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Ediciones Península.
- Schulz, Winfried. 2004. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication* 19/1: 87-101. Disponible en:
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0267323104040696>
- Schwartz, Tony. 2001. *La respuesta emocional*. Quito: Sente.
- Schwartzberg, Roger Gérard. 1978. *El show político: ensayo sobre, y contra el star-system en política*. Barcelona: Dopesa.
- Strömback, Jesper. 2008. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics* 13/3: 228-246.
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1940161208319097>

Vallespín, Fernando. 2015. Teatrocraia. *El país digital* [en línea] (19 de febrero). Disponible en: https://elpais.com/politica/2015/02/19/actualidad/1424378170_930658.html

Western, Drew. 2007. *The Political Brain. The Role of Emotions in Deciding the Fate of the Nation*. Nueva York: Public Affairs.

Notas

¹ “La scène politique ne peut être uniquement un espace consacré au débat serein. Elle doit aussi être un espace spectaculaire, capable de retenir l’attention du public, de susciter sa participation active [...] Ce n’est qu’en étant à la fois passionnés et rationnels que les citoyens démocratiques peuvent donner le meilleur d’eux-mêmes. Parce qu’alors ils ressentent autant qu’ils pensent”. Todas las traducciones de las citas de este artículo han sido realizadas por la autora.

² Todas las declaraciones recogidas en este artículo son transcripciones que han sido realizadas por la autora a partir de las grabaciones de las mismas disponibles en la página web del Parlament de Catalunya: https://www.parlament.cat/web/canal-parlament/sequencia/videos/index.html?p_cp1=8111933&p_cp3=8112008

³ “Celui qui est capable de s’adapter aux circonstances les plus déconcertantes, de prendre autant de visages qu’il y a de catégories sociales et d’espèces humaines dans la cité, d’inventer les mille tours qui rendront son action efficace dans les circonstances les plus variées”.

⁴ “Il consiste à rendre acceptable une opinion en construisant un message qui est un mélange de cette opinion, sans discussion de son contenu, avec un élément extérieur, de l’ordre de l’affect, sans rapport immédiat avec cette opinion, mais considéré, lui, comme susceptible de sensibiliser l’auditoire dans un sens favorable”.

La valoración como estrategia persuasiva: comparación entre textos del franquismo y la “nueva política” española del siglo XXI

Catalina Fuentes Rodríguez
Universidad de Sevilla
cfuentes@us.edu

Resumen

El léxico tiene una alta capacidad persuasiva. Políticos y comunicadores cuidan la selección léxica, conscientes de su funcionalidad como mecanismo argumentativo. La valoración, expresada generalmente a través de adjetivos, es un procedimiento persuasivo altamente rentable para expresar la posición ideológica del hablante y su orientación. En los textos políticos de la etapa franquista, recogidos en los medios de comunicación de la época (*ABC*, *Hoja del lunes*, por ejemplo) la posición del grupo dominante se muestra en una valoración intensificada que sirve para distinguir la posición que se legitima o se considera correcta de aquella que se califica como negativa o propia del *exogrupo*. A veces, se utiliza estratégicamente para alabar la imagen del otro y conseguir de este modo persuadirlo para que adopte determinada postura; otras, va ligada claramente a la imposición.

Esta estrategia valorativa se encuentra en cualquier texto político y/o mediático, también, por supuesto, en los actuales. En los nuevos partidos que aparecen en el panorama político español del s. XXI, ya sea por su deseo de instalar su propuesta dentro de un ámbito dominado por el bipartidismo, se recurre de manera frecuente a esta “hipervaloración” o intensificación, ligada claramente a la emoción. En el presente artículo, analizaremos la tendencia a utilizar estos elementos y evaluaremos su función para introducir la orientación ideológica, la fuerza argumentativa o para enmarcar lo dicho en un ámbito claramente emotivo, lo que nos lleva a plantearnos si no estamos cayendo en una falacia, en convencer no con la razón, sino a través de los sentimientos. O si sencillamente no argumentamos, sino que persuadimos.

La comparación entre estas dos épocas del discurso político español nos proporcionará conclusiones muy interesantes para el conocimiento de la valoración como mecanismo expresivo y su uso estratégico en la ideología.

Palabras clave: valoración, argumentación, discurso político, ideología.

Abstract

The lexicon has a high persuasive capacity. Politicians and communicators pay attention to the lexical selection, conscious of its functionality as an argumentative mechanism. Valuation, usually expressed through adjectives, is a highly profitable persuasive procedure to express the speaker's ideological position and orientation. In the political texts of the Franco era, collected in the media of the time (*ABC*, *Hoja del lunes*, for example) the position

of the dominant group is shown in an intensified assessment that serves to distinguish the position that is legitimized or considered correct of that which is qualified as negative or proper to the *exogroup*. Sometimes, it is used strategically to praise the image of the other and in this way persuade him to adopt a certain position; others, it is clearly linked to the imposition.

This valuation strategy is found in any political and/or media text, also, of course, in the current ones. In the new parties that appear in the Spanish political panorama of the 21st century, either because of their desire to install their proposal within an area dominated by bipartisanship, this “hypervaluation” or intensification is frequently used, clearly linked to emotion. In this article, we will analyze the tendency to use these elements, and we will evaluate their function to introduce ideological orientation, argumentative force, or to frame what is said in a clearly emotive field, which leads us to consider if we are not falling into a fallacy, convincing not with reason, but through feelings. Or if we simply do not argue, but persuade.

The comparison between these two epochs of Spanish political discourse will provide us with very interesting conclusions for the knowledge of valuation as an expressive mechanism, and its strategic use in ideology.

Keywords: evaluation, argumentation, political discourse, ideology.

1. La valoración como procedimiento persuasivo

La finalidad de la mayor parte de los textos, si no todos, al decir de Anscombe y Ducrot (1983), es persuadir, convencer al otro haciendo uso del lenguaje verbal y no verbal. De ahí la relevancia del estudio de la argumentación (van Eemeren y Grootendorst 2004, Fuentes Rodríguez y Alcaide 2002, Santiago-Guervós 2005, López Eire y de Santiago-Guervós 2000). Desde nuestro punto de vista, en un enfoque de Lingüística Pragmática (Fuentes Rodríguez 2017a [2000] y 2017b) y basándonos en las propuestas de Adam (1990) y Roulet (1997), la argumentación es una dimensión de los textos, una organización macroestructural de todo el material microestructural (sintaxis, morfología, fonética, léxico) para conseguir el objetivo comunicativo. En este trabajo nos vamos a detener en el empleo de un recurso concreto, la valoración, y su uso estratégico en los discursos. Vamos a contextualizarlo en dos etapas históricas, para mostrar cómo el contexto debe ser tenido en cuenta para la interpretación correcta de los discursos, y cómo en cada momento puede variar el uso ideológico que se haga de ciertos elementos lingüísticos. Y lo haremos tomando discursos políticos producidos por los propios agentes, así como artículos publicados en los medios de comunicación y artículos de opinión. El objetivo es ver cómo esta estrategia se visualiza en los textos y entender por qué la elige el hablante. Daremos cuenta, pues, de su potencial persuasivo (en 1), lo relacionaremos con la imagen (2) y la ideología (3) para detenernos en el análisis de textos de mediados del s. XX (en 4). Esto nos permitirá describir el potencial persuasivo de una categoría gramatical como el adjetivo.

1.1. La presencia del hablante: valoración y argumentación

La valoración (evaluación en otros trabajos) se entiende como la expresión de la posición del hablante sobre la información que ofrece (el *dictum*) o sobre una realidad (la referencia) (Cfr. Fuentes Rodríguez 2012; Alcaide, Carranza y Fuentes Rodríguez 2016). Hunston y Thompson (2000: 5) la definen como

[...] amplio término de cobertura para la expresión de la actitud o postura del hablante o escritor o punto de vista o sentimientos hacia las entidades o proposiciones de las que él o ella están hablando¹.

Esta actitud puede estar relacionada con la certeza, la obligación, la conveniencia o cualquier otro tipo de valor. Biber *et al.* (1999), por su parte, prefieren la “posición del hablante” (*stance*) que expresa “sentimientos personales, actitudes y juicios de valor o evaluación²” (Biber *et al.* 1999: 966). Y Martin y White (2005), teóricos de la “*appraisal theory*” proponen la noción “valoración” (*appraisal*) que comprende la presencia subjetiva del hablante con respecto al contenido del mensaje o a sus interlocutores. Todos ellos muestran un intento metodológico de integrar paulatinamente al hablante en los modelos de análisis, porque sin él no explicamos la comunicación, solo estructuras abstractas que no se corresponden con la realidad discursiva.

La valoración, al ser una mirada desde el yo, se mueve axiológicamente entre un polo positivo y otro negativo, explicitando claramente la subjetividad del que habla. Kerbrat-Orecchioni (1986) estudió este proceso.

Gramaticalmente, puede ser expresada de muchos modos, aunque tenemos una categoría, el adjetivo, que sirve para expresar cualidades. Así lo define la RAE:

El adjetivo es una clase de palabras que modifica al sustantivo o se predica de él aportando muy variados significados. En un gran número de casos, el adjetivo denota propiedades o cualidades. Aun así, estos conceptos han de interpretarse en un sentido amplio, es decir, como informaciones que se añaden al significado del sustantivo para aportar rasgos que permitan caracterizar la entidad que este último denota (RAE y ASALE 2009: 905).

Su referencia es una atribución, no un individuo u objeto. Implica un proceso de abstracción por encima de los elementos concretos y, en el caso que nos ocupa, una calificación. Algunos de los adjetivos llevan la calificación al plano subjetivo con una valoración del propio hablante. Nos vamos a limitar a esa categoría por cuestiones de espacio y también porque raras veces se estudia su dimensión pragmática³. De este modo, podemos avanzar en la caracterización argumentativa del adjetivo.

La valoración puede organizarse axiológicamente entre los dos polos (negativo-positivo) que encajan perfectamente con la propia organización ideológica entre endo y exogrupo. A estos se les adjudica posiciones de aceptabilidad-integración (endogrupo) y separación-crítica-

enfrentamiento (exogrupo) (van Dijk 2005, Fuentes Rodríguez 2016a. Por ello es frecuente que en el discurso ideológico la polarización sea la constante (nosotros-ellos).

Por ejemplo, en las siguientes intervenciones de personajes políticos actuales en redes sociales, los elementos destacados nos informan de la posición ideológica del que habla:

- (1) Rufián: “Esta UE ha demostrado ser muy miserable en según qué temas, solo hace falta ver los muertos en el Mediterráneo. Nosotros lo que queremos es adecentar esa UE que en muchos casos no está viviendo su mejor momento”, ha comentado en declaraciones a Cuatro recogidas por Europa Press.

Para los independentistas un fascista.

Hace 6 meses.

Este rufián no se cansa de hacer el imbécil, que [sic]⁴ persistencia... hay gente que hace las cosas al revés, primero habla, y luego se informa, pues no rufián, primero uno estudia y se forma y luego se opina, porque se corre el riesgo de ser un populachero diciendo gilipolces.

(27/11/2017, Disponible en:
<http://ultimahora.es/noticias/nacional/2017/11/27/310095/rufian-califica-union-europea-miserable.html>)

El político y el internauta recurren a los mismos procedimientos. La valoración se emplea para atacar la imagen social de otros (Goffman 1959, 1967; Bravo 2003; Hernández Flores 2013; Fuentes Rodríguez 2010a, 2013a, 2016b). Rufián califica de “miserable” a la UE, situándose de este modo en una posición crítica y opuesta a sus decisiones. La UE es el exogrupo, su “Otro”, frente a la posición propia. Por su parte, el internauta que comenta este tuit rechaza a Rufián por medio de calificativos claramente ideológicos (“fascista”, “populachero”) y otros más genéricos como imbécil. Se mueve entre la calificación política y la personal. Juega incluso con su nombre, Rufián, en su uso como adjetivo (“este rufián”, “pues no rufián”). Pretende crear ambigüedad y esconder la crítica y el insulto tras ella.

Este mismo ejemplo nos sirve para explicar el rendimiento argumentativo del procedimiento. Tanto Rufián como el internauta usan la valoración para defender su posición, para rechazar, en el caso del internauta, la argumentación presentada por el político frente a la UE. La polarización que suponen marca la orientación argumentativa del discurso (Anscombe y Ducrot 1983). Sabemos a través de ellos si la argumentación va a ser a favor o en contra.

Polarización y orientación argumentativa son conceptos, pues, que van de la mano. El de fuerza argumentativa lleva automáticamente a la escala, a la gradación. ¿Pero la evaluación no genera paradigmas de elementos que muestran diferente posición en ella? Mayor o menor valoración puede interpretarse y utilizarse estratégicamente como una escala de fuerza argumentativa (Ducrot 1983, 1994; Fuentes Rodríguez 2014). También como argumentos

para sostener conclusiones (Anscombe y Ducrot 1983) y orientar el pensamiento y la actuación de los otros. El campo de la política es especial para ello (Fuentes Rodríguez 2016a).

Otra cuestión añadida es si en esa gradación puede hablarse de elementos atenuativos o intensificadores, categorías pragmáticas realmente rentables, que, en el caso que nos ocupa, hay que relacionar con el tipo discursivo. Como ya hemos demostrado en otros lugares (Fuentes Rodríguez 2015a, 2016b y c), en el discurso político la intensificación parece ser la estrategia preferida de comunicación. Así, podemos verla en el caso siguiente, en el que el líder de Podemos se refiere a Rivera y utiliza tanto metáforas minusvaloradoras como adjetivos evaluativos (“vergonzante”) y ponderativos (“singular” desvergüenza):

- (2) Le iba a decir que es la marioneta gatopardiana de las élites, pero creo que me entenderá mejor si le digo que es usted el chicle de MacGyver del régimen: vale usted para todo.

La manera en la que le está humillando en esta Cámara el señor Rajoy es bastante vergonzante, señor Rivera. [...] Ustedes nacieron para frenar el cambio y para ser la muleta de lo viejo. El otro día lo reconocía con singular desvergüenza la señora Villacís: “Nuestro objetivo era evitar que Podemos gobernara” (Pablo Iglesias: “Discurso en el debate de investidura de Mariano Rajoy”, 31/08/2016, <http://www.youtube.com/watch?v=P4kmxhgnSAo>).

Iglesias ataca a Rivera y utiliza adjetivos intensificadores, cargando las tintas contra el que es su contrincante directo en la carrera hacia la presidencia de España. El tono atacante, desafiante, es habitual en nuestro Parlamento. El político, como ya hemos defendido en otros lugares (Fuentes Rodríguez 2016 a, d), busca proyectar una imagen fuerte, brillante, y para ello recurre a aseveraciones tajantes y a un ataque frontal al otro. La intensificación aparece como la estrategia estrella, como un rasgo característico de este tipo discursivo. Pasa, pues, al aspecto discursivo.

En el discurso de Franco, que reproducimos abajo, vemos los mismos procedimientos en su ataque a la ideología comunista:

- (3) La campaña contra la Rusia de los Soviets, en la que hoy aparece solidarizado el mundo plutocrático, no puede ya desfigurar el resultado. Sus añoradas masas solo multiplicarán las proporciones de la catástrofe. Veinte años lleva el mundo soportando la criminal agitación del comunismo raso. Raro es el país que haya podido escapar a su labor disociadora. España, que tanto sufrió por su criminal intervención, que la llevó al borde del abismo, y que dio contra él las primeras y más sangrientas batallas, puede apreciar como ninguno el alcance y dimensión de la lucha española.

Pudieron hasta, hoy el oro comunista y la Prensa judía hurtar al mundo el conocimiento y divulgación de las sesiones del Komintern ruso, en que se

contrastaban los progresos de su acción revolucionaria en los distintos países; pueden los pueblos hispanoamericanos haber desconocido la atención preferente que se les dedicaba e ignorar el injurioso calificativo de “pueblos semicoloniales” con que la Central Comunista los distinguía; lo que ya no puede ocultarse a los ojos de nadie es lo que encerraba el oprobioso régimen soviético. La cruzada emprendida contra la dictadura comunista ha destruido de un golpe la artificiosa campaña contra los países totalitarios. ¡Stalin, el criminal dictador rojo, ya es aliado de la democracia (*ABC*, 18-5-1941, p. 2).

Franco recurre a un patrón en su ataque: valora las acciones del enemigo, al que presenta de manera intensificada y negativa. Ideología y proyección de imagen se dan la mano en el uso de la estrategia. La valoración marca la orientación de la argumentación establecida. En el fragmento anterior, vemos cómo se exponen de manera intensificada (operadores) y cómo mueve el político al votante hacia la idea que quiere imponer. Queda claro que valoración y argumentación son conceptos intrínsecamente unidos y muy rentables en el análisis de los discursos ideológicos.

1.2. Acercamientos metodológicos. La teoría de la valoración (*appraisal theory*)

En los últimos años, ha cobrado gran relevancia dentro del campo que nos ocupa la teoría de la valoración, más conocida por su denominación en inglés: *appraisal theory* (Martin 2000, Martin y White 2005, Martin y Rose 2003). Es una teoría claramente interdisciplinar, como vamos a describir a continuación. Pero permítaseme destacar que este interés por la valoración debe insertarse en un paradigma más amplio, el de los estudios que intentan explicar metodológicamente la subjetividad o intersubjetividad. Así aparece en la formulación de la *thetical grammar* (Kaltenböck *et al.* 2011), o en los que apuntan a la subjetivización como rasgo explicativo del cambio gramatical (Company 2004, López-Couso 2010, entre otros). A la propuesta dominante en la lingüística saussureana y postsaussureana que aleja al hablante de todo el análisis, la pragmática parece haberlo devuelto como centro de interés, sobre todo al tratar ciertos campos que quedan sin explicar (oraciones, elementos, morfemas), así como los paradigmas de marcadores discursivos que también exigen una propuesta más amplia que la estrictamente oracional. Otras teorías sustentan estos acercamientos, como la sistémica de Halliday (1994), de la que parte esta teoría de la *appraisal*. Halliday admite tres subsistemas: experiencial, interpersonal y textual. Así lo expresa White (2015: 1):

La opinión sobre la lengua adoptada por los arquitectos de la valoración es la de la teoría lingüística funcional sistémica de Halliday y sus seguidores (Halliday 1994). Sostienen, por consiguiente, que la creación de significado se puede dividir provechosamente en tres modos amplios, o lo que Halliday llama “metafunciones”: (1) significado “ideacional”, por el cual la lengua interpreta el mundo de la experiencia, (2) significado “interpersonal”, por el cual los oradores/escritores promulgan roles sociales, imágenes y relaciones, y (3) significado “textual”, por el cual estos significados ideacionales e interpersonales se organizan en textos coherentes apropiados para un determinado entorno comunicativo.

Los significados evaluativos descritos por el marco de evaluación proporcionan algunos de los mecanismos por los cuales la metafunción “interpersonal” funciona, en los que presentan a locutores/escritores como revelando sus sensaciones, gustos, y opiniones con mayor o menor grado de intensidad y franqueza, como la construcción de proposiciones como más o menos contenciosas o justificables, y alineándose o desalineándose de este modo con posiciones de valor en juego en el contexto comunicativo actual⁵.

En la gramática discursivo-funcional (Hengeveld et al. 2008, 2011), incluyen los componentes conceptual, contextual, gramatical y un componente de salida. En el gramatical se diferencia codificación y formulación, y se separan los niveles interpersonal, morfosintáctico, fonológico y representativo. Nolke (2017 y Nolke *et al.* 2004) completa sus estudios anteriores sobre *le regard du locuteur* (Nolke 1993, 2001) con su ScaPoLine, o Teoría escandinava de la polifonía. De un modo u otro, estamos estudiando los diferentes campos en los que se gramaticaliza la posición del hablante, la vía de entrada de la subjetividad en el código lingüístico. Los estudios sobre polifonía de Reyes (1990, 1994a y 1994b), por ejemplo, también confluyen hacia este fin, al igual que la teoría de Evans sobre la “insubordinación” (Evans 2007, Evans y Watanabe 2016) y la aportación de Kaltenböck (2016) en esa misma obra. Nuestro estudio, pues, tiene una larga tradición gramatical en la que inscribirse.

La teoría de *appraisal* parte en gran medida de posiciones como la de Dewey (2008). La valoración en Dewey implica un análisis de los datos y una posición intersubjetiva. Implica también lo que está fuera del yo y de la argumentación. Pero según este autor esta “subjetividad” puede ser objetivable, puesto que existe la observación y desde ella se legitima (de la Torre Gamboa s.a.). Para Dewey (2008: 73-78): nuestras emociones son objetos del mundo, y la observación de resultados y consecuencias proporciona así “las condiciones mediante las cuales los deseos e intereses (y por tanto las valoraciones) maduran y se ponen a prueba” (p. 78).

La Teoría de la Valoración, al decir de White, uno de sus principales teóricos, se ocupa de los recursos lingüísticos por medio de los cuales los textos/hablantes llegan a expresar, negociar y naturalizar determinadas posiciones intersubjetivas y en última instancia, ideológicas. Dentro de esta amplia área de interés, la teoría se ocupa particularmente del lenguaje (la expresión lingüística) de la valoración, la actitud y la emoción, y del conjunto de recursos que explícitamente posicionan de manera interpersonal las propuestas y proposiciones textuales. Es decir, se ocupa de los significados que hacen variar o modifican los términos del compromiso del hablante con sus emisiones, es decir, que modifican lo que está en juego en la relación interpersonal, tanto en las emisiones individuales como en lo que se va acumulando a medida que el texto se va desplegando (White 2003: 1).

Concluye White (2015: 6):

En consecuencia, el marco de evaluación hace posibles explicaciones matizadas del funcionamiento evaluativo particular de textos individuales y, de manera similar,

explicaciones matizadas de cómo los textos son similares o diferentes según sus acuerdos evaluativos particulares. Por lo tanto, ofrece la posibilidad de obtener nuevos conocimientos sobre cómo los textos representan identidades individuales y colectivas, sobre las disposiciones evaluativas de registros y géneros particulares, sobre cómo los hablantes / escritores pueden gestionar las relaciones de solidaridad y poder, y sobre el funcionamiento de textos que sirven para persuadir e influir en la opinión pública⁶.

Este sistema desarrolla la semántica interpersonal, el modo de expresar la intersubjetividad. Para ello consideran diferentes subtipos de valoración: actitud, compromiso y gradación⁷.

La actitud, según White (2003: 2), “refiere a los Valores que los hablantes comunican en sus juicios y las respuestas emocionales/afectivas que asocian con los participantes y los procesos”. Se compone de 3 subsistemas: afecto, juicio y apreciación. En este campo se relacionan los hechos presentados con la emoción del hablante, sus sentimientos, o

[...] procesos mentales de reacción (*This pleases me, I hate chocolate, etc. [esto me agrada; odio el chocolate, etc.]*) y mediante relacionales atributivos de afecto (*I'm sad, I'm happy, She's proud de her achievements, he's frightened of spiders, etc. [Estoy triste; Soy feliz; Está orgullosa de sus logros; teme a las arañas]*). Mediante la metáfora ideacional, pueden realizarse también como nombres –ejemplo: *His fear was obvious to all [su miedo era obvio para todos]* (White 2003: 7).

Y añade White:

Martin ha desarrollado un sistema muy sutil y detallado para esta semántica (Ver Martin 1997). Sin embargo, sobre este punto, observo que los valores de afecto pueden ser categorías negativas o positivas (*love* versus *hate*, *please* versus *irritate*, *be bored* versus *be intrigued*[*amo /odio; agradar/irritar; aburrido /intrigado*]) y que cada significado se ubica a lo largo de una escala de fuerza o de intensidad desde bajo a alto –así por ej. *like, love, adore; to be troubled by, to be afraid de, to be terrified de* [*gustar, amar, adorar; estar preocupado, tener miedo, estar aterrorizado*] etc. (*Ibidem*).

Nuestro trabajo se centra en el juicio, donde valoramos referencias, elementos o comportamientos humanos “en relación con principios estéticos y otros sistemas de valoración social” (*ibidem*, apreciación). El léxico parece el medio más directo. Puede utilizar elementos explícitos o implícitos. La Apreciación

[...] es el sistema por el cual se hacen evaluaciones de productos y procesos. Incluye los valores que caen bajo el encabezado general de estéticos, y también de una categoría no-estética de “valoración social” que incluye significados como *significativo* y *perjudicial, dañino* (White 2003: 9).

Todos ellos permiten una gradación. Y suponen, como decimos, una posición del hablante que, desde el plano interpersonal, expone su visión de la realidad. Como estos autores nos van diciendo, emplean una serie de elementos verbos, adjetivos, adverbios..., juegan con la organización de los significados léxicos y con procedimientos atenuativos o intensificadores.

No estamos de acuerdo con ellos en las relaciones de Tenor de las que parten, ya que consideran que un exceso de elementos de intensificación en un texto va unido a una posición de poder, y un exceso de atenuación a una posición de no poder. No aplican el concepto de estrategia. En nuestra opinión, esto es así en ocasiones, pero también puede ser usada tanto la atenuación como la intensificación estratégicamente para proyectar cierta imagen y para conseguir argumentativamente ciertos objetivos (Fuentes Rodríguez 2016d).

En el apartado del Compromiso incluye White (2003: 2)

[...] los recursos para posicionar la voz del hablante/autor en relación con las diversas proposiciones y propuestas comunicadas [sic, comunicadas] por un texto; los significados por medio de los cuales los hablantes reconocen o ignoran la diversidad de puntos de vista que sus emisiones ponen en juego y por medio de las cuales negocian un espacio interpersonal para sus propias posiciones dentro de esa diversidad.

Por ejemplo, modalizadores de probabilidad, evidenciales, reafirmativos...

La Gradación se ocupa de

[...] los valores por medio de los cuales (1) los hablantes gradúan el impacto interpersonal, (aumentan o disminuyen) la fuerza o el volumen de sus emisiones, y (2) gradúan (desdibujan o agudizan) el foco de sus categorizaciones semánticas (White 2003: 3).

Incluye elementos de fuerza (“ligeramente”, “completamente”) y foco (“verdadera” locura).

En este punto coincide con la fuerza argumentativa. No podemos negar, además, que la focalización (Gutiérrez Ordóñez 1997, Fuentes Rodríguez 1999, Padilla 2001) puede ser combinada con la intensificación, pero no todo foco implica una gradación. Por esta razón, preferimos separar metodológicamente la organización informativa de otras como la argumentativa, en la que opera la gradación. Ambos pueden actuar multidimensionalmente (Fuentes Rodríguez 2013b, 2017b), pero el foco no es necesariamente un procedimiento escalar.

En el ejemplo arriba analizado, la valoración contenida en los términos “miserable”, “fascista”, “imbécil” y “populachero” es claramente negativa. El alcance de la misma varía. En el primer caso, el agente es Rufián y califica a la UE. Los otros tres adjetivos son aplicables a Rufián y manifiestan el rechazo del internauta. Podemos hablar en ellos de posición elevada en la escala argumentativa y orientación negativa. Desde la teoría de la evaluación, “fascista” o “populachero” son elementos de juicio, suponen la aplicación de una norma social en virtud de la cual se sitúan fuera de lo considerado apropiado. Aparte, llevan connotaciones ideológicas. La valoración de “miserable” o “imbécil” sería más propiamente apreciación.

La gradación, como decimos, es más difícil de establecer entre ellos, al menos sin elementos explícitos (operadores) de intensificación, ya sean gramaticales o fónicos (articulación,

entonación...). Para ello existen estos elementos. No obstante, sí conocemos escalas léxicas: bueno-excelente-exquisito; imbécil-estúpido-molesto⁸...

1.3. La valoración como estrategia argumentativa. Una visión desde la Lingüística Pragmática

1.3.1. Partiendo de las diferentes aportaciones reseñadas, presentamos una propuesta más integradora de la valoración. Nuestra metodología sigue, como hemos dicho, un enfoque de Lingüística Pragmática (Fuentes Rodríguez 2013b, 2017a [2000], 2017b). Queremos explicar el texto en sus diferentes niveles, micro, macroestructura, integrando el tipo discursivo elegido y la contextualización en un espacio-tiempo determinado.

En este modelo, los elementos de la micro (adjetivos, adverbios, construcciones sintácticas, entonación...) se emplean para expresar la opinión y perspectiva del hablante. Esta valoración tiene unos efectos argumentativos, ya que busca defender unas tesis y convencer a los receptores. Funciona en una dinámica de orientación y fuerza, dos características defendidas por Ducrot (1983) para los argumentos. Estamos, pues, ante una estrategia argumentativa. Al mismo tiempo, multidimensionalmente, expresa la posición, implicación, subjetividad del propio constructor del texto. Es un elemento intersubjetivo más. En este marco vamos a analizar el rendimiento que tiene la valoración en ciertos textos.

Por ejemplo, si el internauta indica sobre Rufián “Para los independentistas un fascista” pone en boca de otros la calificación. Esta es, claramente, una inscripción ideológica, que según el bando en el que se posiciona el que habla o el que lo lee se interpreta de un modo u otro.

También influye el momento histórico del texto. La interpretación que cierto momento político o histórico facilita puede cambiar. Por ejemplo, en la época franquista el término “fascista” era claramente positivo para un sector político dominante. No así en el momento actual, que ha pasado a cargarse de contenido ideológico negativo y a veces se explica como un insulto. La inscripción ideológica de la persona también influye: si se comparten esas tesis el sentido de la valoración cambia. Por tanto, en nuestro enfoque de Lingüística Pragmática, la influencia del factor contexto en sentido amplio (histórico, social, político, cultural y también ideológico) es fundamental.

Vamos a detenernos, como hemos dicho, en un tipo discursivo concreto: los textos políticos, y lo vamos a hacer desde dos momentos: la situación actual, en primer lugar, y textos del pasado español, posteriormente. Queremos relacionar estrategia valorativa con proceso ideológico, y para ello necesitamos el contexto. Nuestra hipótesis es que los elementos valorativos pueden usarse argumentativamente para defender una posición ideológica. Cuál sea esta depende de la situación comunicativa, el momento histórico y el tipo textual. El procedimiento es el mismo, pero el contenido real de cada discurso puede variar. Esto implica que la valoración, como los contenidos procedimentales o los deícticos, son categorías vacías, que solo se completan en el contexto. Definirlas es otra de las tareas pendientes de la gramática.

1.3.2. A la vez, la valoración constituye una estrategia argumentativa en la que muestra la propia implicación del hablante para conseguir orientar la interpretación del receptor. El funcionamiento es triple, sobre todo en los casos de uso estratégico, cuando el hablante es consciente de su empleo. Recurrir a un término valorativo implica:

⇒ expresión de la subjetividad del hablante

refuerzo de la posición propia

persuasión del oyente

Ilustremos nuestra afirmación:

- (4) La verdad, le soy sincero, es que yo tenía una intervención irónica preparada. Le quería hablar de su miserable intervención en cuanto a los alcaldes, a los vecinos que eligen al alcalde y los alcaldes quieren que el vecino, quieren que el alcalde... Le quería preguntar sobre la persecución a más de 700 alcaldes independentistas. Además, le quería preguntar por su ministro del Interior – no lo calificaré– que se vanagloria de incautar peligrosos carteles independentistas cuando se olvida de los 40 000 millones de euros robados en el rescate bancario. Pero es que hoy todo ha cambiado, esta mañana todo ha cambiado. Hemos amanecido con la Guardia Civil frente a casas de nuestros amigos. (Rumores). Usted, usted y sus lacayos en este mismo momento están deteniendo a cargos electos catalanes simplemente por sus ideas. (Rumores. – Aplausos). Le pido y le exijo que saque sus sucias manos de las instituciones catalanas. (Continúan los rumores. –Protestas.– Un señor diputado: ¡Sinvergüenza!). (Sr. Rufián. DSCD⁹ 75, XI Leg. 2017, p. 7).

En este caso, tenemos una intervención parlamentaria de un político de Izquierda Republicana, que recurre a algunos elementos ya analizados por la teoría de la valoración y por la teoría enunciativa y argumentativa. Podemos ver el uso de *sincero*, que supone una calificación de la enunciación (Fuentes Rodríguez 2004), de cómo se muestra el hablante en relación con lo que va a decir. Es un anclaje directo, una manera de expresar el hablante compromiso con lo dicho y, al mismo tiempo, dar fuerza a su discurso. A esto siguen todos los adjetivos que implican una valoración negativa de Rajoy y su ministro: “miserable intervención”, “sucias manos”, etc. Encontramos una metáfora ideacional en “lacayos”, pero también toda la valoración expresada sintagmáticamente por diversas construcciones que cotextualmente se apoyan y refuerzan. Expliquemos detenidamente esto.

En “*miserable* intervención”, el adjetivo muestra la valoración negativa de Rufián sobre la intervención de Rajoy. A partir de ahí salta a su ministro, a quien dice no valorar, pero en realidad sí lo hace globalmente, por medio de sus actos: “se vanagloria de incautar *peligrosos* carteles independentistas cuando se olvida de los 40.000 millones de euros robados en el rescate bancario”. Es una construcción amplia, en la que la referencia de los hechos actúa como argumento que deja inferir una conclusión clara de rechazo. Lo hace a través de verbos

como “vanagloriarse”, considerados socialmente negativos (apreciación). A ello añade un adjetivo negativo, pero que pone en boca del ministro (“peligrosos carteles”), aunque no corresponde directamente a un discurso, sino una valoración que supone Rufián que hace el ministro. Es un acto polifónico (Reyes 1994b, Fuentes Rodríguez 2004), una manera de destruir su imagen (Brown y Levinson 1987 [1978], Bravo 2003, Culpeper 2005, Fuentes Rodríguez 2011)¹⁰ y de mostrar la ironía, ya que unos carteles no implican necesariamente peligro. Por otro lado, la evaluación termina siendo utilizada para el ataque en “saque sus *sucias* manos”. Este acto ilocutivo impositivo va dirigido al interlocutor y añade una valoración. Esta lo hace mucho más descortés.

El mandato está potenciado, en fuerza, por la combinatoria sintáctico-semántica y una expresión de rechazo. Es interesante la expresión porque recurre a una metáfora desvalorizante: *sacar las sucias manos* en lugar de dejar de actuar, de inmiscuirse en las instituciones catalanas. Implica un ataque a las características físicas y costumbres del aludido (se infiere que el interlocutor tiene las manos sucias, manchadas, por tanto, él no tiene higiene y, además, tiene costumbres poco honradas) frente a las instituciones (legitimadas, limpias y en posición elevada). Unimos lo cotidiano, físico, negativo (meter las sucias manos) a lo institucional. La preferencia lo sitúa en una posición muy baja en la escala valorativa.

El campo conceptual (Santibáñez 2009) de la metáfora se usa argumentativa e ideológicamente para destruir la imagen de Rajoy. Rufián lo deslegitima, proyecta una imagen social ligada al descuido, la suciedad, el comportamiento de un “niño de la calle” o maleducado frente a la *Institución*.

La expresión que lo precede y lo enmarca está usada argumentativamente: “le pido y le exijo”, en escala ascendente de fuerza ilocutiva y argumentativa, como manifestación de poder. El semantismo de los verbos explicita los actos de habla impositivos en dirección ascendente. La sintagmática potencia la fuerza argumentativa de todo el fragmento: “le pido y le exijo [...] saque sus sucias manos”.

Aunque aquí esté explícita la valoración de Rufián, esta ya aparecía en el enunciado anterior: el sustantivo *lacayos* en la construcción “usted y sus lacayos” implica un contenido ideológico de rechazo. Véanse los tres primeros sentidos que recoge el DEL (www.rae.es), con un contenido negativo. En el caso de 3, si lo aplicamos al momento actual tendría ciertas connotaciones políticas no deseables:

1. adj. Servil, rastrero.
2. adj. desus. Propio de *lacayos*.
3. m. Criado de librea cuya principal ocupación era acompañar a su amo en sus desplazamientos.

La valoración recae aquí en la inferencia y llega al insulto, aunque dirigido a un grupo no presente de personas. Son los aludidos, objeto del ataque. La imagen afectada directamente

es estos “seguidores”, ministros o miembros del partido, pero en realidad quiere atacar globalmente la imagen del Gobierno y el grupo parlamentario en cuanto tal. Constituye su exogrupo, su adversario político directo. De este modo “usted y sus lacayos” de manera indirecta expresa el rechazo al PP.

- (5) Usted, usted y sus lacayos en este mismo momento están deteniendo a cargos electos catalanes simplemente por sus ideas. (Rumores. –Aplausos). Le pido y le exijo que saque sus sucias manos de las instituciones catalanas. (Continúan los rumores. –Protestas.– Un señor diputado: ¡Sinvergüenza!) (Sr. Rufián. DSCD, 75, XI, Leg. 2017, p. 7).

Otro diputado, del grupo contrario, muestra su posición a través del término “sinvergüenza”, un insulto explícito.

¿Qué nos muestra este fragmento? Que necesitamos incluir dentro de las estrategias argumentativas la valoración. Que esta indica la posición intersubjetiva del hablante y la orientación argumentativa del discurso, la relación con el oyente y el grado de fuerza implicado. Además, junto al adjetivo, el contenido del sustantivo o verbo elegido y la construcción sintagmática en la que aparece el elemento actúan como potenciadores (realizantes) o reorientadores (desrealizantes, Ducrot 1995). Por ejemplo, en las afirmaciones de I. Arrimadas, unos elementos potencian a los otros e, incluso, se llega a la descalificación:

- (6) [...] que ustedes son de lo peor, del peor nacionalismo que ha existido en Europa [...] Ustedes han roto la convivencia en Cataluña [...]. Esto es el nacionalismo más rancio por el cual se fundó la Unión Europea”. (Arrimadas, Parlamento catalán, Sesión Plenaria en el Parlament de Catalunya, publicada en la página de Youtube de Ciudadanos. (Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=C6DCIaI75Aw>).

Arrimadas realiza una evaluación explícita del interlocutor (como grupo), el exogrupo, a través de una estructura atributiva y la expresión *ser de lo peor*. Luego el adjetivo *peor* se repite antepuesto al sustantivo *nacionalismo*. En el otro enunciado habla del “nacionalismo más rancio”. Seleccionar un adjetivo como *rancio* implica no solo situarlo en la parte negativa del gradatum, con una orientación negativa, sino también en un punto de la escala elevado. Estos argumentos (“son de lo peor” o “nacionalismo más rancio”) son de rechazo del interlocutor, también son los argumentos que justifican (coorientados) la conclusión que va a exponer. Pero la propia selección léxica implica una posición ideológica de no compartir las opiniones del otro. Son elementos que expresan la propia construcción del exogrupo, la implicación del yo que expone su valoración, que evalúa desde su posición personal (o grupal como aquí) y que rechaza o sitúa en el bando de enfrente, en el exogrupo, ciertos comportamientos.

1.3.3. Desde el punto de vista teórico, pues, hemos demostrado que el hablante utiliza como mecanismo argumentativo el semantismo valorativo de adjetivos, sustantivos y verbos, que pueden ser incrementados o rebajados en su fuerza (gradación) con los operadores de

intensificación o atenuación y que pueden ir acompañados de otros elementos que señalen su posición en la escala (operadores). El semantismo de los elementos valorativos establece una orientación argumentativa hacia la conclusión, aparte de mostrar la implicación subjetiva o no del hablante en ello (el compromiso) pudiendo convertirse en elementos modales.

A eso hay que añadir los procedimientos atenuativos (Fuentes Rodríguez 2010b): discursivamente, estratégicamente, usamos expresiones que quieren rebajar la posición en la escala, aunque en realidad no lo hacen en este tipo de discurso (Fuentes Rodríguez 2011, 2016e). Solo rebajan el efecto persuasivo de la emisión. La atenuación es enunciativa, mera proyección de autoimagen: rebaja el acto ilocutivo, la fuerza de la crítica o valoración negativa, pero en la inferencia se potencia su valor. Así ocurre en este fragmento:

- (7) Y, por cierto, revise un poco las cifras señor Puigdemont, que está un poco desfasado con el déficit fiscal, que hasta le corrige el señor Mas-Colell, que sabe un poquito más de economía que usted, un poquito.

Un poco modifica el mandato, que pasa a recomendación: “revise un poco”, o atenúa la valoración: “está un poco desfasado”. Sin embargo, la doble atenuación de *un poquito* en este caso, al recaer sobre una información positiva, la rebaja o antiorienta hacia lo negativo, y en vez de atenuar intensifica, sobre todo tras la repetición: *y sabe un poquito..., un poquito*. Lo que se infiere es que es muy poco lo que sabe, con lo que el argumento es ofensivo para el señor Mas-Colell. Estas valoraciones dibujan claramente la orientación argumentativa del discurso, siempre generalmente dirigida hacia el ataque al otro.

En algunos casos el adjetivo se utiliza con valor metafórico y se crean sintagmas (sustantivo + adjetivo), que adquieren un valor único, como unidades fraseológicas que expresan un concepto. Es lo que ocurre con *puertas giratorias*, aunque puede desautomatizarse la unidad léxica y volver a tomar el sentido calificativo originario que tenía. En el fragmento siguiente Soraya Sáenz de Santamaría crea a partir de este término *puertas correderas*, estableciendo una escala gradual entre *giratoria* y *corredera*, siempre dentro del campo metafórico (Santibáñez 2009). El cambio a una empresa pública se hace muy rápido y con gran facilidad, incluso se aplica de manera continuada:

- (8) En tercer lugar, señor Hernando, ¿sabe por qué el señor Pedro Sánchez está sentado en ese escaño? Porque la anterior ministra de Medio Ambiente se fue al Consejo de Seguridad Nuclear. El señor Hernando habla mucho ahora de las puertas giratorias, pero lo suyo en el anterior Gobierno eran puertas correderas, del ministerio al Banco de España, del ministerio a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones... (Aplausos). (Soraya Sáenz de Santamaría, DSCD 241, X leg., 19 de noviembre de 2014, p. 10).

La estructura verbo+adjetivo es muy frecuente y se utiliza para expresar la valoración del político sobre una serie de hechos o actitudes. Es un medio fácil para expresar la crítica y la descalificación, generalmente intensificadas. Es el caso de “es gravísimo... es repugnante”. La posición ideológica queda explícita de manera clara.

- (9) Mire, señoría, es gravísimo que el Gobierno haya renunciado a crear empleo, pero es repugnante que algunos socialistas hayan hecho negocio con él. (Soraya Sáenz de Santamaría DSCD 221, IX leg., 9 de febrero de 2011, p. 7).

En el fragmento siguiente a la intensificación se añade la focalización (*lo que es...es*), además de adjetivos de fuerza: “falta *absoluta* de credibilidad”. El enunciado está lleno de elementos negativos, no solo adjetivos, con lo que queda clara su posición de rechazo: “*falta absoluta* de credibilidad [...], *más duro*, las cosas van a *peor* [...]” Todo este conjunto de elementos o acusaciones se sitúa debajo del paraguas de la valoración inicial: *Lo que es más llamativo*. En este caso, valoración y foco actúan al unísono para abrir el camino a la acusación, acusación indirecta llena de carga emotiva. Literalmente, es una expresión de sorpresa, aunque desde el punto de vista de las informaciones no hay una condición de sinceridad, por lo que la interpretación no es de sorpresa sino de rechazo.

- (10) Pero lo que es más llamativo, señoría, y en eso la gente puede ver su falta absoluta de credibilidad, es que a medida que van mejorando, aunque sea poco a poco, las cosas, su discurso es más duro y cada vez dice que las cosas van a peor, señoría, y con eso no se sustenta nada. (Soraya Sáenz de Santamaría, DSCD 189, X leg., 19 de marzo de 2014, p. 10).

El mismo contenido tiene el adjetivo *curioso*, que proyecta este mismo salto argumentativo.

- (11) Señoría, le he oído esbozar una teoría de la responsabilidad política muy curiosa, porque la amplia y variada práctica socialista la tiene usted sentada en los escaños de ahí al lado (Soraya Sáenz de Santamaría DSCD 89, X leg. DSCD X, 13 de febrero de 2013, p. 12).

Curioso pasa de su significado originario (en su acepción 4. adj. “Que llama la atención o despierta interés por su rareza u originalidad”. *Libro muy curioso*) a emplearse como elemento de crítica. El DEL recoge también “estimable o apreciable”, pero no es el caso. En el acto de habla realizado por Sáenz de Santamaría, *curioso* es algo que llama la atención, pero generalmente lo usamos con una orientación negativa. La expresión es indirecta: “una teoría [...] que me llama la atención”, cuando lo que quiere decir es “una teoría [...] que valoro negativamente o rechazo”.

2. Valoración e imagen

En un aspecto más macroestructural, hay que decir que la valoración también es un instrumento útil en la elaboración de una imagen social (Goffman 1959, 1967; Brown y Levinson 1987 [1978]; Bravo 2003, 2004; Fuentes Rodríguez 2010a), individual o grupal, ya sea propia o del receptor al que nos dirigimos. En el caso siguiente, se dibuja al exogrupo de manera clara, pero, al mismo tiempo, la valoración transmite la visión personal del hablante. Es decir, aunque se presenta como objetiva, es una calificación hecha desde el polo del hablante. Muestra la diferencia ideológica, incluso se emplea para crear argumentos repetidos que sustentan las conclusiones fundamentales de cada uno:

- (12) Señorías del Partido Popular, su Gobierno, el Gobierno del señor Rajoy, dice que Andalucía, que nuestra tierra, es una tierra cumplidora.

Señora consejera, Andalucía hace los deberes y respondemos con buena gestión a las imposiciones del Gobierno de España, en muchos casos, a pesar de no estar de acuerdo, a pesar de sentir el yugo de la infrafinanciación, a pesar de los injustos recortes que siempre han perjudicado a Andalucía más que a ninguna comunidad autónoma, a pesar de que el Gobierno de España siempre se haya reservado el ancho del embudo y el margen más cómodo para cumplir con los objetivos de estabilidad, a pesar de la usura que sufrimos cuando accedemos al Fondo de Liquidez Autonómico, a pesar de volver a ser una tierra castigada en estos Presupuestos Generales del Estado, donde recibimos cuarenta y dos euros menos por habitante que la media de España. A pesar de los pesares, Andalucía cumple.

El Gobierno de Andalucía es leal con el Gobierno de España y con los requisitos que nos marcaron. (Diario de Sesiones del Parlamento de Andalucía, DSPA, 122 X leg., 10 de mayo de 2018, p. 42).

En este caso, la actuación del gobierno andaluz (endogrupo) se presenta con una imagen positiva: “una tierra cumplidora”, “buena gestión”, el gobierno de Andalucía es “leal”. El gobierno de la nación, en manos del PP, principal partido de la oposición, se presenta con términos claramente negativos: “injustos recortes”, reforzado con otras expresiones, algunas metafóricas: “sentir el yugo de la infrafinanciación”, “siempre se haya reservado el ancho del embudo y el margen más cómodo”, “la usura que sufrimos”, “tierra castigada” en los presupuestos. La contraposición entre ambos grupos sustenta claramente la conclusión: Andalucía cumple a pesar de la injusticia del gobierno central. Este se dibuja, en esta intervención, como contrario a esta comunidad, poco justo en el trato con las autonomías y, por tanto, un mal partido para Andalucía. La desafección hacia esta región se vende como ataque para que el votante recuerde esto a la hora de unas elecciones autonómicas. Es el proceso recurrente: “nosotros lo hacemos bien frente a los otros que son de lo peor”.

Quiero insistir en que la orientación argumentativa de estos discursos se ve reforzada siempre sintagmáticamente por los otros elementos del cotexto, por construcciones o incluso oraciones por medio de las cuales se expresa el pensamiento del hablante. Las metáforas también sirven de refuerzo. En “sentir el yugo de la infrafinanciación” o “la usura que sufrimos”, los verbos crean una imagen de Andalucía como víctima y casi esclava, dominada por un poder injusto. *Yugo* lleva asociada la noción de dominación y *sufrir la usura* muestra a una Andalucía no solo olvidada, sino sufriente. La usura es negativa, pero si le añades un sentimiento queda potenciado. *Yugo* con respecto a *infrafinanciación* y *sufrir* junto a *usura* actúan como modificadores realizantes. A la vez se crea un universo afectivo, que hace presente con más fuerza al hablante y persuade al oyente.

La creación de una imagen social, sea de un interlocutor o de un grupo, es muy importante en el discurso público y fundamental en la argumentación. Con estos rasgos proyectamos una

serie de características que el receptor añade a ese agente o entidad. Estas características pueden ser ocasionales, propias de esta interacción, y dibujan las líneas maestras de la misma (imagen), pero también pueden crear identidades constantes que se repiten en cada instancia discursiva (Fuentes Rodríguez 2013b, 2016d)¹¹. Podemos verlo en los tuits de contenido político¹²:

(13) I A I @ec16 may.

A ver, rufianicos: Torra es un xenófobo y si lo defendéis estáis defendiendo a un xenófobo. Lo que hagan, hayan hecho o vayan a hacer C's, el PP, un señor de Murcia o la U.D. Las Palmas NO ES RELEVANTE. Él seguirá siendo un xenófobo y vosotros sus defensores.

(14) A-D F Cuenta verificada @AD7616 may.

Lo que habrá que “adecuar” es el término “socialista” y “obrero” para “adaptarlo” al escenario de este cantamañanas faldero del PP, Ciudadanos y Vox. #FelizMiercoles (16-mayo-2018).

En cada uno de estos casos, se construyen dos identidades: la del político atacado (Torra o Sánchez) y la del internauta: IAI y ADF. Torra aparece como xenófobo, una acusación insultante. IAI ataca a los partidarios de G. Rufián: el diminutivo y *a ver*, que implica inicio de un discurso con actitud de superioridad, lo demuestran. IAI se construye una identidad de persona crítica ante el independentismo de Torra y los partidarios de Rufián. Se posiciona con una ideología concreta. Por su parte, ADF hace lo mismo, en este caso con el representante socialista. Lo llama “cantamañanas faldero del PP, Ciudadanos y Vox”. El que lo lee puede interpretar que su posición es de izquierdas y considera lamentable la posición “colaboracionista” del líder del PSOE.

3. Valoración e ideología

En los textos que tratamos, por su contenido político, la dimensión ideológica es fundamental, como hemos podido ir observando. Y la valoración desempeña un papel muy relevante en el diseño de la misma, a la vez que marca la orientación argumentativa señala la posición ideológica. Por ejemplo, en la siguiente intervención, Esperanza Aguirre dibuja con sus adjetivos sus filias y fobias, su orientación argumentativa.

(15) [...] en estas elecciones nos jugamos mucho porque España y los españoles no nos podemos permitir cuatro años más de desastrosas políticas socialistas. Ya lo visteis ayer en el debate, menuda paliza la que le dio Mariano Rajoy a Rubalcaba, y de nada le valieron a Rubalcaba sus mentiras, vamos de mi dijo que yo había llamado vagos a los profesores, mentira, mentira podrida. Bien, yo creo que tenemos que cambiar el rumbo de España, el rumbo de nuestra economía, [...] no nos basta la mayoría simple, hace falta un respaldo electoral importantísimo para Mariano Rajoy, porque solamente así, con el apoyo de la gran mayoría de los españoles, y de los extremeños podremos afrontar las

grandes reformas y los grandes cambios que hacen falta para llevar a España a la senda de la prosperidad y de las oportunidades (Esperanza Aguirre Mitin Miajadas Partido Popular 8/11/2011, Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=8sLyzvd68zo>).

Los socialistas aparecen como desertores políticos y se pide un respaldo *importantísimo* a M. Rajoy, el apoyo de la *gran* mayoría de los españoles, para *grandes* reformas y *grandes* cambios. La persona que habla se sitúa en la derecha política.

El lenguaje del siguiente fragmento también marca, sin necesidad de pie de página, su orientación.

- (16) Cada vez que se dice que la desigualdad, la corrupción y la desregulación financiera son como la ley de la gravedad, se está atacando el significado mismo de la palabra democracia. Las sonrisas cínicas de algunos de ustedes constatan la hipocresía de su conformismo político, están ustedes seguros de que no se puede cambiar nada. Saben que hay corrupción, explotación y precariedad, pero denuncian cualquier intento de cambiar las cosas como peligroso, inaceptable y sobre todo imposible. Sin embargo, en estas semanas, nosotras y nosotros hemos aprendido algo: si tan preocupadas están las oligarquías por mantener el gobierno en manos de sus titeres, será que el gobierno sí que es realmente importante (Pablo Iglesias, DSCD 3, XI leg., 02/03/2016, p. 18).

El intento de cambio se percibe como peligroso, inaceptable e imposible. Esto es lo que se critica y se pone en boca del PP.

En su enfrentamiento con Pedro Sánchez en la votación como candidato a la presidencia, Iglesias dibuja con sus adjetivos y metáforas la orientación de su voto: no van a apoyar al candidato. Véase este largo fragmento en el que hemos destacado las secuencias valorativas, establecidas como macroestructura de su propio discurso. Se emplea como estructura argumentativa con la que expresa el sentido de su actuación política:

- (17) Su partido, señor Sánchez, recibió el pasado día 20 el más duro veredicto de las urnas. El suyo fue con diferencia el peor resultado jamás obtenido por un candidato del Partido Socialista a la Presidencia del Gobierno. [...]

Ayer presentó usted un pacto a la medida de las oligarquías, sin tan siquiera un mínimo disimulo gatopardiano. Su alusión gastronómica de ayer, a propósito del mestizaje ideológico, fue una pobre forma de justificar su capitulación ante una fuerza política que usted definió ayer como las nuevas generaciones del Partido Popular.

Vamos a votar que no a su investidura, señor Sánchez, y le voy a explicar por qué. El pacto que usted presenta imposibilita revertir los efectos más duros de la crisis y consolida las principales políticas del Partido Popular. [...]

En materia tributaria, su capitulación frente a la naranja mecánica es sonrojante. [...] En materia de pensiones su pacto resulta también decepcionante. En noviembre de 2013, ustedes, ustedes, criticaron la reforma de las pensiones del Partido Popular y dijeron con toda la razón que era injusta y que empobrecía a los pensionistas. [...]

Hace 10 días el gobierno en funciones dio un ‘ok’ vergonzoso al chantaje que impuso David Cameron a la Unión Europea. Yo estuve en la sesión de la Comisión de Exteriores, y escuché al representante socialista criticar el acuerdo, decir que era un atropello jurídico, una amenaza al proyecto europeo, un precedente irreversible que ponía en riesgo la cohesión del proyecto de Europa. La crítica era razonable pero después, ¿qué hicieron ustedes? Lo de siempre, no se opusieron al acuerdo [...]

Nosotros, señor Sánchez, no somos ambiguos en nuestra propuesta. Hace falta un gobierno que defienda el proyecto europeo, pero no ese casino financiero en el que los pueblos pagan las facturas de la fiesta de los banqueros. [...]

Es impresionante restablecer la legalidad en la frontera sur, poner fin a las devoluciones en caliente y eliminar las concertinas. No está eso en su pacto, es lamentable que se hayan olvidado de ello. (*Idem*, 19-20).

Este texto nos sirve para mostrar que las valoraciones expresadas por los adjetivos señalan claramente cuál es la dirección del voto de Podemos y su posición ideológica: *el más duro, el peor resultado, sin tan siquiera un mínimo disimulo gatopardino, pobre manera de justificar, su capitulación es sonrojante, su pacto resulta también decepcionante, dio un ok vergonzoso al chantaje, precedente irreversible que ponía en riesgo la cohesión del proyecto de Europa, la crítica era razonable...*

En todos los fragmentos anteriores la valoración se emplea polarizada negativamente porque va dirigida al exogrupo. Pero, igualmente, se puede recurrir al mismo procedimiento, los adjetivos persuasivos, para conseguir el aplauso y el voto. Así al final del discurso esta secuencia:

- (18) En España hay muchas mujeres y muchos hombres como Julio. Gente decente, valiente, honesta, corriente, que se merece algo mejor a lo que ustedes en el Gobierno. Estamos aquí por ellos y ellas (Pablo Iglesias, “Discurso en el debate de investidura de Mariano Rajoy”, 31/08/2016, Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=P4kmxhgnSAo>).

Compárese con este final de un discurso del presidente Hugo Chávez, en 1999, quien manejaba perfectamente el recurso:

- (19) Así que termino este mensaje de hoy ante el pueblo venezolano, ante ustedes termino por ahora, invocando lo mismo que invoqué al comienzo, porque cuando uno habla de unidad latinoamericana y caribeña de relaciones con el

mundo de proyectos sociales, cuando uno habla de proyectos económicos humanistas, de proyectos políticos estables, sencillamente estamos nosotros aquí en esta Venezuela caribeña, amazónica, andina, universal, estamos retomando el sueño bolivariano; estamos retomando el auténtico bolivarianismo, y así lo decía Bolívar: “para formar un gobierno estable, es necesario que fundamos el espíritu nacional en un todo, el alma nacional en un todo, el espíritu y el cuerpo de las leyes en un todo”. Unidad, unidad, esa tiene que ser nuestra divisa. Que Dios nos acompañe, no solamente al Presidente Chávez, sino que Dios acompañe a todo el pueblo de Venezuela en este momento estelar que estamos viviendo, en este momento de resurrección. Un abrazo para todos y muchas gracias por su atención. Un abrazo solidario, un abrazo bolivariano. Y vamos, pues, por los caminos; vacilar es perdernos, señoras y señores (Discurso del Presidente Hugo Chávez en la toma de posesión presidencial, 2 de febrero de 1999. Caracas, Venezuela).

Los adjetivos relacionales (*bolivariano*, *caribeña*, *amazónica*, *andina* y *universal* en serie ascendente) llegan a emplearse con contenido subjetivo, valorativo, para crear afiliación, apelar a la emoción y conseguir el objetivo ideológico del discurso: reforzar el endogrupo. A ello hay que añadir, por supuesto, la entonación aplicada y la fuerza en la aserción, como la empleada por H. Chávez.

4. Importancia del contexto: comparación con textos de la época franquista

La influencia del contexto en la valoración y en su proyección argumentativa es fundamental y lo podemos comprobar en los textos periodísticos de otros momentos históricos¹³. En nuestro estudio de la prensa franquista constatamos igualmente el empleo de adjetivos valorativos con valor argumentativo. En Fuentes Rodríguez (2015b, 2016e) insistimos en el aspecto de construcción de la imagen de grupo y en exponer la ideología del individuo, ya sea el editor del periódico o el columnista. En este momento histórico están muy polarizadas las posiciones y se observa una mayor intensidad en la valoración. Los términos referidos al líder o a la posición dominante aparecen claramente intensificados, en la posición más alta de la escala y siempre con contenido positivo; están orientados a la proyección de una imagen victoriosa. Los campos semánticos utilizados también resultan de interés. Por ejemplo, en los siguientes titulares encontramos una proyección positiva de la imagen del endogrupo que apoya la guerra.

(20) *Bombardeos italianos. Eficaces ataques para preparar las operaciones en Albania* (23-12-1940).

(21) *Viva satisfacción en la opinión pública húngara* (8-1-1940).

Al mismo tiempo, estas valoraciones nos transmiten información sobre la posición ideológica del periodista y el medio. Si la valoración es positiva (*eficaz*) para los ataques, inferimos que se aplauden las actuaciones del ejército italiano. Por tanto, se apoya ese bando. En *viva satisfacción* el sustantivo ya supone una valoración en su semantismo. El adjetivo *viva* lo

intensifica, colocándolo en posición elevada de la escala. Es importante resaltar que la imagen que se cuida de proyectar de manera positiva es la del grupo dominante. Así en:

(22) Eficaz *protección a los huérfanos de los caídos* (12-2-1940)

El objetivo no es valorar exactamente la protección, sino que trasciende al grupo: al mostrar que son eficaces, el sistema político se proyecta como el mejor.

Por el contrario, el rechazo al exogrupo se muestra en la selección de términos fuertemente negativos. Así, en esta crónica periodística de 1940, en la que se dibuja claramente la posición de ambos bandos:

(23) AÑO DE LA VICTORIA

PARTE DE GUERRA DE UN GRAN CAPITAN

“En él día de hoy, cautivo y desarmado el ejército rojo...”

Con estas palabras comenzaba el parte oficial de-guerra que el día 1º de abril de 1939 nos hizo el sobrio y supremo relato de la victoria de España.

“En el día de hoy, cautivo y desarmado el ejército rojo, nuestras tropas victoriosas han alcanzado los últimos objetivos militares.

La guerra ha terminado.

Burgos, 1 de abril de 1939, año de la Victoria.

El Generalísimo, Franco”.

¿Puso especial cuidado el Caudillo era la redacción de este parte? ¿Brotó de su pluma sin preocupaciones literarias o históricas de ninguna clase?

En cualquier caso, acertó con las formas de expresión propias de los grandes capitanes.

Pudo decir que el movimiento de sus Cuerpos de Ejército había coronado las prodigiosas maniobras concebidas de antemano; que desde las orillas del Mediterráneo, donde el Ejército de Levante adelantaba sus pasos hacia las huertas de Valencia, hasta los acantilados del mar andaluz, donde el Ejército, del Sur alcanzaba las retaguardias enemigas, todas las marchas se habían cumplido inexorablemente; y que los Cuerpos de Ejército de Galicia, de Castilla, de Urgel, de Aragón, de Madrid, de Toledo, del Tajo, de Navarra, del Maestrazgo, Marroquí, de Andalucía, y las Agrupaciones de las Sierras diferentes, coronaban de manera perfecta los ataques frontales, los largos flanqueos, los amplios desbordamientos, las rápidas envueltas, los fulgurantes

cortes de las comunicaciones rojas; y que, en suma, el dispositivo de las tropas marxistas quedaba fundamentalmente desarticulado, deshecho, privado de sus apoyos y de sus aprovisionamientos... Pero esto, con ser verdad, hubiese carecido de la necesaria grandeza, hermana de la sobriedad, cuando se trata de ofrecer al mundo la definición de una hora y de un hecho históricos.

Franco eligió el lenguaje que han enseñado al mundo Jenofonte, Temístocles, Tácito y Tito Livio.

Probablemente, el más perfecto plan de batalla que Franco ha imaginado durante la guerra de liberación de España es aquel que no se llevó a término; el de la gran batalla final; el del ataque simultáneo en todos los frentes (*ABC* Madrid, 2-1-1940, p. 3).

Desde el título, “parte de guerra de un gran capitán”, ya se anuncia el tono en el que se va a desarrollar el discurso y cuál es la orientación argumentativa del mismo. Entendemos que el hablante va a proyectar una imagen victoriosa del general Franco. Utiliza *prodigiosos, el más perfecto plan de batalla, la necesaria grandeza, una hora y un hecho históricos...* En estos textos, como podemos ver, la intensificación en la valoración se expresa generalmente a través de términos léxicos en acumulación. Son los mismos procedimientos que hemos encontrado en los políticos actuales, pero en ellos la posición ideológica, la orientación argumentativa del texto tiene un nuevo fin y a él se dirige: la alabanza al líder, necesaria en estos momentos, al parecer. Ya en este texto podemos apreciar la tendencia a la acumulación y al empleo del adjetivo antepuesto para unir la focalización al contenido valorativo y conseguir una mayor intensificación de la cualidad.

La opinión pública, elemento ideológico fundamental, se define de este modo en (23): los adjetivos *incoercible* o *gregaria*, antepuestos, orientan negativamente la conclusión a la que se lleva al receptor y potencian la fuerza del contenido semántico del sustantivo. El periodista no está de acuerdo con la opinión pública, la valora como algo nefasto. Nos está revelando un topos, una creencia colectiva que surge de la ideología dominante (van Dijk 2003):

- (24) ¡Gran ficción la de ese incoercible conjunto de voluntades, que nunca presentaba una exacta homogeneidad! Porque, en rigor, no había una opinión, sino una gregaria confusión y concurrencia de opiniones. Así fomentábase el sistema de las capillas y los equipos [...] todo fue, en las largas etapas liberales, una farsa (Francisco Casares, “La ‘opinión pública’ suprimida” *Legiones y Falanges* 20, II, 1942: 18-19).

A esa opinión pública se le niega su propia existencia y su legitimidad:

- (25) No había tal ‘opinión pública’. Estaba donde se quisiera. La opinión variaba con los vientos, con las perspectivas y con los cansancios. La gente de buena fe seguía su ruta, en el pensar de romántica generación, con poco prejuicio de las denominaciones y acaso dosis desproporcionada de credulidad para los

tipos humanos que encarnaron el mismo itinerario de criterios y de interpretaciones. Más que doctrinas, eran modos de ser. Más que partidos, creencias. Por ello, en ciertas ocasiones, que llegaron a parecer concluyentes, se iniciaron movimientos (*Ibidem*).

Define la opinión pública como:

- (26) Sombra fantasmal que no podía tener una concreción ni precisar una silueta, pero que se empleaba como arma, arrebatada de unas manos a otras, en el juego de la hipócrita detentación. Los países que no tienen ‘opinión pública’, síntoma febril de esa tremenda enfermedad de agotamientos vitales, de consunciones terminantes, que es la democracia, viven felices (*Ibidem*).

Tremenda enfermedad de agotamientos vitales es la democracia. *Síntoma febril* de ello o *sombra fantasmal* la opinión pública. Frente a este dibujo que orienta negativamente la conclusión, *romántica generación* proyecta una imagen positiva.

Esta valoración negativa del exogrupo es contundente, pero es más frecuente e intensificada la valoración positiva del endogrupo y del líder. En este momento histórico, tras la guerra civil, hay que crear patria y un grupo sólido. Hay que generar confianza y apoyo al jefe del Estado. De ahí esas valoraciones. Por ejemplo, encontramos la misma intención ideológica en la presentación del Frente de Juventudes de la Falange, de manera épica. Se busca congregarse en torno a esta imagen los sentidos de los ciudadanos: *inestimable obra patriótica, labor silenciosa y tenaz sin las hermosas maneras navales*.

- (27) He aquí la obra, la inestimable obra patriótica que en una labor silenciosa y tenaz viene realizando la Sección Naval el Frente de Juventudes. Así, a la vuelta breve de unos cuantos años, la Falange ofrecerá a la Patria una legión de hombres instruídos [sic] religiosa, moral, política y técnicamente, que aseguren a España la vuelta a sus más hermosas maneras navales.

El tema de la mujer nos muestra también cómo se construyen unos presupuestos mentales y se legitiman o rechazan comportamientos que tienen una gran repercusión en la sociedad y en la vida diaria (Fuentes Rodríguez 2018a). Así se forjan los principios que sostienen regímenes políticos y sociedades aparentemente libres. Se llega incluso al adoctrinamiento, como en el siguiente ejemplo. A la mujer se le dibuja como necesaria, hermana en la labor de la construcción de la patria, una labor que se presenta como *noble*, dirigida a forjar la grandeza futura de la patria y conseguir la *mayor* gloria:

- (28) [...] en la difícil labor de la formación total de la mujer se encierra uno de los puntos básicos de la grandeza futura de nuestra Patria. En la Cruzada, muchos hombres creen que han sido ellos, y sólo por el valor de ellos –lo ha dicho el general Muñoz Grande [sic]–, por lo que se ha logrado el triunfo. Pero en la retaguardia, y en primera línea, en su noble función de hermana enfermera, la mujer ha exaltado el espíritu del combatiente y le ha hecho vibrar y sentir el

sacrificio supremo como la mayor gloria, por ser al servicio de la Patria y porque iba acompañado de la dulce sonrisa de la novia o de la madre (F. Ferrari Billoch en “La misión de la mujer”, *Hoja del lunes* 15-1-1940: 4).

Encontramos en estos casos una valoración suprema, hiperbólica, en el nivel más extremo de la escala y siempre desde la subjetividad. Esto es tanto más claro cuando se quiere exaltar al líder. Su imagen es la base de la imagen grupal y necesaria para la construcción del liderazgo. En el momento actual ese líder pertenece a un grupo político que gobierna en un sistema surgido de una confrontación civil¹⁴. Su imagen se identifica con la grupal del país. En el siguiente artículo se habla de la España franquista, la España victoriosa. Esta proyección de una imagen positiva busca cohesionar a un grupo y sirve de elemento de afiliación (Bravo 2004) para reforzarlo. Pero, a la vez, se alaba la imagen de Franco y se fija una identidad constante como victorioso y admirable. La idea del *guardián permanente* no es un rasgo valorativo limitado a esta interacción. Se quiere crear como rasgo identitario que se asocie al nombre de Franco.

- (29) Franco y su organización política se asienta en un hecho histórico y como tal presente ya para siempre en los obligados antecedentes del futuro, pero con una característica, las alas de la victoria guerrera, que otorga a toda la gesta de la liberación la altura olímpica donde no llegan las habilidades de los partidos o las versatilidades de los ideólogos.

Resulta infantil poner los ojos con sobresalto en los acontecimientos del mundo para escrutar después en el horizonte español. Lo contrario será, en esta hora admirable de España, acierto y no pequeño [...] La España victoriosa halló su ruta nítida y Franco es su *guardián permanente* [...] (Xavier M. de Bedoya: “La España de Franco, inmovible”, *ABC* 10-12-1942).

Franco encarna la victoria guerrera, la *altura olímpica* de la liberación, una España *victoriosa*, en esa *hora admirable* de España. De todo ello, Franco es su *guardián permanente*. En otras entradas, como en el artículo “Francisco Franco, voz de España”, publicado en ABC en 1942 se lo presenta así:

- (30) Francisco Franco, Caudillo de España y Jefe Nacional de la Falange, ha hablado ante el Consejo Nacional. Su palabra ha sido segura, entera, certera y orgullosa. [...] España encontró su camino el día en que, entre heroicas renuncias personales, el viento de la Historia arremolinó las almas encendidas para la física reconquista de la Patria. De aquel hondo pisar sobre la tierra de los soldados españoles vino a paso de marcha el entrañarse con la “eterna metafísica de España”. De esta se hace Franco portavoz y portaestandarte. Bien claro lo ha dicho. Y por ello ha clavado como una consigna sobre el trémulo e incendiado cielo del mundo el orgulloso y cierto Arriba España (José María Alfaro: “Franco, voz de España”, *ABC*, 10-12-1942, p. 1).

El autor, José M. Alfaro, en su intención de evaluar positivamente la acción de Franco y exaltarla, utiliza adjetivos antepuestos y otros claramente valorativos y en posición elevada. Algunos adjetivos son positivos (*orgulloso y cierto*). Otros califican de manera intensificada los sustantivos con los que se combinan: *heroicas renuncias personales, eterna metafísica de España. Heroicas o eterna* colocan estos hechos en la parte elevada de la escala. Pertenece a la gradación, según la clasificación del *appraisal*. A ellos se añaden las metáforas (sustantivos y adjetivos) que elevan el tono del discurso. Aportan cierta dimensión poética utilizada al servicio de la argumentación. El hablante reelabora su mensaje, crea un artículo de opinión para que se intensifique aún más su imagen: *almas encendidas, hondo pisar, trémulo e incendiado cielo del mundo...* La personificación es constante. La presencia de emoción actúa a la vez como potenciador de la argumentación.

En los discursos de Franco encontramos también el empleo de esta valoración sobreintensificada, que se muestra en el exceso de adjetivos, generalmente en posición antepuesta, para transmitir, por un lado, una forma de comunicación ampulosa y una intensificación ya sea de los propios logros (autoalabanza o proyección de la imagen propia) o de la crítica al contrario. Las virtudes de uno y los “vicios” o “pecados¹⁵” del otro se muestran de manera extrema. Así, por ejemplo, en el siguiente discurso, recogido en la prensa el 18 de julio, día de la victoria.

- (31) Contra todo aquello nos alzamos y dimos la sangre generosa de los mejores: pero no lo realizamos para volver de nuevo al punto de partida. Si la España envilecida por la República colmó nuestra paciencia movió nuestro brazo, tanto nos disgusta y nos repugna la decadente que hizo posible aquel engendro. Tan despreciable es para nuestra obra el rojo materialista, como el burgués frívolo, el traficante codicioso o el aristócrata extranjerizado.

Tan grande y tan intenso había sido el mal, que explica fácilmente, que si en la gran obra del resurgimiento de España han de colaborar todos los españoles, su encuadramiento y su dirección corresponda a esa minoría inasequible al desaliento, que cuando España se perdía alzaba su bandera de combate y, ante los gloriosos caídos en lucha desigual, levantó el bosque de sus brazos con las palmas abiertas. [...]

Pecan gravemente contra la Patria los espíritus viejos, que pregonando ser enemigos del materialismo rojo, lo sirven, sin embargo, al aferrarse a viejos prejuicios, añorando aquellas ridículas minorías que les permitían lucir su decadente ingenio, en círculos provincianos o en salones aristocráticos.

Faltan también a sus deberes los que traicionando la limpia nobleza de sus progenitores sueñan con el restablecimiento de prerrogativas de casta, aunque con ello se torciera el destino histórico de nuestra Patria. Y pecan igualmente los que carentes de virtudes o esclavos de su egolatría, subordinan los intereses de la nación a la de su torpe ambición o a las satisfacciones de su vanidad. Nosotros no hemos cerrado los caminos a lo que al interés de la nación un día

convenga; pero no hemos de consentir que con fines bastardos se intente menoscabar la autoridad del jefe o socavar la disciplina, del Movimiento con reservas ni con sus filiaciones incompatibles con los altos fines que perseguimos y con el sacrificio glorioso de nuestra juventud (*ABC*, 18-7-1941, p. 2).

El periodista también lo presenta del mismo modo, en lo que viene a ser una estrategia pensada y un estilo discursivo de los textos periodísticos de esta época. La hipervaloración es exigida por la exaltación y la alabanza al líder, necesaria ideológicamente para cohesionar al país.

El periodista informa sobre el discurso de manera grandilocuente, resaltando algunas frases del Caudillo, siempre en un contexto de alabanza:

- (32) Estamos en la gran batalla de la producción. Hay que salvar a España de los efectos desastrosos de la dominación roja y superar las escaseses [sic]. Y esto en un mundo perturbado por las pasiones de una guerra El Jefe del Estado ha hablado con magníficas palabras, respondiendo a conceptos terminantes. [...]

Y cuando la vista del Jefe del Estado español se alza sobre los frentes y escruta los campos de batalla sus palabras tienen valor profético. El augurio es de un hombre de Guerra que medita, mide y pesa, escuchando, a la razón. La voz del general invicto es también la de un hombre de Estado habla para su Patria y para el mundo (*ABC* 18-7-1941, p. 1).

En otro discurso, bastante alejado en el tiempo, 1960, y con un motivo político diferente, la visita del presidente argentino Frondizi, Franco recurre a los mismos procedimientos, pero en un grado menor. Veamos un fragmento, aquel en el que se concentra el uso de adjetivos valorativos:

- (33) Al reconocernos unos y otros en el pasado y pensar juntos' en el futuro, estamos ya señalándonos una tarea que exige nuestra acción, un "eje de marcha" para que por él camine la gran familia hispánica con la convicción de que su inmenso potencial humano y su riqueza espiritual podrán movilizar una fuerza repleta de esperanza para el mundo actual.

Como decís, señor Presidente, aquí estáis para mostrarnos la realidad de un pueblo en el que ha fecundado la herencia española. Y España, podéis estar seguro, os reconoce con orgullo irreprimible, al ver vuestra nación argentina, que vos encarnáis en este momento, llena de dignidad y de ímpetu," depositaría fiel de sus tradiciones hispánicas y juvenilmente entusiasta, con sus quehaceres de hoy y sus proyectos para el futuro; henchida de riquezas y de posibilidades y, al mismo tiempo, poblada por las sombras de sus héroes, imaginarios y literarios como Martín Fierro, o reales e históricos como los

caudillos de vuestra Independencia, pero siempre hidalgos de pura fibra española (*ABC* 10-7-1960, p. 67).

Frente a esto, el discurso del propio presidente argentino emplea la valoración, pero de manera mesurada. El momento en que carga las tintas es cuando resalta la figura del héroe, pero cuando se refiere a su país o a España su intensificación es menor que en los discursos de Franco.

- (34) Hoy podemos afirmar con orgullo que la mirada satisfecha de España y la mirada agradecida de nuestra patria son Tos vínculos indestructibles que unen a nuestros pueblos.

Visita por primera vez España un presidente argentino en ejercicio para decirnos lo que hemos hecho de nuestro legado, para mostraros como hijos orgullosos los frutos de nuestra amorosa rebeldía. La mañana clara de hoy, inundada por la luz castellana, nos encontró unidos frente al altar recordando aquel día de julio en que nos separamos y agradeciendo al Altísimo que la sangre entonces derramada' tuviera para siempre el signo del amor. Las banderas que esta mañana se unieron en el viento, la bandera de España y la bandera argentina, no son ya los estandartes de la guerra; la proclama fraterna de este abrazo vibra en la entraña misma de los dos pueblos. Hace algunas horas quiso España que entre las glorias de que Madrid es purísima evocación figurara el caballero cristiano forjador de nuestra independencia, José de San Martín. El monumento que ya prefigura la piedra colocada será el símbolo del encuentro definitivo. San Martín, nacido en tierra argentina, pero con sus venas llenas de sangre española, ofreció a la independencia de América el mismo noble coraje, el mismo arrojo hidalgo que antes ofrendara a la causa de España. Así, luchando por ambas, unió para siempre vuestra patria y la mía en los trazos diáfanos de su vida heroica.

El día de emoción que hemos vivido hoy confirma ante la Historia que España y Argentina, surgiendo de un mismo pasado, marchan juntas hacia la esperanza (*ABC* 10-7-1960, 67).

El análisis realizado nos permite concluir que el género discurso político exige cierta hipervaloración, sobre todo para conseguir el efecto persuasivo sobre los receptores. Mover los espíritus se consigue de forma más clara recurriendo a la emoción. De ahí el uso de la valoración. El grado de empleo de esta varía según la situación histórica, política o los estilos individuales. En época electoral, por ejemplo, en grandes ocasiones históricas como en mociones de censura o propuestas de elección de candidatos a presidente, la carga ideológica se impone y por ello es necesario indicar la orientación argumentativa a través de esta valoración. En los textos franquistas, la situación de partida implica una postura única, un solo partido que quiere reforzar la afiliación al grupo dominante y emplea como estrategia la autoalabanza a las posiciones propias y la denigración de las contrarias, siempre exagerando el empleo de adjetivos antepuestos y llevándolos a los extremos de la escala. Lo llamativo es

que usemos las mismas estructuras, antes y ahora, aunque, como vemos, con variaciones sintácticas y una diferencia en el grado de la valoración.

5. Conclusiones

En este trabajo hemos abordado un mecanismo gramatical que expresa la valoración, el adjetivo. Hay otros procedimientos que actúan sintagmáticamente potenciando mutuamente su valor. La combinatoria sintagmática actúa como reforzador y mecanismo de fuerza argumentativa. Sin embargo, lo hemos elegido porque pocas veces se detiene el estudio pragmático y/o argumentativo en esta categoría.

Hemos abordado la valoración desde una perspectiva argumentativa amplia. El adjetivo muestra la orientación de la argumentación, algo importante en los textos políticos analizados, porque sirve para describir claramente la ideología y establecer el juego de fuerzas entre exo y endogrupo. Al mismo tiempo, la valoración implica escalaridad, y esta va unida a la fuerza argumentativa. Posición ideológica, dirección de la argumentación y fuerza se aúnan en el comportamiento argumentativo del adjetivo. A la vez, su contenido valorativo (*appraisal*) genera un marco subjetivo que actúa como potenciador de la persuasión.

El análisis nos ha mostrado también que esta valoración argumentativa va unida a la proyección de una imagen social potente desde el punto de vista ideológico y en ocasiones también al ataque, al enfrentamiento y a la (des)cortesía inherente a ciertos encuentros políticos.

Por otro lado, la confrontación con textos del pasado, concretamente con otra etapa de nuestra historia, ha permitido mostrar que el contexto es fundamental para poder interpretar la función argumentativa e ideológica de la valoración, su dirección y su fuerza. Los términos en sí solo aportan valoración con una orientación y mayor o menor fuerza. El aporte ideológico surge de la confrontación con el contexto histórico-político, el tipo de discurso en el que aparece y la identificación del agente comunicativo. El objetivo del tipo textual también ayuda a esclarecer la intención. Por ejemplo, en la etapa franquista los medios de comunicación estaban vigilados por la censura y fundamentalmente trasladaban la posición oficial.

Los procedimientos son los mismos, aunque en los discursos franquistas, cuyo objetivo básico es el enaltecimiento del grupo dominante, se prefiere generalmente el uso abundante de la anteposición del adjetivo, como refuerzo intensificador de la posición ideológica.

No obstante, nuestra conclusión debe ser prudente, hasta tanto no tengamos estudios mucho más completos por subtipo discursivo, época histórica, objetivo e inscripción ideológica. De lo que no cabe duda es de que es necesario estudiar la valoración y debemos hacerlo de manera amplia, relacionando el semantismo de las unidades (adjetivos, pero también verbos y sustantivos), sus interrelaciones, el uso de operadores y el recurso a la metáfora. Los textos

comentados pueden mostrar este mapa amplio de la valoración, aunque nos hayamos centrado, por limitación de espacio, en el empleo de uno de sus elementos expresivos.

Referencias bibliográficas

- Adam, Jean Michel. 1990. *Éléments de linguistique textuelle*. Lieja: Mardaga.
- Aguirre, Esperanza. 8 de noviembre de 2011. Mitin Miajadas Partido Popular. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=8sLyzvd68zo>
- Alcaide, Esperanza; Carranza, Aurelia; Fuentes Rodríguez, Catalina. 2016. Emotional Argumentation in Political Discourse. En C. Fuentes-Rodríguez y G. Álvarez-Benito, eds. *A Gender-Based Approach to Parliamentary Discourse. The Andalusian Parliament*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 129-159.
- Alfaro, José María. 10 de diciembre de 1942. Franco, voz de España. *ABC*, p. 1.
- Anscombe, Jean Claude; Ducrot, Oswald. 1983. *L'argumentation dans la langue*. Lieja: Pierre Mardaga.
- Bedoya, Xavier M. De. 10 de diciembre de 1942. La España de Franco, incommovible. *ABC*.
- Biber, Douglas; Conrad, Susan; Leech, Geoffrey 1999. *Longman Grammar of Spoken and Written English*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Bravo, Diana. 2003. Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción. En D. Bravo, ed. *Actas del I coloquio del Programa EDICE: La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo, pp. 98-108.
- Bravo, Diana. 2004. Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía. En D. Bravo y A. Briz, eds. *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel, pp. 15-37.
- Brown, Penelope; Levinson, Stephen. 1987. *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Casares, Francisco. 1942. La “opinión pública” suprimida. *Legiones y Falanges* 20, II: 18-19.
- Company, Concepción. 2004. ¿Gramaticalización o desgramaticalización? Reanálisis y subjetivización de verbos como marcadores discursivos en la historia del español. *Revista de Filología Española* 84/1: 29-66.
- Culpeper, Jonathan. 2005. Impoliteness and Entertainment in the Television Quiz Show: The Weakest Link. *Journal of Politeness Research* 1/1: 35-72.
- Dewey, John. 2008. *Teoría de la Valoración*. Madrid: Siruela.
- Ducrot, Oswald. 1983. Opérateurs argumentatives et visée argumentative. *Cahiers de linguistique française* 5: 7-36.
- Ducrot, Oswald. 1994. *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Hachette.

- Ducrot, Oswald. 1995. Les modificateurs déréalisants. *Journal of Pragmatics* 24: 145-165.
- Evans, Nicholas. 2007. Insubordination and its uses. En I. Nikolaeva, ed. *Finiteness: Theoretical and Empirical Foundations*. Nueva York: Oxford University Press, pp. 366-431.
- Evans, Nicholas; Watanabe, Honoré. 2016. The dynamics of insubordination. An overview. En N. Evans y H. Watanabe, eds. *Insubordination*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 1-38.
- Ferrari Billoch, F. 5 de enero de 1940. La misión de la mujer. *Hoja del lunes*, p. 4.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 1999. *La organización informativa del texto*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2004. Enunciación, aserción y modalidad, tres clásicos. *Anuario de Estudios Filológicos* XXVII: 121-145.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2006. ¿Cortesía o descortesía? La imagen del entrevistado vs. La imagen del entrevistador. *Cultura, lenguaje y representación* 3: 73-88.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2010a. *La gramática de la cortesía en español/LE*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2010b. Ideología e imagen: la ocultación en la prensa de la violencia social o lo políticamente correcto. *Discurso y Sociedad* 4/4: 853-892.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2011. (Des)cortesía y violencia verbal: implicaciones lingüísticas y sociales. En C. Fuentes Rodríguez, E. Alcaide y E. Brenes, eds. *Aproximaciones a la (des)cortesía verbal en español*. Berna: Peter Lang, pp. 27-64.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2012. Subjetividad, argumentación y (des)cortesía. *CLAC (Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación)* 49: 49-92.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2013a. Identidad e imagen social. En C. Fuentes Rodríguez, coord. *Imagen social y medios de comunicación*. Madrid: Arco Libros, pp. 13-21.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2013b. La gramática discursiva: niveles, unidades y planos de análisis. *Cuadernos AISPI* 2: 15-36.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2013c. *Imagen social y medios de comunicación*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2014. Adjetivos y adverbios intensificadores en el discurso parlamentario: gramaticalización, argumentación y perspectiva de género. En C. Llamas, C. Martínez Pasamar y M. Casado Velarde, eds. *Léxico y argumentación en el discurso público actual*. Frankfurt: Peter Lang, pp. 73-103.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2015a. La intensificación como estrategia de refuerzo argumentativo en el discurso de parlamentarios y parlamentarias. En D. Bravo y M. Bernal, eds. *Perspectivas sociopragmáticas y socioculturales del análisis del discurso*. Buenos Aires: Dunken, pp. 139-182.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2015b. La construcción de la identidad grupal en el discurso ideológico. En C. Sinatra, ed. *Stampa e regimi: studi su Legioni e Falangi/Legiones y Falanges, una Rivista d'Italia e di Spagna*. Berna: Peter Lang, pp. 225-252.

- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2016a. El discurso político: argumentación, imagen y poder. En C. Fuentes Rodríguez, ed. *Estrategias argumentativas y discurso político*. Madrid: Arco Libros, pp. 17-48.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2016b. Descortesía, imagen social e identidad como categorías sociopragmáticas en el discurso público. En D. Dumitrescu y D. Bravo, eds. *Roles situacionales, interculturalidad y multiculturalidad en encuentros en español*. Buenos Aires / Estocolmo: Dunken, pp. 165-192.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2016c. Intensification, Identity and Gender in the Andalusian Parliament. En C. Fuentes Rodríguez y G. Álvarez Benito, eds. *A gender-based approach to parliamentary discourse*. Amsterdam: J. Benjamins, pp. 35-59.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2016d. Atenuación e intensificación estratégicas. Estrategias argumentativas y discurso político. En C. Fuentes Rodríguez, ed. *Estrategias argumentativas y discurso político*. Madrid: Arco Libros, pp. 163-221.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2016e. Estrategias de legitimación y construcción de la identidad nacional en La Hoja del Lunes. En C. Prestigiacomo, ed. *Identità, totalitarismi e stampa. Ricodifica linguistico-culturale dei media di regime*. Palermo: Palermo University Press, pp. 177-197.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2016f. La construcción del discurso. En C. Fuentes Rodríguez, ed. *Estrategias argumentativas y discurso político*. Madrid: Arco Libros, pp. 109-161.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2017a [2000]. *Lingüística pragmática y Análisis del discurso*. Madrid: Arco/Libros.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2017b. Macrosintaxis y lingüística pragmática. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 71: 5-34.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. 2018a. Memoria, ideología y construcción de la identidad en la prensa: la mujer en el franquismo. En F. di Gesù, A. Pinto y A. Polizzi, eds. *Media, Power and Identity: Discursive Strategies in Ideologically-Oriented Discourses*. Palermo: Publicaciones Universidad de Palermo, pp. 125-146.
- Fuentes Rodríguez, Catalina. ed. 2018b. *Mujer, discurso y parlamento*. Sevilla: Alfar.
- Fuentes Rodríguez, Catalina; Alcaide Lara, Esperanza. 2002. *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco Libros.
- Goffmann, Erwing. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Nueva York: Doubleday.
- Goffmann, Erwing. 1967. *Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behaviour*. Nueva York: Doubleday.
- Gutiérrez Ordóñez, Salvador. 1997. *Temas, remas, focos, tópicos y comentarios*. Madrid: Arco Libros.
- Hengeveld, Kees; Mackenzie, J. Lachlan 2008. *Functional Discourse Grammar*. Oxford: Oxford University Press, Oxford.

- Hengeveld, Kees; Mackenzie, J. Lachlan. 2011. La Gramática Discursivo-Funcional. *Moenia* 17: 5-45.
- Hernández Flores, Nieves. 2013. Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa. *Sociocultural Pragmatics* 1/2: 175-198.
- Hopp, Christelle. 2017. *La place de l'adjectif épithète dans deux romans du XIXesiècle: El Señor de Bembibre d' Enrique Gil y Carrasco et Los Pazos de Ulloa d' Emilia Pardo Bazán*. Université de Lorraine y Universidad de Sevilla, Tesis doctoral.
- Hunston, Susan; Thompson, Geoff, eds. 2000. *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford: Oxford University Press.
- Iglesias, Pablo. 31 de agosto de 2016. Discurso en el debate de investidura de Mariano Rajoy. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=P4kmxhgnSAo>
- Kaltenböck, Gunther. 2016. On the Grammatical Status of Insubordinate if-Clauses. En N. Evans y H. Watanabe, eds. *Insubordination*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 341-376.
- Kaltenböck, Gunther; Heine, Bernd; Kuteva, Tania. 2011. On thetical grammar. *Studies in Language* 35/4: 852-889.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 1986. *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Hachette.
- López-Couso, María José. 2010. Subjectification and Intersubjectification. En A. H. Jucker y I. Taavitsainen, eds. *Historical Pragmatics*. Berlin: De Gruyter Mouton, pp. 127-163.
- López Eire, Antonio; Santiago-Guervós, Javier de. 2000. *Retórica y comunicación política*. Madrid: Cátedra.
- Maltese, Giulia. 2014. Manipulación, persuasión e ideología franquista en el discurso político de prensa sobre el Sáhara Occidental. *Discurso y Sociedad* 8/4: 623-666.
- Martin, James R. 2000. Beyond Exchange. Appraisal Systems in English. En S. Hunston y G. Thompson, eds. *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford: Oxford University Press, pp. 143-175.
- Martin, James R.; Rose, David. 2003. *Working with Discourse: Meaning beyond the Clause*. Londres: Continuum.
- Martin James R.; White, Peter R. R. 2005. *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. Londres: Palgrave Mcmillan.
- Nolke, Henning. 1993. *Le regard du locuteur*. París: Kimé.
- Nolke, Henning. 2001. *Le regard du locuteur 2*. París: Kimé.
- Nolke, Henning. 2017. *Linguistic Polyphony. The Scandinavian Approach: ScaPoLine*. Leiden: Brill.
- Nolke, Henning; Flottum, Kjersti; Norén, Coco. 2004. *ScaPoLine. La théorie scandinave de la polyphonie linguistique*. París: Kimé.

Padilla, Xose. 2001. *El orden de palabras en el español coloquial*. Valencia: Publicaciones Universitat de València.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. 2009. *Nueva Gramática de la Lengua Española*. Madrid: Espasa Calpe.

Reyes, Graciela. 1990. *Polifonía textual*. Madrid: Gredos.

Reyes, Graciela. 1994a. *Los procedimientos de cita: discurso directo y discurso indirecto*. Madrid: Arco Libros.

Reyes, Graciela. 1994b. *Los procedimientos de cita: citas encubiertas y ecos*. Madrid: Arco Libros.

Roulet, Eddy. 1997. A Modular Approach to Discourse Structures. *Pragmatics* 7/2: 125-146.

Santiago-Guervós, Javier de. 2005. *Principios de comunicación persuasiva*. Madrid: Arco/Libros.

Santibáñez, Christian. 2009. Metáforas y argumentación: lugar y función de las metáforas conceptuales en la actividad argumentativa. *Revista Signos* 70: 245-269.

Torre Gamboa, Miguel de la. s. a. La utopía Deweyana: valores e idea de futuro en *La teoría de la Valoración* de John Dewey. Disponible en:

<http://promep.sep.gob.mx/archivospdf/MEMORIAS/Producto843058.PDF>

van Dijk, Teun A. 2003. *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.

van Dijk, Teun A. 2005. Ideología y análisis del discurso. *Utopía y praxis latinoamericana* 29: 9-36.

van Eemeren, Frans H.; Grootendorst, Rob. 2004. *A theory of argumentation*. Cambridge: Cambridge University Press.

White, Peter R. R. 2003. *Un recorrido por la teoría de la valoración (Teoría de la valoración)*. Traducción de Elsa Ghio. Disponible en:

<http://www.grammatics.com/appraisal/SpanishTranslation-AppraisalOutline.doc>

White, Peter R. R. 2015. Appraisal Theory. En K. Tracy, C. Ilie y T. Sandel, eds. *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction*. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc. Disponible en:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118611463.wbielsi041>

Notas

¹ “[...] broad cover term for the expression of the speaker or writer’s attitude or stance towards, or viewpoint on, or feelings about the entities or propositions that he or she is talking about”.

² “[...] personal feelings, attitudes, and value judgments, or assessments”.

³ Confróntese, al respecto, la tesis doctoral de C. Hopp (2017).

⁴ Reproducimos literalmente los mensajes recogidos en redes.

⁵ “The view of language adopted by the architects of the appraisal framework is that of the systemic functional linguistic theory of Halliday and his associates (Halliday 1994). Accordingly they hold that meaning-making can usefully be divided into three broad modes, or what Halliday terms “metafunctions”: (1) “ideational” meaning by which language construes the world of experience, (2) “interpersonal” meaning by which speakers/writers enact social roles, personas, and relationships, and (3) “textual” meaning by which these ideational and interpersonal meanings are organized into coherent texts appropriate for a given communicative setting. These evaluative meanings described by the appraisal framework provide some of the mechanisms by which the “interpersonal” metafunction operates, in that they present speakers/writers as revealing their feelings, tastes, and opinions with greater or lesser degrees of intensity and directness, as construing propositions as more or as less contentious or warrantable, and as thereby aligning or disaligning with value positions in play in the current communicative context”.

⁶ “The appraisal framework accordingly makes possible nuanced explanations of the particular evaluative workings of individual texts and, similarly, nuanced accounts of how texts are similar or different according to their particular evaluative arrangements. Thus it offers the possibility of new insights into how texts enact individual and collective identities, into the evaluative dispositions of particular registers and genres, into how speakers/writers may manage relations of solidarity and power, and into the workings of texts which function to persuade and influence public opinion”.

⁷ Hemos tomado, por claridad, las palabras de uno de sus fundadores.

⁸ Nótese también que las escalas están constreñidas por la función sintagmática que cumplen. En función de vocativo, como insulto, no todo elemento puede aparecer. Restringimos sintáctica y macroestructuralmente la combinatoria de elementos. Puedo decir “se cansa de hacer el imbécil” o “calla, imbécil”. No puedo poner *molesto*, *incompetente* en el primer caso. En el segundo *incompetente* sí puede aparecer, pero no *molesto*. También podría aparecer un término positivo: *hacerse el guay*, *el amable*..., aunque el verbo actúe como un modificador desrealizante (Ducrot 1995, Fuentes Rodríguez y Alcaide 2002) cambiando la orientación del adjetivo a una polaridad negativa.

⁹ Diario Sesiones Congreso de los Diputados.

¹⁰ Un ataque a la imagen es un acto intrínsecamente descortés. Vid. la importancia de la imagen en el discurso público: Fuentes Rodríguez (2013a, 2016a).

¹¹ Incluso pueden incorporarse comportamientos descorteses o corteses como rasgos de construcción de la identidad del grupo o personaje. Cfr. Fuentes Rodríguez (2013c) en el que analizamos personajes como Risto Mejide, que desempeña el rol de jurado agresivo. Otras veces son los tertulianos los que muestran esta característica y cómodamente crean un rol público, profesional, que le sirve para proyectarlo e “identificarse” públicamente. En otras ocasiones no es impostado sino un rasgo del carácter y del comportamiento profesional que revela una posición y una ideología. En España, M. A. Iglesias encarnaba este perfil del periodista. Véase Fuentes Rodríguez (2006).

¹² Ocultamos los nombres.

¹³ Cfr. Maltese (2014).

¹⁴ En la situación actual lo encontramos en textos de otros líderes. Por ejemplo, Susana Díaz intenta cohesionar al grupo socialista y en una de sus intervenciones apela al sentimiento: “Sentiros orgullosos” (Fuentes Rodríguez 2016f, 2018b). O Pablo Iglesias en su video electoral de 2016: “Sonreíd que sí se puede”.

¹⁵ En el texto utiliza Franco esa expresión: “pecan gravemente...” usando la religión como topos legitimador.

El discurso multimodal del diario venezolano *El Universal* durante la campaña por la reforma constitucional (2007)

Yanela Soler Mas y Ana Teresa Badía Valdés

Universidad de La Habana

yanela@fcom.uh.cu, abadia@fcom.uh.cu

Resumen

El discurso multimodal del diario venezolano *El Universal* durante la campaña por la Reforma Constitucional de 2007 es el objeto de estudio de este artículo. El aparato metodológico que se utiliza para estudiar la multimodalidad está conformado por los postulados de los estudios críticos multimodales de Kress, Regina, Leite-García y van Leeuwen (2000), la propuesta de análisis estructural de la noticia de van Dijk (1996) y el aporte de otros investigadores necesarios para el estudio de los recursos gráficos en el periodismo impreso. La tesis principal es que la complementariedad de los modos semióticos presentes en *El Universal* es parte del proceso de producción de sentido con fines ideológicos a favor de la tendencia opositora. Este valor multimodal de las noticias se expresa en una coherente correspondencia entre los elementos lingüísticos y visuales.

Palabras clave: multimodalidad, periodismo impreso, imágenes, Reforma Constitucional.

Abstract

In this article, we will analyze the multimodal speech of the Venezuelan newspaper *El Universal* during the campaign for the Constitutional Reform of 2007. The methodological apparatus used to study multimodality is made up of the postulates from the critical multimodal studies by Kress, Leite-García and van Leeuwen (2000); the structural analysis of the news by van Dijk (1996), and contributions from other researchers, necessary for the study of graphic resources in print journalism. The main thesis is that the complementarity of the semiotic modes present in *El Universal* is part of the process of producing meaning for ideological purposes in favor of the oppositional tendency. This multimodal value of the news is expressed in a coherent correspondence between linguistic and visual elements.

Keywords: multimodality, press, images, Constitutional Reform.

1. Introducción

A lo largo del siglo XXI, el análisis crítico de la prensa venezolana ha suscitado interés en muchas academias pues su construcción discursiva incide en el debate político, al ser una de las vías por las que los ciudadanos se informan, establecen juicios críticos, seleccionan y

deciden su voto. La prensa impresa es una de las principales fuentes de gestación de noticias y quien lleva la conducción de las tendencias de opinión más importantes del país (López Calvo 2006, Boitía 2007). De ahí la pertinencia del análisis discursivo de la noticia para develar relaciones de poder, dominación y desigualdad sociopolítica.

Aunque para muchos la noticia no se considera un recurso persuasivo, pues aparentemente carece de valoración o análisis de los hechos, este artículo comparte el criterio de que en este género la selección de datos, su disposición “y la elección léxico-semántica, implica una modelación de la información en pos de una recepción condicionada a la perspectiva del periodista” (Sánchez 2008), pues su dimensión persuasivo-cognitiva radica en la naturaleza factual de los acontecimientos, las relativas a la construcción de una estructura relacional sólida para los hechos, y las que proporcionan información con una carga actitudinal y emocional (van Dijk 1990: 124).

Por ello, su análisis integral debe atender a los sistemas de signos presentes en los diarios, que cumplen funciones de producción de sentido. De este modo, el artículo persigue caracterizar los rasgos que tipifican la estructura multimodal del discurso periodístico impreso del diario venezolano *El Universal* durante el periodo de campaña política por la Reforma Constitucional de 2007.

2. Revisión teórica: la multimodalidad del periodismo impreso

La combinación de elementos verbales y no verbales en el periodismo impreso presenta características inherentemente multimodales. Esto ha contribuido al desarrollo de los ECM, enfoque dentro del campo de los Estudios Críticos del Discurso, que suponen a los discursos cogniciones y saberes, reconociendo su valor de ser expresados mediante sistemas sígnicos diversos (van Leeuwen 2008).

Atender a este factor cuando se realiza análisis discursivo desarraiga la idea de que la lengua oral o escrita sea el medio exclusivo de comunicación, pues “los productores de textos hacen un uso cada vez mayor y más deliberado de una gama de *modos de representación y comunicación* que coexisten en un texto dado” (Kress, Leite-García y van Leeuwen 2000: 374).

Una mirada a la diferencia conceptual entre los vocablos texto y discurso, remite al inglés R. Fowler, quien la establece en su obra *Lingüística Crítica*:

[...] el texto puede ser interpretado como un medio del discurso. [...] El discurso es todo el complicado proceso de interacción lingüística entre las personas que emiten y comprenden textos (1983: 85-86).

El legado de la semiótica bajtiniana apunta a la necesidad de observar el texto en el ámbito de la comunicación, en el conjunto concreto de las relaciones sociales, pues según este autor “donde no hay texto no hay objeto para la investigación y el pensamiento” (Bajtin 1979: 294). Julia Kristeva (1997) y Paul Ricoeur (1977) enriquecen esto al considerar que para que

un texto sea reconocido discurso, sus enunciados deben inscribirse en un contexto interdiscursivo específico y revelar condiciones histórico-sociales.

También desde la lingüística, Charaudeau (1992) estima que el texto es la manifestación material de un acto de comunicación en una situación determinada para que se lleve a cabo un acto de habla. Con una perspectiva más abarcadora, Umberto Eco plantea que el texto es

[...] una máquina semántico-pragmática que exige que se la actualice en un proceso interpretativo, [...] donde el autor construye artificios semióticos previendo los comportamientos de su propio destinatario, imaginándolos por adelantado, inscribiéndolos en las fibras mismas de su propio artefacto textual, y postulándolos como condiciones de éxito (o de felicidad, como hoy se suele decir) de su propio acto comunicativo (2007: 224-225).

Este artículo suscribe junto a algunos autores (Álvarez 2001, Ayala 2004), que el texto es una unidad fundamental del discurso emitido intencionalmente en una situación comunicativa que tiene lugar en un momento sociohistórico concreto (Kristeva 1997, Ricoeur 1977), con un fin determinado.

Siguiendo a Kress, Leite-García y van Leeuwen (2000) y Eco (2007), las investigadoras de este artículo agregan que el texto adquiere diferentes formas lingüísticas (hablado o escrito) y visuales (fotografías, caricaturas, pinturas, esculturas), y considera al discurso como las relaciones existentes entre las proposiciones (microestructura) y la estructura global del texto (macroestructura) mediadas por los conocimientos, la cultura o las tradiciones que el emisor y el receptor vierten sobre el mismo, como parte de un proceso generador de sentido.

Así, analizar la prensa impresa como texto multimodal significa desentrañar el conjunto de significaciones que trascienden al texto escrito y toman en cuenta su ubicación, extensión, la compañía de la imagen visual y la intrínseca relación que entre esos elementos se establece. Siguiendo los postulados de la lectura occidental, la semiótica visual aplicada al periodismo impreso de Kress, Leite-García y Leeuwen (2000) propone la formación de cuatro cuadrantes, asignando el valor de lo real a la sección inferior y el valor de lo ideal a la superior; la izquierda, entretanto, considerada el punto de partida de la lectura remite a lo conocido, mientras la derecha tiende a ofrecer significaciones referidas a lo nuevo:

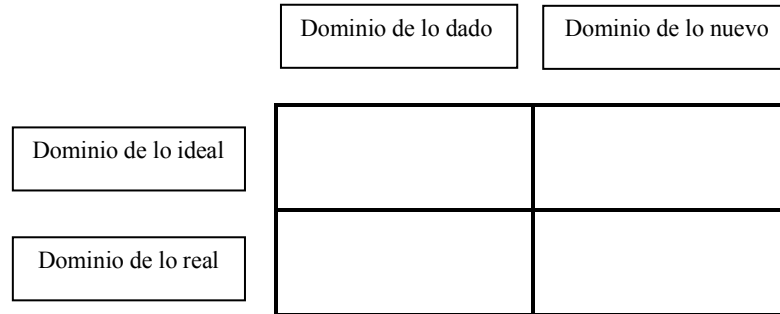


Fig. 1. Esquema de la Representación Visual
(Fuente: Kress, Leite-García y van Leeuwen 2000)

En otro trabajo indicamos que el área

[...] donde se presentan los diferentes elementos informativos se determina por su valor y por tanto, pueden aparecer distribuidos de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. De modo que la organización orgánica de una plana en la prensa impresa, como sistema de sentidos, resulta de la suma de los modos semióticos que en ella confluyen, donde los elementos más extraordinarios serán dispuestos en orden para captar la atención de los lectores (saliencia o relevancia) (Soler y Badía 2016: 9).

De este modo, desde el punto de vista de la recepción, la lectura de un solo modo lingüístico en cualquier página resulta imposible: se presta atención también a otras formas semióticas que le acompañan, lo cual garantiza comprender la totalidad de la significación representada (*framing* o encuadre).

2.1. El análisis multimodal lingüístico-visual

Los efectos de sentido que intenta lograr el periodismo impreso se manifiestan, siguiendo a Eliseo Verón, “bajo la forma de uno o varios textos producidos” (1993: 130). Ello se explica porque esta prensa opera bajo la lógica de una cultura multimodal que establece un conjunto de interrelaciones entre sus textos, sin descartar los factores ideológicos y socioculturales donde se desenvuelve el proceso de producción noticiosa.

Por tanto, para un análisis de lo multimodal, sería pertinente atender al criterio barthesiano (1986) de examinar la estructura del género periodístico y los códigos visuales (fotografías, infografía, etc.) por separado, para luego comprender la manera en que se complementan.

El profesor Teun van Dijk (1983) aporta pautas para analizar la estructura noticiosa. Este autor considera que en el discurso periodístico informativo la macroestructura se encuentra en el titular, que resume el texto de las noticias y es el primer contacto del receptor con ellas (Calzadilla 2005, De la Fuente 2006). Los titulares exponen una síntesis reveladora de lo que se quiere transmitir y sustentan la valoración de lo más sustancial de la noticia, pues conducen a los lectores a prestar más atención y enjuiciar un tema. Lo anterior se apoya además en los

estudios cognitivos, que señalan a los titulares como “activadores del proceso mediante el cual se construye la comprensión textual” (Gallardo-Paúls y Enguix 2014: 93).

El catedrático español Luis Núñez Ladevèze (1991) cataloga los titulares según su grado de información:

[...] expresivos (palabras sueltas que evocan un hecho presumible conocido), apelativos (hecho de interés humano del que se desconocen detalles), temáticos o simplificadores (enuncian el tema) e informativos (explican la acción, el sujeto y las circunstancias). A estos últimos el autor los clasifica en estáticos y dinámicos. Los primeros, se centran en los resultados que originan las acciones que se informan; los segundos se refieren generalmente a la acción (Soler y Badía 2016: 10).

Los antetitulares y subtítulos también forman parte del encabezamiento y desde el punto de vista ideológico complementan a los titulares, al tiempo que resumen la microestructura noticiosa.

Como “primera porción del relato que acentúa el hecho noticioso y proporciona al lector la inmediata identificación sobre el acontecimiento expuesto” (Calzadilla 2005: 67), el *lead* “puede contener los resultados o consecuencias principales de las acciones, acontecimientos o *reacciones* (verbales) de los portavoces importantes” (van Dijk 1983: 86); mientras, el cuerpo tiene la función de ampliar y contextualizar lo narrado, mediante categorías fijas como antecedentes, historia, consecuencias y reacciones verbales.

La arquitectura del cuerpo noticioso atiende a la importancia y los detalles de lo narrado. Si en la construcción de un acontecimiento existe un tema prominente que confiere coherencia a los que derivan de él o guardan estrecha relación con él, es imprescindible considerar a la macroestructura semántica, pues el discurso periodístico se organiza en una idea general

[...] a partir de la identificación de información local (proposición) que puede aparecer diseminada en el texto y, al unirlos, se logra un resumen de los temas más importantes que aborda la noticia, en su relación con el acontecimiento principal (Soler y Badía 2016: 11).

Por otro lado, Genro Filho (2010: 137) sostiene que a nivel lingüístico el periodismo es una extensión del lenguaje cotidiano y común. A esta apreciación podría agregarse que también lo es a nivel icónico, pues en el periodismo impreso la imagen también se erige como elemento productor de sentido. Abraham Moles suscribe que la imagen es

[...] un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del ambiente óptico (universo perceptivo), susceptible de subsistir a través de la duración y que constituye uno de los componentes principales de los mass media (1981: 40).

La vigencia de semejantes palabras en el siglo XXI es indudable: las imágenes o fotografías en los diarios comunican múltiples significaciones.

Los estudios multimodales apuntan que “para algunos lectores, el medio fotográfico puede constituir el modo principal de comunicación y la lengua desempeñaría una función simplemente secundaria, auxiliar” (Kress, Leite-García y van Leeuwen 2000: 390), y es que la imagen constituye documento visual de la realidad que se cuenta a los lectores.

En su obra inédita *Selección de Lecturas de Análisis del Discurso* (s/f), la profesora cubana Lissette Hernández sistematiza una serie de indicadores para analizar el código fotográfico. La autora propone que, para estudiar la puesta en escena de la composición visual, debe considerarse a los personajes (identidad, relevancia, atención que le brinda la composición), la escenografía (características del sitio donde se halla lo representado y su situación histórica, espacial o situacional), la iluminación y el color.

Otro aspecto esencial es el análisis de la fotograficidad, integrada por

[...] las márgenes del cuadro, la organización de la perspectiva (despliegue “natural” de los objetos o personas presentadas, en correspondencia con los cánones normalmente activos en la visión de lo real) y el modo de filmación, donde entran en juego los planos (gran plano general, plano general, de conjunto, americano, medio, gran primer plano, primer plano, plano detalle), los grados de angulación (frontal, picado, contrapicado, aéreo, sobre el hombro) y de inclinación (normal, oblicua, vertical) (Soler y Badía 2016: 13).

En el periodismo impreso es necesario explicar, contextualizar e ilustrar los códigos visuales con recursos lingüísticos que hallan en el pie de foto la anulación de las inferencias previas del lector, expresando una única interpretación del acontecimiento y produciéndose una relación de anclaje-relevo en el sentido barthesiano; pero ceñirse exclusivamente a ella significa restringir el carácter multimodal del periodismo. De ahí que, si bien existe una relación de anclaje-relevo en un nivel primario de significación, al analizar la imagen en el contexto de la noticia a la que acompaña e ilustra, se origina una relación similar a nivel macro.

3. La Reforma Constitucional de Venezuela en 2007

El 3 de diciembre de 2006, Hugo Chávez es reelecto presidente de la República Bolivariana de Venezuela y propone la unidad de los partidos políticos que tradicionalmente lo han apoyado en el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) y la conformación de una estructura de poder que le permita construir una hegemonía firme, e iniciar un proyecto de transformación a largo plazo, por lo que debe ajustarse el marco constitucional.

En este contexto, el 2 de diciembre del 2007 (2D), los venezolanos votan la propuesta de reformar 69 artículos de la Carta Magna de 1999; pero esta es derrotada con una abstención media nacional de alrededor del 45 por ciento. Algunos analistas coinciden en que la mayor parte de las abstenciones son del chavismo, ya que los votos de la oposición apenas aumentaron en 311.973 respecto a las presidenciales de 2006, mientras que los del chavismo

experimentan en 2007 una brusca disminución en 2.504.090 votos. En el referendo constitucional el voto chavista sufre la más fuerte fractura.

4. Metodología

El estudio asumió un diseño de caso único-inclusivo-descriptivo, desde una perspectiva cualitativa. Taylor y Bogdan señalan que esta se caracteriza por la inducción, la visión holística del objeto de estudio y la inclusión de todos los escenarios como dignos de estudio (1987: 20).

Semejante planteamiento sustenta la aplicación de otros métodos como el razonamiento inductivo-deductivo, el análisis-síntesis y el lógico-histórico, pertinentes en la construcción de los presupuestos generales sobre el tema. Ello se traduce en la aproximación al objeto de estudio desde lo general a lo particular y desde un análisis integral que permita dilucidar las características de la sociedad venezolana, el sistema político actual y los medios de comunicación en Venezuela, teniendo en cuenta los acontecimientos históricos.

El *corpus* se obtuvo de la edición impresa de *El Universal* durante 45 días previos a los comicios,

[...] siguiendo las indicaciones de Allan Bell (1991: 9-32), quien plantea que un patrón adecuado para componer una muestra para el análisis discursivo de la prensa es escoger un día cada “n” días, siendo “n” una constante distinta de 7, para evitar que se repita el mismo día de la semana (Soler Mas 2014).

Para el estudio de periodos temporales cortos, entendidos meses, las muestras más adecuadas serían cada 10 días, y se obtuvo un total de 5 días y 27 textos:

Mes/2007	Días por mes	Total de Textos/ 2007
Octubre	2	7
Noviembre	3	6
Total	5	13

Tabla 1: Distribución final de días y total de textos a analizar en *El Universal* (2007)
(Fuente: elaboración propia).

5. Resultados

5.1. Ubicación y extensión de los textos

Las noticias sobre la Reforma se localizan en el apartado de *Política*. En sentido general prevalece la posición arriba-izquierda (13 noticias) donde confluyen, según Kress, Leite-García y van Leeuwen (2000) el dominio de lo ideal y lo dado. En el dominio de lo ideal y lo nuevo (arriba-derecha) se ubican 3 noticias, mientras 4 aparecen en la posición abajo-izquierda (dominio de lo real y lo dado) y 7 se localizan en la postura abajo-derecha (dominio de lo real y lo nuevo).

Semejante estructura visual lleva implícita el factor ideológico como sistema de representación formado por la cultura y la historia en la nación. Las significaciones de los periodistas o productores de información modelan las representaciones del mundo que transmiten las páginas de *El Universal*.

No obstante, debe considerarse que, aunque muchas personas “son capaces de leer todos los elementos de la página juntos” (Kress, Leite-García y van Leeuwen 2000: 380), el orden de lectura no precisamente coincide con la forma organizativa de la plana. En este sentido, si el valor de lo real se fija en la sección inferior y el de lo ideal en la superior, los textos multimodales pueden tener significaciones diferentes en dependencia del contexto y el interés de los lectores.

Lo ideal, por ejemplo, puede representar hechos distantes en el tiempo, pasados o futuros, en tanto lo real puede referirse a las acciones ocurridas en el momento histórico en que se narra. Farías sostiene además que la “distinción arriba-abajo se relaciona con juicios ontológicos, en tanto la distinción izquierda-derecha dice relación con el dinamismo informativo del mensaje” (2004: 343).

Desde la significación, puede entenderse que la mayoría de las notas analizadas se ubican en el dominio de lo ideal por tratar los temas controversiales de la Reforma Constitucional. Aunque su aprobación se presenta como prácticamente imposible, resulta necesario colocar los productos comunicativos en regiones donde el sujeto distinga “un conjunto de proposiciones visuales coherentes de otro incoherente” (Vilches 1984: 34).

La aparición de la mayor parte de las notas en semejante dominio provoca además que esta zona de significado recaiga, siguiendo a Schütz

[...] en un núcleo de significatividad primaria, donde el mundo y el conocimiento que se origina en él está al alcance de la persona, donde se es muy consciente del sentido de la realidad que marca esta área de significado y los datos que se originan en él (1979).

El dominio de lo ideal en el periodismo impreso venezolano en tiempos de campaña electoral se erige como la guía a partir de la cual se establecen otras zonas de significación estrechamente relacionadas (dominio de lo real) con esa que impone la significatividad

primaria que el lector percibe. El estudio realizado reveló que en el dominio de lo real se siguen los temas sobre la Reforma que en algún momento figuraron en el dominio de lo ideal y por su relevancia, el aporte de nuevos datos y la necesidad de continuar imponiendo significaciones contrarias a los proyectos de cambio constitucional en el imaginario del venezolano, deben figurar como noticias, pues

[...] los acontecimientos se deben percibir como procesos incompletos que se articulan y se superponen para que podamos tener una determinada “apertura de sentido” respecto a su significado (Genro Filho 2010: 39).

Ello corrobora una vez más que el control del discurso por los emporios mediáticos se refleja en la plana también mediante la ubicación y extensión de los productos comunicativos, que en el caso del diario estudiado abarcan de una a seis columnas distribuidas entre cinco y 21 párrafos, en dependencia del alcance de la temática abordada.

Tampoco debe obviarse que en la multimodalidad intervienen, además, el contenido sociopolítico, los intereses de clase que la prensa venezolana reproduce y de los grupos sociales a los que se dirigen con la finalidad de incidir en la intención de voto. Por tanto, lo multimodal se instituye en significado en sí mismo.

5.2. Estructura de los textos lingüísticos

El análisis de los titulares de *El Universal* durante la campaña por la Reforma Constitucional, reveló la existencia de informativos, atendiendo a la clasificación de Núñez Ladevéze (1991). Aunque se encuentran los estáticos y dinámicos, prevalecen estos últimos por referirse a la acción que narran las notas.

Los titulares coinciden en su función semántica-informativa de adelantar el tema de las noticias, orientando sus posibles enfoques. Se caracterizan por la sencillez de la estructura gramatical, siguiendo en ocasiones el patrón Sujeto-Verbo-Complementos:

- (1) AN aprobó esta madrugada el texto de reforma constitucional (G. Méndez, 24 de octubre de 2007, *El Universal*).

En otros casos, se construyen mediante la reproducción textual de expresiones relevantes de representantes políticos que protagonizan las noticias, cuya selección conlleva implicaciones ideológicas que pueden dar a entender la postura tanto del periodista como del medio:

- (2) Señor Presidente, por el bien del país, retire la reforma (M.^a D. Espinoza, 4 de noviembre de 2007, *El Universal*).

Los titulares aluden a lo nefasto que sería la aprobación de las modificaciones para el futuro del país, la permanente protesta estudiantil contra las disposiciones gubernamentales, el rechazo de la oposición venezolana y las características que asume la campaña electoral en uno u otro bando.

Sobresalen las formas verbales en presente. Solo se identificaron 2 en pretérito y 5 en futuro. La pretensión de construir lo que ocurre en la arena política con relación a los cambios constitucionales que promueve el gobierno venezolano, halla en los verbos en presente el modo idóneo para imprimir actualidad a las informaciones.

Otro elemento que caracteriza al periodismo de *El Universal* es la presencia de subtítulos. Presentados con una tipografía de menor tamaño, en ocasiones subrayados o destacados en negrita y con mayor cantidad de palabras que aquellos, los subtítulos aportan otros datos medulares de las informaciones sobre la Reforma y refuerzan la intencionalidad ideológica.

Los titulares analizados se despliegan en los cuerpos de las noticias donde el lead se erige como núcleo (De Fontcuberta 1993: 76), resumen lo más significativo del acontecimiento y presentan en muchos casos a sus protagonistas políticos.

Como anzuelo para conquistar a los lectores venezolanos, *El Universal* evidencia variedad en la tipología de entradas, aunque entre uno y otro periodo prevalecen las de cita indirecta que preponderan las opiniones de representantes de partidos opositores. Por lo general estos leads desarrollan los planteamientos de los titulares y se evidencia el uso de comillas para destacar expresiones que emiten textualmente las fuentes:

- (3) Por considerarla “ilegal” y “antidemocrática”, pero sobre todo innecesaria, pues “no está dirigida a resolver los más agudos problemas que padece nuestra población”, 29 organizaciones gremiales y sindicales solicitaron a los venezolanos que concurran a las urnas este domingo 2 de diciembre y que le digan No a la Reforma Constitucional impulsada por el presidente Hugo Chávez (*El Universal*, 2007).

El diario selecciona ciertas palabras o frases que expresan actores políticos de oposición para componer una narración que muestra solo una parte del contenido. Esta tendencia a controlar la voz de las fuentes en el lead preserva la autoridad y el predominio del narrador (periodista) y acentúa el estilo conservador del diario.

El orden discursivo en los cuerpos de las noticias estudiadas se rige por el principio de la relevancia que se materializa en la estructura de pirámide invertida, donde la información más distinguida aparece en los niveles superiores seguida por los más bajos. Como expresa van Dijk, la organización de los acontecimientos desempeña “funciones cognitivas y sociales en la producción informativa y en la comprensión y memorización de la noticia” (1990: 254).

Esta arquitectura noticiosa se relaciona con las estrategias de producción periodística, con los modelos que tienen los periodistas de los acontecimientos que narran y con las propiedades de la lectura de la noticia. No obstante, cada periodista selecciona las formas que considere pertinente para presentarla, de acuerdo con las circunstancias y la intención comunicativa del diario al que responde. En los textos que conforman el estudio se identificaron los componentes estructurales de los cuerpos noticiosos. El análisis reveló la prevalencia de consecuencias y reacciones verbales relacionadas con lo que significaría para

el país la aprobación de la Reforma, dedicándole menor espacio a la historia de los hechos y a los antecedentes.

Los diarios resumen los sucesos en el lead y, luego de presentar a los participantes, se limitan a exponer sus opiniones con relación a la Reforma Constitucional, centradas en las consecuencias que a su juicio puede traer un cambio a la Carta Magna. Las noticias donde se evidencian las historias narran fundamentalmente las acciones de calle que efectúan los antagonistas y dedican entre tres y 21 párrafos a historiar cronológicamente los hechos, coincidiendo con las notas más extensas del *corpus*; pero mezclando las historias con las reacciones verbales de los líderes opositores.

Cuando se alude a antecedentes, los diarios retoman hechos del pasado reciente venezolano que han dejado experiencias positivas para las filas opositoras, como la validez del cambio constitucional aprobado en 1999.

Las consecuencias y las reacciones verbales se convierten entonces en los núcleos de los textos periodísticos de *El Universal*. Ello responde a sus propósitos ideológicos pues, como plantea el investigador venezolano Carlos Correa, los partidos políticos de oposición y sus líderes presentan “sus ideas y posiciones ante las políticas públicas nacionales” (2009: 253).

5.3. La macroestructura semántica (temas) de las noticias analizadas

El establecimiento de la agenda informativa sobre la Reforma Constitucional de 2007 ocurre desde que el presidente Hugo Chávez realiza su solicitud, tomando “una delantera importante en la conformación de un discurso político [...] a través del cual se generó la movilización colectiva” ((Romero, Quiñonez, Pinto y Ferrer, 2010: 72), donde los actores asumieron los roles o de protagonistas o de antagonistas de la propuesta.

Mientras el gobierno conduce el debate sobre profundizar en la construcción del “Socialismo del Siglo XXI” mediante el soporte constitucional, los partidos de oposición, la Iglesia Católica, algunos movimientos sociales y los medios de comunicación que reproducen el discurso opositor se erigen como sus principales antagonistas. Así, el sector político contrario deslegitima la propuesta al expresar los motivos para su rechazo. Semejante situación se robustece en 2009, por “la derrota de la propuesta de Reforma [...] que en la acera opositora [fortalece] los factores democráticos que apuestan por la ruta electoral” (Cañizález 2009: 236).

Desde el enfoque macroestructural, referido al contenido global de los textos, el análisis diagnosticó la presencia de cuatro tópicos en los que se agrupan las noticias publicadas:

- la modificación de la Constitución como un golpe de Estado antidemocrático,
- los estudiantes universitarios como nuevo sector de la oposición venezolana,
- el llamado de la oposición tradicional a votar No, y
- la propaganda mediática pro y anti-Reforma.

A nivel discursivo, los tópicos “son macroproposiciones que pueden expresar opiniones y como consecuencia ideologías” (Martínez Vizcarrondo 2007), por tanto, agrupar las noticias según los identificados permite organizar mejor los temas. La inclusión y exclusión de tópicos favorece a las instituciones opositoras que engloban a los diarios, quienes como formas de dirección política otorgan a los lectores los contenidos simbólicos para accionar contra los proyectos constitucionales.

Van Dijk asegura, además, que cuando se analiza el nivel del significado macroestructural se debe “respetar el principio semántico básico según el cual el significado del ‘todo’ debe especificarse en términos de los significados de las partes” (2002: 45). Al revertir esto en los tópicos generales de los *corpora*, se visualiza que presentan microproposiciones con puntos de coincidencia o no en los periodos analizados y reproducen periodísticamente los elementos doctrinarios que desarrolla el discurso político opositor.

De este modo, se desarrolla el primer tópico al presentar a la Reforma como: violadora de los derechos humanos, transgresora del valor democrático venezolano y centralizadora del poder en la figura presidencial.

El segundo tópico responde al protagonismo de los estudiantes universitarios venezolanos al convocar “a agitaciones, movilizaciones, mítines de protestas, paros en los centros educacionales privados, [...] apoyados entre bambalinas por líderes opositores” (Soler Mas 2014). En 2007, los reclamos ante la negación del gobierno de renovar la señal pública al canal RCTV influyen en la creación del Movimiento Estudiantil Venezolano. Su accionar se recrudece en los días de campaña contra la Reforma Constitucional.

Por tanto, las marchas para solicitar el aplazamiento de la fecha de la votación ciudadana al proyecto de Reforma y los enfrentamientos de estudiantes con policías o grupos chavistas, son las microproposiciones en que se desglosa este tópico.

Mientras los estudiantes se pronuncian contra el proyecto de Reforma, los partidos de oposición también se erigen como vanguardia contra su aprobación. En este periodo el tercer tópico se descompone en: la cita a la sociedad civil a manifestarse públicamente contra la reforma, el regreso del “mito adeco” a la escena política venezolana, el llamado a la abstención en un primer momento y luego a votar No, la incapacidad del cambio constitucional para resolver los problemas socioeconómicos de las familias venezolanas y la abierta proclamación como opositores de figuras que antaño integraban las filas chavistas como el abogado constitucionalista Hermán Escarrá y el ex ministro de Defensa Raúl Isaías Baduel.

El último tópico fomenta las microproposiciones sobre la ausencia de reglas para publicar noticias en los medios gubernamentales o de oposición, el diseño de la campaña chavista, la postura de los directivos de medios opositores con relación a la Reforma y la negativa del gobierno a participar en debates televisivos.

En los textos se manifiesta el compromiso ideológico de *El Universal* con la oposición venezolana. Las macroproposiciones identificadas en la agenda temática corroboran que la construcción de la realidad política que proponen aporta beneficios simbólicos a la opción No, que se integran en la esfera social y pasan a formar parte de la agenda pública.

El diario impone su definición de la realidad mediante la inclusión de matrices temáticas que contribuyen a la confrontación política, corroborando que

[...] la agenda mediática [...] influye en la agenda del público y la dinámica social de una comunidad. De acuerdo con esa premisa, los temas relevantes en los medios adquieren mayor importancia para los públicos, influyen en sus decisiones y orientan sus formas de participación cívica (Meyer Rodríguez 2009).

5.4. El valor del componente fotográfico y su interrelación con el texto

En el *corpus* resultaron identificadas 9 fotografías que complementan la composición de las planas y acompañan a muchas de las noticias analizadas. Las de mayor formato se localizan sobre las notas y en toda la extensión del dominio de lo ideal (instaurándose un equilibrio entre la información fotográfica y la textual), y las de menor tamaño a la derecha de la primera columna de los productos comunicativos. Cuando los diarios narran actos de calle de la oposición o de estudiantes, un promedio de tres fotografías acompaña a los textos, estableciéndose “una multimodalidad ilustrativa típica de la relación entre muchas fotografías de periódicos” (Payrató 2012: 115).

Las fotografías de las notas analizadas expresan la postura política de la oposición venezolana, las ideologías y las relaciones de poder subyacentes en la sociedad. La presentación de los personajes así lo refleja: destaca la presencia casi permanente de actores de la oposición, aunque los lentes captan a algunos militantes chavistas que aparecen o bien solos o junto a opositores.

Al comparar las imágenes fotográficas sobre uno u otro bando, se establecen categorías contrastivas como *violencia-injusticia-bajo nivel cultural e intelectual* que se aplican a la presentación de los grupos chavistas, y *pacifismo-justicia-alto nivel cultural e intelectual* para la oposición. Esto concuerda con la estrategia general de autopresentación positiva y presentación negativa de los otros que puede aplicarse a las estructuras de muchos niveles del discurso pues resulta “típica en la descripción sesgada de los hechos a favor de intereses propios, mientras que se culpa de los hechos y situaciones negativas a los oponentes” (van Dijk 2006).

De este modo, las acciones de calle ilustran a estudiantes que protege la Policía Metropolitana, unidos en marcha por una causa común; guardias nacionales que apedrean a universitarios; efectivos policiales que resguardan los alrededores de la Universidad Central de Venezuela ante la garantía de seguridad del Ministerio de Interior y Justicia y grupos chavistas en actitud colérica contra huelguistas.



Figs. 1 y 2. Edición impresa de *El Universal* (Méndez, 24 de octubre de 2007, p. 9; Obregón y López, 25 de octubre de 2007, p. 15).

Las fotografías sobre las protestas reproducen un entorno rico y dinámico que utiliza la luz natural. La profundidad de campo deja entrever cómo las calles se abarrotan de personas. Las fotos se toman desde planos generales con grados de angulación aéreas para reforzar el mensaje, mostrando en unos casos a la hipérbole, la acumulación, el asíndeton y la similitud como figuras retóricas y en otros a la sinécdoque, al presentar la parte de un todo en políticos opositores rodeados del pueblo participante en las marchas. La captura de número ilimitado de personas a lo largo y ancho de las fotografías; la unión de dos o más íconos yuxtapuestos al mostrar a estudiantes y ciudad como protagonistas y la presentación de personas con el fin común de loar el No, son expresiones de estas figuras aplicadas a la imagen.



Fig. 3. Edición impresa de *El Universal* (J. F. Alonso, 4 de noviembre de 2007, p. 12).

Otras estampas donde tienen presencia conjunta los actores del chavismo y la oposición se toman durante el proceso de debate y aprobación de los cambios a los artículos de la Carta Magna. La alegría de diputados chavistas puestos de pie que aplauden y elevan manos en señal de triunfo, contrasta con los rostros y poses inamovibles de parlamentarios opositores que permanecen sentados y, según las perspectivas fotográficas, se suponen mayoría.

Sin embargo, resulta común la presentación de antagonistas al proceso bolivariano en gran primer plano, primer plano, planos medios o generales. En su mayoría, se captan en interiores con el uso de luz artificial y presentan a la hipérbole como figura retórica pues muestran a los personajes como los opositores más importantes del momento. También se incluyen la similitud o similaridad, porque personajes diferentes comparten un objetivo común y la sinécdoque, al exponer solo una parte de la oposición venezolana.



Fig. 4. Edición impresa de *El Universal* (M.^a D. Espinoza, 14 de noviembre de 2007, p. 13).

En general, las imágenes presentan una carga ideológica recurrente: las propuestas del gobierno nacional preocupan a la sociedad venezolana y la oposición se revela en contra. Mediante el componente fotográfico analizado se establece una interacción social que, según van Leeuwen (2008), influye en la construcción que los lectores venezolanos realizan de la realidad máxime si se considera que simbólicamente la fotografía es expresión de verdad (Barthes 1980: 165) para los sujetos, aunque ofrezca una “visión parcializada y estereotipada del mundo” (Charaudeau 2003: 15).

Por otro lado, la existencia, en la inmensa mayoría de los textos, de una relación de anclaje y relevo entre imágenes, pies de foto y texto de las noticias sugieren que en el periodismo impreso la multimodalidad de la plana trasciende al conjunto estructurado de enunciados, pues todos en su unidad expresan una fundamentación ideológica del mensaje político transmitido.

La fotografía como ilustradora de la información contenida en las notas, titulares y otros elementos del encabezado se yuxtaponen en una función de complementariedad que supone una acción social: la movilización ciudadana a favor de una tendencia ideológica contraria a la gubernamental. Puede asegurarse entonces que tales mensajes constituyen un discurso único, donde unas partes aluden a otras: fotografía a pie de foto, pie de foto a texto noticioso, texto noticioso a titulares, produciéndose una relación de reforzamiento de la significación.

6. Conclusiones

El estudio realizado evidencia que el análisis de la estructura multimodal del discurso periodístico confiere una visión holística de los productos comunicativos objeto de análisis. Así, en el diario *El Universal*, el valor multimodal integra coherentemente los elementos

lingüísticos y visuales como parte de las maquinarias propagandísticas por la desaprobación de la propuesta de Reforma Constitucional de 2007. Ello se expresa en la ubicación conferida a las notas, la estructura y estilo de los textos y la inclusión de fotografías para fijar significados primarios en la atención del lector.

El análisis de la construcción periodística multimodal arrojó además que la parcialización en torno a la tendencia opositora al poder gubernamental apoya el clima de polarización política, evidenciado en la conformación de una agenda temática similar en ambos periodos, en correspondencia con los intereses de los grupos contrarios al chavismo. Ello se revierte en el desarrollo de macroproposiciones y tópicos.

Referencias bibliográficas

Alonso, Juan Francisco. 4 de noviembre de 2007. Escarrá convoca a la marcha “sin retorno” contra la reforma, *El Universal*, p. 12.

Alonso, Juan Francisco. 13 de noviembre de 2007. Gremios rechazan la reforma, *El Universal*, p. 3.

Ayala, Ida María. 2004. *Una caracterización del sujeto valorador femenino en cuentos de Alice Walker*. Facultad de Lenguas Extranjeras, Universidad de La Habana, Tesis Doctoral inédita.

Álvarez, Gerardo. 2001. *Textos y Discursos: introducción a la lingüística del texto*. Chile: Edit. Universidad de Concepción.

Bajtín, Mijaíl. 1979. El problema de los géneros discursivos. En M. M. Bajtín, ed. *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI, pp. 248-293.

Barthes, R. 1980. *Mitologías*. México: Siglo Veintiuno Editores. Barthes, Roland. 1986. El mensaje fotográfico. En R. Barthes. *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós, pp. 11-18.

Bell, Allan. 1991. *El lenguaje de los nuevos medios*. Oxford: Blackwell.

Boitía, Alejandro. 2007. *Auge y crisis del cuarto poder. La prensa en Democracia*. México: Editorial Debate.

Calzadilla, Iraida. 2005. *La Nota*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Charaudeau, Patrick. 1992. *Grammaire du sens et de l'expression*. París: Hachette.

Charaudeau, Patrick. 2003. *El discurso de la información*. Barcelona: Gedisa.

Cañizález, Andrés. 2009. La era Chávez: notas para una historia política del periodismo venezolano. En M. Bisbal, ed. *Hegemonía y Control Comunicacional*. Caracas: Editorial Alfa, pp. 219-240.

Correa, Carlos. 2009. La trama de la libertad de expresión en Venezuela. En M. Bisbal, ed. *Hegemonía y Control Comunicacional*. Caracas: Editorial Alfa, pp. 241-269. Disponible en: <http://www.dissoc.org/D&S-Biblioteca-Tesis.htm>

Eco, Umberto. 2007. *Lector in fábula. La cooperación interpretativa en el texto*. Barcelona: Paidós.

Espinoza, María Daniela. 14 de noviembre de 2007. Señor Presidente, por el bien del país, retire la reforma. *El Universal*, p. 13. Farías, Miguel. 2004. Textos multimodales en tiempos de competencias múltiples. En M. Rosas, ed. *Actas del XIV Congreso de SONAPLES*. Osorno: Universidad de Los Lagos, pp. 151-173.

Fontcuberta, M. De. 1993. *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.

Fowler, Roger. 1983. *Lenguaje y Control*. México: Fondo de Cultura Económica.

Fuente, Mario de la. 2006. *La argumentación en el discurso periodístico sobre la inmigración*. Universidad de León, Tesis doctoral inédita.

Gallardo-Páuls, Beatriz; Enguix, Salvador. 2014. Estrategias de Encuadre Discursivo en Periodismo Político: Análisis de un Corpus de Titulares. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 58, 90-109. Disponible en:

<http://www.ucm.es/info/circulo/no58/gallardo.pdf>

Genro Filho, Adelmo. 2010. *El secreto de la pirámide*. Caracas: Agencia Bolivariana de Noticias.

Hernández, Lissette. s/f. *Lecturas de Análisis del Discurso*. (Inédito).

Kress, Gunter; Leite-García, Regina; van Leeuwen, Theo. 2000. Semiótica discursiva. En T. van Dijk, comp. *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa, pp. 373-416.

Kristeva, Julia. 1997. Bajtin, la palabra, el diálogo y la novela. En D. Navarro, comp. *Intertextualité. Francia en el origen de un término y el desarrollo de un concepto*. La Habana: Uneac-Casa de las Américas, pp. 1-25.

López Calvo, Manuel. 2006. *América Latina a través del espejo mediático español. El caso de Venezuela (2002-2004)*. Caracas: Ministerio de Comunicación e Información.

Martínez Vizcarrondo, Doris. 2007. Análisis macroestructural semántico del discurso de la prensa latinoamericana digital sobre los ataques del 11 de septiembre. *Discurso y Sociedad* 1/1: 66-84. Disponible en:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31005003>

Méndez, Gustavo. 24 de octubre de 2007. Universitarios exigen diferir referendo para el 3 de febrero. *El Universal*, p. 9. Méndez, Gustavo. 24 de octubre de 2007. AN aprobó esta madrugada el texto de reforma constitucional. *El Universal*, p. 1-4.

Meyer Rodríguez, José Antonio. 2009. Establecimiento de agendas en medios de comunicación: Repercusiones del escándalo mediático Marín-Nacif-Cacho. *Revista Latina de Comunicación Social* 64: 15-28. Disponible en:

http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/02_801_05_Puebla/Jose_Antonio_Meyer_Rodriguez.html

Moles, Abraham. 1981. *L'image, communication fonctionnelle*. París: Casterman.

Núñez Ladevèze, Luis. 1991. *Manual para periodismo*. Barcelona: Ariel.

Obregón, Walter; López, Zulma. 25 de octubre de 2007. Estudiantes y policías enfrentados en Barinas. *El Universal*, p. 15. Payrató, Lluís. 2012. Apuntes para un análisis etnográfico, crítico y multimodal: sobre algunos géneros discursivos de presentación y oferta. *Revista de Estudios Lingüísticos de la Universidad del Puerto* 7: 101-127.

Ricoeur, Paul. 1977. *El conflicto de las interpretaciones. Ensayos de Hermenéutica*. Buenos Aires: La Aurora.

Romero Jiménez, Juan Eduardo; Quiñonez, Yessica.; Pinto, Carlos; Ferrer, Eduvivo. (2010). El discurso político sobre la reforma constitucional y la enmienda: Hugo Chávez y la oposición (2007-2009). *Revista Politeia* 33/45..

Sánchez, Lilianne. 2008. *La emigración ilegal de cubanos a Estados Unidos en el Nuevo Herald: Un discurso periodístico cómplice de la aventura*. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Trabajo de Diploma.

Schütz, Alfred. 1979. *Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires: Amorrortu.

Soler Mas, Yanela. 2014. El discurso periodístico del diario El Nacional ante la Reforma Constitucional del 2007 en Venezuela. *Razón y Palabra*, 18/3_88: 332-350. Disponible en: <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/247>

Soler Mas, Yanela; Badía, Ana Teresa. 2016. Bases teórico-metodológicas para el análisis crítico del discurso periodístico impreso en periodos de campañas políticas. Su aplicación al estudio de la prensa venezolana. *Razón y Palabra* 20/2_92: 1509-1542. Disponible en: <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/876>

Taylor, Stephen; Bogdan, Robert. 1987. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.

van Dijk, Teun. 1983. Estructuras textuales de las noticias de prensa. *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura* 7/8: 77-105. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=273292>

van Dijk, Teun. 1990. *La noticia como discurso*. Barcelona/Buenos Aires: Paidós Comunicación.

van Dijk, Teun. 1996. Opiniones e ideología en la prensa. *Revista Voces y Cultura* 10/II Semestre: 9-50. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extaut?codigo=273292>

van Dijk, Teun. 2002. El conocimiento y las noticias. *Quaderns de Filologia. Estudis de Comunicació* 1: 249-270. Disponible en: <http://www.discursos.org/oldarticles/El%20conocimiento%20y%20las%20noticias.pdf>

van Dijk, Teun. 2006. Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones, *Revista Signos* 39/60: 49-74. Disponible en: www.redalyc.org/articulo.oa?id=157013768003

van Leeuwen, Theo. 2008. *Discourse and practice. New tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press.

Verón, Eliseo. 1993. *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

Vilches, Lorenzo. 1984. *La lectura de la imagen*. Barcelona: Paidós.

El relato indígena contemporáneo en América Latina: retos y oportunidades

Águeda Gómez Suárez

Universidad de Vigo

agueda@uvigo.es

Resumen

Este texto se centra en la gramática ideológica de los discursos políticos indígenas emitidos por organizaciones y destacados actores sociopolíticos indígenas en América Latina, con el propósito de entender qué quieren comunicar y cuáles son los *frames* más destacados y comunes a todos ellos. Para ello, se parte por un lado del marco teórico del *Frame Analysis*, categoría analítica proveniente del “interaccionismo simbólico” de Goffman (1974) y por otro, de una investigación empírica de carácter cualitativo a través del análisis de los manifiestos, idearios, entrevistas, proclamas y narraciones de las organizaciones y líderes seleccionados en todos los países del continente. Con ello, se pretende indagar en las causas y sentidos que articulan el “relato indígena” en relación con el contexto sociopolítico contemporáneo en los países latinoamericanos. El “éxito político” de sus propuestas y de su programa político y social está vinculado a la resonancia de estos “marcos” en diferentes audiencias internas y externas.

Palabras clave: Ideología étnica, sistema cognitivo, movilizaciones indígenas, “*Frame analysis*”, América Latina.

Abstract

This text focuses on the ideological grammar of indigenous political discourses issued by organizations and prominent indigenous sociopolitical actors in Latin America. We will try to understand what they want to communicate, and which are the most outstanding and common “frames” to all of them. To this end, we part, on one side, from the theoretical framework of “Frame Analysis”, an analytical category from Goffman’s “symbolic interactionism” (1974). On the other hand, we carry out a qualitative empirical research by analyzing manifestos, *idearios*, interviews, proclamations and narrations of selected organizations and leaders in all the countries in Latin America. With this, the aim is to investigate the causes and meanings that articulate the “indigenous story” in relation to the contemporary sociopolitical context in Latin American countries. The “political success” of its proposals, and its political and social program is linked to the resonance of these “frameworks” in different internal and external audiences.

Keywords: ethnic ideology, cognitive system, indigenous mobilizations, “frame analysis”, Latin America.

1. Introducción

Es indudable que en las últimas décadas del siglo XX se asistió a la irrupción de actores políticos indígenas como figuras sociales y políticas claves en el contexto latinoamericano, que se transformaron en eficaces agentes de cambio histórico¹.

Desde los años ochenta del pasado siglo, estos agentes étnicos se han deslizado desde el rol de actores marginales de sus escenarios nacionales hacia su consolidación como sujetos protagonistas de la sociedad civil, generando importantes cambios en la configuración de los gobiernos de América Latina y firmes avances normativos en el reconocimiento de los derechos colectivos de estos pueblos (Martí i Puig 2007, Van Cott 2007, Bengoa 2000, Stavenhagen 1996: 93, Gurr 1995: 4), adoptando tanto la forma de organizaciones civiles como las de partidos políticos².

Estos movimientos étnicos han generado una nueva “praxis política”, desplegando inéditos conductos de participación social y un *corpus* discursivo que ha pavimentado una nueva “cultura política indígena”, entendida como “la forma en que los pueblos, a través de sus organizaciones y liderazgos, pretenden intervenir en la conducción de sus propios asuntos” (Gutierrez Chong *et al.* 2015: 28), construyendo un lenguaje político forjado en torno a la categoría de la “identidad” y dotado de su propio repertorio etnopolítico y de cierto “pragmatismo indígena”.

Las causas que han inducido a los movimientos indígenas a optar por coordinar sus acciones colectivas no están vinculadas a la regia y tenaz identidad colectiva o a una esencia india que comparten sus habitantes, derivado “natural” de las esencias culturales de estos pueblos originarios, sino que la interpelación étnica en América Latina tiene más que ver con una articulación de las demandas frustradas de los históricamente excluidos, pues todos ellos han compartido y comparten situaciones de pobreza, marginación, exclusión política, falta de representatividad y racismo institucional³.

Si pese a las condiciones de aislamiento, pobreza y exclusión sociopolítica, los pueblos indígenas han conseguido reforzar su presencia internacional y nacional, es evidente que cada vez está más presente su relato discursivo en la esfera dirigente de muchas naciones latinoamericanas.

Ellos mismos se autodenominan como *indoamericanos* que forman parte de la “familia humana” que convive en marcos estatales de carácter multicultural y pluriétnico, que ha impulsado una nueva “cultura política” que enfatiza el bien común y la solidaridad fraternal frente al bien individual. Sus postulados principales, que se han extendido a la agenda política occidental, se apoyan en la “identidad soberana de los pueblos indígenas” a la par que en la fórmula de las “autonomías con solidaridad” y el mandato del “mandar obedeciendo” que incorporan nuevos silogismos en la cultura política contemporánea.

Sus demandas principales “desde abajo y desde las periferias” consisten en la defensa de la tierra y el territorio; la protección de los recursos naturales; la preservación y respeto a la

cultura, la identidad y la lengua; la creación de políticas educativas con enfoque intercultural y la autonomía y libre determinación; en definitiva, constituir una nueva “ciudadanía cultural” basada en el “poder de conciencia”.

Este texto intenta analizar la producción y comunicación política de la estrategia discursiva “indianista”, entendida como el relato epistemológico conformado por los recursos conceptuales y discursos consolidados, elaborados desde un marco de sentido que se apoya en la politización de lo “étnico” (cultura, historia, territorio, lengua, mitos y símbolos) y se articula a partir de una serie de intereses comunes de carácter socioeconómico (Máiz 2007).

2. El análisis del discurso político indígena: los “marcos de interpretación”

Hasta la actualidad, el estudio de los movimientos sociales, y en particular de los movimientos indígenas contemporáneos, se ha caracterizado por la integración de enfoques, que apuntan a una explicación multicausal de la irrupción y éxito parcial de los mismos (Van Cott 2003, 2007; Maíz Suárez 2007). Partiendo de este contexto metodológico y analítico, es fundamental el estudio, en primer lugar, del contexto de oportunidad política (formal e informal) en el que emergen los mismos⁴, además de las estrategias movilizadoras empleadas y orientadoras de la acción⁵, y, finalmente, ocuparse de los discursos políticos elaborados por estos actores y la innegable implicación ontológica de los mismos (Cedillo 2009, Máiz 2007, Caudillo 2010).

Este trabajo se centra en la última de las tres partes de este esquema analítico: la evaluación de los procesos colectivos de interpretación, atribución y construcción del sentido a partir de sus postulados ideológicos. Para ello, se va a recurrir al marco teórico del “análisis de marcos” o *frame analysis* (Goffman 1974; McAdam, McCarthy y Zald 1999; Tarrow 1997; Hunt, Benford y Snow 1994; Ibarra y Tejerina 1998; Gerhards 1995). Este sistema teórico considera que las colectividades se organizan y tienden a definir, estratégica y conscientemente, una situación dada, a través de “procesos enmarcadores” que dotan de sentido su realidad, con el fin de legitimarse a sí mismos y, en consecuencia, movilizar una acción colectiva que responda a sus intereses y objetivos más sustantivos (Tarrow 1997). Esta categoría analítica, el *frame*, proveniente del “interaccionismo simbólico” de Goffman (1974), se interpreta hoy como un elemento central en la formación de la identidad de los actores sociales y en su “actuación social” (*performance*) con el fin de proyectar una imagen ante su auditorio y ante sí mismo.

De acuerdo con algunos de los principales teóricos de esta corriente, hay tres variables que generan y determinan los “procesos de enmarcamiento” construidos por los propios movimientos sociales. Por un lado, los *marcos de diagnóstico* que identifican un elemento de “injusticia”, que parte de una *hot cognitions* o “cuestión caliente”, que provoca sentimientos de indignación. Por otro parte, los *marcos de pronóstico* señalan una solución a los problemas identificados y señala al que debe ser el protagonista de ese cambio, el elemento identitario del propio actor social, que ayuda a diferenciar el “nosotros” de los “ellos”. Por último, se deben tener en cuenta los *marcos de motivación*, que prevén un repertorio de estímulos para la movilización que contemple la valoración de las

probabilidades de éxito que el movimiento realiza sobre la consecución de sus objetivos (Gamson 1990, Hunt, Benford y Snow 1994, Gerhards 1995).

A través del estudio de la variable discursiva extraída de las investigaciones realizadas por la autora (Gómez 2001, 2004; Gómez, Vázquez y Leetoy 2004) y la literatura científica publicada, se ha intentado identificar los *frames* principales de la narrativa política de los pueblos originarios latinoamericanos, que se han concretado en tres, que resumen los argumentos más recurrentes entre las organizaciones indígenas en América Latina. En primer lugar, se encuentra el *frame* étnico-identitario, que enfatiza la defensa de sus lenguas a la par que sus “usos y costumbres”; en segundo lugar, se identifica el *frame* territorial-ambiental en torno a la protección y gestión de sus recursos energéticos y naturales, además de sus territorios –en un contexto de capitalismo verde, “glocalización” y era pospetroleo–; y, por último, se detecta el *frame* globalicrítico, elaborado desde una perspectiva descolonizadora, que denuncia el nuevo despojo que están sufriendo los pueblos originarios por parte de agentes externos. Es importante destacar que existe una cuarta narrativa denominada *frame* indígena-feminista, empleado por las organizaciones de mujeres indígenas, que sin embargo aún no ha alcanzado el nervio suficiente para alzarse como referente común dentro de la esfera etnopolítica latinoamericana⁶.

3. *Frame* étnico/identitario. Memoria, praxis y utopía

Los “procesos de enmarcamiento” se apoyan en las estructuras cognitivas y simbólicas, denominadas “paquetes de dispositivos” por Klaus Eder (1992), propias del “*stock* cultural” de cada colectividad (Zald 1999). En este caso, la intersubjetividad común indígena descansa principalmente, en el capital económico, social y cultural indígena (Bourdieu 1988), lo que ha generado unos “sistemas de disposiciones” (Máiz 1995), prescritos por sus rasgos culturales y étnicos: lengua, cultura, historia, territorio, organización, sistema económico, estructura social, producción material, creencias, ritos, mitos, símbolos, costumbres, tradiciones, etc. Este *background* cultural, configura un “marco de interpretación básico” y es empleado como un mecanismo para *enmarcar* la realidad de un modo “alternativo”.

En las lenguas autóctonas, la auto denominación del pueblo quechua, mapuche, maya, tawahka, aymara o yaqui, hace referencia al significado de “primeros hombres o primogénitos”, por lo que se deduce que la concepción identitaria tradicional ostenta una esencia etnocéntrica, que los sitúa como pueblo en el centro del universo y de la humanidad. En efecto, este *frame* coloca en su médula la politización de la “identidad social” (*self identity*). La construcción de una “identidad política” ha resultado una de las estrategias más socorridas por los diferentes colectivos étnicos, como táctica para definir sus reivindicaciones y sus definiciones del mundo (Langer *et al.* 2003, Stavenhagen 1997, Gurr 1995).

El primer proceso de transformación articula el “bagaje cultural” de un pueblo con su “identidad étnica” imaginada (Anderson 1993). El segundo proceso se fundamenta en una operación de racionalización política, de naturaleza lógica y categórica (García Selgas y Gutiérrez 1995), en la que se articula esta “identidad étnica” con la “identidad política” consciente, auto reflexiva y racional, que hace referencia a las orientaciones de su proyecto

político. El salto de la “identidad étnica” a la “identidad política” se genera a través de un proceso de “liberación cognitiva” (McAdam *et al.* 1999). Esta “liberación cognitiva”, pilotada por la élite intelectual indígena autóctona, con ayuda de múltiples “aliados” (políticos, comunicadores, intelectuales, académicos, historiadores, líderes sindicales, maestros, técnicos en cooperación, etc.) con los que ha ido contando a lo largo del tiempo, repercute en el “clima cultural” preexistente entre la población, y va a actuar como “ventana política” (Gamson y Meyer 1999: 397) para la producción de nuevos marcos.

En el caso de estos pueblos, el cambio del clima cultural se suscita durante los años ochenta, a partir de la llegada de la ola democratizadora en toda América Latina, acompañada del desembarco de organismos intergubernamentales y supranacionales y de organizaciones no gubernamentales transnacionales de ayuda al desarrollo, y recibe su principal impulso a partir de la controvertida Celebración de los 500 años del Descubrimiento de América, la declaración del Año de los Pueblos Indígenas por parte de la Organización de las Naciones Unidas, la entrega del Premio Nobel de la Paz a la indígena quiché Rigoberta Menchú y el levantamiento zapatista de 1994 en México, que impulsó el debate sobre la inclusión de la cuestión indígena en la agenda política⁷.

La identidad indígena aparece encarnada como una particularidad ya dada, como descendientes de los que poblaron América, –Nuestra América, la Otra América, *Abya Yala* o *Wallmapu*–, hace 40.000 años, frente a los que los “descubrieron” solo hace 500 años (Morales 2017).

La narrativa indígena suele aludir a un tiempo pasado, una “edad de oro” anterior en la cual estos pueblos habitaban en un vasto territorio reducido o expropiado, que pretende rescatar “la vida de pleno gozo, como los antepasados”. Posteriormente, según sus narraciones típicas, entran en un fatal declive, originado por la acción de ciertos agentes externos (empresas transnacionales, latifundistas, colonos, narcotráfico, etc.) y por las catástrofes naturales (terremotos, huracanes, inundaciones, epidemias, etc.), que los abocaron a una crítica situación de “riesgo de extinción” (Taylor 1993).

Esta “identidad colectiva” se descubre puesta en peligro (*injustice frame*), lo que desencadena un choque entre lo que “es” y lo que “debería ser” el mundo, suscitando sentimientos de indignación e injusticia (*hot cognitions*) contra estas históricas y sistemáticas situaciones de explotaciones, agravios y discriminaciones que sufren. Esta “estrategia de dramatización” arranca de la combinación de las “estructuras cognitivas y simbólicas” (Eder 1992) tradicionales indígenas y de un momento de “liberación cognitiva” (McAdam *et al.* 1999) que alumbró la construcción de una percepción política en torno a la gravedad de esta situación.

Las causas (marco de diagnóstico) que han arrastrado a este escenario son consideradas por ellos como el producto de las fuertes agresiones externas que han recibido a lo largo de la historia. Desde el punto de vista de la percepción política indígena, la escasa ética en las prácticas colonizadoras, genocidas y depredadoras de estos “agentes” externos, los convierte en los principales responsables y culpables del desequilibrio cultural, socioeconómico,

lingüístico, político y ambiental que puede conducir al exterminio y desaparición de estos pueblos, dañando y resquebrajando el ancestral patrimonio cultural y lingüístico indígena.

El objetivo (marco pronóstico), por tanto, es garantizar la reproducción y supervivencia del pueblo indígena a través de la puesta en marcha de políticas públicas que garanticen dos elementos básicos: el reconocimiento y respeto de su territorialidad, a través del reconocimiento legal y la soberanía sobre las mismas, cuyo precedente es el trascendental Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en donde se establece el derecho de consulta previa, libre e informada de los pueblos indígenas ante proyectos de desarrollo, y que se ha integrado en las constituciones y legislaciones de varios países latinoamericanos.



Fig. 1: Esquema del Marco Identitario.

Desde el “marco de motivación”, el reconocimiento que han recibido por parte de los grupos de intelectuales, investigadores, académicos y expertos confirma, una vez más, la importancia de sus costumbres atávicas, tradiciones, conocimientos patrimoniales y creencias ancestrales. Para los líderes políticos indígenas, el papel de las comunidades y de su movimiento social debe ser protagónico en la resolución de todos estos graves conflictos que están poniendo en peligro su subsistencia como civilización, pues además de considerarse los más cualificados para garantizar el mantenimiento de la riqueza cultural y lingüística de estos pueblos, son los que pueden preservar la infinita riqueza de su saber ancestral y milenario, algo que beneficiaría al patrimonio cultural del conjunto de la humanidad (Boege 2008, 2009). Este *frame* legitima las acciones encaminadas a garantizar la conservación de la unidad del pueblo indígena a través del desarrollo de la conciencia etnocultural, toda vez que ha logrado introducirse en las agendas políticas de gobiernos, organismos internacionales y organizaciones de desarrollo para que tomen en cuenta las reivindicaciones planteadas para paliar esta problemática.

La estructura de este *frame* se vincula al proceso de reconstrucción de su memoria colectiva, es decir, la conjunción entre la selección y reinterpretación de los acontecimientos históricos y la creación imaginaria. A través de la recuperación de la memoria etno-histórica se intenta consolidar la identidad de la etnia indígena y contribuir a la formación de una auténtica conciencia social y política, mediante la revalorización y dinamización de la custodia, conservación y administración de los aspectos étnicos de estos pueblos y de la lengua indígena, que se convierte en la trinchera de la resistencia cultural (Castells 1998).

4. *Frame* medioambiental

El segundo *frame* identificado se refiere a la indisoluble relación entre naturaleza-cosmos- seres vivos que parte de la noción de la “unidad con el cosmos”. En efecto, ellos consideran que existe un continuo naturaleza-cultura-mundo sobrenatural están estrechamente articulados, lo que le otorga una dimensión metafísica y espiritual a su forma de relacionarse entre ellos. En este *frame* se incluye la dimensión trascendental en los postulados y principios de esta etno-ideología, una “espiritualidad indígena” producto de una práctica dialogante y vivificante con la naturaleza, que propone nuevos significados, símbolos y creencias que apuestan por un cambio en el modelo civilizatorio y de consumo y que se concreta en los conceptos de “Buen Vivir” (*Sumak Kawsay* en quichua ecuatoriano) o el “Vivir Bien” (*Sumaq Qamaña*, en aymara) vinculados a la denominada “cultura de la vida” (Sazarrín 2008).

En este sentido, dentro del denominado “marco de motivación”, sus argumentos parten de la concepción del universo como una gran unidad con el cosmos, en la que todos los elementos están vinculados y regidos por “leyes” o principios de respeto y protección, lo que les garantiza el uso sostenible de los recursos naturales necesarios para su supervivencia. Desde esta cosmovisión indígena, los entes orgánicos e inorgánicos del mundo constituyen formas de vida conscientes tuteladas por su “espíritu” o “dueño” con una actividad voluntaria animada por un alma antropomórfica, que los protege y cuida. Este *background étnico-ambiental*, una vez politizado a nivel formal, se ha concretado en aquellos lugares donde han podido acceder al poder, en una serie de reivindicaciones que incluyen la búsqueda de la autonomía, la territorialidad y la soberanía alimentaria, económica y nacional, el derecho de los pueblos a la autodeterminación y la defensa de los recursos naturales (hidrocarburos, agua, tierra y territorio); y se ha materializado en leyes y marcos normativos, tales como la denominada “Ley de la Madre Tierra y Desarrollo Integral para Vivir Bien” aprobada por el gobierno boliviano en el año 2012 para institucionalizar esta cosmovisión en forma de Ley y así luchar contra los enemigos (proyectos megaturísticos, empresas biotecnológicas, hidroeléctricas, parques eólicos, extracción de minerales y maderas nobles, contaminación de las aguas, invasiones de colonos, etc.), ante esta visión sostenible, mística y ecologista del mundo. Anteriormente, el artículo 71º de la Constitución de Ecuador de 2008 recoge:

La naturaleza o Pachamama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de

la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema (p. 52)

De alguna manera, el “Vivir Bien” se contrapone al “Vivir Mejor” propio de las sociedades capitalistas e individualistas.

En la configuración del “marco de diagnóstico”, se concibe el modelo del denominado “vivir mejor” como el culpable de todos los problemas medioambientales y civilizatorios que sufren los pueblos indígenas, pues genera egoísmo, desinterés por los demás, individualismo, lucro, explotación, competencia, concentración de la riqueza en pocas manos, no trabajar, mentir, robar, someter, explotar al prójimo y atentar contra la naturaleza. Frente al mismo, se contrapone el paradigma del “Vivir Bien”, que hace alusión a sociedades comunitarias de abundancia, solidarias, donde domine la hermandad y el respeto mutuo, basadas en la armonía hombre-naturaleza. En muchos casos, el objetivo de la recuperación de la *pachamama* o “madre tierra” se relaciona directamente con la lucha de las mujeres indígenas ecofeministas. Precisamente, lo que se busca es ecofeminizar el territorio y contraponer la “ética del cuidado” frente a la violencia extractivista. Así lo señalan las mujeres indígenas mayas en el II Foro Social de las Américas:

Estamos luchando junto a la madre naturaleza, pues hemos sido excluidas, invisibilizadas por un estado racista, autoritario y machista. Nos hemos juntado con pensamientos y sentimientos, hacia un nuevo amanecer, construyendo el BUEN VIVIR que es vida digna, hacer muchas cosas, cambio de actitudes de comportamiento, transformación del Estado, redistribución equitativa de bienes de nuestro país. Es vivir en armonía y equilibrio. Es el respeto a todos los elementos. Nos arrebataron hasta el tiempo: tiempo para pensar, para platicar, para dedicarnos a la escritura, tiempo para indagar los movimientos del cosmos. (Mujeres indígenas mayas en el III Foro Social Américas, Ciudad de Guatemala, 7 al 12 octubre. En Caudillo 2010).

Efectivamente, en países como México, se han detectado 560 conflictos socio-ambientales para el periodo 2012 a 2017 (VVAA 2018), cuya georreferenciación y mapeo coincide con asentamientos indígenas y que suponen la afectación de núcleos humanos y de sus recursos locales, tales como problemas de salud, invasión o desposesión de territorios y propiedades, destrucción de bosques y selvas, contaminación de aire, suelo o agua, disrupción de cuencas y sus sistemas hidrológicos, afectación de mantos freáticos, lagunas, ríos o lagos, destrucción de fauna y flora y daños a los sistemas agrícolas, ganaderos y pesqueros. Cada conflicto ha provocado, en la gran mayoría de los casos, una respuesta de la población afectada y el surgimiento de redes de resistencia. A su vez, los agentes provocadores de los conflictos han respondido con la negociación, pero también con la represión y la criminalización de las protestas sociales a través de encarcelamientos, desapariciones, agresiones y asesinatos⁸. Uno de los casos que ha generado gran repercusión mediática internacional ha sido el homicidio en Honduras de la líder indígena y ambientalista lenca Berta Cáceres⁹.

Por último, el discurso autolegitimador de esta reivindicación se basa en el tradicional rol del pueblo indígena como “guardianes y especialistas en el cuidado y mantenimiento de su entorno natural” y como sus mejores conocedores. Indudablemente, la biodiversidad natural en América Latina suele estar ubicada en lugares donde se asientan pueblos indígenas, pues en los lugares donde predomina la población indígena la agrobiodiversidad y la autonomía alimentaria se protegen desde una agricultura familiar y comunitaria (Altieri *et al.* 2000, Boege 2008).

De todo esto se deriva un objetivo concreto por parte del movimiento indígena: la búsqueda de garantías legales para el control y gestión sostenible de sus territorios. Los éxitos que reseña el discurso indígena se refieren a la experiencia exitosa de otros grupos en la declaración de áreas protegidas en sus territorios.

El discurso de las organizaciones políticas indígenas es compatible con el “discurso ecológico radical” dominante en los países occidentales, que para autores como Dobson (1997), representan una reciente corriente que cuestiona el “consenso productivista dominante¹⁰”. Esta va a ser una de las claves de la fuerte “resonancia” que esta ideología indígena va a encontrar en las organizaciones y movimientos ecologistas internacionales.

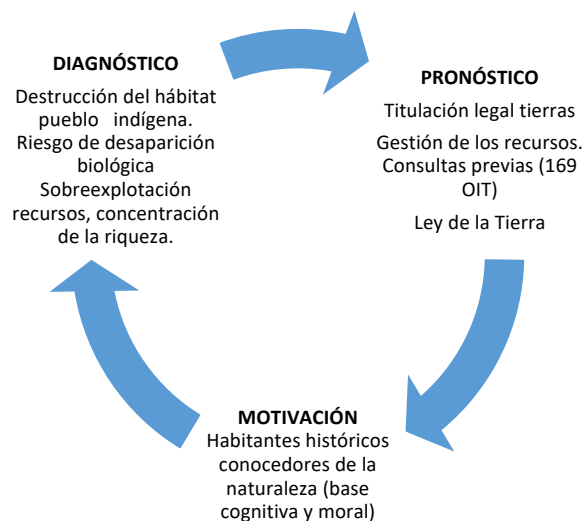


Fig. 2: Esquema del Marco Étnico-Ambiental.

Se debe destacar que el *marco de interpretación ambientalista* “indígena” va a encontrar fuertes resonancias con el “marco ecologista” (Dobson 1997, Dryzek 1997, Eder 1992) en el que se sitúan muchas organizaciones de cooperación al desarrollo, organismos internacionales, asociaciones ecologistas, intelectuales y profesionales del medio ambiente¹¹. Este *master frame* se genera en los años setenta, fruto de la creciente asunción de los límites ecológicos que crearon un clima pesimista que alimentó una “nueva nostalgia de una forma de vida simple y natural y desencadenó una oleada de críticas generalizadas a la burocracia y la industrialización” (Gamson y Meyer 1999: 396), centrándose en la calidad de vida y

llegando a componer un “nuevo marco” para todos los órdenes de la vida política y social. Las perspectivas ecologistas van a utilizar como modelos ideales de referencia las “formas de vida” típicas de las comunidades indígenas.

5. *Frame* globalicrítico

En el tercer “marco” considerado, el calificado como “narración gobalicrítica”, las movilizaciones indígenas inciden en el carácter universal de su movilización. Estiman que los movimientos indígenas no pueden reducir su lucha a cuestiones localistas, pues forman parte de la actual estructura económica y sociopolítica global (Sánchez 1999), la interacción global-local se presenta como inevitable.

En estas narraciones, los indígenas identifican a un único “actor público”: la humanidad, entendida como el conjunto de todos los seres humanos excluidos, marginados e invisibilizados por el proceso de globalización neoliberal. Un “nosotros” amplio conformado por las “minorías” que abarcan “todos los colores de la tierra¹²”, según narra en un cuento el Subcomandante Marcos (2001). Es la “familia humana”, que engloba a todos aquellos que padecen los efectos devastadores de los nuevos desarrollos socioeconómicos mundiales. En una especie de “cadena de equivalencias”, los pueblos indígenas se erigen como los representantes de “los más pobres entre los pobres, los más excluidos entre los excluidos, los históricamente más abandonados” frente a la nueva sujeción neocolonial, como señaló el presidente de Bolivia Evo Morales en su discurso ante las Naciones Unidas en 2017 (“del Archivo de Indias se puede deducir la deuda de Europa con los indoamericanos”). Ante ellos, sus enemigos neoliberales, representados por los “poderosos” (transnacionales, superpotencias, FMI, BM, OCDE), y frente al “pensamiento único” (Ramonet 1995), el movimiento indígena se erige, entonces, como la voz que propone una nueva utopía, un nuevo mundo “donde quepan muchos mundos”, según el subcomandante Marcos, construido sin exclusiones y con la participación de toda la realidad plural. Los pueblos del mundo sufren una crisis financiera, climática y alimentaria. El capitalismo está en crisis por las consecuencias negativas de su desarrollo global: la depredación de la naturaleza, la injusticia, la desigualdad, el individualismo y las asimetrías culturales.

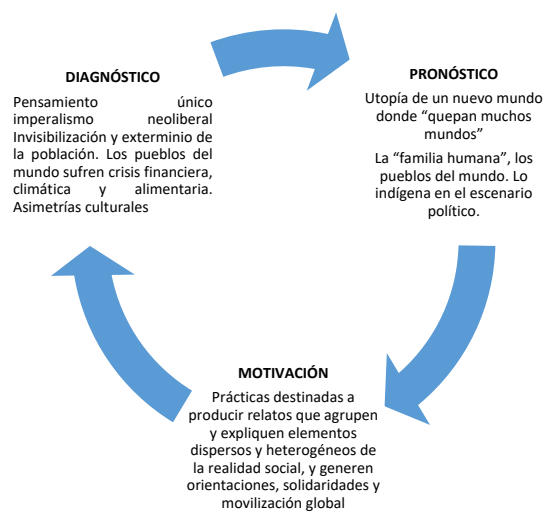


Fig. 3: Esquema del Marco Globalicrítico.

En el diseño del “marco de pronóstico” la intención es trastocar las condiciones de dominación entre los pueblos, legitimar las culturas originarias y favorecer la posibilidad de un mundo con mayor equilibrio. Desde la particularidad india se proyecta una propuesta alternativa de civilización desde la cosmovisión indígena, que ofrece una respuesta a la actual crisis del capitalismo, caracterizada por la depredación de la naturaleza, la injusticia, la desigualdad, el individualismo y las asimetrías culturales.

Desde las organizaciones indígenas se comenzó a gestar un frente amplio de dimensiones mundiales que encontró el posterior relevo en los Foros Sociales Mundiales y en las sucesivas manifestaciones mundiales “globalifóbicas”. Este movimiento gestado desde Internet, aglutina a una multiplicidad ideológica cuyo denominador común se concreta en la “solidaridad cósmica”, en la “retórica de la diferencia” y en las críticas sistematizadas a los postulados del modelo globalizador imperante.

6. De la identidad a la ideología

Para que un “proceso de enmarcamiento” sea eficaz y consiga el éxito proyectado por el actor social, es necesario que se generen alineamientos y resonancias con las audiencias a las que, explícita e implícitamente, va destinado (Hunt, Benford y Snow, 1994, Gamson 1990). Por ello, se debe abordar el estudio del impacto de los mismos en sus audiencias, valorándolos para acabar detallando el discurso ideológico de la acción colectiva indígena y sus rendimientos, victorias y conquistas políticas, centrándose en el campo de los valores culturales, sociales y políticos que proponen un cambio de modelo civilizatorio y de consumo. Las indicaciones en torno a los problemas sociales y sus causas, los objetivos y la caracterización del destinatario de sus protestas, sirven para justificar a estos movimientos como actores legítimos de las mismas.

Si analizamos los “marcos interpretativos” y las organizaciones mentales por las cuales los movimientos de los pueblos originarios tienden a definir su situación, se observa que han articulado un nuevo discurso político que persigue crear o recrear la autoestima de los grupos de estatus minoritarios mediante la afirmación de su identidad colectiva.

La estrategia del movimiento indígena ha sido la definición e interpretación de sus problemas sociales y de las injusticias históricas, con el fin de conseguir y lograr convencer a una audiencia amplia de masas y elites de referencia muy diversa de la necesidad de emprender acciones colectivas y de apoyo a los objetivos de su lucha, a través de la financiación de políticas públicas y de proyectos de cooperación al desarrollo destinados a solventar sus problemas y, por supuesto, de la conquista pacífica y política de los espacios de poder y gobierno.

Los “alineamientos” del marco deben relacionar las interpretaciones de los individuos (intereses, valores y creencias) con las disquisiciones de la organización que estructura y dirige el movimiento social (ideología, actividades y objetivos). La “estrategia de enmarcamiento interna” generó una representación de la “identidad política” dentro de las propias comunidades, mediante los intentos de localización de alineamientos entre el “mundo de vida” de cada uno de los indígenas y el “mensaje” de la organización.

Justamente, se produjeron conexiones (*frame bridging*) (Hunt, Benford y Snow, 1994) entre los “marcos étnico-identitario”, “territorial-ambientalista” y “globalicrítico” generados por la organización política indígena, con las “estructuras cognitivas y simbólicas” colectivas de este pueblo. La “fidelidad narrativa” en los relatos históricos y actuales frente al acoso externo, las concepciones animistas y panteistas de la relación “hombre-naturaleza” y las intromisiones culturales y religiosas sobre sus creencias y costumbres se asemeja a los “mundos de vida” que cada día experimentan cotidianamente los propios indígenas, lo que favorece la “credibilidad empírica de los marcos” generados desde la organización.

Las características del sistema político latinoamericano, con una democracia liberal escasamente estabilizada y resultado de una transición autoritaria de “pactos entre elites”, minimizan el componente participativo de la sociedad civil en la vida pública del país (Tangermann 1995, Alcántara 1999). Las orientaciones de la opinión pública no disfrutan del mismo peso político que en los sistemas democráticos más consolidados, por lo que los debates que se generan en ella no originan efectos en las dinámicas políticas del gobierno, lo que desemboca en un agrietamiento en la relación entre el sistema político y la sociedad, multiplicando un panorama democrático inestable y precario, con fuertes crisis de “gobernabilidad”.

Consecuentemente, los efectos de estos “marcos políticos indígenas” en la opinión pública nacional e internacional de cada país también fue parcialmente relevante. Definitivamente, los intentos de “sensibilización” sobre la problemática indígena han sido un triunfo en países como Bolivia o Ecuador, aunque en otros países latinoamericanos el escaso eco de las cuestiones étnicas e indígenas, tanto en la sociedad civil como en los medios de comunicación de masas, ha limitado su repercusión. Por otro lado, la configuración de la conciencia

nacional, que se ha construido de espaldas al elemento indígena, negándolo e invisibilizándolo de su inconsciente colectivo histórico, del imaginario nacional y de las posiciones políticas oficiales ha frenado la expansión de esta cultura etnopolítica. Si a esto se le añade el componente ideológico neoliberal dominante en la sociedad latinoamericana, que propugna la abolición de los obstáculos a cualquier iniciativa privada empresarial, se deduce que no hay una fácil conciliación entre este “icono político” (Klandersman *et al.* 1988) con los “marcos indígenas”.

Otra “audiencia” con la que sí han conseguido el éxito deseado la componen los organismos internacionales y las agencias de cooperación al desarrollo. Los cambios en el sistema cognitivo mundial van a dar paso a una multiplicidad ideológica cuyo eje común se concentra en la reivindicación del “derecho a tener derechos” (Stavenhagen 1996). Estos organismos (NNUU, OEA, BID, etc.) han generado un marco jurídico de protección de los derechos indígenas, financiando las partidas presupuestarias de los ministerios, que actúan asesorados por los lineamientos que estas entidades financieras les marcan.

Estos nuevos actores sociales internacionales van a estar insertos en los polos ideológicos postadquisitivos, culturalistas y postmaterialistas¹³, que están interviniendo como constructores de las “solidaridades internacionales”, y que van a compartir un *master frame* gestado a partir del movimiento mundial contra la celebración del V Centenario del Descubrimiento de América. Dicho movimiento reunió a los “iconos políticos” anticoloniales, con las nuevas proclamas democratizadoras de respeto a los derechos humanos y de apoyo a las minorías excluidas y a la causa indígena, con sus componentes de identidad, etnicidad, ecologismo y defensa de los derechos de una minoría desfavorecida.

Los indígenas, al igual que el resto de los movimientos étnicos, han estado combatiendo por conseguir el ingreso en el espacio político y por su reconocimiento como “sujetos sociales modernos”, representantes de nuevos intereses colectivos, reivindicando con orgullo la figura del indígena, que nunca estuvo incluida en el imaginario patrio y en la identidad nacional.

7. A modo de conclusión

De esta reflexión se desprende que las acciones colectivas indígenas se construyen y desarrollan no solo cuando las condiciones materiales de existencia son extremas y su marginación y discriminación política es acentuada, sino cuando estos grupos humanos organizados encuentran un contexto político favorable, cuando las tácticas y estrategias seleccionadas para publicar, extender y conseguir sus reivindicaciones son eficaces y cuando el discurso político e ideológico que manejan para legitimarse y justificar sus derechos políticos percibe fuerte aceptación y apoyo entre ciertas élites dominantes en ese momento.

La ideología del movimiento indígena, desarrollada en sus relatos, símbolos y prácticas, se ubica principalmente dentro del llamado *paradigma de la emancipación* (Sousa Santos 2016), centrado en el campo de los valores culturales, sociales y políticos. Manejan un lenguaje político forjado en torno a la categoría de la “identidad” y dotado de su propio repertorio retórico y terminológico. En términos generales, aluden a una postura moral y

políticamente favorable al pluralismo cultural y a los modelos de integración social y de gestión política que persigan su fomento. Lo que se reivindica es el derecho a la *disparidad* y el orgullo de la identidad diferencial.

En efecto, las tres *masterframes* comunes a todos los actores sociopolíticos indígenas, más o menos organizados, más o menos institucionalizados, se concretan en tres relatos fundamentales y un cuarto en vías de consolidación. La narración étnico-identitaria, la narración étnico-ambiental, la narración globalicrítica y una emergente narración indígena feminista acotan el universo discursivo propio del sujeto indígena politizado que encuentra apoyos, alianzas y legitimación en muchas audiencias, tanto de la propia sociedad civil como de los organismos supranacionales. Todo ello se ha concretado en leyes y reformas constitucionales, así como en la ocupación democrática de los espacios de poder en algunos países de América Latina.

La extrapolación de las conclusiones desprendidas de la experiencia indígena al resto del universo de los movimientos étnicos mundiales, estrecha la selección de las variables que deben ser tenidas en cuenta al analizar las causas de la construcción, desarrollo y consolidación de una movilización política de carácter étnico. Los factores tales como el contexto de oportunidad política que pueden disfrutar, optimizar y regenerar; las estrategias y tácticas utilizadas en acciones colectivas y movilizaciones, y unos discursos ideológicos “resonantes” entre ciertos actores sociopolíticos claves e influyentes, variables que se han tratado en este artículo, son fundamentales para apoyar y favorecer la constitución de cualquier movilización indígena y para alcanzar los objetivos políticos perseguidos.

En Latinoamérica, los movimientos étnicos que se han ido fraguando desde la década de los años ochenta han representado una nueva cultura y praxis política, desplegando inéditos conductos de participación social. Las alteraciones de los sistemas políticos que los nuevos movimientos étnicos están formalizando generan un procedimiento sociopolítico que trae consigo un estado multicultural y pluriétnico.

Las preguntas inconclusas de esta reflexión son múltiples y tan solo se consiguió la aproximación a alguna de ellas. Muchos interrogantes quedan abiertos para las próximas investigaciones de los científicos sociales: ¿los movimientos étnicos modificarán el panorama de los sistemas democráticos en América Latina y en el mundo?, ¿asistiremos a un cambio radical en el panorama ideológico mundial?, ¿qué nuevas fórmulas adoptarán los próximos movimientos étnicos? Todas estas incógnitas moldean las profundas incertidumbres que depara el futuro, en esta época de *neoliberalismo global* que inauguró este nuevo milenio. Lo que es indudable es que estos nuevos actores políticos han generado una nueva cultura política que está impregnando los esquemas partidistas occidentales. Las utopías que su cosmovisión contempla, el futuro que su imaginario colectivo ha construido está por venir y solo el tiempo revelará sus alcances.

Referencias bibliográficas

- Alcántara, Manuel. 1999. *Sistemas políticos de América Latina. México, América Central y el Caribe*, vol. II. Madrid: Tecnos.
- Altieri, Miguel Angel; Nicholls, Clara. 2000. Dimensiones multifuncionales de la Agricultura Ecológica en América Latina. En M. A. Altieri y C. I. Nicholls, eds. *Agroecología. Teoría y práctica para una agricultura sustentable*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. México D.F.: Red de Formación Ambiental para América Latina y el Caribe, pp. 193-233.
- Anderson, Benedict. 1993. *Las comunidades imaginadas*. México: FCE.
- Bello, Andrés. 2004. *Etnicidad y ciudadanía en América Latina. La acción colectiva de los pueblos indígenas*. Chile: GTZ. CEPAL.
- Bengoa, José. 2000. *La emergencia indígena en América Latina*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Boege, Eckart. 2008. *El patrimonio biocultural de los pueblos indígenas de México*. México D.F.: INAH-CDI.
- Boege, Eckart. 2009. Centros de origen, pueblos indígenas y diversificación del maíz. *Ciencias* 92-93: 18-28. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/pdf/644/64412119004.pdf>
- Bourdieu, Pierre. 1988. *La distinción*. Madrid: Taurus.
- Castells, Manuel. 1998. *La era de la Información: Economía, sociedad y cultura*, Vol. I: *La Sociedad Red* y Vol. II: *El Poder de la Identidad*; Vol III: *Fin de Milenio*. Madrid: Alianza Editorial.
- Delgado, José Manuel; Gutierrez, Juan. 1999. *Métodos y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis.
- Caudillo Félix, Gloria Alicia. 2010. Pueblos indígenas y naturaleza: la alternativa del buen vivir. *Contextualizaciones Latinoamericanas* 2. Disponible en:
<https://www.alainet.org/es/active/37750>
- Cedillo Delgado, Rafael. 2009. Rasgos de la cultura política de los indígenas en México. Una revisión a inicios del siglo XXI. *Espacios Públicos* 12/26: 206-228. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/pdf/676/67612145011.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. 2008. Disponible en:
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Dobson, Andrew. 1997. *Pensamiento político verde*. Madrid: Paidós.
- Dryzek, John. 1997. *The politics of the earth: environmental discourses*. United States: Oxford University Press.
- Eder, Klaus. 1992. *Framing and Communicating Environmental Issues. A Discourse Analysis of Environmentalism*. Florencia: European University Institute.
- EZLN. 2003. *20 y 10 El Fuego y la palabra*. CD-Rom. México D.F.: Rebeldía.

- Gamson, Willian. 1990. *The strategy of social protest*. California: Wadsworth Publ.
- Gamson, Willian; Meyer, David. 1999. Marcos interpretativos de la oportunidad política. En D. McAdam, J. McCarthy y M. Zald, comps. *Movimientos sociales: perspectivas comparadas. Oportunidades políticas, estructuras de movilización y marcos interpretativos culturales*. Madrid: Istmo, pp. 389-412.
- García Selgas, Fernando. 1995. Análisis del sentido de la acción. El transfondo de la intencionalidad. En García Delgado *et al.*, eds. *El análisis de la realidad social: fuentes y métodos*. Madrid: Alianza, pp. 493-528.
- Gerhards, Jünger. 1995. *Framing dimensions and framing strategies: contrasting ideal-and real-type frames*. Londres: Social science Information.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame analysis*. Cambridge: Harvard University Press.
- Gómez, Agueda. 2001 *Indigenismo y movilización política en américa latina: los tawahka*. Universidade de Santiago de Compostela. Tesis doctoral.
- Gómez, Águeda. 2003. *Movilización política indígena de las selvas Latinoamericanas*. México D.F.: Plaza y Valdés.
- Gómez, Águeda. 2004. *Patrones de movilización política de la acción indígena zapatista: contextos, estrategias y discursos*. Vigo: Universidad de Vigo.
- Gómez, Águeda; Vázquez, Miguel; Leetoy, Salvador. 2004. *Guerrilla y comunicación La propaganda política del EZLN (1994-2004)*. Madrid: La Catarata.
- Gurr, Ted Robert. 1995. *Minorities at risk: a global view of ethnopolitical conflicts*. Washington, D.C.: Institute of Peace Press.
- Gutiérrez Chong, Natividad; Martínez, Juana; Francy, Sará. 2015. *Cultura política indígena: Bolivia, Ecuador, Chile y México*. Ciudad de México: IIS. UNAM.
- Gutierrez Chong, Natividad; Gálvez González, David. 2017. La cultura política en el pueblo Mapuche: el caso Wallmapuwen. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* 231: 37-166. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/pdf/421/42152785006.pdf>
- Hunt, Scott; Benford, Robert D.; Snow, David. 1994. Identity Fields: Framing Processes and the Social Construction of Movement Identities. En E. Laraña, H. Johnston y J. R. Gusfield, eds., *New Social Movements: From Ideology to Identity*. Philadelphia: Temple University Press, 185-208.
- Ibarra, Pedro; Tejerina, Benjamín, comps. 1998. *Los movimientos sociales*. Madrid: Trotta.
- Inglehart, Roland. 1991. *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Barcelona: Paidós.
- Klandermans, Bert; Kriese, Hanspeter; Tarrow, Sidney G. eds. 1988. *From Structures to Action: Comparing Social Movements Research across Cultures*. Connecticut y Londres: JAI Press.

- Langer, Erick; Muñoz, Elena. 2003. *Contemporary indigenous movements in Latin America*. Wilmington, DE: Scholarly Resources.
- Lovelock, James E. 1986. *Gaia, una nueva visión de la vida sobre la Tierra*. Barcelona: Ediciones Orbis.
- Martí i Puig, Salvador. 2007. Emergencia de lo indígena en la arena política: ¿un efecto no deseado? En S. Martí i Puig, ed. *Pueblos indígenas y política en América Latina. El reconocimiento de sus derechos y el impacto de sus demandas a inicios de Siglo XXI*. Barcelona: CIBOD, pp. 127-149.
- Martínez, Miguel; Gómez, Águeda. 2017. Vientos de capitalismo verde: glocalización, desarrollo y transición energética en el Istmo de Tehuantepec (Oaxaca, México). *Ciência & Trópico* 41/1: 15-54. Disponible en:
<https://fundaj.emnuvens.com.br/CIC/article/view/1628/1329>
- Máiz Suárez, Ramón. 1995. La construcción de las identidades políticas. *Revista Vasca de Sociología y Ciencia Política. Inguruak* 13: 11-54. Disponible en:
<http://revista.saap.org.ar/contenido/revista-saap-v3-n1/RamonMaiz.pdf>
- Máiz Suárez, Ramón. 2007. Indianismo y nacionalismo en Bolivia: estructura de oportunidad política, movilización y discurso. *Revista SAAP* 3/1: 11-54. Disponible en:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5704309>
- McAdam, Doug; McCarthy, John; Zald, Mayer, comps. 1999. *Movimientos sociales: perspectiva comparada*. Madrid: Itsmo.
- Morales, Evo. 2017. Discurso completo en la ONU. 20 de septiembre. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=n7HMDJBL32A>
- ONU. 1948. *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Disponible en:
https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf
- Ramonet, Ignacio. 1998. *Geopolítica do caos*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Riechmann, Jorge; Fernández Buey, Francisco. 1999. *Redes que dan libertad*. Barcelona: Paidós.
- Sánchez, Consuelo. 1994. *La conformación étnico-nacional en Nicaragua*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Sazarrín, Juan Pablo. 2008. La “espiritualización” de los discursos neoindigenistas en Colombia. *Trace: Travaux et recherches dans les Amériques du Centre* 54: 77-91. Disponible en: <http://journals.openedition.org/trace/470>
- Sousa Santos, Boaventura de. 2006. Una nueva cultura política emancipatoria. En B. De Sousa Santos. *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires)*. Agosto 2006. CLACSO, pp. 43-70. Disponible en:
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/santos/Capitulo%20II.pdf>
- Subcomandante Marcos. 2001. *Nuestra arma es nuestra palabra. Escritos selectos*. Nueva York: Seven Stories Press.

- Stavenhagen, Rodolfo. 1996. *Ethnic conflicts and the Nation-State*. Nueva York: UNRISD.
- Stavenhagen, Rodolfo. 2001. *La cuestión étnica*. México, D.F.: El Colegio de México.
- Tangermann, Claus, comp. 1995. *Ilusiones y dilemas. La democracia en Centroamérica*. Costa Rica: FLACSO.
- Tarrow, Sidney. 1997. *El poder en movimiento. Movimientos sociales, acción colectiva y política*. Madrid: Alianza.
- Taylor, Charles. 1993. *El multiculturalismo y la "política del reconocimiento"*. México: FCE.
- Toledo, Víctor; Garrido, David; Barrera-Basols, Narciso. 2014. Conflictos socioambientales, resistencias ciudadanas y violencia neoliberal en México. *Ecología política. Cuadernos de debate internacional* 46: 115-124. Disponible en:
http://www.ecologiapolitica.info/novaweb2/wp-content/uploads/2015/11/046_Toledoetal_2014.pdf
- Van Cott, Donna Lee. 2003. Cambio institucional. Partidos étnicos en Sudamérica. *Análisis Político* (48): 26-51. Disponible en:
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/colombia/assets/own/analisis48.pdf>
- Van Cott, Donna Lee. 2007. De los movimientos a los partidos: retos para los movimientos de los pueblos indígenas. En S. Martí i Puig, ed. *Pueblos indígenas y política en América Latina. El reconocimiento de sus derechos y el impacto de sus demandas a inicios de Siglo XXI*. Barcelona: CIBOD, pp. 103-127.
- van de Fliert, Lydia. 1997. *Guía para los pueblos indígenas*. México: Comisión Nacional de Derechos Humanos.
- VVAA. 2018. *Mapeando las injusticias ambientales en México*. Ciudad de México: UNAM. UCCS. Disponible en:
<https://www.uccs.mx/prensa/comunicados/mapeando-las-injusticias-ambientales-en-mexico>

Notas

¹ Las movilizaciones populares en Bolivia que han conseguido alzar como presidente al líder indígena Evo Morales durante tres mandatos, el alzamiento indígena en Ecuador que precipitó la dimisión del presidente del país, el movimiento indígena zapatista de México y las consiguientes reformas constitucionales de 1992 y 2001, las manifestaciones indígenas en Brasil contra la Celebración del “descubrimiento” del país y las nuevas tendencias electorales en Perú demuestran que la participación ciudadana organizada de la población indígena está cambiando los sistemas políticos de cada país a través de la introducción de un nuevo “multiculturalismo constitucional” que ha provocado cambios en las constituciones de Nicaragua (1987), Brasil (1988), Colombia (1991), México (1992), Perú (1993) y Bolivia (1994) y, posteriormente, la incorporación de la plurinacionalidad en países como Bolivia, Ecuador y México (Van Cott 2007).

² Para conocer el número de organizaciones indígenas existentes en América Latina, se recomienda revisar las bases de datos ORGINDAL de la UNAM <http://www.sicetno.org/>. Como se observa, en América Latina hay numerosas organizaciones fundadas por pueblos indígenas, pero muy contados partidos políticos étnicos, tales como el Movimiento al Socialismo, de Bolivia; el Partido Pachakutik-Nuevo País, de Ecuador; el Partido Wallmapuwen (mapuche) de Chile; el Yatama de Nicaragua; y el Movimiento de Unificación y Lucha Triqui, de México, entre otros (Gutiérrez Chong *et al.* 2017).

³ Antes de los años ochenta, los pueblos originarios ya habían iniciado sus propias luchas: en las décadas de los sesenta y setenta, los indígenas luchaban al lado de los campesinos y su identidad política era fundamentalmente campesina en relación con la tierra y territorio. En la actualidad, su lucha pone la identidad étnica como un factor de identificación y reivindicación, y hace “política indígena” en torno a la identidad y autonomía, con destacados logros en relación a las reformas constitucionales de los años noventa, en las que se recoge el reconocimiento formal de los derechos de los pueblos indígenas (Gutiérrez Chong *et al.* 2015).

⁴ Las “leyes internacionales” que amparan los derechos de los pueblos indígenas, tienen sus antecedentes en la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* de 1948. La *Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación Racial* fue adoptada por la Asamblea General en 1965. El Fondo de Contribuciones Voluntarias para las Poblaciones Indígenas de las Naciones Unidas (ONU) fue establecido en 1985 con el objetivo de elaborar el Estudio del Problema de la Discriminación contra las Poblaciones Indígenas. En 1989, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) revisó el artículo 107 sobre “Poblaciones Indígenas y Tribales” del año 1957, y en 1989 introdujo el Convenio 169: “Convenio sobre los Pueblos Indígenas y Tribales”. La celebración del “Año Internacional de los Pueblos Indígenas” (1993), –donde se establece el derecho de consulta previa, libre e informada de los pueblos indígenas ante proyectos de desarrollo–, y la Década Internacional de los Pueblos Indígenas de la ONU (1995-2004) han sido una muestra más del interés por proteger a estos pueblos. La Cumbre Iberoamericana de Jefes de estado de 1992 creó el “Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe”. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) institucionaliza en 1990 un control de calidad en cuanto a los posibles impactos sobre poblaciones indígenas. El Banco Mundial emprendió, en 1991, el diseño de la *Directriz Operativa sobre Pueblos Indígenas*, donde se potencia la participación y beneficio de los indígenas en sus proyectos. En 1995, la Unión Europea aprobó una estrategia de ayuda pública al desarrollo destinada a los pueblos indígenas. En América Latina existen entidades autónomas destinadas a la protección de los derechos de los pueblos indígenas: el Parlamento Amazónico, el Parlamento Andino y el Parlamento Indígena de América (Martínez y Gómez 2017, Bello 2004, Gómez 2003, van de Fliert 1997, Stavenagen 2001).

⁵ Los movimientos indígenas, además del uso de los repertorios de protesta tradicionales, ejercen el activismo cibernético y tejen redes de comunicación y solidaridad fuera de sus territorios. Con este mecanismo han logrado posicionar a sus organizaciones. En este sentido, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) es el actor indígena pionero en la comunicación global con su lema “No más un México sin nosotros” (Gómez *et al.* 2004).

⁶ Pese a la proliferación de organizaciones indígenas de mujeres y pese al triunfo de la Confederación Nacional de Mujeres Campesinas Indígenas Originarias de Bolivia (Bartolina Sisa, las bartolinas) y otros colectivos feministas al introducir la perspectiva de género en la Constitución Boliviana del 2009, tildada de “descolonizadora y despatriarcalizadora”, este objetivo en torno a la “solidaridad, reciprocidad e igualdad entre el hombre y la mujer”, nombrado en aymara como *chacha-warmi* o *panipacha*, aún no se ha convertido en parte del ideario común de las organizaciones sociopolíticas indígenas latinoamericanas en su conjunto.

⁷ Con este levantamiento, que se inició como armado y que rápidamente se convirtió en un movimiento social, con gran resonancia a nivel nacional e internacional, se pusieron en la mesa de discusión aspectos cruciales para los pueblos indios, como la autonomía, el respeto a su cultura y a sus usos y costumbres (Gómez *et al.* 2004).

⁸ México ha suscrito tempranamente las normas internacionales fundamentales sobre derechos de los pueblos indígenas, como el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) donde se establece el

derecho de consulta previa, libre e informada de los pueblos indígenas ante proyectos de desarrollo, lo que ha generado el boqueo de alguno de estos megaproyectos (como en el caso de la implantación de parques eólicos en el Istmo de Tehuantepec) debido al incumplimiento de estas consultas (Martínez y Gómez 2017). En este país ha habido 99 ambientalistas asesinados entre 2000 y 2015, y 350 dirigentes y líderes presos injustamente (Toledo *et al.* 2014, VVAA 2018).

⁹ Berta Isabel Cáceres Flores fue una feminista y ambientalista indígena lenca, asesinada en Honduras el 2 de marzo de 2016, en su casa. Su asesinato fue ampliamente condenado a nivel internacional en toda América y parte de Europa. Cofundó el COPINH para luchar por los derechos de los lenca y ganó el Premio Medioambiental Goldman, el máximo reconocimiento mundial para activistas de medio ambiente.

¹⁰ Esta visión global en torno a la tierra y sus elementos se expandió a raíz de la emergencia de la llamada “Hipótesis Gaia”, popularizada por James Lovelock en 1986, y que se relaciona con la primera imagen que se toma del total de la tierra en el año 1968, por los ocupantes del Apolo VIII (Dobson 1997: 37, Dryzek 1997: 5).

¹¹ Esto se refleja en los análisis del denominado “paquete fundamentalista” descrito por Klaus Eder para caracterizar los movimientos ecologistas en Europa (1992: 18), también en los trabajos sobre la ideología ecologista radical, analizados por Dobson (1997: 28, 115) y por supuesto, en los estudios en torno al “radicalismo verde” en su versión romántica, definida por Dryzek (1997: 155-159).

¹² En un cuento, así lo narra el Subcomandante Marcos: “[...] y se subieron (los dioses) al copete de La Ceiba y desde ahí empezaron a aventar los colores así nomás y el azul se quedó parte en el agua y parte en el cielo [...] y el café que era más pesado, se cayó en la tierra, y el amarillo que era una risa de niño, voló hasta pintar el sol, y el rojo llegó a la boca de los hombres y de los animales y lo comieron y se pintaron de rojo por dentro [...] ni se fijaban donde llegaba el color que avientan y algunos colores salpicaron a los hombres y por eso hay hombres de distintos colores y distintos pensamientos” (EZLN 2001).

¹³ Este concepto, acuñado por Ronald Inglehart, ha generado fuertes polémicas en el ámbito de las ciencias sociales. Se considera que el modelo que propone este autor resulta impreciso en varios aspectos: los resultados de la investigación de campo en torno a los valores dominantes en la población europea no son fiables y generalizables y la unidireccional del paso de valores materialistas a postmaterialistas en sociedades tardomodernas no es adecuada, pues se ha constatado la existencia de estos valores en sociedades y grupos sociales pobres (Inglehart 1991, Riechmann y Fernández Buey 1999: 31).

Autoimagen o sumisión a la autoridad. Los principios de la persuasión a los que apelaron progresistas y conservadores en los debates parlamentarios sobre el matrimonio igualitario

Carolina Arrieta Castillo
Universidad a Distancia de Madrid
carolina.arrieta@udima.es

Resumen

En este artículo pretendemos comprender cuáles fueron las estrategias persuasivas utilizadas en el tema del matrimonio igualitario en los estados hispanohablantes en los que este fue finalmente implantado tras un debate parlamentario: España, México D.F., Argentina y Uruguay. Nos proponemos averiguar si los resultados arrojan alguna diferencia significativa en las elecciones retórico-argumentativas de los sectores a favor y en contra de la modificación legislativa. Para ello, realizamos un análisis de los temas del debate y de los tipos de argumentos que se utilizaron en cada uno de ellos teniendo en cuenta el eje horizontal progresistas-conservadores. Partimos de la tesis de que podemos llegar a conocer qué conductas posibilitadoras de la persuasión trataron de activar cada uno de los sectores políticos analizando los recursos retórico-argumentativos utilizados. Los resultados muestran que progresistas y conservadores pusieron en juego estrategias discursivas específicas en los distintos temas que se abordaron durante los debates.

Palabras clave: discurso parlamentario, retórica, comunicación persuasiva, matrimonio igualitario.

Abstract

This article intends to understand the persuasive strategies that were used in the same sex marriage debate in the parliaments of Spain, Mexico D.F., Argentina, and Uruguay. The intention is to find out whether there was any significant difference in the rhetorical-argumentative selections of the groups for and against the legislative amendment. To do this, we will analyze the topics on the debate, and the types of arguments that were used in each of them, considering the horizontal progressive-conservative axis. The article is based on the premise that through the analysis of the rethorical-argumentative resources it is possible to discover the persuasive principles that each political sector tried to activate. The results show that both progressives and conservatives put specific discursive strategies into play in the different topics discussed during the debates.

Keywords: parliamentary speech, rhetoric, persuasive communication, same sex marriage.

1. Introducción

El cuarto país del mundo en comenzar a legislar los matrimonios entre personas del mismo sexo fue un país hispanohablante. El 30 de junio de 2005, tras un año de debates en las distintas cámaras que componen el Parlamento del Estado español, los miembros del Congreso otorgaron al colectivo homosexual, en una votación con 187 votos a favor y 147 en contra, el derecho al matrimonio. España se sumaba así a estados tradicionalmente progresistas como Países Bajos, Bélgica o Canadá.

El proyecto del *matrimonio homosexual*, *matrimonio igualitario*, *matrimonio gay* o *matrimonio entre personas del mismo sexo* empezó a rodar cuando el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) anunció en su programa electoral, para las elecciones generales de 2004, el compromiso de “asegurar la plena equiparación legal y social de lesbianas y gays” (Programa electoral PSOE, 2004: 34). Esto se traduciría en el acceso a la figura jurídica del matrimonio civil. El debate que produjo la propuesta de ley a lo largo de ese año, desde que fue oficializada, el 30 de junio de 2004, por el entonces Ministro de Justicia López Aguilar, hasta que fue publicada como nueva ley en el Boletín Oficial del Estado, el 2 de julio de 2005, dividió al Parlamento, a los medios de comunicación y a la sociedad española, y no dejó indiferente a nadie.

Muchos de los puntos que caracterizaron ese debate se repetirían después a lo largo y ancho de la América hispanohablante, a saber: oposición total por parte de los estamentos eclesiásticos, lucha a favor de los distintos movimientos LGTBI+ y diversidad de opiniones, tanto en las cámaras de gobierno como en las calles. Las sociedades hispanohablantes, de idiosincrasia católica y fuertemente tradicionales, se enfrentaban a uno de los grandes debates sociales del nuevo siglo.

En este artículo analizamos los argumentos utilizados en los debates en torno a esta ley en los estados hispanohablantes en los que, tras un debate político, ha quedado instaurada la figura del matrimonio. El objetivo es comprender a qué conductas posibilitadoras de la persuasión apelaron los distintos sectores ideológicos. Dejamos fuera del análisis países como Colombia o Puerto Rico, donde la decisión de implementar esta figura fue un debate con más peso en la esfera judicial que en la política. Por tanto, nos centramos en el análisis de los discursos políticos realizados con motivo de los debates sobre la legislación del matrimonio igualitario en las cámaras de representantes de España, Argentina, Uruguay y México D.F.

Autores como Alvar (1991), Fernández Lagunilla (1999b), Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002) y Sánchez García (2012) opinan que en la época constitucional española el discurso político tiende hacia una desideologización que, no obstante, habría cambiado con la irrupción de la llamada nueva política. Esta desideologización se aplicaría a la época en la que se llevó a cabo el debate sobre el matrimonio homosexual, tendría como consecuencia una homogeneización en la selección de recursos lingüísticos y discursivos, y es la razón por la que Sánchez García (2012) aconseja analizar los discursos en el eje vertical (el discurso de un mismo partido cuando gobierna y cuando hace oposición) y no en el horizontal (por

sectores ideológicos).

En este trabajo queremos descubrir si un tema controvertido que polarizó a las sociedades de los distintos países tiene consecuencias visibles en el plano argumentativo. Para ello, realizamos una aproximación temática y un análisis en el eje horizontal. Entendemos que el objetivo del discurso político es legitimar una serie de posturas políticas originadas en la ideología de los distintos sectores ideológicos, por eso pretendemos analizar los discursos de dos bandos: quienes estaban a favor de legislar a favor del matrimonio homosexual, a quienes llamaremos *progresistas*, y quienes estaban en contra, a quienes llamaremos *conservadores*.

Los progresistas son aquellos que priorizan la libertad del individuo y fomentan reformas progresivas en lo social, abogan por el ecologismo, el laicismo y el feminismo, movimiento que inspiró el nacimiento del movimiento de lucha homosexual (Olarte Rosso 2013). Los conservadores, por otra parte, son reacios a los cambios sociales y suelen definirse por su defensa de los valores familiares y religiosos.

2. El matrimonio igualitario: claves de los debates

La división ideológica que comentábamos en el apartado anterior coincidió con el denominado eje derecha-izquierda en el Estado español. Los dos partidos de derechas, el Partido Popular (principal partido de la oposición en esos momentos) y Unió Democràtica de Catalunya (partido catalán que desapareció en 2017) se opusieron; y los partidos considerados de izquierda o centro-izquierda, con el partido en el Gobierno a la cabeza, argumentaron a favor del cambio. No fue tan clara esta división en el caso de otros países.

En Argentina, país que permite el matrimonio igualitario desde el 15 de julio de 2010, los partidos políticos dieron libertad de voto a sus miembros. Esto resultó en una amalgama de votaciones, en la que, no obstante, los partidos mayoritarios decantaron la balanza a favor del sí: Coalición cívica sumó un 73%; y en el Frente para la Victoria, que acabaría gobernando en esa legislatura con Cristina Fernández de Kirchner como presidenta, el sí a la propuesta obtuvo un 63% de los votos; mientras que la principal oposición vino de parte de los partidos medianos (el Peronismo Federal, la Unión Cívica Radical y la Propuesta Republicana). La votación reflejó 126 votos a favor y 110 en contra. En los meses previos a la discusión, la senadora Liliana Negre de Alonso defendió su posición en contra de la reforma de la Ley por las provincias del interior del país y en algunos medios se representó el debate como una confrontación de las aspiraciones de progreso de la capital, Buenos Aires, frente al deseo más conservador de las provincias (“Senadora polémica...” 2010).

A Argentina le tomó el relevo su vecino rioplatense. Uruguay empezó el debate parlamentario en torno al matrimonio igualitario en 2011 y terminó aprobándolo dos años más tarde, el 10 de abril de 2013, tras una votación relativamente holgada: 23 votos a favor por 8 en contra, siendo los senadores del Frente amplio (todos votaron a favor) y los del Partido Colorado (4 de 5) quienes decantaron la balanza hacia el sí. La principal fuerza de oposición la encarnó el Partido Nacionalista, en el que se contabilizaron solo tres votos a favor de diez posibles. Esta ley fue un compromiso de la agenda libertaria del Gobierno de

José Múgica y gozó de un consenso favorable en la población (Arocena y Aguiar 2017).

El caso de México es un caso particular. Si atendemos al momento en que se comenzó a legislar los matrimonios entre personas del mismo sexo, México se encontraría entre los primeros países, pues la legalización de estas uniones se inició en 2009; eso sí, a escala local, ya que ha sido competencia de cada entidad federativa el ir regulándolas. La Asamblea Legislativa del Distrito Federal aprobó el matrimonio igualitario en 2009. Más tarde se sumarían otras federaciones: Quintana Roo, Coahuila, Chihuahua... No obstante, el 3 de junio del 2015, la Suprema Corte de Justicia de la Nación emitió una tesis por la cual se declaraban inconstitucionales los códigos civiles de las entidades federativas en las que el matrimonio se entendía solo como la unión entre un hombre y una mujer. Esta tesis jurisprudencial abría una vía para que las parejas homosexuales demandasen ante los tribunales, en contra de las leyes del Estado, el derecho a casarse.

El debate sigue vigente en la agenda pública mexicana gracias a la iniciativa del hasta hoy Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Enrique Peña Nieto, quien presentó una iniciativa, en mayo de 2016, para permitir un “matrimonio sin discriminación” a nivel nacional (Gobierno mexicano, párrafo 5) que incluyese el derecho a la adopción por parte de parejas homosexuales en el texto constitucional.

3. La persuasión y el discurso parlamentario

Como toda interacción humana, el discurso político depende de su situación comunicativa (Fernández Lagunilla 1999a, van Dijk 2012), es decir, está inevitablemente influido por el contexto en el que se produce: espacio, tiempo, actores sociales, etc. De hecho, el debate parlamentario se define como un subtipo de discurso político por sus características contextuales especiales (Wilson 1990, van Dijk 2012), concretamente por la particularidad de los roles interactivos: un circuito comunicacional complejo en el que los oradores políticos dirigen su mensaje, en apariencia, a otros políticos, pero cuyo destinatario último vendría representado por la ciudadanía, que no está presente en el debate. Corre a cargo de los medios de comunicación la difusión de los discursos producidos en las sesiones. Estos son quienes tienen la última palabra sobre aquello que se publica, y quienes acabarán por determinar qué es o no opinable para la sociedad (Lewandowski 1995); o, en palabras de Sánchez García (2009: 132): “en el registro parlamentario los políticos carecen del poder de hacer titulares”.

Al mismo tiempo, la inclusión de los debates en el circuito de los medios de comunicación ha hecho que este tipo discursivo se haya mediatizado y que a menudo exhiba una retórica dirigida a una audiencia massmediática (Bitonte y Dumm 2007). Además, las ya no tan nuevas plataformas digitales de difusión han contribuido a lo que algunos autores han denominado la “espectacularización de la política” (Schwartzenberg 1977, Edelman 1988, Gomes 2011). Según este fenómeno, la política tiene cada vez más cabida en medios de comunicación populares, y el discurso, incluso el parlamentario, debe responder a esa espectacularización con un lenguaje que conecte mejor con las emociones de la audiencia.

En este artículo no nos proponemos descubrir qué argumentos llegan o no a la audiencia, sino

los recursos que los distintos sectores ideológicos pusieron en marcha para persuadirla. La investigación cuenta con un corpus obtenido de las cámaras de representantes de distintos estados, por lo que lo configuran distintos espacios que, no obstante, tienen en común aspectos como la distribución de los políticos por escaños, la mesa presidencial que organiza el debate o la transcripción de los discursos en actas que después pasan a estar disponibles para el público en las correspondientes páginas web de las cámaras. Por su parte, el espacio temporal que define estos debates es el que va desde junio de 2004 hasta abril de 2013.

Además de los roles interactivos a los que aludíamos, a los participantes en el debate los podemos dividir según el rol político (van Dijk 2012): a favor o en contra del matrimonio igualitario. En este sentido, aunque los participantes tengan un estilo discursivo propio, sus mensajes representarán a los sectores que tomaron posicionamiento y que en este trabajo se identifican con las ideologías progresista y conservadora, más allá del espectro tradicional de izquierda-derecha (Nolan 1969). Según el rol comunicativo, clasificaríamos a los *prodestinatarios* (el segmento de población que configura el potencial electorado y en quienes se intentan activar los marcos ideológicos propios, Lakoff 1996) y los *paradestinatarios* (los llamados independientes o neutros), para quienes irían dirigidos los esfuerzos discursivos con la finalidad de adherirlos a la causa propia tratando de hacerla más atractiva que la del oponente (Bitonte y Dumm 2007, Verón 2009 [1987]).

El discurso político presenta características lingüísticas que son aplicables también al discurso parlamentario, como una selección léxica mediante la que se intenta asociar al endogrupo con términos positivos y al exogrupo con los negativos, o el abundante uso de pleonasmos, tecnicismos o cultismos que otorgan prestigio al discurso y a su orador, de manera que se fortalece el *ethos*. Hay dos elementos, sin embargo, que son característicos de los debates parlamentarios, y que permiten clasificar a este como un subtipo del discurso político: la oralidad con rasgos de escritura y el carácter argumentativo. Respecto a la primera, el parlamentario es un discurso preparado sobre el que se puede y se debe ir improvisando a medida que se escuchan los argumentos del rival (Gelabert-Desnoyer 2006). Esto hace que sea posible cambiar el registro de coloquial a formal cuando la situación lo precisa. Por otro lado, se compone de recursos paralingüísticos (la entonación o la prosodia) completamente ajenos al canal escrito, que posibilitan que el registro de cada ponente sea muy variado (Arce Castillo 2006). Es decir, se trata de un texto oral con características propias del escrito, como la mayor formalidad.

El segundo aspecto es la argumentatividad. La gran variedad de subgéneros que puede englobar el discurso parlamentario (proyectos, mociones, resoluciones, etc.) se enmarcan en el género argumentativo. El argumento político busca la verosimilitud, no la verdad. Por esta razón, los argumentos de los debates parlamentarios no son expresados en forma de silogismos, sino como enunciados encadenados que carecen de la forma rigurosa del argumento. Casi siempre seguirán la estructura de la argumentación informal y se apoyarán en argumentos casi lógicos o falaces que fallan en demostrar la verdad de una conclusión. Las falacias anulan la solidez argumentativa, pero no influyen en la cualidad de verdad de la tesis. Que la argumentación sea falaz no indica que la conclusión sea falsa. A falta de estructura rigurosa, la función argumentativa se desprende del contexto de debate, que

entraña una fase de problematización y una toma de postura de los distintos participantes. Lo que Charaudeau llama la “mecánica argumentativa” (2009: 279), que permite que los destinatarios, al conocer la toma de posiciones del político que está emitiendo su discurso, interpreten estos enunciados como argumentos y razones destinados a defender su tesis última: se debe o no se debe estar a favor del matrimonio igualitario. De esta manera, el debate parlamentario ofrece un marco en el que cada enunciado se convierte en parte de una argumentación.

Respecto a su función, como subgénero discursivo del político, el parlamentario trata de producir un determinado comportamiento en la comunidad a la que va dirigido. Se basa, por tanto, en la función apelativa del lenguaje (Díaz Rojo 1994, López Eire y Santiago-Guervós 2000, Núñez y Guerrero 2002 o Sánchez García 2012). Es un discurso dirigido a crear expectativas y promesas en los clientes electorales (Verón 2009 [1987]) o para “captar a prosélitos” (Fernández Lagunilla 1980: 379). Como hemos visto, los destinatarios últimos de los discursos parlamentarios no son otros políticos, sino la ciudadanía, y el fin último de estos discursos es el de generar en esa ciudadanía efectos cognitivos que la persuadan a actuar conforme a los deseos del orador.

Por la misión de *mover* al oyente, de emocionarlo y exaltarlo, el discurso parlamentario es un discurso retórico (Cavazza 1997, López Eire y Santiago-Guervós 2000). Los persuasores necesitan atender a los factores cognitivos del receptor y a las motivaciones que lo mueven a comportarse de una u otra forma (Lakoff y Johnson 1980, Lewandowski 1995), y para comprender esas motivaciones, Aristóteles nos habló de los elementos patéticos, o *pathos*, es decir, de la apelación a las emociones de la audiencia por medio del uso de un lenguaje emotivo (Düring 1990). Entre esas emociones, tenemos la del principio universal del miedo, que Roiz (1996) califica como positivo, pues nos ayuda a tomar decisiones más efectivas y rápidas que aseguran nuestra supervivencia como especie y nuestra integración en grupos sociales. El estímulo del miedo genera una respuesta en forma de conducta cuyo objetivo es reducir este estímulo (Santiago-Guervós 2005). Esta apelación a la serie de ideas innatas por las que las personas trataríamos de reducir el estímulo del miedo (a la soledad, a la muerte, al rechazo social, etc.) se llevaría a cabo por medio de elecciones lingüísticas (estrategias retóricas, léxicas, semánticas, etc.).

Mientras el estímulo del miedo y la respuesta que provoca son universales, lo que nos puede producir mayor o menor miedo puede ser cultural (Santiago-Guervós 2005). Nos proponemos averiguar si las conductas que progresistas y conservadores trataron de activar en los destinatarios fueron las mismas, y lo hacemos examinando las estrategias retórico-argumentativas utilizadas por cada uno de los sectores ideológicos.

4. Principios de la persuasión y estrategias retórico-argumentativas

La manera en que los persuasores obtienen una respuesta en forma de conducta de los destinatarios de sus mensajes es apelando a una serie de estímulos. El más persuasivo de todos ellos es el estímulo del miedo (Roiz 1996). El persuasor aprovecha esa sensación de miedo que él ha infundido previamente para acompañarlo de la posible solución a esa

amenaza: adscribirse a la causa que el orador defiende.

4.1. El principio de autoimagen y sus estrategias

Con el objetivo de evitar la soledad, tratamos de establecer vínculos sociales duraderos (Reardon 1991). Gozar de un prestigio social adecuado nos facilita el establecimiento de esos vínculos, pues nos convierte en personas seguidas y admiradas. Para obtener una conducta favorable, los persuasores utilizan el miedo al rechazo social mientras ofrecen una solución en forma de conducta: *el principio de autoimagen positiva* (Festinger 1954, Fein y Spencer 1997). Este principio se origina en la idea de *autoconcepto* y hace referencia al conjunto de percepciones y valoraciones que hacemos de nosotros mismos en relación con las dimensiones afectiva, cognitiva y comportamental. Un mecanismo que permite la apelación a esta conducta es la disonancia cognitiva (Festinger 1957), que se produce cuando un individuo mantiene al mismo tiempo dos cogniciones aparentemente incompatibles, con lo que deberá optar por la opción que en menor grado perjudique su autoimagen y que en mayor grado lo proteja del sentimiento de miedo al rechazo social.

Estrategias como la falacia *ad misericordiam*, que apela a la simpatía, compasión o pena para dar verosimilitud a la proposición que sirve como conclusión del argumento, o como la falacia del falso dilema, en la que se presentan dos posturas extremas como únicas opciones posibles, sirven para apelar a este principio.

4.2. El gregarismo y sus estrategias

La conducta de *gregarismo* (Santiago-Guervós 2012) o efecto del vagón cola (Nadeau, Cloutier y Guay 1993) se considera ligada a la retórica populista (Zapata-Barrero, González y Sánchez 2008). Esta conducta trata de contrarrestar el miedo al aislamiento social. La apelación al miedo al aislamiento funciona porque a las personas nos gusta pensar que no estamos solos y que la corriente de pensamiento a la que nos unimos es la mayoritaria (Edelman 1960). Esta estrategia resultaría especialmente efectiva en los casos de quienes denominábamos *paradestinatarios*, aquellos que todavía no tienen una opinión suficientemente sólida sobre el tema de debate, pues decantarse por la causa mayoritaria es, ante la duda, formar parte del bando vencedor.

Los recursos que sirven para explotar discursivamente este principio son las falacias que se valen de la opinión de la mayoría para evaluar la verdad o falsedad de una idea, como son las *falacias ad populum*. Otros recursos que sirven para activar la conducta gregaria son el argumento desde la incredulidad o la generalización apresurada. En el primero se apela a un supuesto sentido común o a la evidencia para tratar de dar por buena una tesis; en el segundo se mencionan, con ayuda de una fórmula única, numerosos casos que apoyarían la idea que se pretende defender.

4.3. Lo previsible y sus estrategias

Según la teoría psicológica de la Gestalt o Forma de Wolfgang, Mach y Wertheimer (1910, en Lafuente, Castro, Pizarroso y Laredo 2017) a la hora de percibir e interpretar los

fenómenos pasamos por alto sus matices y particularidades para asimilar su información de manera simplificada. Esa inclinación por lo simplificado se explica desde el principio de *economía cognitiva*, según el cual “optamos siempre por el pensamiento que menos coste de procesamiento exija” (Santiago-Guervós 2012: 42), bien porque su simpleza lo hace más fácil de asimilar, bien porque se ajusta a un marco de expectativas preexistente en nuestro sistema cognitivo. Como nos hicieron ver Sperber y Wilson (2004 [1986]), si los hechos no sucedieran del modo esperado, su comprensión demandaría un mayor esfuerzo cognitivo. Los persuasores a menudo apelan a la incertidumbre de lo que está por venir para despertar en la audiencia la conducta contraria: la búsqueda de la previsibilidad para posibilitar un mundo más o menos estable y controlable (Berger y Calabrese 1975). Esta estrategia funciona porque, en primer lugar, se realiza una lectura simplificada de los hechos que lleva a una interpretación distorsionada (como ocurre en el caso de los estereotipos) para, después, asociar esta estructura simplificada con los valores y creencias de las personas. En el plano retórico esta conducta se activa gracias a distintos recursos, entre los que destacamos las falacias del francotirador, *ad consequentiam*, *ad conditionallis*, *ad antiquitatem* y *ad ignoratiam*, y la selección de datos, las repeticiones o la generalización.

Las *ad consequentiam* y *ad conditionallis* son falacias informales que aluden a posibles escenarios desde el presente en que se habla. En el caso de la primera, las consecuencias de adscribirse a una postura se presentan como indescifrables, desconocidas y, por tanto, peligrosas. En el segundo, son las premisas las que representan un escenario imaginario. La falacia de la tradición o *argumentum ad antiquitatem* es una falacia de relevancia que se utiliza para tratar de hacer pasar por válidos, en el presente, los argumentos o motivos que dieron lugar a un fenómeno en el pasado. Apelando al valor de la tradición se niega la posibilidad de cambio. Otras estrategias como la generalización apresurada y el argumento de fundación de lo real por el ejemplo también apelan al principio de previsibilidad tratando de crear una teoría a partir de un caso particular (Perelman y Olbrechts-Tyteca 2009 [1989]).

4.4. Sumisión a la autoridad y sus estrategias

La conducta de sumisión a la autoridad nos permite alejar el sentimiento de vulnerabilidad, ya que nos acerca a quien representa el poder y la autoridad. Esta conducta se relaciona con el *ethos* aristotélico, pues la figura de autoridad debe ofrecer una imagen de credibilidad y reputación adecuadas para que tenga efectos persuasivos. De esta manera, los discursos provenientes de figuras a las que otorgamos la cualidad de respetabilidad tienen la capacidad de persuadir incluso cuando el mensaje no es comprendido completamente. Al contrario, será complicado para un ponente político persuadir a una audiencia si ha quedado previamente desautorizado o no goza del aura de respetabilidad deseable. La respuesta de sumisión a la autoridad es innata, pero aquello que consideramos respetable no lo es. Hay representantes políticos que deciden prescindir de una prenda distintiva como la corbata, sabedores de que no tendrá el mismo efecto de respetabilidad en sus paradesinatarios que en los destinatarios de sus rivales políticos.

Las estrategias retóricas más destacadas para despertar la conducta de sumisión a la autoridad son las falacias *ad hominem* y *ad verecundiam*, la del hombre de paja y la figura de la

personificación. Las dos primeras son falacias de relevancia; funcionan haciendo descansar la validez de una postura en la reputación, positiva en *ad verecundiam* y negativa en *ad hominem*, de quien sostiene tal postura. Al igual que en la de *ad hominem*, en la falacia del hombre de paja también se trata de desacreditar al opositor; en este caso, haciendo uso de sus argumentos más débiles o incluso caricaturizándolos para que sea más fácil refutarlos después.

Por último, la personificación es una figura retórica por la que se atribuyen a los seres inanimados, como las leyes, características o cualidades propias de los seres animados, como dictar, enunciar o sostener algo. Relacionamos esta estrategia con la conducta de la sumisión a la autoridad, porque permite mostrar una idea presente en una ley como una tesis emitida por una autoridad que posee atributos racionales, de manera que se obvia que estos textos son el fruto de debates pasados entre individuos.

5. Metodología de análisis

Puesto que nuestro objetivo es comprender los principios persuasivos a los que apelaron unos y otros en el tema del matrimonio igualitario, hemos realizado un análisis cualitativo de las transcripciones de los diarios de sesiones de las distintas cámaras de representantes.

En el Parlamento español, compuesto por las Cámaras Alta (Senado) y Baja (Congreso), se produjeron un total de ocho sesiones parlamentarias divididas en cinco dictámenes, una presentación legislativa, una modificación y una comparecencia de expertos.

De la Cámara de representantes en Argentina hemos estudiado el acta de la 9.^a sesión ordinaria, producida en la Cámara de Senadores de la Nación, en la que se aprobó el dictamen de modificación de la Ley civil de Matrimonio. El debate comenzó cerca del mediodía del día 14 de julio y terminó alrededor de las 4 de la mañana del 15 de julio de 2010. El corpus de análisis del debate en Uruguay lo componen las versiones taquigráficas de doce votaciones, seis en la Cámara de los diputados y cuatro en la del Senado, tanto en plenario como en la Comisión de Constitución y Códigos. De la Asamblea Legislativa del Distrito Federal se han estudiado las transcripciones de *El diario de los debates* del 21 de diciembre de 2009, cuando tuvo lugar la discusión y aprobación del dictamen por el que se reformó el Código Civil.

Todas estas transcripciones han sido tomadas de los diarios de sesiones disponibles en las páginas web de las cámaras representativas de los distintos países. Una vez seleccionado el conjunto de textos que serían objeto del análisis, se han hecho diversas lecturas en busca de las macroproposiciones que representan la información más repetida en los debates. Estas macroproposiciones son el resumen, por generalización y abstracción, del contenido semántico de las numerosas proposiciones que componen las transcripciones, de manera que facilitan la comprensión de los textos y el almacenamiento de ese contenido semántico fundamental en la memoria (van Dijk 1980).

Tras haber hallado las macroproposiciones que constituyen el contenido semántico principal

de los debates, hemos organizado estas en distintos temas expresados en forma nominativa. Esta división temática nos ha servido para comprender en qué temas se han producido unos argumentos u otros o se ha apelado a determinadas conductas. Con los contenidos agrupados en temas, hemos realizado un análisis del nivel microtextual en busca de argumentos y figuras retóricas, que han sido clasificados según su tipología. Como ya vimos en el apartado anterior, los argumentos rara vez son expuestos como tales; generalmente aparecen como entimemas o argumentos simplificados que completan una de sus premisas o la propia conclusión con proposiciones no expresadas explícitamente, pero que sí son reproducidas en los modelos mentales de la audiencia (van Dijk 2012).

Para ofrecer ejemplos del análisis realizado, se extraen fragmentos de las actas de las sesiones de los debates producidos en cada una de las cámaras de representación de los distintos países estudiados. Se acompañan los fragmentos de información sobre el emisor (apellidos y postura en el debate), la cámara en la que fue producido, el estado, la fecha y el número de página. En el caso de las versiones taquigráficas uruguayas, se sustituye el número de página por el número de párrafo en el que, dentro de la intervención del ponente, se localiza el fragmento.

6. Resultados

6.1. Temas de debate y argumentos utilizados

En este apartado nos interesa ver qué tipos de argumentos se utilizaron en cada uno de los temas del debate para ponerlo en relación con los principios persuasivos y sacar conclusiones sobre similitudes y diferencias en los discursos de progresistas y conservadores. En la tabla que encontramos a continuación, vemos un resumen de las estrategias retóricas que han sido utilizadas en cada uno de los temas por cada sector.

Aquellas estrategias que no fueron utilizadas por más de un ponente han sido desechadas, ya que podrían corresponder a realizaciones no representativas del discurso del sector ideológico.

Estrategias	Derechos y discriminación	Definición de matrimonio	Efectos de la ley	Actitud del oponente	Adopción	Concepción de la homosexualidad	Actitud de la Iglesia
Ad antiquitatem		■			■	■	
Ad baculum			■	■	■		

Ad consequentiam	○		■ ○				
Ad hominem				■ ○	■	■	■ ○
Ad ignorantiam					■ ○		
Ad misericordiam	○				■		
Ad populum	■			■ ○	○	○	
Ad verecundiam		■			■ ○	■	
Comparación	■ ○			○			
Definición		■ ○			■ ○		
Falso dilema	○			■			
Falsa premisa	■	■					
Hombre de paja				○			■ ○
Incredulidad		■				○	
Juego de cifras						■ ○	
Justicia	○	■					
Metáfora	○	■	■ ○	■ ○			
Modelo		■ ○		■	■ ○		

Personificación		■					
Petito Principi	■	○		○	○		
Pregunta compleja				■ ○			

Tabla 1.- Estrategias retóricas utilizadas en cada gran tema.
 Progresistas círculo / Conservadores cuadrado.

Como se puede observar en la tabla, los conservadores produjeron cada una de las 21 estrategias detectadas en los discursos. Por otra parte, consiguieron producir una mayor variedad de tipos argumentativos en los distintos temas, 37, por 29 de los progresistas. Esto podría deberse a lo que Sánchez García (2012) ha señalado como estrategias típicas de la oposición, en este caso representada por los opositores a la propuesta legislativa, cuyos discursos suelen caracterizarse por un estilo más argumentativo frente a la de los miembros del Gobierno, quienes están legislando, cuyo discurso tuvo un carácter más expositivo.

Como observamos en la tabla, los temas que mayor variedad de estrategias argumentativas nos ofrecieron fueron los de La definición del matrimonio (10), Adopción (10), La actitud del oponente (10) y Discriminación y derechos de los homosexuales (9). Los otros tres temas, Los efectos de la ley (3), La concepción de la homosexualidad (6) y La actitud de la Iglesia (2), produjeron menor diversidad. Lo cierto es que, en un tema como Los efectos de la ley, el argumento *ad consequentiam* casi gozó de exclusividad, pues invitaba a argumentar utilizando las posibles consecuencias de la propuesta legislativa.

Tema 1. Discriminación y derechos de los homosexuales

En este tema, tanto progresistas como conservadores coincidieron en calificar de injustas las discriminaciones que los sujetos homosexuales habían padecido a lo largo de la historia. La diferencia entre un sector y otro fue la de calificar la reforma legislativa que permitía el matrimonio entre personas del mismo sexo como un acto de discriminación o no.

Por medio de la falacia *ad misericordiam* los progresistas trataron de activar emociones como la pena y la simpatía hacia los sujetos homosexuales para demostrar que su postura en este debate era la correcta. También cobraron relevancia los argumentos de justicia, de esta manera se exponía que los homosexuales eran, en esencia, iguales a los heterosexuales, y que, por tanto, merecían los mismos derechos.

Para los conservadores, las falacias de *Petito Principii* y de falsa premisa fueron especialmente productivas. Con la primera, los oradores trataron de presentarse como individuos con sentimientos positivos hacia los homosexuales; con la segunda, trataron de

hacer ver que la alternativa de uniones civiles no planteaba diferencias respecto a la figura del matrimonio en cuanto al reconocimiento de derechos y ventajas. Puesto que ciertos reconocimientos como el de adopción conjunta quedaban excluidos en la figura de unión civil, consideramos que este argumento tiene una falsa premisa.

Tema 2. La definición del matrimonio

El tema en el que se trató en qué consistía el matrimonio fue especialmente recurrente en el sector conservador. El diccionario de referencia para el mundo hispanohablante registraba entonces (y sigue registrando en su primera acepción) que *matrimonio* es la “unión de hombre y mujer, concertada mediante ciertos ritos o formalidades legales, para establecer y mantener una comunidad de vida e intereses” (Real Academia Española 2018). Los conservadores trataron de poner énfasis en la primera parte de la definición “unión de hombre y mujer”, mientras que los progresistas lo hicieron con las últimas: “comunidad de vida e intereses”. Por tanto, ambos hicieron uso de la estrategia de definición, que constituye un argumento casi lógico (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1989). También fue utilizado el argumento que funda lo real por el modelo. El modelo para seguir sería, para los progresistas españoles, el de los Países Bajos y Bélgica, en los que ya se había implementado el matrimonio entre personas del mismo sexo cuando se produjo el debate. El propio Estado español se convertiría en modelo a seguir en los debates de los países de América latina. Estas naciones servirían de antimodelo de los conservadores.

Otra estrategia ampliamente utilizada en este tema fue la figura de la personificación, con la que se otorgaba a los textos legislativos la capacidad de dictar y recomendar; como si el Código Civil, la Constitución o el diccionario fuesen autónomos y no hubiesen sido creados por personas concretas en un momento histórico también concreto. Por último, debemos destacar la falacia *ad antiquitatem*, gracias a la cual los conservadores mostraron su preferencia por la prevalencia de los significados tradicionales de la institución social del matrimonio.

Tema 3. Los efectos de la ley

Un tema importante para ambos sectores fue el de las posibles consecuencias del acto legislativo en disputa; bueno para la sociedad, según los progresistas, o de efectos adversos, para los conservadores. La falacia *ad consequentiam* fue la elegida por ambos sectores para presentar los beneficios o posibles riesgos de la ley.

Tema 4. La actitud del oponente

El tema en el que se trataba la actitud del rival en el debate fue uno de los más ricos en cuanto a producción de estrategias argumentativas. Para los conservadores casi todas estas estrategias pasaron por la producción de falacias de relevancia; los progresistas, en cambio, ofrecieron una variedad similar de falacias de relevancia y de presuposición ilegítima. Los progresistas acusaron a los conservadores de hipocresía por decir que estos estaban en contra de la discriminación mientras mantenían el veto a las propuestas legislativas; por su parte,

quienes hacían oposición a la propuesta legislativa acusaban de hipócritas a sus rivales por defender la tolerancia y valores democráticos al tiempo que imponían esta ley. Los conservadores también hicieron uso de la falacia *ad populum* para mostrar que adherirse a su causa era decantarse por la postura mayoritaria.

Tema 5. La adopción

Las distintas propuestas legislativas planteadas en cada uno de los estados tenían como consecuencia el acceso de los homosexuales a la adopción conjunta. Así que también en este tema hubo posturas encontradas, con los conservadores tratando de sembrar la duda sobre la conveniencia de permitir la adopción a parejas del mismo sexo. Para ello se sirvieron de las falacias *ad hominem* y *ad consequentiam*, con las que provocaron el estímulo del miedo a lo desconocido. El sector progresista trató de reducir ese estímulo apelando a la falacia del sentido común y señalando que el buen funcionamiento de las familias homoparentales era una realidad conocida por todos.

Tema 6. La concepción de la homosexualidad

Los progresistas hicieron uso de la falacia de incredulidad y de un tipo de falacia *ad populum*, la de evidencialidad. Por su parte, los conservadores se centraron en falacias de relevancia *ad hominem* para desprestigiar las voces que despatologizaban la homosexualidad, o *ad verecundiam* para dar crédito a quienes cuestionaban la naturalidad de esta.

Tema 7. La Iglesia católica

Durante el periodo en el que tuvieron lugar los debates en los distintos países, la Iglesia católica y sus delegaciones estuvieron muy activas en la defensa de su postura en contra del matrimonio homosexual. Por tanto, también las creencias religiosas y, en concreto, la Iglesia católica, fueron tema de debate político en las cámaras. Fue un tema al que recurrieron más los progresistas que los conservadores. Los primeros intentaron desautorizar la postura en contra del matrimonio a través de la falacia *tu quoque* caricaturizando los argumentos de los conservadores como ideas más próximas al mundo religioso y místico que al cívico.

6.2. Apelación a los distintos principios persuasivos en los distintos temas

Principios / Temas	Autoimagen positiva	Gregarismo	Previsibilidad	Sumisión a la autoridad
1. Derechos y discriminación	○	■	■ ○	
2. Definición de	○	■	■ ○	■

matrimonio				
3. Efectos de la ley	○	○	■ ○	
4. Actitud del oponente	■	■ ○	■ ○	■ ○
5. Adopción	■ ○	■ ○	■ ○	○
6. Concep. de la homosexualidad		○	■ ○	■
7. Actitud de la Iglesia católica			■ ○	■

Tabla 2.- Principios retórico-argumentativos a los que apelaron en distintos temas conservadores (cuadrado) y progresistas (círculo).

6.2.1. Abundancia en el recurso a la previsibilidad por parte de los dos sectores

Observamos que en cada uno de los grandes temas del debate ambos sectores apelaron al principio de previsibilidad. Según este principio, la audiencia tiende a inclinarse a apoyar las ideas más sencillas de procesar o que encajan mejor en sus expectativas y les resultan más familiares. Mientras el sector a favor del matrimonio trataba de reducir la incertidumbre respecto a la postura propia mediante macroproposiciones como “la ley tendrá efectos positivos” o “el matrimonio no va a perjudicar a nadie”, el sector en contra del matrimonio trató de incrementar el grado de incertidumbre respecto a las posturas del sector a favor. A diferencia de los progresistas, los conservadores no intentaron persuadir reduciendo el estímulo del miedo, sino incrementándolo respecto a la postura ajena.

En los temas de La definición del matrimonio y de Adopción, los conservadores aprovecharon para utilizar el *argumentum ad antiquitatem* o falacia de la tradición. Esta estrategia recurre al principio de previsibilidad, pues apela al sentimiento de seguridad rechazando la incertidumbre que viene aparejada a los cambios. Gracias a esta falacia informal de relevancia trataron de negar la posibilidad del cambio de la figura del matrimonio refiriéndose a esta como la unión de un hombre y una mujer:

- (1) [...] Señorías, defender el matrimonio tal y como lo configura nuestra constitución no es discriminar a nadie. El matrimonio es una institución presocial, señorías: la unión estable entre hombres y mujeres viene existiendo en la Humanidad desde mucho antes de que naciera el Derecho. Nuestra

Constitución, en su artículo 32, dice taxativamente “el hombre y la mujer tienen derecho a contraer matrimonio”. (Conde Bajén (En contra). Comisión de Justicia (Senado, España) 14-06-2005, p. 11, párrafo 3).

- (2) [...] Se pretende modificar el concepto de matrimonio que por siglos es, ha sido y será la unión entre una mujer y un hombre para cumplir dos finalidades concretas: la ayuda mutua y la posibilidad de engendrar a los hijos. (Carlo Fabián Pizano Salinas (En contra). Asamblea legislativa del Distrito Federal, 21-12-2009, p. 24, párrafo 13).

En ambos fragmentos se recurre a la tradición de la institución matrimonial para llegar a una conclusión que apela al principio de lo previsible: los homosexuales no son aptos para el matrimonio porque nunca antes lo han sido. Estas falacias de relevancia apuntan claramente al carácter conservador del sector que se posicionó en contra del matrimonio igualitario. Los conservadores se oponen al cambio de configuración de las instituciones (matrimonio, familia o filiación) porque desean preservar su significado. Motivados por esta actitud en los debates, los progresistas señalaron que sus oponentes políticos también se opusieron, en el pasado, a grandes cambios que harían que el matrimonio dejase de ser sagrado e indisoluble para pasar a ser civil y terminable, como la introducción del divorcio o del matrimonio civil. Estos cambios son, en sí mismos, una refutación al argumento que apela a la tradición.

Pero el mayor esfuerzo persuasivo se vio encarnado en los *argumentum ad consequentiam* o falacias de consecuencia. Como en los ejemplos:

- (3) [...] En primer lugar, hoy tenemos una prueba evidente y muy comprobada acerca de que todos los cucos que siempre se agitaron, que todos estos discursos orientados o provenientes de paradigmas fuertemente conservadores, fundamentalistas y que básicamente han hecho hincapié siempre en tres cosas, por ejemplo, el fin de la familia, la destrucción de la sociedad o la violación del orden natural además de doce años de experiencia en diferentes países del mundo, algunos del primer mundo y otros tercer mundistas como el caso de Sudáfrica, de que nada de esto sucedió (Señor Sempol [A favor]. Comisión de Constitución de la Cámara de Representantes de Uruguay, 25-7-2012, párrafos 3 y 4).
- (4) [...] Esta votación no vulnera ni debilita al matrimonio ni a la familia, al contrario, las fortalece como instituciones públicas protegidas por la Ley, con nuevas garantías de pluralidad y de derechos, hace mejor a nuestra sociedad (Romo Guerra [A favor]. Asamblea legislativa del Distrito Federal, 21-12-2009, p.18, párrafo 15).

Como vemos, a través de la negación de consecuencias negativas para la sociedad (3) o de la aseveración de efectos positivos (4), los progresistas trataron de apelar a un horizonte previsible que no alejase a su electorado de sus posturas en este tema. Los conservadores apelaron justamente a lo contrario: la imprevisibilidad como característica fundamental de

las consecuencias que se derivarían de esta reforma, especialmente en la crianza de los niños. Así, en el ejemplo:

- (5) [...] ¿Qué es lo que más me preocupa? Me preocupa y mucho –me preocupa y mucho, y con esto voy terminando– que el proyecto que viene de la Cámara de Diputados no ha abordado integralmente una reforma del nivel que se quiere hacer. Por ejemplo, como dije antes, las acciones de filiación no han sido modificadas. No me preocupa que las personas homosexuales, si se quieren casar, se casen, sino el efecto sobre terceros (Señora Negre [En contra]. Comisión de Constitución de la Cámara de Representantes de Uruguay, 25-7-2012, párrafo 23).

Vemos que se muestra preocupación por *terceros*, lo que parece hacer alusión a los niños, pues se estaba hablando de ellos. Se apela a la incertidumbre que genera un cambio en un grupo poblacional al que la sociedad es claramente sensible. Por otro lado, también se mostró preocupación por la demografía, tal y como vemos en 6:

- (6) [...] La complementariedad que se da entre una mujer y un hombre es tan perfecta que tiene como consecuencia la generación de una nueva vida. Así el matrimonio entre la mujer y el hombre es tan importante para el derecho porque es la única que garantiza un futuro para el Estado y la sociedad mexicana. (Carlo Fabián Pizano Salinas [En contra]. Asamblea legislativa del Distrito Federal, 21-12-2009, p. 25, párrafo 12)

Así pues, para los conservadores se trataba de no situar al mismo nivel legislativo una unión que no solo no ofrecía los mismos beneficios sociales, sino que ponía el provenir de la sociedad en riesgo.

6.2.2. Recurso al gregarismo en distintos temas

Progresistas y conservadores también han recurrido en el mismo número de temas (4) al principio de gregarismo. A diferencia de la previsibilidad, la conducta de gregarismo no trató de ser activada en cada uno de los temas tratados por ambos sectores. En los temas de Actitud del oponente y Adopción fue un recurso utilizado en ambos sectores; además, los progresistas apelaron a este principio en Efectos de la ley y Concepción de la homosexualidad y los conservadores, en Discriminación y derechos y Definición de matrimonio. Como dijimos, los persuasores trataron de ofrecer una imagen de aislamiento social de aquellos que apoyaban la idea de los rivales políticos al tiempo que presentaron su postura como mayoritaria. Ambos sectores ideológicos se atribuyeron el respaldo mayoritario tanto de la calle como de las instituciones. En el caso del tema de la adopción, ambos trataron de apelar a la evidencia para convencer a los destinatarios.

Así, se argumentó que esta reforma no era la opción mayoritaria en los países del entorno (7), que no era un deseo de la mayoría ciudadana (8) o que la mayoría de esas personas no podrían beneficiarse de ella (9):

- (7) [...] Ayer teníamos una nueva manifestación, un comunicado conjunto de las distintas confesiones religiosas, pero ustedes siguen sin escuchar a la gran mayoría de la sociedad, actúan, como decía Hayek, con la fatal arrogancia de los gobernantes que imponen su visión del mundo e incluso de la propia vida de cada persona. (Torme Pardo [En contra]. Pleno [Congreso de España] 21-04-2005, p. 4118, párrafo 8).
- (8) Llegamos a esta Sesión sin haber llevado a cabo un amplio debate social, sin haber escuchado la voz de los especialistas ni de los ciudadanos, sin que esta Asamblea hubiera realizado foros institucionales a fin de tener los elementos necesarios para originar una mejor legislación en un tema tan polémico y que tanto polariza a la sociedad (Rodríguez Doval [En contra]. Asamblea legislativa del Distrito Federal, 21-12-2009, p.16, párrafo 1).
- (9) [...] Antes de comenzar con el análisis del proyecto que me han enviado quería decir que no sé en qué medida la sociedad uruguaya precisa una ley como esta. Si bien hoy en día las uniones entre personas del mismo sexo se solucionan mediante la Ley N° 18.246 de unión concubinaria, debo decir que personalmente no conozco parejas del mismo sexo que hayan recurrido a que se declarara judicialmente su concubinato. Me da la impresión que se trata de una ley que admitirá el matrimonio entre personas del mismo sexo, pero tengo mis dudas sobre la utilización que tendrá por parte de estas personas (Howard [En contra]. Comisión de Constitución de la Cámara de Representantes de Uruguay, 25-7-2012, párrafo 2).

Vemos que en los tres casos se apela al gregarismo para cuestionar aquello que no es mayoritario, sea esto el apoyo social, los países que comparten legislación o los beneficiarios de la ley. Los conservadores trataron de hacer ver que los costes de esta propuesta legislativa eran demasiado grandes para que sus posibles beneficios repercutieran en un grupo poblacional minoritario, que la ley apenas gozaba de apoyo y que contaba con escasos referentes.

Por su parte, los progresistas apelaron al gregarismo, sobre todo en el tema de Adopción, al considerar que el sentido común dictaba que los niños crecerían igual de sanos en una familia homoparental. Así podemos observar en:

- (10) [...] De todos modos, para acabar con este tema, sinceramente creo que no tenemos que justificarnos. Es obvio y está aceptada la idoneidad de las personas homosexuales para adoptar y educar niños tanto social como científica y jurídicamente. Quien defienda lo contrario es quien debe justificar que sus argumentos son así y avalar que no se basan en el hecho de discriminar por razones de orientación sexual (Montón Giménez [A favor] Comisión de Justicia. Pleno [Congreso]. 21-04-2005, p. 4120, párrafo 4).

Se hace referencia a lo obvio para poner de manifiesto que las disciplinas científica o jurídica apoyan la adopción por parte de parejas homosexuales y la postura a favor de la reforma

legislativa. Los progresistas intentaron hacer ver que el cambio legislativo no llevaba aparejado un cambio significativo en la situación de los niños, sino que simplemente se daba cobertura legal a una realidad ya existente. De esta manera trataron de reducir la incertidumbre sobre su postura.

6.2.3. El principio de autoimagen positiva aparece en mayor número de temas del discurso progresista

Los dos principios que fueron explotados de manera desigual por los distintos sectores son los de autoimagen y sumisión a la autoridad.

El principio de autoimagen positiva fue utilizado por el sector a favor del matrimonio en cuatro de los siete temas del debate. El sector a favor del matrimonio se sirvió de la estrategia de la disonancia cognitiva para lograr que los destinatarios se adscribiesen a su postura. Dentro de esta estrategia, se utilizaron principalmente dos recursos: el *argumentum ad misericordiam* y la falacia del falso dilema. Con el primero los progresistas trataron de despertar en la audiencia sentimientos de simpatía, compasión o pena (*argument from pity*) para demostrar que el matrimonio era un derecho ganado por los sujetos homosexuales, un reconocimiento por haber sufrido discriminación durante tantos años. Tal como en los ejemplos:

- (11) [...] Señorías, hoy es necesario hacer un poco de historia, hoy es necesario recordar a gays y lesbianas, a todos esos hombres y mujeres que por el simple hecho de ser ellos mismos fueron encarcelados, perseguidos, insultados, agredidos o simplemente mal vistos. Sirva hoy esta ley que vamos a aprobar como homenaje y reconocimiento a todos ellos, a todos los colectivos y organizaciones que de manera cívica y democrática han trabajado durante estos años por la igualdad. (Montón Giménez [A favor]. Comisión de Justicia. Pleno [Congreso]. 21-04-2005, p. 4119, párrafo 5).
- (12) [...] Gays, lesbianas y transexuales han hecho un largo y duro camino, que viene de un trayecto histórico lleno de obstáculos, aversiones, discriminaciones, presiones y vejaciones, que nosotros de manera humilde queremos reconocer aquí (Cerdà Argent [A favor]. Debate a la totalidad [Congreso de España]. 17-03-2005, p. 3786, párrafo 4).

Puesto que la idea con la que nos quieren persuadir en este tema es la de que los homosexuales tienen derecho a casarse, la proposición que sirve como premisa a esa tesis final es la de que “los homosexuales han sido discriminados”. Lo mismo sucede en estos fragmentos extraídos de los hemisiclos mexicano y argentino:

- (13) [...] Hoy esta Ciudad otorga derechos a quienes nos los tenían, esta Asamblea habla en voz alta y con respeto profundo por quienes hasta hoy han sido silenciados. (Romo Guerra [A favor]. Asamblea legislativa del Distrito Federal, 21-12-2009, p. 19, párrafo 4).

- (14) [...] Y esto es lo que hemos venido a defender: la inclusión a nuestra vida social, a nuestro sistema jurídico y democrático, de una minoría injustamente segregada (Rojkes de Alperovich [A favor]. Cámara de senadores de Argentina, 14 de julio de 2010, p. 39, párrafo 4).

A través de la representación de los homosexuales como receptores de un tratamiento injusto por parte de la sociedad, la propuesta legislativa fue presentada como una compensación por haber sufrido esa discriminación. Este tipo de argumento alberga un razonamiento irrelevante desde el punto de vista lógico, y es, por tanto, una falacia informal. No obstante, posee credibilidad y fuerza persuasiva desde el punto de vista retórico, pues apela al principio de autoimagen a través de la creación de una disonancia cognitiva. Los progresistas obligaron a la audiencia a elegir entre la postura a favor de la propuesta, que implicaba terminar con el sufrimiento de los sujetos homosexuales, o posicionarse en contra y seguir siendo artífices de su sufrimiento. Como vemos, adscribirse a la causa de los persuasores ofrece al destinatario la oportunidad de redimirse y reparar su autoimagen poniéndose, esta vez, de lado de las víctimas.

Otro tipo de argumento que sirvió para apelar a la conducta de la autoimagen positiva fue la falacia del falso dilema, con la que se trató de persuadir ofreciendo dos alternativas. La opción que representa la causa propia siempre es más positiva que la alternativa ofrecida, que suele albergar una carga semántica extremadamente negativa. Tal y como encontramos en estos fragmentos:

- (15) [...] El voto en contra del matrimonio sin discriminación, supone para nosotros sumarse precisamente a esa discriminación que acabo de describir; supone retroceder y no lo podemos hacer porque nuestra obligación, hoy, aquí, es proteger los derechos y libertades de los ciudadanos. (Navarro Casillas [A favor]. Pleno [Congreso de España]. 29-06-2004, p. 932, párrafo 3).
- (16) [...] En realidad, este proyecto de ley no es solo para aquellos que hasta el día de hoy no pueden acceder a un instituto; este debate nos involucra a todos porque tiene que ver con la sociedad en la que queremos vivir, si en una como la actual, que segrega a algunos ciudadanos por su orientación sexual o por su identidad de género, o en una más igualitaria, menos discriminatoria (Suárez [En contra] Comisión de Constitución de la Cámara de Representantes de Uruguay, 25-7-2012, párrafo 9).

Como vemos en 15 y 16, se presentan dos opciones antagónicas: por un lado, estar a favor de la ley; por otro, seguir siendo intolerantes y ejerciendo la discriminación. Se apela al principio de autoimagen, puesto que una de las opciones ofrecidas claramente dañaría el concepto que el destinatario tiene sobre sí mismo. La fuerza persuasiva de esta estrategia descansa en la disonancia cognitiva que se crea en los paradesinatarios, quienes no querían que la ley prosperase, pero tampoco deseaban representar los valores de intolerancia y discriminación. No obstante, hemos visto que los conservadores no comparten una de las premisas en las que se basa este argumento, la de que “la exclusión de las parejas homosexuales de la figura del matrimonio es una discriminación”. Esta premisa no es

enunciada explícitamente en el discurso de los progresistas, aunque, para que el argumento fuese comprendido, sí debió reproducirse en los modelos mentales de la audiencia.

Para el sector conservador, el carácter heterosexual del matrimonio descartaba a los homosexuales de esta figura, sin que esa exclusión supusiese una discriminación social o jurídica. Por tanto, para los conservadores, la premisa omitida supone una presuposición ilegítima y, en consecuencia, falaz. No obstante, la amenaza a la autoestima de los destinatarios (mediante la afirmación de que estar en contra de esta ley era equivalente a discriminar a los homosexuales) ofreció al bando progresista la posibilidad de reducir la disonancia: estar a favor de la ley y simpatizar con esta causa.

Por último, destacamos un tipo argumentativo propuesto por Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989), el de la fundación de lo real por el modelo. El bando progresista se sirvió de esta estrategia para apelar al principio de autoimagen sin recurrir a la disonancia cognitiva; lo hizo utilizando ciertos países (aquellos en los que se había aprobado una ley similar) como referentes positivos. En el caso del debate español solo había dos países que ya gozaban del matrimonio homosexual: Países Bajos y Bélgica. Ambos fueron propuestos como modelos a seguir por la sociedad española:

- (17) [...] Con una regulación del matrimonio entre personas del mismo sexo, el Estado español se podría alinear con Estados como Holanda, Bélgica y Canadá, los cuales han modificado recientemente su legislación civil para abrir el matrimonio civil a parejas homosexuales. (Cerdà Argent [A favor] Pleno [Congreso de España] 29-06-2004, p. 930, párrafo 3).
- (18) [...] Se nos ha preguntado más de una vez por qué establecer el matrimonio entre personas del mismo sexo en un contexto institucional, en un contexto como el europeo, en el que pocos países hasta la fecha han dado ese paso adelante. En primer lugar, hay ejemplos en el derecho comparado de las democracias avanzadas de la Unión Europea que invitan a dar un paso al frente a una sociedad y a un Parlamento cuya mayoría apuesta por el cambio. Ahí están los ejemplos belga y holandés, que han establecido esta institución. (López Aguilar [A favor]. Debate a la totalidad [Congreso de España]. 17-03-2005, p. 3772, párrafo 4).

Como vemos, los progresistas abogaron por seguir el modelo de estos países centroeuropeos. A su vez, el agente que imita la conducta del modelo puede servir de modelo a otros. Así sucedió en los discursos de los países latinoamericanos con el modelo representado por el Estado español:

- (19) [...] Holanda, Bélgica, España, Canadá, Sudáfrica, Noruega y Suecia son sólo algunos de los países que antes de nosotros han aprobado leyes en el mismo sentido que lo haremos aquí, algunas Legislaciones Locales de Estados Unidos y otros países también permiten este tipo de uniones (Romo Guerra

[A favor]. Asamblea legislativa del Distrito Federal, 21-12-2009, p.19, párrafo 16).

En 19, se propone al Estado español como modelo para el resto de países del mundo, porque este tiene por modelo a los países más avanzados de Europa. Como se intenta presentar el comportamiento de estas sociedades como una inspiración para el resto, nos advierten Perelman y Olbrechts-Tyteca (2009 [1989]) que quienes se inspiran en este modelo se conciben en un rango inferior respecto a la cualidad comparada. Por tanto, al tiempo que se trata de persuadir para alcanzar el estatus necesario para servir de modelo a otros, también se arroja una representación del propio Estado como un país inferior en la categoría de progreso social respecto a las entidades modelo. De esta manera se arroja una imagen negativa de la sociedad propia al tiempo que se ofrece la solución para repararla: seguir el modelo de los países avanzados y aprobar el matrimonio igualitario mejoraría la autoimagen que los destinatarios tienen sobre su país y sobre sí mismos.

6.2.4. El principio de sumisión a la autoridad aparece en mayor número de temas en el discurso conservador

La sumisión a la autoridad, en cambio, fue una conducta a la que los conservadores recurrieron en mayor número de temas que los progresistas, cuatro de seis, los primeros; dos de seis, los segundos. El modo en que el sector conservador apeló a este principio fue utilizando las falacias *ad verecundiam* y *ad hominem* y la figura de la *personificación*. Trataron de probar que su causa era la única secundada por las figuras de autoridad: las instituciones (jurídicas, políticas y religiosas) y las leyes. Las falacias *ad verecundiam* y *ad hominem* fueron ampliamente utilizadas en los temas de La actitud del oponente, La definición de matrimonio y Adopción. En este último, en el debate producido en España, se utilizaron argumentos de distintos estudios para cuestionar la postura progresista que sostenía que la crianza de los niños no estaba en peligro. Los países latinoamericanos se harían eco de esta discusión:

- (20) [...] Según el ya citado Catedrático en Psicología, el español Polaino-Lorente, los datos disponibles manifiestan una mayor incidencia de trastornos de identidad de género en los niños que han convivido con padres con conducta homosexual. Asimismo, en esos niños se da una mayor promiscuidad en su conducta sexual, y es mayor el número de contactos homosexuales antes y durante la pubertad (Howard [En contra] Comisión de Constitución de la Cámara de Representantes de Uruguay, 25-7-2012, párrafo 34).

Por otra parte, el *argumentum ad hominem* fue especialmente utilizado para disminuir la imagen de respetabilidad de los rivales políticos con el objetivo de intentar minar su autoridad:

- (21) [...] Esto no fue así. Nuevamente, el oficialismo nos lleva al tratamiento exprés, al todo o nada, a la división de la sociedad, como si en eso hubiera algún rédito político. Primero, fue la lucha contra el campo, después fue la

lucha contra *Clarín* y ahora parece que es la lucha contra la Iglesia; y los derechos de los que estamos hablando y los derechos de los niños parece que a nadie le importan (Escudero [A favor]. Cámara de senadores Argentina, 14 y 15 de julio de 2010, p. 46, párrafo 2).

Mediante las falacias *ad hominem* (21) y *ad verecundiam* (20) los conservadores trataron de otorgar a sus discursos el prestigio de quienes son secundados por una serie de expertos. Estas estrategias buscaron despertar la conducta de sumisión a la autoridad en los destinatarios, pues sabemos que estos últimos van a tratar de adscribirse a la causa de mayor prestigio para evitar el estímulo del miedo a la vulnerabilidad, al desorden o a la inseguridad. Junto a la metáfora, una de las figuras retóricas más utilizadas por los conservadores fue la *personificación*, que ocupó buena parte de las estrategias persuasivas en el tema de La definición de matrimonio. La podemos observar en estos ejemplos:

- (22) Señorías, el matrimonio siempre ha sido a lo largo de los siglos la unión entre un hombre y una mujer, y eso es lo que dice el artículo 32 de nuestra Constitución, que expresamente ha querido hacer esa diferencia de sexos: el hombre y la mujer tienen derecho a contraer matrimonio con plena igualdad jurídica. (Torme Pardo [En contra]. Pleno [Congreso de España]. 21-04-2005, p. 4118, párrafo 6).
- (23) El matrimonio, unión entre hombre y mujer recibe tal protección del marco jurídico porque ninguna otra unión es tan trascendental como lo es el matrimonio entre una mujer y un hombre. En cualquier otra relación entre dos personas sean de amistad o incluso amorosa entre personas del mismo sexo, los efectos de su relación se extinguen al terminarse la unión. (Pizano Salinas [En contra]. Asamblea legislativa del Distrito Federal, 21-12-2009, p. 25, párrafo 11).

En realidad, textos como las constituciones, los códigos civiles y otros marcos jurídicos son recipientes de ideas y no productores de ellas. La actual figura del matrimonio es el resultado de la voluntad de unos legisladores que pertenecían a un tiempo y cultura determinados. Sin embargo, gracias a la *personificación*, los conservadores trataron de representar los textos legislativos como entidades ajenas a la decisión de los legisladores. En 22 y 23 se oculta el hecho de que son individuos concretos en momentos concretos quienes deciden lo que es constitucional y lo que no. En cambio, si se representan las leyes como una entidad autónoma, es difícilmente asumible que los legisladores sean capaces de modificarla. Los sujetos homosexuales no serían aptos para el matrimonio porque las constituciones y códigos civiles, representados con voluntad propia, así lo *afirman*.

Así pues, mediante la atribución de cualidades propias de los seres humanos como *dictar*, *decir* o *disponer* se apela al principio de sumisión a la autoridad. Los conservadores trataron de persuadir a los destinatarios haciéndoles creer que los textos legislativos gozaban de autoridad propia, por encima del cuestionamiento que pudiesen llevar a cabo un grupo de legisladores.

7. Conclusiones

Con las propuestas legislativas que permitían el acceso al matrimonio a parejas compuestas por personas del mismo sexo, las sociedades hispanohablantes, tradicionalmente católicas y con gran apego al concepto de familia, se enfrentaron a uno de los grandes debates políticos de comienzos del siglo XXI. Si bien el debate se extendió por distintas esferas de comunicación, en este trabajo se han analizado los discursos parlamentarios que tuvieron lugar en las cámaras de representantes, con el objetivo de comprender qué estrategias persuasivas utilizaron quienes apoyaron el matrimonio igualitario y quienes se opusieron a él.

Primero se ha definido el discurso parlamentario como un subtipo de discurso político que se caracteriza por su contexto específico, su circuito comunicacional complejo, su función persuasiva y su especial mecánica argumentativa. Al mismo tiempo, la persuasión se sirve de la activación de una serie de conductas innatas a través del uso de distintos recursos retórico-argumentativos como las falacias lógicas, los argumentos casi lógicos o las figuras retóricas. Las elecciones discursivas en el plano argumentativo sirvieron para que unos y otros trataran de legitimar sus posturas respecto a este tema.

Tras el análisis del plano argumentativo-retórico de los discursos parlamentarios producidos en España, México D.F., Argentina y Uruguay con motivo de este debate, consideramos que los sectores a favor del matrimonio homosexual, a quienes hemos denominado progresistas, y en contra, a quienes hemos denominado conservadores, seleccionaron estrategias persuasivas diferentes. Si bien ambos, progresistas y conservadores, apelaron a los recursos de previsibilidad y gregarismo en el mismo número de temas, el principio de autoimagen positiva fue explotado en mayor medida por los ponentes progresistas, mientras que los conservadores optaron por el de sumisión a la autoridad en un mayor número de temas que sus oponentes.

Apelando al principio de autoimagen positiva, los progresistas trataron de despertar en los destinatarios las emociones de compasión y pena. Así, representaron a los homosexuales como sujetos padecedores de un sufrimiento histórico y el matrimonio, como una justa recompensa para ellos. De esta manera se trató de hacer creer que era obligación de la ciudadanía acabar con ese sufrimiento apoyando la propuesta del sector a favor del cambio legislativo. La alternativa al matrimonio se representó como una posible causa de sufrimiento y discriminación, por tanto, quien se opusiera a la Ley entraría en una disonancia cognitiva que arrojaría una autoimagen negativa y activaría el miedo al rechazo social.

Por su parte, los conservadores hicieron abundante uso de falacias cuyas ideas basaban su credibilidad en el grado de respetabilidad de quien constituía la fuente. Al mismo tiempo, intentaron representar los marcos jurídicos como textos de autoridad inalterables a los que los legisladores y la ciudadanía debían someter sus juicios y voluntades. Ambas estrategias sirvieron para apelar al miedo a la vulnerabilidad y al desorden mediante el recurso a la sumisión a la autoridad, con el que pretendieron ofrecer el marco de seguridad que genera adherirse a la causa de prestigio.

En definitiva, consideramos que mediante la realización de un análisis lingüístico-discursivo de los tipos argumentativos utilizados podemos comprender mejor los recursos persuasivos a los que apelan los persuasores políticos. También pensamos que esta aproximación temática en el plano argumentativo permite observar diferencias en el eje ideológico progresistas-conservadores que pondrían en cuestionamiento la supuesta desideologización de la política, al menos en el tema que nos ocupa. Sería interesante aplicar este método de análisis en distintos temas que hayan enfrentado a los políticos de acuerdo a este eje horizontal y así comprobar si la preferencia por unos principios persuasivos u otros se repite.

Referencias bibliográficas

Alvar López, Manuel. 1991. Lenguaje político: el debate sobre el estado de la Nación (1989). *Lingüística Española Actual* 13: 5-39.

Arce Castillo, Ángela. 2006. *El lenguaje político. Recursos pragmáticos-discursivos en registros formales e informales*. Salamanca: Ratio Legis.

Arocena, Felipe; Aguiar, Sebastián. 2017. Tres leyes innovadoras en Uruguay. Aborto, Matrimonio homosexual y Regulación de la marihuana. *Revista Ciencias Sociales* 40: 43-62. Disponible en:

http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S079755382017000100003&script=sci_arttext

Asamblea Legislativa del Distrito Federal. 2009. Diario de los debates del 21 de diciembre. Disponible en: <http://aldf.gob.mx/archivo-a6c06bdbe9de9e339d13267eddee5fc1.pdf>

Berger, Charles R.; Calabrese, Richard J. 1975. Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication. *Human Communication Research* 2: 99-112

Bitonte, María Elena; Dumm, Zelma. 2007. *El discurso parlamentario: ¿diálogo en la torre de Babel?* Buenos Aires: Biblos.

Cavazza, Nicoletta. 1997. *Comunicación y Persuasión*. Madrid: Acento Editorial.

Cámara del Senado. 2005. Comisión de Justicia del 14 de junio. Disponible en:

<http://www.senado.es/legis8/publicaciones/pdf/senado/ds/CS0184.PDF>

Cámara del Senado. 2005. Comisión de Justicia del 20 de junio. Disponible en:

<http://www.senado.es/legis8/publicaciones/pdf/senado/ds/CS0189.PDF>

Cámara de Representantes de Uruguay. 2012. Versiones taquigráficas N° 1163, 1214, 1216, 1242, 1404 y 1563. Disponible en:

<http://www.diputados.gub.uy/plenario-y-comisiones/versiones-taquigraficas/>

Cámara de Senadores de la Nación. 2010. Debate del 14 y 15 de julio. Acta de la 9ª sesión ordinaria. Disponible en:

<http://www.senado.gov.ar/parlamentario/sesiones/14-07-2010/14/downloadTac>

Charaudeau, Patrick. 2009. La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político. En M. Shiro, , P. Bentivoglio y F. D. Erlich, eds. *Haciendo discurso. Homenaje a Adriana*

Bolívar. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, Caracas. Disponible en:

<http://www.patrick-charaudeau.com/La-argumentacion-persuasivaEl.html>

Congreso de los Diputados. 2004. Pleno del 29 de junio. Disponible en:

http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/DS/PL/PL_021.PDF

Congreso de los Diputados. 2005. Comisión de Justicia del 11 de abril. Disponible en:

http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/DS/CO/CO_243.PDF

Congreso de los Diputados. 2005. Comisión de Justicia del 15 de abril. Disponible en:

http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/DS/CO/CO_243.PDF

Congreso de los Diputados. 2005. Pleno del 17 de marzo. Disponible en:

http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/DS/PL/PL_078.PDF

Congreso de los Diputados. 2005. Pleno del 21 de abril. Disponible en:

http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/DS/PL/PL_084.PDF

Congreso de los Diputados. 2005. Pleno del 30 de junio. Disponible en:

http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/DS/PL/PL_103.PDF

Díaz Rojo, José Antonio. 1994. Las metáforas sobre la situación política española en la primavera de 1994 a través de los medios de comunicación. *Español actual* 62: 55-66.

Düring, Ingemar. 1990. *Aristóteles. Exposición e interpretación de su pensamiento*. México: UNAM.

Edelman, Murray. 1960. Symbols and Political Quiescence. *The American Political Science Review* 54(3): 695-704.

Edelman, Murray. 1988. *Constructing the Political Spectacle*. Chicago: Chicago University Press.

Fein, Steven; Spencer, Steven J. 1997. Prejudice as Self-Image Maintenance: Affirming the self through derogating others. *Journal of Personality and Social Psychology* 73(1): 31-44.

Fernández Lagunilla, Marina. 1980. Lexicología y política: Un campo léxico dentro del vocabulario republicano (1976- 1899). *Verba* 7: 379-380.

Fernández Lagunilla, Marina. 1999a. *La lengua en la comunicación política I: la palabra del poder*. Madrid: Arco Libros.

Fernández Lagunilla, Marina. 1999b. *La lengua en la comunicación política II: la palabra del poder*. Madrid: Arco Libros.

Festinger, Leon. 1954. A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations* 7: 117-140.

Festinger, Leon. 1957. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Gelabert-Desnoyer, Jaime J. 2006. Registro y funcionamiento de “nosotros” en el discurso parlamentario español contemporáneo. *Lingüística en la red* 4: 2-21. Disponible en:

<https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/24518>

Gobierno mexicano. 17 de mayo de 2016. México sin discriminación [blog]. Disponible en: <https://www.gob.mx/justiciacotidiana/articulos/mexico-sin-discriminacion>

Gomes, Wilson. 2011. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.

Lakoff, George; Johnson, Mark. 1980. *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago University Press.

Lakoff, George. 1996. *Moral Politics: What Conservatives Know that Liberals Don't*. Chicago: University of Chicago Press.

Lewandowski, Theodor. 1995. *Diccionario de Lingüística*. Madrid: Cátedra.

Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio. Boletín Oficial del Estado, 11362, de 2 de julio de 2005, pp. 23632-23634.

López Eire, Antonio; Santiago-Guervós, Javier de. 2000. *Retórica y comunicación política*. Madrid: Cátedra.

Nadeau, Richard; Cloutier, Edouard; Guay, Jean-Herman. 1993. New Evidence about the Existence of a Bandwagon Effect in the Opinion Formation Process. *International Political Science Review* 14(2): 203-213. Disponible en:

https://www.jstor.org/stable/1601152?seq=1#page_scan_tab_contents

Nolan, David. 1971. Classifying and Analyzing Politico-Economic Systems. *The Individualist*, 5-11.

Núñez Cabezas, Emilio; Guerrero Salazar, Susana. 2002. *El lenguaje político español*. Madrid: Cátedra.

Olarte Rosso, Nadia Violeta. 2013. *La homo-lesbofobia en el discurso: Análisis del debate para la aprobación del matrimonio entre personas del mismo sexo. En la sesión ordinaria de la asamblea legislativa del distrito federal, 21 de diciembre de 2009*. UNAM, México DF, Tesis doctoral.

Perelman, Chaïm; Olbrechts-Tyteca, Lucie. 2009 [1989]. *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.

Programa Electoral. Elecciones generales 2004. Partido Socialista Obrero Español. Disponible en: <http://web.psoe.es/source-media/000000348500/000000348570.pdf>

Reardon, Kathleen. 1991. *Persuasion in Practice*. SAGE: Londres.

Roiz, Miguel. 1996. *Técnicas modernas de persuasión*. Madrid: Pirámide.

Santiago-Guervós, Javier de. 2005. *Principios de comunicación persuasiva*. Madrid: Arco Libros.

Sánchez García, Francisco José. 2009. *Estudio pragmático del discurso periodístico político español. A propósito de los debates sobre el estado de la nación*. Granada: Universidad de Granada, Tesis doctoral.

Sánchez García, Francisco José. 2012. *Retórica parlamentaria española*. Madrid.

Santiago-Guervós, Javier de. 2012. *Principios de comunicación persuasiva*. Madrid: Arco Libros: Síntesis.

Schwartzberg, Roger-Gérard. 1977. *L'État Spectacle. Le Star System en politique*. Paris: Flammarion.

Senadora polémica: Los porteños quieren ser la capital gay del mundo. 19 de junio de 2010. *Los Andes*. Disponible en:

<https://web.archive.org/web/20100625022601/http://www.losandes.com.ar/notas/2010/6/19/un-497345.asp>

Sperber, Dan; Wilson, Deirdre. 2004 [1986]. La teoría de la relevancia. *Revista de Investigación Lingüística* 7: 237-286.

van Dijk, Teun A. 1980. *Texto y contexto*. Madrid: Cátedra.

van Dijk, Teun A. 2012. *Discurso y Contexto. Una aproximación cognitiva*. Barcelona: Gedisa.

Verón, Eliseo. 2009 [1987]. *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Wilson, John. 1990. *Politically Speaking. The Pragmatic Analysis of Political Language*. Oxford: Blackwell.

Zapata-Barrero, Ricard; González, Elisabet; Sánchez, Elena. 2008. *El discurso político en torno a la inmigración en España y en la Unión Europea*. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración.

La metaforización del Otro en la traducción de sus construcciones lingüísticas en los Medios

Mohamed El-Madkouri Maataoui
Universidad Autónoma de Madrid
el-madkouri@uam.es

Resumen

Los medios de comunicación de masas tradicionales están cada vez más sometidos a un análisis riguroso de sus producciones lingüísticas y a un seguimiento continuo de las representaciones que hacen del Otro (Alarcón 2004). Por ello, observamos que, de cierta descalificación directa y ordinaria a principios de los años noventa (El-Madkouri Maataoui 2009), se ha pasado a una serie de estrategias comunicativas con construcciones lingüísticas sutiles cuyo decir y querer decir no apuntan el mismo objetivo y que constituyen lo que se ha convenido en llamar “microracismos”.

De hecho, la presión académica y social de las últimas décadas, junto con una conciencia intelectual más informada, además de la presencia activa de este Otro entre Nosotros, han participado igualmente en reducir las manifestaciones del macroracismo, produciendo, en cambio, manifestaciones microdiscursivas que eluden la regulación y el rechazo social.

Sin embargo, existe otra manifestación discursiva a la cual se ha prestado menos atención: la metaforización del otro y su conversión en una caricatura de sí mismo.

En la presente investigación nos centramos precisamente en el análisis y descripción de la metaforización y caricaturización del Otro a través del discurso que se reproduce de él.

Palabras clave: medios de comunicación, macroracismo, microracismo, metáfora, caricaturización.

Abstract

Traditional mass media are increasingly subjected to a rigorous analysis of their linguistic productions and to a continuous monitoring of the representations they make of the Other (Alarcón 2004). For this reason, we observe that, from a certain direct and ordinary disqualification in the early nineties (El-Madkouri Maataoui 2009), a series of communication strategies has been adopted with subtle linguistic constructions: what they say and what they want to say have different objectives and they constitute what has been called “microracisms”.

In fact, the academic and social pressure during the last decades, along with a more informed intellectual conscience, in addition to the active presence of this Other among us, have also

caused the reduction of macroracism, producing, instead, microdiscursive manifestations that elude regulation and social rejection.

However, there is another discursive manifestation to which less attention has been paid: the metaphorization of the other and its conversion into a caricature of himself. In the present investigation we focus precisely on the analysis and description of the metaphorization and caricature of the Other through the reproduced discourse.

Keywords: mass media, macro racism, micro racism, metaphor, caricaturization.

1. La metaforización de “inmigrante”

En las siguientes líneas intentaremos analizar el desplazamiento semántico-semiótico de la palabra inmigrante desde lo puramente descriptivo de un desplazamiento en el espacio a una apreciación calificativa cargada de matices recubiertos de emociones y juicios de valor.

1.1. Inmigrante como descripción semántica

Es evidente que existe cierta discrepancia semiótico-pragmática entre el uso social y mediático de la palabra inmigrante y su acepción semántica denotativa establecida por el Diccionario de la Real Academia de España. Así, si se busca inmigrante, el DRAE (2014) especifica que se trata del “que inmigra”, por lo que remite al verbo inmigrar:

1. intr. Dicho de una persona: Llegar a un país extranjero para radicarse en él.
2. intr. Dicho de una persona: Instalarse en un lugar distinto de donde vivía dentro del propio país, en busca de mejores medios de vida.
3. intr. Dicho de un animal o de una planta: Asentarse en un territorio distinto del suyo originario.

Es evidente que las dos primeras acepciones hacen referencia a una persona que se desplaza de un lugar para instalarse en otro en busca de mejoras materiales. Este desplazamiento puede realizarse tanto dentro del país como fuera de él, con lo que la explicación se limita a lo meramente descriptivo de una realidad, sin ninguna carga ideológica adicional. Así se desprende igualmente de la lectura de la Ley Orgánica 4/2000, de 11 de enero, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social (BOE-A-2000-544), con lo que se puede entender que inmigrante es una persona que se instala en un lugar distinto al suyo para mejorar su vida mediante unos medios de los cuales se presupone que carece en su lugar original. Uno de estos medios, quizá el primordial, es el trabajo. Es decir, el inmigrante es, grosso modo, una persona que se instala en un país para trabajar y ganarse el sustento como resultado de dicho trabajo y, por ende, este vocablo es aplicable, en su dimensión extraterritorial, a cualquier trabajador instalado en España para este motivo.

1.2. Inmigrante como construcción semiótica

No obstante, lo dicho anteriormente, es observable que el uso social y mediático no solo informa de que una determinada persona es un trabajador extranjero, sino que es aplicado solamente a un tipo caracterizado de trabajadores, y no a todos. De hecho, es más inmigrante el marroquí, ecuatoriano, peruano, que el australiano, americano o japonés (siempre que no se confunda con chino), por ejemplo, aunque desde el punto de vista jurídico administrativo se les considera iguales y tienen que cumplir con los mismos requisitos.

Sin embargo, los medios, y por extensión la opinión pública, muy pocas veces entienden que un trabajador que ejerce en España y cotiza sus impuestos a la tesorería española es también inmigrante en el sentido arriba mencionado. Ahora bien, se observa que “inmigrante” está asociado a un tipo concreto de inmigrantes, como una representación metafórica de un entreteteje de asociaciones de significados que van desde el color de la piel al país de procedencia, pasando por el poder adquisitivo de la persona descrita.

El País reproduce el 11 de enero de 2010 una información de la Agencia EFE desde Granada con el título: “Expertos alertan del trato sensacionalista de la inmigración en los medios”.

Un estudio de la Universidad de Granada (UGR) denuncia la visión “victimista y sensacionalista” del colectivo inmigrante que se traslada desde los periódicos andaluces con el uso de términos como “avalancha”. Aunque la inmigración es un fenómeno que afecta “a todos los ámbitos de la vida cotidiana”, explica el estudio del Laboratorio de Estudios Andaluces, que dirige el profesor Francisco Javier García Castaño, el sujeto predominante en estas noticias sigue siendo “un varón adulto de piel oscura, procedente del continente africano” y en situación irregular. Los científicos, que critican el uso de titulares “dramáticos” como “Un cayuco de moribundos” (Herrera 11/11/2008) o “Días de infierno en una patera” (Navarrete 22/2/2009), alertan de que la mayor parte de noticias se concentre en el “viaje migratorio” y “en una de sus versiones más trágicas, pero no por ello más extendidas”: la llegada por vía marítima en pateras (“Varios expertos...”, 10/1/2010).

De hecho, las metáforas acuáticas de tipo olas (de inmigrantes), contener, impermeabilizar (las fronteras), goteo (de inmigrantes), y las bélicas de tipo luchar (contra la inmigración ilegal), disuadir, invadir, conquistar... son típicas del lenguaje mediático español, frente a las metáforas militares americanas, o higiénicas y de limpieza alemanas (Dimitriu de Quintero 2002). El lenguaje metafórico español es justificado cognitivamente por dos aspectos fundamentales: el geográfico y el histórico. Dos de las fronteras españolas son marítimas, al sur y al este, además de ser el país objeto de distintas invasiones a lo largo de su historia, sobresaliendo sobre todas la reciente cuestionada invasión musulmana que presentaba el norte y el sur del Mediterráneo como dos mundos consolidados en sí y separados e ignorados entre sí. Las recientes investigaciones hacen pensar que esta separación es más discursiva e imaginaria que real. Las expediciones de ayuda o de saqueo entre el norte y el sur del Estrecho de Gibraltar están bien atestiguadas desde épocas anteriores a la presencia romana y mucho más desde ese momento. Los restos epigráficos permiten tener la certeza de que se trataba de un trasiego constante. Es más, Tánger y el norte del Marruecos actual se unieron a la Bética

en la administración del tardo Imperio, como una diócesis, es decir, una provincia. Cualquiera que haya cruzado esos escasos quince kilómetros de mar en un día claro, de poniente o ábrego (el viento africano < *africum*) sabe que puede hacerse casi nadando.

Además de esta continuidad geográfica, lo más importante es la lingüística. Había también continuidad lingüística, comunicación e intercomprensión entre las dos riberas del Estrecho. Así lo sostiene Francisco Marcos Marín en un interesante trabajo sobre “Los posibles contactos africanos del romance andalusí”, en cuyo *Abstract* afirma:

Durante muchos años, se había puesto en duda la romanidad continuada de lo que se llama África. Varios desarrollos han contribuido a un cambio notable de paradigma. Entre otros, pueden señalarse: 1) La superación de una concepción interesada de la historia como justificación del colonialismo y del mito beréber como permanente oposición a la civilización; 2) los resultados de los trabajos arqueológicos que proporcionan datos nuevos o mejor analizados a historiadores y lingüistas; 3) el desarrollo de los estudios sobre el bilingüismo en el mundo latino que ha permitido una reformulación científica del problema y recategorización de los datos (Marcos Marín 2016b: 199).

Esta continuidad lingüística entre el sur y el norte del mediterráneo occidental es, por tanto, incompatible con todas las metáforas construidas sobre una base binómica y bipolar de tipo Ellos/Nosotros y Conquista/Reconquista, soterradas en el subconsciente colectivo y oportunamente recordadas y consolidadas por los medios. El mismo autor afirma en otro artículo (2016a: 149):

La historiografía moderna lleva algunos años reinterpretando los datos históricos de ese período y ha demostrado la continuidad de las instituciones romanas y, por supuesto, de la lengua latina norteafricana hasta varios siglos después de la ocupación musulmana (Bénabou 1976 [2005], Moderán 2003, Marcos Marín 2015a y b). Los arqueólogos han descubierto huellas evidentes de la continuidad de las estructuras romanas hasta muy dentro de esa región norteafricana, además de demostrar que el contacto entre Hispania y todo el norte de África, es decir, las Mauretania, Numidia y África, fue constante (Villaverde 2001, Gozalbes-Cravioto 2010, Gozalbes-Cravioto y Gozalbes-García 2014, Gozalbes-Cravioto 2015). Esta reivindicación no se realiza más desde ninguna ambición o perspectiva colonialista (En-Nachioui 1996-7, Roughi 2011, Ghouirgate 2015), sino tratando de reconstruir el pasado cultural del norte de un continente en el que convivieron las culturas líbica-bereber (camita), púnica o fenicia (semítica) y latina (indoeuropea), además de la relación general con otra cultura indoeuropea, la helénica gracias al comercio griego.

Con ello, concluye, en la misma fuente, que:

Los contactos entre las provincias romanas del norte de África: Mauretania Tingitana (Tánger, ár. Tingis y norte y centro de Marruecos), Mauretania Caesariensis (Argelia), Numidia (Argelia) y Africa (Túnez) habían sido constantes, especialmente desde

finales del s. II a. JC, cuando todos esos territorios pasaron a depender del Imperio Romano y Cartago se fue constituyendo en el gran centro económico y cultural del occidente del Mediterráneo. La breve interrupción del reino vándalo de Cartago (429-534) no supuso una gran alteración lingüística, el latín siguió siendo la lengua de comunicación, enseñanza y cultura. Los bizantinos, que derrotaron a los vándalos en 534 y ocuparon parte del territorio occidental e Hispania, eran también hablantes de latín. Ceuta, de donde partió la invasión del 711, era una ciudad latina. Además del latín se hablaban otras lenguas, como el bereber [...].

De todo lo anterior se puede deducir la continuidad lingüística y, probablemente, aunque en grados distintos, cultural y religiosa entre las dos riberas del Mediterráneo. Por ello, las metáforas basadas en la semiótica del bárbaro que irrumpe en nuestro espacio geográfico y, por extensión, mental y rompe nuestra continuidad histórica se han fundado sobre constructos lingüísticos y semióticos alejados de esta realidad continua y poco acorde a los binomios. Las hordas de bárbaros invasores no son más que un Nosotros o parecidos a Nosotros del otro lado del Estrecho. Los árabes, a no ser que fueran de la élite gobernante o “clérigos” no son los “invasores” de la Península, como los que, unos seis siglos después, luchaban por el territorio no lo hacían en nombre del islam y del catolicismo. De hecho, como se ha dicho anteriormente, las alianzas eran múltiples y el concepto de hermandad religiosa era laxo. En caso contrario, ¿cómo se explicarían las alianzas entre cristianos y moros en contra de otros cristianos y viceversa, moros que se aliaron con cristianos en contra de otros moros? En ambos casos el enemigo era el hermano en la fe.

2. La representación metafórica positiva del Otro, inmigrado

Las representaciones positivas de la inmigración son escasas en la prensa y suelen articularse alrededor de tres aspectos, especialmente en los últimos diez años, y casi siempre haciéndose eco de investigaciones universitarias: la aportación demográfica, la aportación económica y la aportación a la diversidad cultural y social. Podríamos encontrar también ejemplos de “integración” exitosa, que en principio podrían mejorar la imagen del colectivo inmigrante.

No obstante, en este sentido habría que tener en cuenta que estas representaciones positivas de la inmigración se presentan como anti-discurso (Oliveres 2011), siendo el discurso principal la metaforización negativa del inmigrado. Es decir, que estas construcciones lingüísticas pretenden, en ocasiones, crear otro tipo de discurso más directo, con el objeto de deconstruir las metáforas comunes que se vertebran en torno a la delincuencia y a la masificación que amenazan la seguridad pública, la identidad nacional, el bienestar social, etc. Muchas de estas metáforas corresponden a una representación antiinmigrante que reproduce una relación de desigualdad y de discriminación.

En este último caso, el inmigrado exitoso se presenta como “modelo” de lo que algunos medios quieren que sean los inmigrados. En todos los casos, implica una renuncia del inmigrado y su oposición a rasgos esenciales de su personalidad identitaria de partida, abogando por lo general por la asimilación frente a la integración.

Aun así, el número de noticias que representan positivamente a la inmigración y destacan las aportaciones que hace el colectivo a la sociedad son realmente escasas y prácticamente inexistentes en la prensa más conservadora antes de que los inmigrantes empezaron a salir de España por causa de la crisis. En la prensa conservadora, de encontrar alguna afirmación positiva, va acompañada de algún “pero” semántico o pragmático que implica la incompatibilidad de la inmigración con la identidad nacional.

Los artículos que inciden en la metáfora de la “bondad” de la inmigración se centran, sin embargo, en exclusiva, en su aportación instrumental y económica. La justificación económica de la inmigración es la más común de las argumentaciones a favor del fenómeno migratorio. Aunque es importante visibilizar esta aportación, ya que da justo reconocimiento al colectivo inmigrante y ayuda a romper tópicos discriminatorios, al ser un argumento “interesado”, es condicional, y no es suficiente para basar en él la integración del colectivo. Visto solo desde este prisma, los migrantes son “tolerados” porque producen beneficios económicos, lo que no deja de ser una concesión graciable que la sociedad receptora realiza en el marco de una relación desigual: en el momento en que dejasen de ser rentables por la causa que fuese, su permanencia no estaría justificada porque no los hemos integrado previamente en nuestro espacio mental social. Ni a ellos, ni a sus hijos y nietos nacidos en territorio nacional. El inmigrante, en este tipo de discurso, aunque positivo, es concebido como una herramienta del sistema productivo. Serían de esperar también construcciones lingüísticas metafóricas (contrarias a las negativas) para propiciar la integración del inevitable Otro en nuestro espacio mental como parte de una sociedad plural con un proyecto social común.

Esta misma visión utilitaria, economista e interesada de la inmigración la encontramos, por ejemplo, en un artículo antiguo de *El Mundo*, publicado el 24 de enero de 2010, bajo el título bastante metafórico de “Las maldades del buenismo migratorio” (Salmón, en donde se afirma que:

La inmigración es positiva. Lo he escrito en muchas ocasiones. La inmigración en todo su arco. Desde un punto de vista económico, ya que ocupa puestos de trabajo que personas autóctonas no quieren cubrir, ayudando a regular las masas salariales, competencia que siempre tiene que estar basada en los niveles de producción y venta. Desde un punto de vista social, ya que cuando se convierten en ciudadanos con derechos y deberes, abonan sus impuestos como todos, aportando valor a las cargas sociales. Y desde el terreno social, enriquece nuestra visión del mundo, en lengua, costumbres o hábitos alimentarios, estos menos importantes, pero que permiten que la sociedad no se apolille al estar en continuo cambio.

Es evidente que la conceptualización semiótica de la inmigración aquí no se refiere a los trabajadores escandinavos, americanos, franceses o belgas que trabajan en España, ni a empresarios, ingenieros, médicos y docentes africanos, asiáticos e hispanoamericanos, sino solamente a “los que hacen lo que nosotros no queremos hacer”. Así, el aspecto social y la aportación inmaterial de la inmigración, así como la dimensión cultural y humana de estos trabajadores, ocupan el último lugar. De hecho, no se ha encontrado ninguna metáfora como

la que se cita a continuación y con la que se denuncia la huida del talento español hacia el extranjero en un artículo publicado por *ABC* el 16 de junio de 2016 con el título de “Los expatriados vuelven a casa”: “[...] muchos de nuestros políticos gustan de contar cómo el talento, que tanto ha costado formar, huye de la península para crear riqueza en otro lugar” (Oleaga 2016).

Los medios son opacos con respecto al talento extranjero que, por una razón u otra, se encuentra instalado y trabajando en España, como lo hacen muchos talentosos españoles fuera del territorio español. El emigrado español, para compararlo con el inmigrante extranjero en España, es como lo construye el artículo anterior: empleado globalizado, expatriado laboral. Observamos, por tanto, que el perfil del inmigrado representado y presentado aquí corresponde a un constructo conceptual y semiótico estable y sostenido que metaforiza al Otro configurándolo en una identidad discursiva ahistórica y problemática. Mediante estrategias discursivas como la generalización de las disfunciones, la literaturización metafórica de personas como si fueran personajes de obras de ficción, la particularización del éxito entre personas inmigradas y de aquello que el Nosotros pueda valorar como positivo, el silenciamiento de sus acciones positivas y de aquello que hacen no porque el Yo no quiere, sino que no puede, el recurso al pasado en el caso del inmigrado árabe con construcciones metafóricas alrededor de la conquista/reconquista, se crean entornos discursivos del inmigrado como atípico e inexorablemente extraño.

Además, todas estas estrategias discursivas participan, juntas o por separado, en perfilar el constructo discursivo general representativo del inmigrado en entornos comunicativos negativos. Sin embargo, en lo positivo, el inmigrado solo es focalizado cuantitativamente desde el exclusivo punto de vista de la economía y de la demografía, como se ha mencionado antes. Así aparece en un artículo publicado por Lorasque en *La Razón* el 18 de mayo de 2016, con el título de “Los refugiados, una oportunidad para la maltrecha economía europea”: “Ven a los refugiados como una oportunidad para dinamizar las sociedades y mejorar su economía”, “una inversión humanitaria que produce dividendos económicos”, “las personas que ingresan por razones humanitarias pueden y deben de contribuir económicamente”, “los refugiados son vistos como una categoría económica que hay que evitar, además de que hay quienes les perciben como una amenaza cultural o incluso relacionan con la inseguridad” y “pueden estar dispuestos a hacer trabajos que los jóvenes españoles no quieren hacer, como trabajar en el campo”.

Paradójicamente, este punto positivo no se mencionaba con intensidad en tiempos de bonanza económica de España, sino en estos tiempos de crisis en que la población inmigrada ha descendido drásticamente, según las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística de España (ver “Cifras...” 2019):

Según las Estimaciones de la Población Actual, durante 2011 llegaron a España 457.650 personas procedentes del extranjero, frente a las 507.740 que abandonaron el país. Con ello, el saldo migratorio exterior de España resulta negativo por primera vez en décadas (-50.090).

De esta realidad se hace eco la prensa al hablar de la necesidad de un boom de inmigrantes. El diario económico *Expansión*, en un artículo con el título de “España necesitará otro boom de inmigrantes después de la crisis” (escrito por María G. Mayo, 23 de junio de 2013), afirma en este sentido:

La crisis ha dibujado un nuevo retrato robot de los inmigrantes, que se han “españolizado”. El envejecimiento de la población nativa y también de la extranjera hará necesario otro boom demográfico dentro de unos años.

Sin embargo, cuando los aspectos y las estrategias constructivas de la imagen del inmigrado se centran en la metáfora de lo problemático, lo positivo se presenta semióticamente como un antidiscurso. Es decir, estos aspectos positivos parecen construirse para contrastar una imagen ya asentada, más que para construir un nuevo discurso positivo sobre la población inmigrada. Con lo cual, sería difícil cambiar una imagen negativa ya asentada sobre los inmigrados, incluso cuando este discurso positivo usa el argumento de su innegable aportación económica al país. De hecho, no existe una presencia positiva de aspectos humanísticos, morales, cívicos o intelectuales, relevantes, que podrían participar en la construcción de una nueva imagen más socializadora del inmigrado y de la inmigración en general. Incluso en los artículos que presentan una visión positiva (interesada desde el punto de vista económico y demográfico) encontramos un léxico y unas metáforas con tono negativo: flujo imparable, problema difícil de gestionar, polémico acuerdo, condiciones sanitarias infrahumanas, crisis humanitaria, desbordados, inversión humanitaria, dividendos económicos, carga económica, amenaza cultural e inseguridad.

Todas las características y caracterizaciones representativas arrojan una configuración semiótica presentada como una representación metafórica del inmigrado, por no coincidir realmente con una descripción desinteresada y desideologizada del mismo.

Observamos que, a pesar de que el artículo anterior, por ejemplo, intenta presentar una imagen positiva de los refugiados y, por extensión, de los inmigrados aduciendo el argumento de sus beneficios económicos y demográficos, el discurso no carece de construcciones metafóricas muy presentes en el discurso clásico antiinmigrante: flujo imparable, crisis humanitaria, carga económica, amenaza cultural, etc.

3. La metaforización de la cultura del Otro

Algunos titulares se presentan como constructos metafóricos o metonímicos con cierto tono que podría entenderse como polémico, e incluso polemista, como este publicado por *ABC* (02/09/2015): “Felipe González: ‘Europa necesita la inmigración árabe’”. Este tipo de discurso es muy común y no va dirigido explícitamente al inmigrado, sino en contra del rival político o ideológico (El-Madkouri Maataoui 2009). Cabe tener en cuenta que habría que invocar a los valores nacionales y pureza de sangre y de confesión muy soterradas en el subconsciente del destinatario del titular de *ABC*, para entender la crítica al expresidente socialista. Una de las claves interpretativas es la que aduce Riveiro Quintans Sebald (2000:

226) en su artículo sobre la “Unificación e identidad de la lengua española a través de la Gramática de Elio Antonio de Nebrija”:

A los europeos les llamó la atención el exagerado sentimiento de honra, hidalguía y grandeza de los españoles (Alatorre 1993). Dicho sentimiento fue la afirmación de los valores nacionales: en el sentimiento de honra confluían la superstición de la “limpieza de sangre” y la ostentación de ortodoxia y, además, el sentimiento de un “don nadie” que ha subido y llegado muy lejos.

Así que lo que el líder socialista invoca podría entenderse como una llamada a la contaminación no ya de sangre y de confesión, sino cultural del Yo por el Otro. La inmigración, especialmente la árabe, podría considerarse como contaminante, en este sentido.

También ocurre la misma representación metaforizada cuando se evoca el tema de la mujer en la prensa. Cuando el Otro es mujer, y además árabe, son activados todos los constructos lingüístico-cognitivos relativos a la subalternidad y victimización femenina en la cultura árabe. La palabra “cultura” aparece aún con más intensidad en los discursos sobre segundas y terceras generaciones no sólo en los medios de comunicación, sino también en los ámbitos académicos (Berry, Phinney, Sam y Vedder 2006) Sin embargo, ya observamos algunas voces mediáticas contestatarias que llaman a la atención sobre esta representación atípica, como en este artículo publicado con el título de “Desmontando la vulnerabilidad de las mujeres migrantes” en *El País*, con fecha del 15 de agosto de 2017:

Ya se ha dejado de ver a las mujeres migrantes simplemente como aquellas que son “traídas” o “reagrupadas” por sus maridos, algo que invisibilizaba a todas las que habían tomado esta decisión por sí mismas y establecían su proyecto migratorio. Pero aún queda por desmontar –entre otras– la idea de vulnerabilidad que recae sobre ellas.

Julissa Jáuregui, autora del artículo, añade:

Las mujeres migrantes no son mujeres vulnerables, son vulnerabilizadas. Lo que las ha llevado a eso es la existencia de un aparato jurídico-político-militar migratorio que crea una estructura vigilante, de externalización de fronteras, militarización de las rutas migratorias y criminalizadora [...] Las mujeres han ocupado una posición subalterna en el sistema capitalista heteropatriarcal al coincidir categorías como las de ser mujer y migrante. El hecho de estar en una situación administrativa irregular las sitúa en una posición más subalterna si cabe ya que, por todos los modos, se les intenta invisibilizar.

Ello refuerza la imagen, ya consolidada, del inmigrado como objeto del discurso y casi nunca como sujeto de este, lo que arraiga la tradicional imagen negativa del Otro, especialmente en la segunda generación. Esta vive el dilema cultural de lo que hemos denominado en otra investigación (El-Madkouri Maataoui 2007) “la tercera identidad”, distinta tanto de la utópica de la sociedad de acogida como de la de los padres.

Las construcciones lingüísticas, como el lenguaje metaforizado en torno al Otro, tienen su origen, en este caso, en un eje de entretejidos semióticos en torno a la oposición conceptual entre cultura y civilización:

Cultura como su nombre indica tiene que ver con el cultivo, con la agricultura, mientras que civilización viene de *civitas* y corresponde al estilo de vida de la ciudad. En el ámbito del mediterráneo, se ha pasado de culturas a civilizaciones. Dos grandes componentes han permanecido como soporte de la mediterraneidad: la civilización grecorromana y la cultura semita (Mira, Trías Sagnier y Racionero 1991: 24).

Y añade: “El que vivan ya cuatro o cinco millones de musulmanes en el lado norte del Mediterráneo complica aún más las cosas” (p. 28).

Por ello, observamos que de las metáforas tradicionales que colocan al inmigrado en un espacio discursivo que evoca masificación, precariedad, seguridad ciudadana, se ha pasado a otro tipo de constructos discursivos en los que la palabra “cultura” ha adquirido matices negativos, como en la cita anterior. De hecho, esta palabra hace referencia a un estado precivilizacional y está relacionada semióticamente con el espacio rural (del cultivo) y no con el urbano (de la *civitas*). Esto quiere decir que la llegada del campo (pueblo) a la ciudad o, por extensión, de la cultura a la civilización no está bien vista por el temor de que los valores de lo rural (cultura) puedan contaminar a los de la urbanidad (civilización). De hecho, es muy común escuchar entre ciudadanos del mismo país: vete a tu pueblo, es de pueblo, tiene mentalidad pueblerina. Esto ahora se ha hecho extensivo tanto en el ámbito discursivo denotativo como en el metafórico. La inmigración se presenta como una amenaza por cuanto ruraliza a la ciudad y culturiza a la civilización.

Teniendo en cuenta estas relaciones semióticas y metafóricas que se dirigen a las emociones, es muy difícil que un discurso sobre necesidades económicas y demográficas dirigido a la razón pueda destituir a una posverdad, como es el caso. Esto podría explicar cómo proyectos intelectuales de interculturalidad o multiculturalidad resisten poco las embestidas de los ataques metafóricos de la contaminación cultural y del atentado contra nuestra identidad. Y es lo que explica igualmente alguna frustración en el ámbito académico ante la reacción de los medios de comunicación (Albert Guardiola, Espinar Ruiz y Hernández Sánchez 2010: 50):

El paso de una realidad multicultural a unas relaciones interculturales requiere el desarrollo de unos dispositivos comunicativos que favorezcan la cooperación, el entendimiento y, en definitiva, la convivencia entre las distintas culturas (Israel 2002). Sin embargo, de acuerdo con las investigaciones existentes, no parece que éste sea el papel que, en términos generales, están desempeñando los medios de comunicación de masas. Así, abundan los estudios que destacan los efectos mediáticos en términos de construcción y difusión de estereotipos y prejuicios (Reardon 1983, Gerbner y Gross 1983, Entman y Rojecki 2000, van Dijk 1996, 1997, Seiter 1986, Dixon 2000), promoción de comportamientos violentos (Liebert y Sprafkin 1985, Philips 1979, Dunning 1992) o, más frecuentemente, generación de actitudes y sentimientos de temor

ante otros colectivos o ante amenazas más o menos definidas (Hall *et al.* 1978, Crichter 2006, Cohen 1972, Goode y Ben-Yehuda 1994, Kasperson *et al.* 1988, Renn *et al.* 1992, Pidgeon *et al.* 2003).

No obstante, a pesar de este sentimiento de cierta frustración ante la poca proyección de discursos multiculturales e interculturales conjuntivos y constructivos de un modelo social de Estado en donde puedan negociarse y limarse las diferencias y en donde los ciudadanos iguales y diferentes puedan luchar por un proyecto común, la investigación académica ha tenido un impacto positivo en la reducción del racismo directo y de la descalificación manifiesta del Otro en comparación con los años ochenta y noventa (El-Madkouri Maataoui 2009). Sin embargo, la otra cara del ocultamiento de las representaciones manifiestamente negativas y degradantes del inmigrado, han hecho aflorar otro tipo de constructos lingüísticos más sutiles y más metafóricos que se presentan en la forma de microracismos.

4. Conclusión

Observamos, por tanto, que el discurso sobre el Otro, ha manifestado un giro semiótico-discursivo, al menos desde una década, hacia el repliegue sobre todo lo que es identitario, propio e idiosincrásico. De este modo, los discursos multiculturales e interculturales se ven cada vez más acosados por un discurso hegemónico legitimador de la diferenciación en base cultural. De ahí el surgimiento de la amenaza cultural que ilustra esta frase repescada en una calle madrileña: ¡Es que son de otras culturas! Esta exclamación que no deja de ser otra metaforización más de la diferenciación y del desasosiego ante el que se ha construido discursivamente como diferente. De hecho, se ha observado igualmente que los constructos semióticos entorno a conquista/reconquista, en vista de las últimas investigaciones historicistas, no reflejan con naturalidad los hechos que pretenden describir. De hecho, las palabras “conquista” y “reconquista” no son más que metáforas para la construcción de una identidad sobre la base de la negación de otra. Las investigaciones citadas en este trabajo han demostrado que hubo una continuidad al menos lingüística y cultural (probablemente confesional también) entre las dos riberas del Mediterráneo. Incluso en territorio español, y después de casi siete siglos, hubo alianzas entrecruzadas en todos los sentidos entre moros y cristianos, lo que deja sin valor dicotómico y bipolar a los constructos semióticos en torno a los conceptos de conquista/reconquista que, sí, se ha observado que se aplican los nuevos Tariks (El-Madkouri Maataoui 2009).

Desde el punto de vista estrictamente léxico unitario se ha observado que algunos sustantivos como inmigrante han adquirido características calificativas como si fueran adjetivos. Es decir, que la palabra inmigrante en vez de ser un denominativo es, a veces, un calificativo recargado de matices, del mismo que lo es la expresión mujer árabe. De hecho, cuando se menciona a la mujer árabe, aparece asociada con un tipo de indumentario y de relaciones semióticas y discursivas construidas en torno a la desigualdad y la victimización.

Referencias bibliográficas

Agencia EFE. 11 de enero de 2010. Expertos alertan del trato sensacionalista de la inmigración en los medios. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/diario/2010/01/11/andalucia/1263165733_850215.html

Alarcón, Pity. 2004. Los inmigrantes y los medios de comunicación. Mesa redonda en *V Jornadas Periodismo y de Comunicación*. Murcia: Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Alatorre, Antonio. 1993. *Los 1.001 años de la lengua española*. México: Fondo de la Cultura Económica.

Albert Guardiola, María Carmen; Espinar Ruiz, Eva; Hernández Sánchez, María Isabel. 2010. Los inmigrantes como amenaza. Procesos migratorios en la televisión española. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales* 53: 49-68. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/45492374_Los_inmigrantes_como_amenaza_Procesos_migratorios_en_la_television_espanola

Berry, John W.; Phinney, Jean S.; Sam, David L.; Vedder, Paul. 2006. Inmigrant Youth: Acculturation, Identity and Adaptation. *Applied Psychology: An International Review* 55/3: 303-332.

Dimitriu de Quintero, Manuela. 2002. *Lenguaje y discriminación: el discurso sobre homosexualidad en la prensa venezolana*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, Fondo Editorial de Humanidades y Educación.

El-Madkouri Maataoui, Mohamed. 2007. Escuela, lengua, identidad y problemática de integración de inmigrantes. *Ilu. Revista de Ciencias de las Religiones* 21: 139-158. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ILUR/article/download/ILUR0707550139A/25867>

El-Madkouri Maataoui, Mohamed. 2009. *La imagen del Otro en la prensa: Arabia Saudí, Egipto y Marruecos*. Madrid: Publicaciones del Instituto Egipcio.

González, Felipe. 2 de septiembre de 2015. Europa necesita la inmigración árabe. *ABC*. Disponible en: <https://www.abc.es/espana/20150902/abci-felipe-gonzalez-arabe-201509022124.html>

Herrera, Álex. 11 de noviembre de 2008. Un cayuco de moribundos. *ABC*. Disponible en: https://www.abc.es/espana/abci-cayuco-moribundos-200811110300-911153269581_noticia.html

Instituto Nacional de Estadística. 2019. Cifras de población (CP) a 1 de enero de 2019. Estadística de migraciones (EM). Año 2018. Datos provisiones. Disponible en: https://www.ine.es/prensa/cp_e2019_p.pdf

Israel, Estrella. 2002. Intercultural communication for a journalism of the difference. Ponencia presentada al *23 Conference and General Assembly IAMRC/AIECS/AIERI. Intercultural Communication, Barcelona, del 21 al 26 de julio de 2002*. Disponible en: http://www.portalcomunicacion.com/bcn2002/n_eng/programme/prog_ind/papers/g/pdf/g001_garzo.pdf

Jáuregui, Julissa. Desmontando la vulnerabilidades de las mujeres migrantes. *El País*. 15 de agosto de 2017. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/07/19/migrados/1500462530_104473.html

Lorasque, Ángel N. 16 de mayo de 2019. Los refugiados, una oportunidad para la maltrecha economía europea. *La Razón*. Disponible en: <https://www.larazon.es/internacional/los-refugiados-una-oportunidad-para-la-maltrecha-economia-europea-AD12662156/>

Mayo, María G. 23 de mayo de 2013. España necesitará otro boom de inmigrantes después de la crisis. *Expansión.com*. Disponible en: <https://www.expansion.com/2013/06/21/economia/1371809249.html>

Marcos Marín, Francisco A. 2016a. La recepción de la literatura latina africana en Hispania y su repercusión en la literatura hispánica. *Stylos* 25: 147-169. Disponible en: <http://erevistas.uca.edu.ar/index.php/STY/article/view/445/439>

Marcos Marín, Francisco A. 2016b. Los posibles contactos africanos del romance andalusí. En C. Carta, S. Finci y D. Mancheva, eds. *Antes se agotan la mano y la pluma que su historia/Magis déficit manus et calamus quam eius historia. Homenaje a Carlos Alvar. Vol I: Edad Media*. San Millán de La Cogolla: Cilengua, pp. 199-216. Disponible en: https://www.academia.edu/30123301/Los_posibles_contactos_africanos_del_romance_andalus%C3%AD

Mira, Eduard; Trias Sagnier, Eugenio; Racionero, Luis. 1991. *El Mediterráneo entre Europa y el Islam: prólogo a la Guerra del Golfo: la última cruzada*. Valencia: Levante.

Navarrete, M. 22 de febrero de 2009. Días de infierno en una patera. *Ideal*. Disponible en: <https://www.ideal.es/granada/20090222/provincia/dias-infierno-patera-20090222.html>

Oleaga, Jon. 16 de junio de 2016. Los expatriados vuelven a casa. *ABC*. Disponible en: <https://abcblogs.abc.es/fiebre-del-oro/otros-temas/los-expatriados-vuelven-a-casa.html>

Oliveres, Arcadi. 2011. El origen de las migraciones 2/2. Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=_TR8dMPBI98

Reardon, Kathleen. 1983. *La persuasión en la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Riveiro Quintans Sebold, María Mercedes. 2000. La unificación e identidad de la lengua española a través de la Gramática de Elio Antonio de Nebrija. *Anuario Brasileño de Estudios hispánicos* 10: 57-68.

Rodríguez, Armando; Coello, Efrén; Betancor, Verónica; Rodríguez, Ramón; Delgado, Naira. 2006. Amenaza al endogrupo y nivel de infrahumanización del exogrupo. *Psicothema* 18/1: 73-77. Disponible en: <http://www.psicothema.com/pdf/3178.pdf>

Salmón, Álex. 24 de enero de 2010. *El Mundo*. Las maldades del “buenismo” migratorio. Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2010/01/24/barcelona/1264327793.html>

Varios expertos alertan del trato “sensacionalista” de la inmigración en los medios. *La Información* (10 de enero de 2010). Disponible en:

https://www.lainformacion.com/asuntos-sociales/vari0s-expertos-alertan-del-trato-sensacionalista-de-la-inmigracion-en-los-medios_IzboRSyLID0OkdaekYfrW3/

**La imagen política en la Argentina poskirchnerista:
las formas persuasivas y los estereotipos visuales para la acción política**

Hugo Hortiguera y Mara Favoretto

Griffith University y University of Melbourne

h.hortiguera@griffith.edu.au, mara.f@unimelb.edu.au

Resumen

Se analiza en este artículo la imagen persuasiva en el discurso populista de la campaña parlamentaria de Cristina Fernández de Kirchner de octubre de 2017. Se verá que muchas de las producciones visuales de la política argentina no expresan ni presentan ninguna iniciativa que ayude a mejorar la vida de la ciudadanía, sino que, en su lugar, crean una narración visual cuyo único fundamento es mostrar conductas humanas reconocibles en su audiencia y producir empatía e identificación. Esto implica la simplificación de las imágenes en símbolos repetibles con el fin de originar clichés conmovedores que produzcan un *pathos* que, a veces, bordea sentimientos cuasi religiosos y exalta valores nacionalistas.

Palabras clave: política argentina, Kirchner, imagen persuasiva.

Abstract

This article analyzes the persuasive image in the populist discourse of Cristina Fernández de Kirchner's parliamentary campaign of October 2017. We will discuss how many of the visual productions of Argentine politics do not express or present any initiative that helps improve life of citizenship, but instead they create a visual narrative whose only foundation is to show recognizable human behaviors to their audience and to produce empathy and identification. This implies the simplification of the images in repeatable symbols to originate moving clichés that produce a pathos that sometimes borders on quasi-religious feelings and exalts nationalist values.

Keywords: Argentinian politics, Kirchner, persuasive image.

Puedo tener muchos defectos, el mentir no fue nunca
mi “hobby” y además me sale horriblemente.

—Cristina Fernández de Kirchner,
entrevista con Luis Novaresio en canal América,
14 de septiembre de 2017

Es pues necesario ser zorra para conocer las trampas y león para atemorizar a los lobos. [...] Pero hay que saber disfrazar bien tal naturaleza y ser un gran simulador y disimulador: y los hombres son tan crédulos, y tan sumisos a las necesidades del momento, que el que engaña encontrará siempre quién se deje engañar. [...] Un príncipe no ha de tener necesariamente todas las cualidades citadas, pero es muy necesario que parezca que las tiene. [...] Y los hombres, en general, juzgan más por los ojos que por las manos [...].

—Nicolás Maquiavelo, *El príncipe* (1996: 71-72)

1. Introducción

“¿Se puede analizar el discurso político sin tener en cuenta la argumentación?”, se preguntan en un lúcido ensayo Ruth Amossy y Roselyne Koren (2010: 13). La comunicación política exhibe muchas veces discursos que, en superficie, no hacen referencia a una argumentación lógica *strictu sensu*. El *logos* como palabra y razón van dando un espacio cada vez mayor al sentimiento y la seducción. Se va forjando así una escenificación persuasiva cruzada por componentes fuertemente emocionales destinados más a crear un impacto que a presentar con rigor un razonamiento de tipo lógico.¹ Sobre este punto, algunos estudios han sostenido que, entendiendo la argumentación como una actividad exclusiva de la razón, la expresión de la pasión solo terminaría desviándola (véanse, por ejemplo, los trabajos de van Eemeren y Grootendorst 1996 y Copi y Burgess-Jackson 1986). Otros, en cambio, consideran que se deberían categorizar las pasiones e incluirlas como parte del proceso argumentativo, por cuanto ellas forman parte de la construcción de los juicios (Charaudeau 2000 y Amossy 2000).

Dentro de esta línea, Patrick Charaudeau (2009b: 279) señala que semejante situación podría darse cada vez que el emisor no se encuentra en una posición de autoridad absoluta frente a su interlocutor. Como no puede *obligar* al otro a ejecutar una orden o a pensar de una manera determinada, solo le queda establecer una *puesta en escena persuasiva* para conseguir su simpatía y su apoyo. Entonces, luego de distinguir conceptos claves como “convicción” y “persuasión”, se pregunta a su vez “¿qué posición adoptar frente a la argumentación en sus relaciones con la persuasión?” y, sobre todo, ¿qué relaciones entran en juego entre la razón y la pasión y entre lo verdadero y lo falso?²

En lo que concierne al ejercicio y la circulación de la palabra política en el espacio público, agrega este mismo autor en otro artículo (2009a: 254-255), se deben examinar tres problemas básicos: las condiciones generales en donde se despliega la palabra política, sus posibles estrategias, y sus prácticas manipuladoras frente a la opinión pública. Por el hecho de que dicha palabra aparece y circula en un contexto público, experimenta las limitaciones complejas que provocan los intercambios entre una instancia política y otra ciudadana. La recurrencia a ciertos estereotipos visuales, en este sentido, juega un papel central en muchas de estas interacciones. Esta se utiliza con frecuencia en la narración visual para representar, en campaña electoral, una cierta apariencia de los personajes políticos. Esto es, por un lado,

se apunta a la creación de una autoimagen por la cual los candidatos intentan conformar no solo su propio perfil, mientras que, por otro, se desarrolla una crítica que busca perjudicar las imágenes de sus adversarios. Un análisis cuidadoso podría llevarnos a estudiar el potencial iconográfico y epistemológico de esta autoimagen en procesos políticos importantes, como puede ser la víspera de una elección parlamentaria en la que un expresidente intenta reposicionarse en la escena política como congresista y, desde ese lugar, organizar el escenario discursivo con el fin de recuperar su esfera de influencia.

La idea del “lugar común” como medio de persuasión busca garantizar el buen funcionamiento del discurso para ganar la adhesión del electorado, teniendo en cuenta especificidades netamente afectivas y valorativas. En efecto, algo que se reitera en muchas de estas producciones visuales es la actitud de un candidato que, muchas veces, no expresa ni presenta ninguna idea ni programa concreto. Solo se trata de crear una narración visual (*visual storytelling*) que lo muestre en actividades cotidianas. Estas deben apuntar a mostrar conductas humanas reconocibles en su audiencia y a producir empatía e identificación³. Se trata de configurar, en palabras de Charaudeau, un discurso en donde lo que cuenta no es tanto la verdad de una palabra proferida en el espacio público sino su fuerza de verdad, su veracidad, por sus condiciones de dramatización que exigen que los valores sean presentados según un guión dramático capaz de conmover al público de manera positiva o negativa, ya sea para hacerlo adherir al proyecto que se defiende, o para disuadirlo de seguir un proyecto adverso (2009a: 263).

Esto implicaría, por otra parte, la simplificación de las imágenes en símbolos claros y repetibles con el fin de crear momentos fotográficos o visuales memorables y clichés conmovedores que produzcan siempre un *pathos* que, a veces, bordea sentimientos cuasirreligiosos y termina exaltando valores nacionalistas.

Tomando como punto de partida los trabajos de Van Dijk (1996, 1997, 1998 y 2003), Verón (1984, 2002 y 2004), Amossy (2000), Amossy y Herschberg Pierrot (2004) y Amossy y Koren (2010) y Patrick Charaudeau (2000, 2008a, 2008b, 2009a y 2009b) y Dominique Maingueneau (1997 y 1999), en este capítulo nos proponemos analizar la representación visual que formó parte de la campaña electoral de la expresidente argentina Cristina Fernández de Kirchner (CFK de ahora en más) para las elecciones primarias y parlamentarias de 2017, en las cuales se proponía como senadora para el parlamento federal por la Provincia de Buenos Aires. Nuestro objeto consistirá en analizar las operaciones discursivas y retóricas que contribuyeron a configurar la “imagen de sí” de la candidata y su palabra política en la escena de enunciación, es decir, nos referimos a toda esa variedad de roles que escogió para sí e impuso al destinatario. Veremos cómo estos se fueron configurando, además de la palabra política propiamente dicha, a través de fotografías, gestos, música, tonos, vestimentas y colores que hacían trascender sus estrategias de campaña para ser luego retomadas y difundidas a través de los medios de comunicación social (Verón 1984: 3).

En lo principal, el corpus textual está conformado por imágenes fotográficas y de vídeo difundidas durante las campañas de las elecciones primarias (julio-agosto de 2017) y las parlamentarias propiamente dichas (17 de septiembre al 22 de octubre de 2017). A partir de

ejemplos concretos, se buscará comprender los modos en que la candidata se propuso ocupar determinados lugares sociales mediante una serie de prácticas visuales, golpes de efecto y escenificaciones varias que acompañaban sus presentaciones, con el fin de retener y/o recuperar parte del capital político que su partido había perdido en las elecciones presidenciales de octubre de 2015. Nos proponemos entonces explorar el potencial iconográfico y epistemológico de la imagen persuasiva en los umbrales de una elección parlamentaria y prestar especial atención a los aspectos relacionados con la ideología que condiciona a la candidata y su habla, predeterminando lo que ella dirá y hará en semejante contexto.

2. Imagen de sí

Clichés y lugares comunes marcan una pertenencia a la doxa, esto es, a la “Opinión Pública, el espíritu de la mayoría, el Consenso pequeño-burgués, la Voz de la Naturaleza, la Violencia del Prejuicio” (Barthes 1977: 47. Mayúsculas en el original. La traducción, de los autores). Estas nociones, junto con las de estereotipo e ideas comunes (*idée reçues*), nos permiten establecer un estudio de las interacciones sociales, de la relación entre los discursos y los imaginarios sociales y, por extensión, la relación entre lenguaje y sociedad⁴.

Si bien estos conceptos remiten a discursos verbales, en este trabajo nos proponemos un análisis particular de las formas visuales que, ya en campaña política, le sirven a un candidato para provocar efectos de familiaridad entre su audiencia. Esta práctica, como veremos, tiene como objetivo legitimarse, hacerse creíble frente a un auditorio con el que se presenta compartiendo valores comunes y conseguir que adhiera a sus ideas (Charaudeau 2009b: 283). Estas imágenes introducen una práctica argumentativa visual entimemática⁵, destinada no tanto a demostrar sino a persuadir, con sobreentendidos varios que se filtran en una escenificación de familiaridad y de naturalidad muy bien pensada: “Véanme: soy uno como ustedes. En consecuencia, yo soy la única persona capaz de defender sus intereses”.

Sin duda, se puede actuar mucho mejor sobre el receptor y producir los efectos deseados si las imágenes utilizadas están conformadas por una abundancia de signos (o “connotadores”, en terminología de Roland Barthes 1986: 45) que, con insistencia, reitera lo mismo. Estos, al inundar la escena discursiva, permiten anclar y subrayar los sentidos en unos pocos significados, regular el nivel de percepción requerido, acomodar la mirada del otro y también su comprensión, para que pueda completar la(s) parte(s) faltante(s) del razonamiento que el discurso verbal no dice de manera más explícita, pero que sugiere de diversas formas. Y aquí algo interesante: ciertas propiedades de los signos que rodean el discurso propiamente dicho de la precandidata, como veremos a continuación, preanuncian –a modo de destellos– “una relación definicional” con el mensaje lingüístico (la expresión pertenece a Verón 2004: 82). Esto es, ciertas propiedades de su oratoria se anticipan –o se subrayan de manera exagerada– en toda la simbología: colores, música, tono de voz y hasta su estilo de ropa. En efecto, todo este encuadre parece anticipar de manera redundante las líneas discursivas que la candidata seguirá en su alocución, en un juego anafórico en el que lo sensorial contiene en embrión la dirección fundamental de su discurso (Verón 2004: 82), a la vez que se va perfilando un coenunciador en términos de franja etaria, clase social, visión nacionalista, etc.

Asimismo, es posible que semejante correspondencia entre lo visual y lo lingüístico propiamente dicho se asocie a factores de recepción que exceden el *hic et nunc* de la escena comunicativa. Al fin de cuentas, como veremos, una proporción bastante elevada de votantes solo tenía un acceso fragmentario y superficial a los discursos en directo de la candidata, ya que sus apariciones en las primarias se darían ante grupos reducidos. De esta forma, es probable entonces que, con esta operación (in)consciente de encuadres redundantes, los asesores de campaña desarrollaran ciertos aspectos ideológicos fundamentales con los que querían asociarla ante una audiencia no necesariamente presente.

Como alega Dominique Maingueneau (1999: 84), por su lado, el discurso político se inscribe en este ámbito del que hablamos a partir de estos encuadres que, guion mediante, se van gestando con cada una de las apariciones del candidato, buscando persuadir a su audiencia por medio de la apelación a diferentes saberes del código cultural a los que estos signos visuales apelan. Veamos entonces cómo, en términos prácticos, se fue produciendo esto en la campaña electoral de CFK en 2017, tanto en el período previo a las internas partidarias como en el de las elecciones propiamente dichas.

El 24 de junio de 2017, la Dra. Fernández, dos veces presidenta de la nación argentina, oficializó su precandidatura a senadora nacional para las elecciones parlamentarias de octubre de ese año. En ese mismo día, anunciaba también la creación de la alianza *Unidad Ciudadana* en desmedro del *Frente para la Victoria*⁶, coalición con la que el kirchnerismo, movimiento fundado por su difunto esposo Néstor Kirchner, había llegado al poder en 2003 y que la había catapultado a la presidencia a ella misma en dos períodos constitucionales seguidos: 2007-2011 y 2011-2015. Buscando ampliar su base electoral por fuera de los simpatizantes netamente peronistas, rompió también sus lazos con el *Partido Justicialista*, que, a su vez, había elegido a Florencio Randazzo, exministro de CFK, como su precandidato. Pese a estos cambios, su discurso y acción mostraron, a lo largo de su campaña, una estrategia errática y contradictoria.

En efecto, desde la oficialización de su precandidatura hasta las elecciones primarias del 13 de agosto, Fernández de Kirchner abandonó la frecuente crispación discursiva que la había caracterizado durante sus dos presidencias y se inclinó –posiblemente influida por sus asesores de campaña, entre quienes se encontraba el catalán Antonio Gutiérrez Rubí– por un tono evasivo y con apariciones públicas muy medidas. Su práctica consistió en recorridos por las calles de la provincia con mucho contacto visual, pero con discursos generales con pocas propuestas concretas. Y si bien mantuvo algunas entrevistas con periodistas, estos eran amigos o partidarios confesos⁷.

No era esta una conducta nueva en la candidata. Ya en oportunidad de su primera campaña presidencial de las elecciones de 2007, en la que había sido ungida como presidenta por primera vez, había seguido la misma estrategia. Por ese entonces, había rehuido a la prensa local. Para evitar pedidos de entrevistas, se había marchado de gira por el exterior con el fin de obtener oportunidades fotográficas que la exhibieran al lado de figuras tales como la por entonces candidata presidencial socialista francesa Ségolène Royal, el primer ministro galo Dominique de Villepin, la premier alemana Angela Merkel o el presidente austríaco Heinz

Fischer, entre otros. Semejantes escenificaciones le habían permitido ocupar el espacio noticioso local sin demasiados obstáculos o resistencias. Esquivar a la prensa y sus preguntas incómodas se convertiría en una de sus prácticas habituales, que se repetiría en sus dos administraciones. Al mismo tiempo, se buscaba controlar la agenda, evitando que los medios fijaran las prioridades. Al perfilar su imagen en paralelo a otros candidatos populares y conocidos, se establecía, *mutatis mutandis*, una transposición de atributos tales como competencia, experiencia u honestidad. Si aquellos políticos con los que aparecía fotografiándose CFK eran confiables y dignos de admiración, entonces la candidata argentina –se sugería– también lo era, y su proyecto político –cualquiera que este fuera– aparecía respaldado por la experiencia y el saber de aquellos que la acompañaban.

El período de campaña para las elecciones primarias se desarrolló entre el 14 de julio y el 11 de agosto de 2017. Durante esta etapa, CFK se movía entre mensajes en las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, etc., efecto encadenado mediante) con críticas al gobierno, o en visitas al *Instituto Patria* de Buenos Aires⁸. Allí siempre se la veía en actitud ejecutiva, vestida en colores sólidos, recibiendo a políticos y exmiembros de su gabinete, bajo la mirada atenta de retratos de héroes nacionales o de fotos con el perfil de su marido, el difunto expresidente Dr. Néstor Kirchner (Fig. 1). En otras oportunidades, aparecía rodeada por sus partidarios o saludándolos desde el balcón. Desde esos mismos espacios se difundían además fotos en las que se la veía con simpatizantes supuestamente ocasionales con los que se encontraba en la vía pública, o en tertulias informales con jóvenes estudiantes a los que abría las puertas de su propia casa y servía en persona. Fotografías de esas reuniones se hacían llegar luego a la prensa nacional para que esta las reprodujera. Al hacerse virales, se obturaban los espacios mediáticos con su presencia y se lograba que tanto la prensa que se adhería a su partido como la de oposición hablaran de ella (Fig. 2). En algunos casos, se hacían circular vídeos de esos encuentros en donde posaba mirando a cámara y, con tono y gestos adolescentes, relataba con llamativa vaguedad las razones de esas visitas, sin entrar en mayores detalles. La palabra rozaba los modismos y cierto humor popular que la aproximaba a esos a los que, precisamente, quería llegar y convencer:

Estamos acá con los chicos y chicas, que [sic] los invité con unos pastelitos y una pastafrola, unos mates –yo mate no tomo, tomo mate cocido– estamos charlando con ellas, son presidentas y presidentes del centro de estudiantes, de las redes, del cole y de todo. Después te cuento más, chau chau. (Twitter CFK@Argentina, 29 de julio de 2017. pic.twitter.com/K4OVc7uQU8)

A diferencia de otras oportunidades, los mítines políticos, mientras tanto, se hacían en lugares más pequeños, con un estilo de discursos cortos y una audiencia de poco más de un millar de participantes. La precandidata, figura central de la campaña, no se explayaba demasiado. No desarrollaba ideas específicas. Solo hacía referencias a promesas y eslóganes simples, breves y vagos, mientras exteriorizaba una imagen de serenidad y bondad llamativas que presuponía un relato maniqueísta, en donde el malvado era su adversario político, encarnado en la figura del presidente. Su voz y su presencia se manifestaban a través de gestos juveniles, mohínes afectados y expresiones informales que buscaban, con una cierta complicidad, (1) romper con “las fórmulas demasiado prisioneras del formalismo institucional” y (2) adaptarse a sus

diversos receptores (ya por edad, estrato social o género), mediante un uso por momentos desmedido de formas de expresión menos formales, simples y descontracturadas (Mouchon 1999: 107). En pocas palabras, se hacía una puesta en escena de registros verbales “marginales” y de gestos y tonos aparentemente descuidados y apresurados (nótese que esto se da inclusive en esa sintaxis desatenta) con lo que buscaba movilizar su contacto con el público joven al que quería llegar.

En los vídeos de campaña se reforzaba este acercamiento a la gente, con evocaciones insistentes a lo hecho durante su reciente presidencia, práctica tampoco novedosa en el kirchnerismo. Como observa Annunziata, “la defensa del ‘proyecto’ es siempre una defensa de decisiones ya tomadas, pero no la de un rumbo definido de antemano” (2016: 112)⁹. Un ejemplo notable de esto es su primer *spot* como precandidata. En él se resumía, en rápida sucesión, una antología de imágenes de archivo en donde se la veía abrazada a estudiantes, obreros industriales, jóvenes y ancianos, o entre empresarios que se ponían de pie ante sus discursos presidenciales. Con música épica de fondo, la precandidata apelaba a la memoria emotiva de sus potenciales votantes con una redundancia de signos que, asociación de ideas mediante, subrayaban su vínculo esencial con el pueblo y su pertenencia a él, fenómeno que se veía enfatizado con los colores patrios (celeste y blanco), siempre omnipresentes en algún lugar de la pantalla o en su ropa¹⁰. La conclusión que se esperaba, una vez más, era evidente: CFK era la encarnación del pueblo argentino mismo o, mejor aún, como diría Charaudeau (2008b: 245), de su opinión política¹¹. Era motor y fuerza de un milagro sin parangón en donde se confundía su imagen con la de la nación¹². Y si algún distraído no percibía estos connotadores, las palabras en *off* de la precandidata anclaban la forma en que debían leerse aquellas imágenes, con una enumeración de su “gesta” incluida:

Yo a veces me pregunto de dónde, de qué lugar de nuestros corazones sacamos fuerzas para renacer como país, para que pasen de decirnos lo que teníamos que hacer a que nos pregunten cómo lo hicimos. Para ser un país que en vez de perder la memoria de un golpe la recuperamos para siempre. ¿Qué hicimos para que los que se fueron hoy quieran volver? ¿De dónde sacamos tanta fuerza para que hoy los empresarios emprendan, los productores produzcan, los trabajadores tengan trabajo y los chicos futuro? Me gusta ver que los jóvenes se hagan respetar y que los mayores vuelvan a ser respetados. Me gusta ver a los científicos investigar, a los artistas actuando, y a las amas de casa dando y recibiendo amor. Quiero que sigamos cosechando lo que sembramos. Quiero leer “industria argentina” en muchos productos más. Cada vez que me pregunto de dónde sacamos tanta fuerza, miro a un argentino o a una argentina a los ojos y lo entiendo todo. Es la fuerza del amor, es la fuerza de un país, de un pueblo. Es la fuerza de 40 millones de almas y corazones. Es toda esa fuerza junta (Véase el vídeo “Cristina en La Plata”, 30 de agosto de 2017. En <https://www.youtube.com/watch?v=sUQzuufug8s>).

El “nuevo orden” que los Kirchner habían instituido después de la hecatombe de 2001 – nótese cómo los discursos de CFK siempre se saltean el período 2002-2003 del presidente Eduardo Duhalde y el rumbo que este inició con sus políticas tendientes a encaminar la crisis– aparece aquí como un período de regeneración nacional (“renacer nacional”) a través

de la recuperación de una impronta nacionalista (“Quiero leer ‘industria argentina’ en muchos productos más”), idea que, según se desprende, se había extraviado en algún momento de su historia (“[Sacamos fuerza] para ser un país que en vez de perder la memoria de un golpe la recuperamos para siempre”). En suma, semejante plan exitoso había dado sus frutos porque, se sugería, se había vuelto a sus orígenes nacionales. Y CFK, como líder, había encolumnado a su pueblo detrás de sí y lo había reconducido a esas raíces perdidas. La identificación de CFK con “el pueblo”, “la patria” y con ciertas simbologías de esta fue algo frecuente de esta estrategia (aunque en rigor de verdad, del peronismo histórico todo) (cf. Zanatta 1999, Annunziata 2016, y Sigal y Verón 2008). Nótese, por otra parte, cómo este discurso construye en su presentación una entidad colectiva representada por ese “nosotros” (“sacamos”, “teníamos”, “hicimos”). Ella se incluye como la guía, razón y causa de estos cambios (“Quiero que sigamos cosechando lo que sembramos”)¹³.

¿Pero quién es ese destinatario de este discurso y de estas imágenes? De acuerdo con Verón (1984), el discurso político cuenta con destinatarios y funciones múltiples. En primer lugar, existe un destinatario positivo o prodestinatario (en este caso, el votante que comparte estas creencias con la candidata y que, en las imágenes de campaña, aparece abrazándola, fotografiándose con ella, o aplaudiéndola). Aquí, los discursos –y las imágenes– no cumplen otra función más que la de reforzar las creencias de la audiencia. La líder se muestra junto a sus ciudadanos –literalmente, en las imágenes, en medio de la multitud–, los reconoce, interpela y construye con ellos su espacio discursivo (ver Fig. 3). En segundo lugar, se puede hacer presente un paradestinatario, a quien identifica como un destinatario indeciso al que todavía se necesita persuadir: “Si este que ves es el pueblo y el pueblo está conmigo, no puedes quedar fuera”, parecería insinuarse. Por último, tenemos un *contradestinatario* o adversario político, con el que se polemiza y al que se pretende anular discursivamente: “Aquellos que no están conmigo no son el pueblo”, se deduce.

Como vemos, a cada uno de estos tres destinatarios corresponden tres funciones diferentes: refuerzo, persuasión y polémica. Si bien operan en simultáneo, estas tres funciones están presentes y pueden influir en distinto grado tanto en las palabras como en las imágenes. Sin embargo, en el largo período que va de 2003 hasta 2015, algunos han visto que la figura del paradestinatario en el discurso kirchnerista desaparece muy tempranamente de su práctica discursiva porque:

[...] en el DK [discurso kirchnerista] *no se destaca la pretensión de persuadir o convencer a los indecisos*. Existen, cierto es, numerosos fragmentos en los que el locutor “pide ayuda” a “todos los argentinos”, “sin distinciones partidarias”, y en los que el destinatario adquiere un matiz pluralista y transversal que trasciende los límites de los propios partidarios, especialmente en coyunturas eleccionarias. Al respecto, conviene recordar la ponderación que el DK realizó, en los primeros dos años de mandato, del *pluralismo* y la *transversalidad*, en virtud de las necesarias alianzas partidarias y político-ideológicas que el kirchnerismo debió llevar a cabo a fin de consolidar, en los inicios de su gestión, una base de legitimidad. Sin embargo, ese proceso de “apertura” derivó, en los últimos años de mandato, en un progresivo “cierre” del DK en torno al peronismo y al entorno presidencial (Ollier 2005, Torre 2005). De

modo que, en términos generales, puede decirse que en el DK la función persuasiva tiene un rol secundario: allí el acento está puesto, en cambio, en la función polémica y en la de refuerzo. Dirigido en simultáneo a los partidarios, adherentes y compañeros de militancia, por un lado, y a los adversarios y enemigos políticos, por otro, allí hay poco espacio para los no convencidos: por el contrario, la “neutralidad” y la indecisión son denostadas. (Montero 2009: 322. Nuestro énfasis.)

Sin duda, esta es, como ya veremos, la misma estrategia que CFK seguirá en la primera parte de esta campaña. En una primera etapa, se da una persuasión que llamaremos “de tipo indirecto”, para convencer a aquellos indecisos, aunque, como veremos, con corta vida. Es así que, apremiada por la necesidad de aumentar la diferencia porcentual de las encuestas con el candidato oficialista Esteban Bullrich (la distancia entre uno y otro era muy escasa), la candidata se inclinó entonces por una campaña fantasma, con escasas apariciones públicas, sorteando una vez más los pedidos de entrevistas de la mayoría de la prensa nacional y descolocando a sus rivales con esta conducta (algo que, ya vimos, se había dado, con diferencia de grado, en su campaña de 2007). En su afán por evitar cualquier paso en falso que perjudicara su imagen, sus incursiones por la prensa local habían quedado reducidas a apariciones en el canal *C5N* (del grupo *Indalo*, afín al kirchnerismo), reuniones en sus oficinas del *Instituto Patria* y, otra vez, encuentros con periodistas simpatizantes como Víctor Hugo Morales, Gustavo Sylvestre o Roberto Navarro. “Es una candidata muda”, se lamentaba por entonces el peronista Sergio Massa, tercero entre los preferidos del electorado (Calero 2017).

Ataviada con ropajes y peinados en extremo sencillos en comparación a los llevados durante su presidencia (todo en el personaje político cuenta), la precandidata aparecía en todas estas historias, serena, bondadosa, moderada, rodeada de un público reunido en asambleas relativamente pequeñas. Todo en ella destilaba modestia: sus calzas negras, sus suéteres de colores sólidos y nada ostentosos, a veces un poncho sobrio y siempre un peinado cuidadosamente desarreglado o recogido (véase Fig. 4)¹⁴. Y en una vuelta de tuerca inusual para ella, confesaba que no se proponía desarrollar “una campaña sucia”. Por sobre todas las cosas, declaraba que buscaba la unión de los argentinos, mirar hacia el futuro, “decir la verdad ‘siempre’ y hablar de la vida cotidiana” (Fernández de Kirchner 2017).

Semejantes cambios de estrategia respecto de lo que había sido históricamente su actitud cuando era presidenta, llevaron a ciertos analistas políticos, no sin cierta ironía, a decir que la precandidata parecía haberle agregado ingredientes *zen* a su campaña (“Cristina buena” 2017)¹⁵. Al apropiarse de estos procedimientos de algunos núcleos retóricos y discursivos del oficialismo (su discusión sobre el futuro y la unión de los argentinos), difuminaba la polarización a la que quería llevarla este hablando de los fracasos del pasado reciente, momento en el que ella, como presidenta, había tenido mucha responsabilidad. Se trataba, como decía un periódico nacional por esos días, de ganarle la pulseada discursiva a la Casa Rosada en su propio terreno, desviando el foco temporal y “presionando para que se habl[ara] de la situación económica actual y de las consecuencias que sufr[ía] la población” (“Con un tono moderado” 2017).

Finalmente, después de un largo y confuso episodio en que las cifras finales del escrutinio se retrasaron por unos días, los resultados finales de las internas partidarias mostraron que CFK había superado al candidato oficialista por veinte mil votos¹⁶. El exiguo margen significaría, otra vez, un cambio de estrategia para la campaña electoral que se avecinaba. Su montaje de moderación no había convencido a esa clase media esquiva que intentaba conquistar y que necesitaba para poder ganar. Acto seguido, como veremos, optó por dejarla de lado y concentrarse por entero en mantener, al menos, a sus adherentes más fieles.

3. Oportunismo, nueva imagen y cambio de estrategia

Una vez elegidos los candidatos de cada partido en las primarias, la campaña electoral de las elecciones legislativas se desarrolló entre el 17 de septiembre y el 20 de octubre de 2017. La votación se llevaría a cabo el domingo 22 de octubre.

Tras la polémica con *Cambiamos* (el partido oficialista) por el escrutinio de las primarias, CFK abandonó la fachada de discurso moderado que se había autoimpuesto durante las semanas previas con su “Manifiesto” y retornó a un discurso duro y de acusaciones contra el gobierno nacional. El equipo de campaña había entendido que aquella estrategia discreta ensayada para las primarias no había tenido el efecto esperado para convencer a los paradesinatarios de su discurso. No quedaba más remedio, entonces, como dice Montero más arriba, que concentrarse en la función polémica y en la de refuerzo. Esto es, su objetivo apuntaba en simultáneo a mantener a sus partidarios y a denostar a sus adversarios y enemigos políticos. La “Cristina zen” daba paso al personaje combativo una vez más, con gestos que se dirigían, ya resignada, a su prodestinatario¹⁷.

Sin embargo, un hecho accidental ocurrido en las últimas semanas de la campaña de las primarias (1 de agosto de 2017) contribuiría a exacerbar la dimensión afectiva y emocional y los ataques hacia el gobierno y su candidato. Esto tendría un efecto importante y contaminaría el desarrollo de parte de la campaña preelectoral. Nos referimos al llamado “caso Maldonado”. Recordemos brevemente en qué consistió.

El primero de agosto de 2017, unos 12 días antes de las elecciones primarias, un joven llamado Santiago Maldonado había desaparecido en medio de una protesta de sectores mapuches, en una carretera de la provincia de Chubut. La Gendarmería Nacional, una fuerza de seguridad dependiente del Ministerio de Seguridad de la Nación, había intentado desalojar el camino sin mucho éxito. Participantes de la protesta habían señalado que habían visto cómo un coche perteneciente a dicha fuerza se había llevado del lugar al joven Maldonado en medio de un forcejeo. Durante semanas, distintas organizaciones de derechos humanos denunciaron como responsable al gobierno federal, acusándolo de desaparición forzada de personas, pero sin muchas pruebas concretas. CFK y sus partidarios aprovecharon el momento y la impericia del gobierno por resolver el caso. Viendo que el cuerpo del joven no aparecía, comenzaron a hacer circular una serie de denuncias en la que se establecían conexiones entre la actuación del gobierno nacional con las prácticas represoras de la dictadura de los años 70. En el contexto histórico argentino era esta una acusación en extremo seria. Expresiones del estilo “Macri, basura, vos sos la dictadura” –asociación que habían

venido ensayando distintos sectores del kirchnerismo desde la asunción misma de Macri— se incrementaron como nunca antes en todas las redes sociales y en distintas manifestaciones políticas de la oposición. Con la ayuda de periodistas y voceros simpatizantes, el kirchnerismo sacaba provecho de la indefinición del caso. Aun cuando CFK por un lado regañaba a sus partidarios en público por relacionarlo con la dictadura, en otras presentaciones asociaba prácticas de este con aquella, en un juego alienante por demás sorprendente (cf. Ibáñez 2017 y “Cristina Fernández de Kirchner” 2017).

La irresolución del caso continuó durante semanas y ocupó un espacio importante de la campaña de CFK. Una sombra de duda sobrevolaba sobre la actuación del gobierno y hacía peligrar sus resultados electorales. Sin embargo, tres días antes de las elecciones de 2017, el cuerpo de Maldonado fue encontrado por buzos de la Prefectura Naval en un sector del río Chubut, lugar al que la comunidad mapuche no había dejado ingresar con anterioridad por considerarlo “territorio sagrado”. La autopsia del joven, que se llevaría a cabo tiempo después del resultado electoral, concluiría en que el joven se había ahogado al intentar cruzar el río y que sus restos se habían mantenido en ese lugar desde el momento mismo de su desaparición. Por otra parte, no se encontraron marcas de la supuesta violencia de la Gendarmería en el cuerpo del joven, según los 55 peritos que participaron de su autopsia (número inédito de especialistas para un estudio de este tipo), quienes habían determinado además que el cuerpo había permaneció 70 días en el agua (Gaffoglio 2017). Más aún, las investigaciones que continuaron *a posteriori* demostraron que los testigos que habían asegurado haber visto la represión y secuestro del joven habían falseado sus declaraciones. Varias semanas más tarde, se confirmaría que unos abogados de la *Asamblea por los Derechos Humanos*, organismo cooptado en parte por el kirchnerismo, habían denunciado falsamente al gobierno ante la *Comisión Interamericana de Derechos Humanos* (CIDH), engañando al tribunal internacional y a la sociedad argentina con obvios fines partidarios. (Para más detalles, véase Gaffoglio 2018 y Novaro 2017).

Traemos a colación este caso porque, como decimos, CFK sacó provecho del caso de forma oportunista. Si bien el hecho comenzó antes inclusive de que se lanzara la campaña (17 de septiembre), la candidata se valió de él para fotografiarse con rostro adusto en una iglesia, acompañada por la imagen del joven desaparecido. El caso, al fin de cuentas, tenía todos los ingredientes para ser usado políticamente como una puesta en escena electoral más y, quizás, se recurrió a él como último recurso para convencer a ese paradestinatario esquivo que mencionábamos más arriba. Sin embargo, por obvio, el montaje solo terminó aceptado por el prodestinatario, reforzándose el nexo con él, pero no ganando muchos más nuevos votantes¹⁸. De hecho, la manipulación fue reconocida de inmediato y se volvió en su contra: la candidata recibió críticas y abucheos en la misma iglesia por parte de algunos asistentes (Fig. 7). Como era esperable, el incidente fue luego reproducido por toda la prensa opositora (“La madre de una víctima” 2017), y ese disconformismo se difundió por otros medios digitales.

En un lúcido estudio sobre el kirchnerismo, Beatriz Sarlo (2011: 139) ha detallado en su momento un dato curioso que tal vez nos permita entender estos errores de campaña. En efecto, señala la autora, el género característico de la candidata ha sido tradicionalmente el

“argumentativo”, a diferencia del de su difunto esposo, para quien la *indignatio* era el más habitual. Como observa, el argumentativo tiene como fin

[...] persuadir a una asamblea sobre la conveniencia de adoptar tal acción y evitar otra. Presenta cuestiones que tienen un pasado [...], un desarrollo presente y alternativas futuras. Tiene una relación más exacta con las palabras, que deben demostrar la razonabilidad de la acción propuesta (Sarlo 2011: 139).

En este sentido, CFK estaba acostumbrada a esta situación desde su posición de senadora primero –en el parlamento nacional–, y como presidenta después, desde el ejecutivo. Al salirse groseramente del género argumentativo en el que abrevó como legisladora y en el que, sin duda, se sentía más cómoda, terminó adentrándose en terrenos de desproporción y convirtiéndose en su propia caricatura. Si este tipo de discurso se caracteriza por una estrategia de manipulación que maneja “un exceso que juega sobre la emoción en detrimento de la razón política, emoción capaz de engañar al pueblo sin que este sospeche”, lo suyo no lograba convencer a su paradedestinario, por demasiado obvia (Charaudeau 2009a: 264)¹⁹. Todo en ella resultaba exagerado y casi caricaturesco.

Durante este período, por otra parte, las fotos que su partido difundía de sus reuniones reiteraban siempre un repertorio reducido de enfoques desmedidos similares. Habiendo regresado a actos más masivos en estadios o predios más grandes (para reforzar la idea de que la mayoría del pueblo estaba con ella), las imágenes siempre la mostraban de espaldas (haciendo que el receptor se identificara con la mirada de la candidata) y solo se podían ver las caras de la multitud que la acompañaba, gente común que lloraba, gritaba y se emocionaba bajo un mar de banderas blancas y celestes. Es notable, en este sentido, la Fig. 6, difundida por el mismo partido, pero con el agregado de una frase que apelaba a la desaparición de Maldonado y reforzaba en la mente de sus partidarios, una vez más, la asociación con la dictadura. En otras instancias se la retrataba de frente, con los brazos extendidos hacia la multitud próxima y con una gestualidad y una luz que evocaban las pinturas de Cristo o los cuadros de santos, con manto incluido (Fig. 8).

Bien mirados, estos verdaderos montajes escénicos insistían en mostrarla como pastora de su grey o, retomando palabras de Charaudeau (2009a: 270), “como el caballero blanco irreprochable preparado para combatir las fuerzas del mal” (curiosamente el blanco, aun cuando puede asociarse con uno de los colores de la bandera argentina, reaparecía en su vestimenta con sugestiva reiteración escénica)²⁰. En todas estas puestas, parecía evocarse la figura del profeta que mediaba entre un más allá (simbolizado también por la evocación de su difunto esposo, presencia que sobrevolaba siempre en sus presentaciones) y su pueblo. Por otra parte, las imágenes aéreas la mostraban en el corazón mismo de esas reuniones masivas, en donde el celeste y blanco de los colores nacionales reforzaban su identificación con el público. (Fig. 9. Parte de su discurso puede verse reproducido en <https://twitter.com/FerEspinozaOK/status/920086065922363398>). También se agregaba alguna pincelada de amarillo (para completar los tres colores de la bandera), pero no demasiado para no alienar a la audiencia. Al fin de cuentas, el amarillo era el color elegido por el oficialista *Cambiamos*.

Mediante esta escenificación fuertemente teatralizada, en medio de podios grandiosos desde donde hablaba, enmarcada por decorados simbólicos y por una multitud que la rodeaba, la candidata fue desarrollando una estrategia discursiva que se debatía entre la proximidad y la fascinación. Con una composición proxémica cuidadosa, se buscaba establecer en todo momento un encuentro mimético entre candidata y auditorio. Las imágenes la mostraban siempre rodeada de un público exaltado. Allí aparecía ella bailando zumba con mujeres de un gimnasio, comiendo empanadas que le acercaban vecinos de las barriadas más pobres o fotografiándose con sus zapatos de tenis embarrados, mientras en paralelo desacreditaba a sus oponentes, a los que posicionaba en una situación de distancia e indiferencia respecto de las preocupaciones de la gente (Fig. 10 y Fig. 11). La identificación con su audiencia aparecía siempre redoblada, enfatizada y exagerada en un juego continuo de retroalimentación emocional que parecía querer obturar el pensamiento racional.

Ya hemos observado cómo estos escarceos con el paradesinatario la llevaron a presentarse bajo la figura de una “Cristina buena” en las primarias, para transformarse en una “Cristina combativa” en la campaña electoral parlamentaria propiamente dicha. Este fenómeno se manifestó de manera evidente para el 30 de agosto, en el acto de relanzamiento de su campaña electoral en el estadio Atenas de la ciudad de La Plata. En esa oportunidad le había pedido a su audiencia, con tono mesurado:

Mientras estaba haciendo antesala, escuché algunas cositas [se refería a insultos contra el presidente]. Por favor, todo lo que sea alegría y respeto, bienvenido. Todo lo demás lo dejamos en casa, por favor. [...] El objetivo de la campaña es convocar al amor, a la construcción positiva. El odio es muy feo, enferma a la gente. No queremos un gobierno de clase que desprecie a los peronistas, a los “negros”, a los obreros. (“Cristina en La Plata”, 30 de agosto de 2017. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=sUQzuufug8s>).

A diez días del resultado del escrutinio de las primarias, CFK continuaba con aquella postura de bondad y humildad que había manifestado en campaña. Un dispositivo emotivo marcado por el exceso se apropiaba del núcleo central de su puesta escénica. En el acto de cierre, como ejemplo, se la podía ver intentando unos pasos de baile al ritmo de “Nunca me faltes”, una cumbia clásica de Antonio Ríos, imagen que de inmediato se viralizó en todas las redes sociales frecuentadas por un electorado joven (“Nunca me faltes” 2017). La canción era un dechado de lugares comunes en donde una voz masculina (con la que una audiencia joven y bulliciosa se identificaba) alababa al objeto femenino –aquí representado por la propia candidata– a quien rogaba que no lo abandonara, ya que de su existencia dependía la suya propia:

Quiero decirte al oído / tantas cosas preciosas que estoy sintiendo por ti:/ Que te quiero, que te adoro, tú eres la mujer / que he soñado, que me haces muy feliz/ Que cuando no estás me falta el aire./ Eres la razón de mi existir. /Amor por favor, nunca me faltes/ porque tú eres todo para mí./Nunca me faltes, nunca me engañes/ Que sin tu amor yo no soy nadie.

En medio del contexto electoral, esta canción, al igual que lo había hecho durante los años de su presidencia “Avanti morocha”, interpretada por el grupo musical La Mancha de Rolando, adquiriría una significación política que originalmente no tenía (para un acercamiento al uso de la cumbia en el kirchnerismo, véase Favoretto y Hortiguera 2016). La letra de la cumbia enfatizaba ese peso emocional y empático entre ella y su audiencia juvenil y, sobre todo, los hacía parte de puestas emblemáticas. Y, paradójicamente, frente a una descripción catastrófica que hacían sus palabras sobre la situación social en que se encontraba el pueblo, su cierre terminaba con un baile alegre y una canción que anunciaba la presencia de un ser salvador y providencial.

Otro viraje inesperado de estrategia durante este período se dio en su relación con la prensa no simpatizante, especialmente teniendo en cuenta el desdén inusual que tuvo la candidata por algunos medios y analistas políticos no partidarios durante su presidencia. Si los votantes esquivos no venían hacia ella y no la escuchaban, había que hacerles llegar sus palabras en su propio territorio. Fue así como en una primera etapa se decidió por asistir a algunos programas radiales y televisivos no necesariamente de medios amigos, pese a que sus propios estrategias de campaña, según lo destacaban algunas notas periodísticas, no tenían muy en claro si esta situación le ayudaría a ampliar su base de votantes (Pablo de León 2017a). La danza con los nombres de los posibles entrevistadores se convirtió en la comidilla de los analistas políticos y del espectáculo durante semanas, teniendo en cuenta los nombres que se mencionaban: desde Susana Giménez (una *exvedette* convertida en presentadora de programas de entretenimiento) hasta Marcelo Tinelli, un locutor y conductor de programas de TV muy populares. Aun cuando no hablara, CFK aparecía omnipresente en las especulaciones de la prensa.

Un par de días antes de que comenzara la campaña legislativa propiamente dicha (14 de septiembre de 2017), el periodista Luis Novaresio del grupo INFOBAE, no alineado con el kirchnerismo, la entrevistó en el canal de aire *América* (véase el vídeo en <https://www.youtube.com/watch?v=FigEAU3eoQc>). La entrevista merece mencionarse, en particular por la conducta contradictoria de la candidata tanto durante la entrevista como lo que haría *a posteriori*. Las preguntas de Novaresio buscaron indagar sobre su enriquecimiento patrimonial, sus relaciones con contratistas del estado acusados de corrupción e inclusive su proceder en la muerte sospechosa del fiscal Alberto Nisman²¹. Ante la imposibilidad de poder contestar algunas preguntas molestas, la reacción de la candidata fue mostrarse emocionada y lagrimosa cuando el periodista le exhibió imágenes inconvenientes de un exsecretario de Obras Públicas al que se veía arrastrando bolsos cargados de dólares malhabidos para esconderlos en un convento. No era esta la primera vez que recurría a muestras emocionales para buscar empatía de su audiencia ante momentos difíciles de campaña. Algunos críticos llegaron incluso a plantear en forma abierta su grado de falsía. Como le relata Rafael Flores, candidato a diputado nacional por la provincia de Santa Cruz en las elecciones de 1993, al periodista Ceferino Reato:

En un acto en la ciudad de Comandante Luis Piedrabuena [...] a Cristina se le quebró la voz. Me emocioné, pensé que tenía un lado humano después de todo, y empecé a tratarla con más afecto. Pero de ahí nos fuimos a Gobernador Gregores y a Cristina se

le quebró la voz en el mismo párrafo. Al otro día, fuimos a Puerto San Julián. ¡Y se le volvió a quebrar la voz en el mismo momento! Me di cuenta de que era una gran actriz y una farsante. Recuerdo que en esa campaña, me dijo: “¿Sabés, Rafa? Yo hubiera querido ser cantante”.

Las consecuencias de la entrevista con Novaresio y su incomodidad frente a cámaras no se hicieron esperar. Los intentos posteriores con la prensa tomaron otro rumbo: periodistas más cercanos, como Víctor Hugo Morales, o entrevistadores más complacientes. En efecto, además de sus periodistas preferidos, alternó con algunos entrevistadores que no eran necesariamente especialistas o expertos en política. Así, en radio se inclinó por programas ligeros de FM, sobre todo por aquellos de interés general y humor destinados a un público más joven: el del periodista y presentador Bautista (Beto) Casella, en *Radio Pop* (5 de octubre de 2017) y el de la locutora y conductora radial simpatizante Elizabeth Vernaci por *Radio Con Vos* (11 de octubre de 2017). En televisión la entrevistó Gerardo Rozín, un periodista y locutor de radio y TV que dirigía por entonces el programa *Morfi. Todos a la mesa*, un programa de género *magazine* (17 de octubre) del canal *Telefé*; y Samuel “Chiche” Gelblung, locutor y periodista caracterizado por su tendencia al escándalo, en el canal de noticias *Crónica* (27 de septiembre)²².

Era evidente que, con esta actitud, apuntaba a dos frentes. Por un lado, buscaba atraer a distintos sectores de ese electorado indeciso. Por otro, impugnaba la crítica que se le venía haciendo respecto de su renuencia a dar notas a otros medios y a su supuesta falta de tolerancia a las preguntas. Como anota Charaudeau (2008b: 247), “el discurso de manipulación toma diferentes formas [...] pero todas marcadas en un rincón con la disimulación”. En efecto, en toda esta estrategia de apariciones mediáticas, con un lenguaje en extremo informal, a veces vulgar, contando anécdotas personales o intrascendentes, con toques sarcásticos a veces, o más serios otros, se fue perfilando no solo la construcción de su paradestinatario, sino también las dificultades que enfrentaba en su simulación para persuadir sin alienar a sectores en extremo heterogéneos y complejos. ¿Cómo hacer para convencer con un discurso coherente a un grupo tan variopinto? Esta fue una de las dificultades mayores que debió enfrentar con esta modalidad y que podría explicar, en parte, su fracaso persuasivo con los indecisos.

Si bien pasados diez días del escrutinio de las primarias, CFK continuaba con aquella postura de bondad y humildad, un mes más tarde, ya en la entrevista con Rozín, su discurso se llenaría de exabruptos. Llamó “idiota” al Presidente de la Nación (“Macri se ufana que inauguró un merendero y no se da cuenta este idiota que eso se debe a sus políticas económicas”); acusó de alcohólica a la ministra de Seguridad, Patricia Bullrich, por el caso Maldonado (“A los mapuches los comparó con la guerrilla kurda, eso porque la que está curda [borracha] es ella. Dejate de joder, nos toman el pelo a todos los argentinos. No critico que le guste el vino, después de todo es una bebida nacional”); se refirió groseramente contra una diputada nacional del oficialismo y le marcó con ironía al entrevistador las preguntas que debía hacerle al día siguiente a María Eugenia Vidal, Gobernadora de la Provincia de Buenos Aires:

A Vidal mañana no le preguntan nada. A la gor... [por “gorda”] a [la Diputada Elisa]

Carrió, nada. A Mariú [María Eugenia] le preguntan “¿no tenés novio?” Y ella se ríe, y te mira y son esas entrevistas divinas. La señora está en la casa y dice: “Ah, mira qué linda esa nena”. Y aparece yo y dice: “Ahí, llegó ella, mirala, y ¿qué se puso?” (“Cristina Kirchner con Rozín. Entrevista completa”, 17 de octubre de 2017. Disponibles en: <https://www.youtube.com/watch?v=nWW0J6gVarM>).

Resignada a que sus recorridos por los canales y radios no daban tampoco resultados entre sus paradesinatarios, decidió concentrarse una vez más en su prodestinatario, práctica que, como señala Annunziata (2016: 113) ya había ensayado en otras oportunidades. El discurso se saturaba así con modismos y estilos vulgares porque el exceso de estas expresiones la ayudaban a posicionarse como “mujer del pueblo”, como una más de esas personas que la miraban con fascinación. Su brusquedad en el hablar y sus posturas destempladas daban en el blanco entre esos votantes porque en esos gestos ensayados por ella se veían reflejados ellos mismos. En consecuencia, mediante un proceso de enmascaramiento detrás del habla popular se revelaba como portavoz legítima del descontento de algunos sectores, al tiempo que se inscribía como una mujer simple, valiente, que sabía alzar la voz y decir sus verdades en su nombre. Se daba así, como dice Maingueneau (1997: 46) citando a H. Meschonnic, “la integración del discurso al cuerpo y la voz, así como del cuerpo y de la voz al discurso”. Se acudía a argumentos que tocaban siempre la emoción y que apelaban sobre todo al recuerdo y la memoria de “los buenos momentos” en los que ella y su esposo habían estado en el poder. De esta manera, la persuasión de los indecisos pasó a segundo plano frente a los intentos por reforzar sus vínculos con los ya convencidos. Su práctica retrospectiva se caracterizaba, como lo hacía con la imagen, por la evocación anecdótica y una saturación de signos que se daba por adición y enumeración:

El trabajo ha vuelto a ser un problema. Miren, hoy cuando venía para acá... Les voy a contar un secreto. ¿Ven esta camperita? ¿Les gusta? ¿No se acuerdan de esta camperita? ¡Aaaah! ¡Mala memoria! Esta camperita yo la tenía el 27 de abril de 2003, cuando Néstor sacó el 22 por ciento de los votos. Esta camperita es de esa noche. Me acuerdo... [la gente interrumpe con cánticos: “Néstor no se murió. Néstor vive en el pueblo, la puta madre que lo parió”]. Y me acuerdo que aquella noche en aquel 2003 tan difícil, tan terrible, donde Néstor tenía menos votos que los desocupados que había en el país. Su gran preocupación era esa y laburó, laburó y yo también laburé y laburé y nos rompimos el alma porque nuestra gran ilusión era que ese derecho que es el trabajo —porque ahora te dicen, ¿viste?: “Antes te regalaban las cosas”— es que alguien debería decirle a este presidente-empresario que los derechos no se regalan. Los derechos se ejercen y se reconocen por parte del estado. Se ejercen por la ciudadanía y el estado los debe reconocer. Y el trabajo no es un regalo. Nunca le regalamos trabajo a nadie. Al contrario, les reconocimos el derecho a todos y a todas a tener un trabajo digno, a tener buenos salarios. Y el trabajo hoy cambió, sí que cambió y mucho. Algunos lo perdieron, otros no lo consiguen, a otros el salario tampoco [les] llega a fin de mes y otros están con la incertidumbre y el temor de perderlo. De que lo “precaten” [sic, por “precaricen”], de que no alcanza... ¡Mirá vos si cambiaron! Y también cuando tenía esta camperita esa noche los jubilados... en esa noche... hacía años que nadie les aumentaba un peso de salario. “*Longi tempore*”, decía un amigo y

acá llegamos... A devolverles los derechos a los jubilados con aumentos, con inclusión jubilatoria y finalmente con la movilidad cada dos años. ¡Fíjense! Y como además sabíamos que teníamos que dar cobertura sanitaria... El PAMI también ahí estaba con los remedios, con las vacaciones programadas. ¡Miren si cambiaron las cosas! Ahora les sacaron los remedios, pero no solamente a los jubilados, también a los enfermos de HIV, también a los oncológicos. ¡Miren como han cambiado las cosas! ¡Claro que han cambiado! ¡Y siguen cambiando! Sí hay estado, pero lo que pasa que unos pocos se apropiaron de este estado para hacer negocios de las empresas privadas de ellos, de su familia, de sus amigos o de sus socios. Por eso los que tienen que volver no somos nosotros son ustedes. Son ustedes los que tienen que volver al estado. El pueblo tiene que volver. (El vídeo, “¿Se acuerdan de esta camperita? La pregunta de Cristina que desorientó al público y que luego emocionó?”, puede verse en https://www.youtube.com/watch?v=E2D3_TugftA. Acto en la localidad de Lanús, 4 de octubre de 2017).

Si nos atrevemos a transcribir esta cita tan larga es porque estas palabras, pronunciadas en un acto de la localidad de Lanús, en plena campaña electoral, son una síntesis perfecta de los dispositivos de proliferación que CFK incorporaba en su escena de enunciación, caracterizada fundamentalmente por el acopio. La acumulación y el exceso (nótese la insistencia en la conjunción “y”), como decíamos más arriba, son las operaciones por excelencia de su operatoria discursiva. En estas palabras finales de la candidata, se refuerza su dimensión constructiva. En efecto, las imágenes que hemos venido analizando y que acompañan su discurso son unidades que entran en correlación con él, pero no tienen un efecto ilustrativo sino reforzativo de una polarización a la que la candidata quiere llevar la elección (como aquella “Evita buena y dulce” y la “Evita combativa” que aparecía detrás de su atril presidencial en la Casa Rosada). Funcionan como los títulos o las letras negritas en una nota de un periódico: refuerzan la dirección de lectura que la audiencia debe hacer. Al fin de cuentas, como señala van Dijk,

[...] toda información destacada u opiniones (ya expresadas a través de los titulares, ya topicalizadas) tienden a ocupar una posición relevante en el modelo mental. Esto facilitará la organización, el recuerdo y por ende el uso de tales modelos ‘sesgados’ en la formación y el cambio de opiniones (2007: 146²³). La traducción es nuestra.

Como hemos visto, la escena de CFK consiste siempre en una organización esquemática estándar. Esta se manifiesta a partir de un número limitado de categorías fijas – abarrotamiento, redundancia y adjunción– que ordenan eficazmente las representaciones necesarias para mantener a la candidata en la arena política como interlocutora válida. La escena discursiva se dilata y expande como un bucle, en forma helicoidal, volviéndose sobre sí una y otra vez, de ahí esa especie de *horror vacui* que se genera en la escena de enunciación de la candidata. En el discurso de referencia, se parte de la imagen de la “camperita de cuero roja”, en este caso como reminiscencia, para hacer orbitar alrededor de ella la defensa de las decisiones tomadas en conjunción con su marido: “derecho al trabajo”, “creación de trabajo”, “ampliación de derechos”, “aumento de derechos jubilatorios”, “aumento de la cobertura

sanitaria y de programas sociales” (nótese además el uso irónico de las formas derivadas del término “cambiar”, que aluden al nombre de la coalición oficialista “Cambiemos”). Las palabras anclan esos significados del marco imaginístico y duplican sus intenciones en un juego de espejos que se retroalimentan mutuamente, “a partir de los cuales el discurso pretende ser proferido para poder fundar así su derecho a la palabra desde una determinada perspectiva de acción sobre el otro” (Charaudeau y Maingueneau 2005: 223).

“Por eso los que tienen que volver no somos nosotros son ustedes. Son ustedes los que tienen que volver al estado. El pueblo tiene que volver”, dice la candidata en su parte final, reafirmando –por si quedaban dudas– su identificación con el auditorio, diluyéndose ella en él, mientras que le niega a su adversario político capacidad democrática, tolerancia, eficiencia e inteligencia (recuérdese su exabrupto de “idiota” que comentábamos más arriba para referirse al presidente). Finalmente, la distinción, diferenciación y polarización entre grupos que apunta con toda esta estrategia se hacen evidentes en el uso pronominal en el que se establece un juego de difuminado (–) y de antítesis (/) (nosotros–ustedes, él–yo–ustedes, yo–ustedes, nosotros/ellos, etc.), pero también por deícticos, que en el pasaje en cuestión está marcado por el “allá” que introduce la evocación que abre “la camperita” y el “aquí” del supuesto cambio negativo instituido por el gobierno de Macri.

4. Conclusiones

En el comienzo de nuestro trabajo nos proponíamos analizar la representación visual que acompañó parte de la campaña electoral de la expresidenta Cristina Fernández de Kirchner para las elecciones de medio término de 2017. En ellas, la candidata se proponía como senadora nacional por la Provincia de Buenos Aires, después de haber estado a cargo del poder ejecutivo por dos períodos (2007-2011 y 2011-2015). En lo esencial, nuestro objetivo apuntaba a estudiar los recursos discursivos y retóricos que ayudaron a perfilar la “imagen de sí” de CFK con el fin de reconstruir y reorganizar su base política. Como hemos visto, esto se intentó llevar a cabo a través de una estrategia electoral doble orientada a la producción de colectivos de identificación que se dieron más por vía emotiva que racional y tanto en lo visual como en lo lingüístico.

Partiendo de un corpus textual conformado por la puesta en escena de CFK (imágenes fotográficas y de vídeo que se difundieron a partir de los actos de su campaña), se analizó el potencial iconográfico y epistemológico de esa escenificación y su habilidad para hacer pensar la política en término de imágenes. Vimos así cómo el perfil de la candidata se fue forjando a través del tono de su discurso, de su dinámica corporal, del uso de colores particulares en la escena comunicativa, de ángulos de cámara, símbolos y de la música que la acompañaba, elementos todos que rodeaban sus palabras y que servían para la mejor decodificación de estas. Pero además de ir construyéndose la imagen que la candidata quería hacer de sí, se fue componiendo, en paralelo, la del coenunciador que esta tenía en mente, por momentos esquivo, por momentos adherente leal.

Observamos que dos tipos diferenciados de coenunciadores se fueron perfilando en el tejido de ese montaje a lo largo de este período. En la etapa de primarias, se observó que CFK fue

construyendo un registro que no consistía simplemente en mostrarse más buena, humilde y una más del pueblo (esa “Cristina zen” de la que los medios hablaban), sino que se trataba, paradójicamente, de mostrar en el escenario que se estaba ante valores que representaban a la nación misma personificada. Todos los símbolos y representaciones que rodeaban sus discursos apuntaban hacia esa conexión o asociación. Esta retórica discursiva sobreactuada y excesiva inundaba los intersticios del escenario, con dos fines: (1) facilitar su internalización por parte de un paradestinatario que necesitaba en forma imperiosa para ampliar su mapa político y (2) anular la voz de sus oponentes excluyéndolos del colectivo “pueblo”. Sin embargo, esta retórica puede actuar mucho mejor en tanto estos clichés y lugares comunes que veíamos en nuestro análisis no abrumen con su saturación, por cuanto, dependiendo del tipo de audiencia a la que se dirija, puede producir el efecto contrario y terminar irritándola al percibirse esos estereotipos como notablemente falsos, poco naturales o creíbles. En pocas palabras, esto podría conducir a “descarrilamientos de maniobras estratégicas y, por lo tanto, a falacias particulares” que podrían ser fácilmente detectadas (Snoeck Henkemans 2013: 7).

Un segundo momento, en tanto, se dio durante la campaña de las elecciones propiamente dichas. Al ver fracasados sus intentos por llegar con fuerza a ese paradestinatario esquivo en las primarias, su foco se volvió sobre el prodestinatario, esto es, su votante fiel e histórico que compartía esas creencias. Vale decir, su argumentación no se propuso tanto modificar las representaciones de su coenunciador, sino reforzar las que su prodestinatario ya tenía y mantener ese vínculo político. Se conformó una dimensión enunciativa que reforzaba su asociación con una figura providencial, extraña especie de “divinidad mortal”, por momentos sencilla y humilde que se vestía y hacía lo mismo que su pueblo (sus zapatillas embarradas en las calles de la provincia, mientras comía con apetito fingido unas empanadas preparadas por una vecina, por ejemplo). En otros momentos, se hacía visible con destellos de diosa vengativa, que recordaban la vieja conducta crispada ensayada en su presidencia, pero siempre dentro de parámetros atravesados por un lenguaje evocador y marcadamente nacionalista. Así, con esta autocita a su conducta como presidenta se producía un efecto de continuidad y coherencia discursiva porque la conectaba con su propia historia, aquella con la que su votante más fiel se identificaba y reconocía. De este modo, esa imagen de sí se fue acomodando y variando de acuerdo con la configuración del perfil del coenunciador al que se dirigía, provocando un juego de retroalimentaciones mutuas.

En suma, estas maniobras que acabamos de esbozar de su campaña, con su exceso hiperbólico, su recurrencia a la adjunción, sus procedimientos redundantes entre imagen y palabras, y su proliferación integrada en la escena comunicativa se fueron adaptando a las circunstancias inmediatas en que el discurso se pronunciaba, pero siempre teniendo como objeto construir una proximidad explícita entre ella y sus destinatarios y preservar su relación con ellos a quienes describía como un *alter ego*. La construcción de esta cercanía y su legitimación como la verdadera representante del pueblo –o como la nación misma– funcionaban como el argumento que justificaba su elección para la senaduría. Se vendía así, como la opción más obvia, al tiempo que desplegaban un retrato de sus adversarios políticos como intrusos que se habían apropiado del estado en forma ilegítima.

De esta manera, la imagen que la candidata construyó de sí se fue articulando en un cruce con las emociones de su audiencia de dos formas. Por un lado, proyectó sobre ella una imagen empática y casi maternal que se anticipaba en todo ese espacio paratextual que rodeaba a sus arengas (afiches, iconos, colores, ropa, música, baile). Con ello se decía: “Yo soy una de ustedes. He trabajado por ustedes, el pueblo, y siento lo mismo que sienten ustedes (y por lo tanto soy la persona ideal para representarlos y defenderlos)”. Mediante este sentido de pertenencia que fue forjando con su audiencia, se presentaba como una persona que compartía el mismo mundo de esperanzas, deseos, creencias y amor por la patria. Esa sensación de espacio familiar de creencias y afectos que ambos (ella y su auditorio) compartían favorecía la escucha y reforzaba su vínculo. Por otro, también los unía la hostilidad hacia un enemigo definido como un inoportuno que se interponía en esa relación especial entre ella y su pueblo.

Como vemos, esta imagen terminó convirtiéndose en una argumentación persuasiva que, con una actitud dramática y su modo hiperbólico, contenía en el fondo una debilidad. Semejante discurso requería que la práctica fuera dosificada y que no se excediera para no resultar ineficaz. Al provocar un efecto caricaturesco con su discurso barroco y una puesta en escena recargada y de trazo grueso, terminó desnudando su manipulación y, como ocurrió finalmente, alejando a los indecisos.

Anexo-Imágenes



Fig. 1. CFK recibe a Daniel Scioli, exgobernador de la Provincia de Buenos Aires y excandidato presidencial para las elecciones de 2015 por Frente para la Victoria en el Instituto Patria. Foto de Instituto Patria, reproducida por *La Nación*, 8 de agosto de 2017.



Fig. 2. CFK recibe a estudiantes en su casa de Buenos Aires. Reproducida por *Clarín* 29/07/2017 y levantada de las páginas de *Facebook* y *Twitter* de la precandidata.



Fig. 3. “El primer *spot* de Cristina, de cara a las elecciones 2017”. . 15 de junio de 2017. CFK en medio de la gente. <https://www.youtube.com/watch?v=mATvmjUiTiY>



Fig. 4. CFK en comedores escolares de Quilmes, reproducido en *Página/12*, 26 de julio de 2017, provista por Prensa de *Unidad Ciudadana*.



Fig. 5. CFK como presidente: la Evita buena y la Evita combativa. Reproducido en *Clarín* 12/03/2012.



Fig. 6. CFK en el partido de Moreno (Provincia de Buenos Aires), 29 de septiembre de 2017. Foto reproducida en *Twitter* de *Unidad Ciudadana*.

<https://twitter.com/uniciudadanaar/status/913912499266834438?lang=en>



Fig. 7. CFK en una misa por Santiago Maldonado en una parroquia de Merlo, Provincia de Buenos Aires. Reproducida en *La Nación*, el 2 de septiembre de 2017, de un *Twitter* de *Unidad Ciudadana*.



Fig. 8. CFK en campaña: Mar del Plata, 13 de octubre de 2017. Foto reproducida en Twitter de *La Cámpora*.



Fig. 9. Cierre de campaña de CFK el 16 de octubre de 2017 en el estadio de fútbol Juan Domingo Perón, perteneciente al Racing Club. Fotograma del vídeo reproducido por *Clarín*: https://www.clarin.com/politica/Cristina-bailando-acto-cierre-Racing_3_1888641134.html



Fig. 10a



Fig. 10b

Anuncio de *Unidad Ciudadana* sobre el acto de cierre de campaña, reproducido en Facebook de *La Cámpora*, Comuna 15:
<https://www.facebook.com/lacampora15/photos/a.669876113087989.1073741994.384879808254289/1479345165474409/?type=3>. Las zapatillas le habían sido regaladas el 27 de septiembre de 2017 en la localidad de Esteban Echeverría, por los trabajadores en conflicto de Adidas (<https://twitter.com/CFKArgentina/status/913144504345088000>). Nótese que las tiras simulan la bandera argentina. El sábado 30 de septiembre de 2017 las lucía en su caravana en el partido de La Matanza.



Fig. 11. CFK comiendo empanadas hechas por una vecina, en un acto del 30 de septiembre

de 2017 en La Matanza, a bordo del “Cristimóvil”, en compañía del candidato a diputado por Unidad Ciudadana, Fernando Espinoza. *Twitter* de la candidata @CFKArgentina (<https://twitter.com/cfkargentina/status/914284457930235904?lang=en>).

Referencias bibliográficas

Amossy, Ruth. 2000. *L'argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d'idées, fiction*. París: Nathan-Université.

Amossy, Ruth; Herschberg Pierrot, Anneuth. 2004. *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba.

Amossy, Ruth; Koren, Roselyn. 2010. Argumentation et discours politique. *Mots. Les langages du politique* 94: 13-21. Disponible en:
<https://www.cairn.info/revue-mots-2010-3-page-13.htm>

Annunziata, Rocío. 2016. El candidato es el proyecto: la construcción de la narrativa kirchnerista. En M. Riorda y O. Rincón, eds. *Comunicación gubernamental en acción. Narrativas presidenciales y mitos de gobierno*. Buenos Aires: Biblos, pp. 111–128.

Barthes, Roland. 1977. *Roland Barthes by Roland Barthes*. Berkeley/Los Ángeles: University of California Press.

Barthes, Roland. 1986. *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Gredos.

Calero, César. 2017. Cristina Fernández de Kirchner vuelve a batirse en las urnas *El mundo*. 13 de agosto. Disponible en:
<https://www.elmundo.es/internacional/2017/08/13/598f342bca4741df1f8b4611.html>

Charaudeau, Patrick. 2000. Une problématique discursive de l'émotion. A propos des effets de pathémisation à la télévision. En C. Plantin, M. Doury y V. Travers, eds. *Les émotions dans les interactions*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, pp. 125-155.

Charaudeau, Patrick. 2008a. Pathos et discours politique. En M. Rinn, ed. *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*. Rennes: Presses universitaires de Rennes, pp. 49-58. Disponible en:
<http://www.patrick-charaudeau.com/Pathos-et-discours-politique.html>

Charaudeau, Patrick. 2008b. La palabra política. En X. Póo, ed. *Transformaciones del espacio público. Actas de la Segunda Escuela Chile-Francia en Ciencias Sociales, Humanidades, Artes y Comunicaciones*. Santiago de Chile: Universidad de Chile y Ambassade de France au Chili, pp. 243-251.

Charaudeau, Patrick. 2009a. Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso y Sociedad* 3(2): 253-279. Disponible en:
[http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3\(2\)Charaudeau.html](http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3(2)Charaudeau.html)

Charaudeau, Patrick. 2009b. La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político. En M. Shiro, P. Bentivoglio y F. D. Erlich, eds. *Haciendo discurso. Homenaje a Adriana*

Bolívar. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, pp. 277-295.

Charaudeau, Patrick; Maingueneau, Dominique. 2005. *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.

Con un tono moderado, Cristina apela al “voto útil” para ganarle al Gobierno. 2017. *Perfil*. 15 de julio. Disponible en:

<http://www.perfil.com/politica/con-un-tono-moderado-cristina-apela-al-voto-util-para-ganarle-al-gobierno.phtml>

Copi, Irving; Burgess-Jackson, Keith. 1986. *Informal logic*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Cristina buena: sus cinco recomendaciones para la campaña en Provincia. 2017. *Clarín*. 17 de julio. Disponible en:

https://www.clarin.com/politica/cristina-buena-recomendaciones-campana-provincia_0_SymFWV9S-.html

Cristina Fernández de Kirchner: “En Venezuela no hay estado de derecho, pero en Argentina tampoco”. 2017. *BBC Mundo*. 14 de septiembre. Disponible en:

<http://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-41275361>

Diana, Nicolás. 2017. Cristina Kirchner no podrá votarse a sí misma: sigue empadronada en Santa Cruz. *Clarín*. 27 de junio. Disponible en:

https://www.clarin.com/politica/cristina-kirchner-podra-votarse-misma-domicilio-santa-cruz_0_HyHLjHx4Z.html

El termómetro de los comedores comunitarios. 2017. *Página/12*. 26 de julio. Disponible en:

<https://www.pagina12.com.ar/52568-el-termometro-de-los-comedores-comunitarios>

Favoretto, Mara; Hortiguera, Hugo. 2016. Violence and Celebration: Images of Women and the Political Use of Popular Culture under the Kirchner Administration. En T. Fernández Ulloa y J. Schmidt Morazzani, eds. *Images of Women in Hispanic Culture*. Newcastle upon Tyne (UK): Cambridge Scholars, pp. 188-209.

Fernández de Kirchner, Cristina. 2017. Manifiesto por una campaña al servicio de los argentinos. 15 de julio. *Facebook de Unidad Ciudadana. Para volver a tener futuro*. Disponible en:

<https://www.facebook.com/notes/cristina-fernandez-de-kirchner/manifiesto-por-una-campana-al-servicio-de-los-argentinos/1818469324847592/>

Gaffoglio, Loreley. 2017. La autopsia reveló que Maldonado no fue arrastrado ni manipulado. *La Nación*. 17 de noviembre. Disponible en:

<https://www.lanacion.com.ar/2083151-la-autopsia-revelo-que-maldonado-no-fue-arrastrado-ni-manipulado>

Gaffoglio, Loreley. 2018. Caso Maldonado: denuncian a un organismo de DDHH por presentar un testimonio falso. *La Nación*. 6 de marzo. Disponible en:

<https://www.lanacion.com.ar/2114615-caso-maldonado-denuncian-a-un-organismo-de-ddhh-por-presentar-un-testimonio-falso>

Gómez, Silvia Beatriz; Recio, Mario Emilio. 2005. El sentido de la “transversalidad” en el discurso político del kirchnerismo y del Partido Socialista (Período 2003-2004). *Sociedad Argentina de Análisis Político. VII Congreso Nacional de Ciencia Política Agendas Regionales en Conflicto*. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/0BxhN8A22dEz0NE5XRG13elJRaWM/view>

Gutiérrez, Alfredo. 2012. Las dos caras de Evita que cambian de acuerdo al discurso de Cristina. 12 de marzo. *Clarín*. Disponible en:

https://www.clarin.com/politica/evita-cambian-acuerdo-discurso-cristina_0_ByAPsDLhPQe.html

Hortiguera, Hugo; Rocha, Carolina. 2007. Introduction. En H. Hortiguera y C. Rocha, eds. *Argentinean Cultural Production during the Neoliberal Years (1989–2001)*. Lewiston: The Edwin Mellen Press, pp. 1-20.

Ibáñez, Pablo. 2017. Cristina Kirchner volvió a apuntarle al gobierno: “No queremos un Presidente que tenga listas negras”. *Clarín*. 9 de octubre. Disponible en:

https://www.clarin.com/politica/cristina-kirchner-volvio-apuntarle-gobierno-queremos-presidente-listas-negras_0_HkSJjLYnZ

Ise, Ernesto. 2015. Macri encontró en la armonización budista la manera para abrir su universo íntimo. *Perfil*. 26 de julio. Disponible en:

<http://www.perfil.com/protagonistas/macri-encontro-en-la-armonizacion-budista-la-manera-para-abrir-su-universo-intimo-0726-0034.phtml>

Jacquelin, Claudio. 2016. El Presidente y el repentino paso del templo del budismo zen al territorio del macho alfa. *La Nación*. 10 de diciembre. Disponible en:

<https://www.lanacion.com.ar/1965746-el-presidente-y-el-repentino-paso-del-templo-del-budismo-zen-al-territorio-del-macho-alfa>

La madre de una víctima de Once habló del momento en que le dijo “asesina” a Cristina Kirchner. 2017. *Clarín*. 14 de septiembre. Disponible en:

https://www.clarin.com/politica/madre-victima-once-hablo-momento-dijo-asesina-cristina-kirchner_0_Sk15zScK-.html

León, Pablo de. 2017a. Envalentonada tras la entrevista, Cristina Kirchner prepara más notas y pisará el Conurbano todos los días. *Clarín*. 15 de septiembre. Disponible en:

https://www.clarin.com/politica/envalentonada-entrevista-cristina-kirchner-prepara-notas-pisara-conurbano-dias_0_HJxsOUtcZ.html

Maingueneau, Dominique. 1997. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Editores da Universidade Estadual de Campinas.

Maingueneau, Dominique. 1999. Ethos, scénographie, incorporation. En R. Amossy, ed. *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Delachaux et Niestlé: Lausanne-París, pp. 75-100.

Maquiavelo, Nicolás. 1996 [1532]. *El príncipe*. Barcelona: Altaya.

Montero, Soledad. 2009. Puesta en escena, destinación y contradestinación en el discurso kirchnerista (Argentina, 2003–2007). *Discurso y sociedad* 3/2: 316–347.

- Mouchon, Jean. 1999. *Política y medios. Los poderes bajo influencia*. Barcelona: Gedisa.
- Novaro, Marcos. 2017. *El caso Maldonado*. Buenos Aires: Edhesa.
- “Nunca me faltés”, el baile de Cristina Kirchner que fue viral. 2017. *Perfil*. 16 de octubre. Disponible en:
<http://www.perfil.com/politica/nunca-me-faltes-el-baile-de-cristina-kirchner-que-fue-viral.phtml>
- Reato, Ceferino. 2017. Cristina, una candidata que sabe llorar. *Perfil*. 15 de septiembre. Disponible en: <http://www.perfil.com/politica/cristina-una-candidata-que-sabe-llorar.html>
- Sarlo, Beatriz. 2011. *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003–2010*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Sigal, Silvia; Verón, Eliseo. 2008. *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Eudeba.
- Smink, Verónica. 2017. La insólita elección en Argentina en la que Mauricio Macri celebró pero luego ganó Cristina Kirchner. *BBC Mundo*. 30 de agosto. Disponible en:
<http://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-41090843>
- Snoeck Henkemans, Francisca. 2013. The use of hyperbole in the argumentation stage. En D. Mohammed y M. Lewiński, eds. *Virtues of Argumentation. Proceedings of the 10th International Conference of the Ontario Society for the Study of Argumentation*. Windsor, ON: OSSA, pp. 1-9. Disponible en:
<https://scholar.uwindsor.ca/ossaarchive/OSSA10/papersandcommentaries/159>
- van Dijk, Teun. 1996. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- van Dijk, Teun. 1997. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.
- van Dijk, Teun. 1998. *Estructuras y funciones del discurso*. Madrid: Siglo Veintiuno.
- van Dijk, Teun. 2003. *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.
- van Dijk, Teun. 2007. Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies* 11/2: 115-140.
- van Eemeren, Frans; Grootendorst, Rob. 1996. *La nouvelle dialectique*. París: Kimé.
- Verón, Eliseo. 1984. La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En E. Verón, L. Arfuch, M. M. Chirico, E. de Ipola, M. I. González Bombal y O. Landi, eds. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette, pp. 1-12.
- Verón, Eliseo. 2002. Mediatización de la política: discursos en conflicto, cruces y distinciones. *Revista de Signis* 2: 367–377.
- Verón, Eliseo. 2004. *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- Zanatta, Loris. 1999. *Perón y el mito de la nación católica Iglesia y Ejército en los orígenes del peronismo (1943–1946)*. Buenos Aires: Sudamericana.

Notas

¹ Patrick Charaudeau (2008a: 49) señala que deberíamos distinguir la noción de “sentimiento” de “emoción”. En tanto la primera se relacionaría más con el orden de lo moral, la segunda está más bien relacionada con el orden de lo sensible. Sin embargo, en este capítulo usaremos estos dos términos como sinónimos.

² La convicción “forma parte del razonamiento puro, está basada en facultades intelectuales y se orienta hacia el establecimiento de la verdad, mientras que [la persuasión] entra en el campo de los sentimientos (hoy se diría del afecto), se basa en manifestaciones emocionales y está dirigida al auditorio” (Charaudeau 2009b: 278).

³ Como ejemplo de lo extendida que se encuentra esta práctica (no solo en el ámbito latinoamericano), podríamos destacar el caso del exsenador australiano Nick Xenophon, líder de los partidos políticos NXT (federal) y SA-BEST (del estado de Australia del Sur), quien en 2017 renunció a su puesto de senador federal para presentarse como parlamentario en las elecciones generales de Australia del Sur en marzo de 2018. A comienzos de ese año publicó un primer video de campaña electoral por demás inusual para el contexto australiano. En él se lo mostraba en la cama de un hospital, bailando entre los anaqueles de un supermercado como un bailarín de Bollywood o reclinado sobre fardos de heno mientras entonaba, al ritmo del rap, una serie de cuestiones clave de las elecciones: los altos precios de la energía, el desempleo y la responsabilidad del gobierno estatal. Exhibiendo un número considerable de sus 36 candidatos como “extras”, la producción, de bajo presupuesto, no proporcionaba ninguna solución a la resolución de esos problemas ni explicaba cómo los resolvería de conseguir una banca. Solo contaba con una coreografía llamativa y graciosa, y una música pegadiza, pensada en particular para sus votantes más jóvenes. Su electorado así lo notó y lo abandonó. En las elecciones llevadas a cabo el 17 de marzo de 2017 su partido no ganó ningún escaño en el parlamento estatal. El vídeo completo se puede ver aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=rpwfuBoNOY>.

⁴ Amossy y Herschberg Pierrot definen “cliché” como cierto tipo de *frase hecha que se repite en los libros o en la conversación* (del estilo de “dientes blancos como perlas”) (2004: 15). Por la noción de “lugares comunes” —relacionada con la trivialidad—, apuntan a *asociaciones de ideas* que son comunes a un gran número de personas (p. 24), como por ejemplo, expresiones tales como “El tiempo es oro” o “No hay que jugar con fuego”. Las “ideas comunes”, en cambio, “no están asociadas con la trivialidad [como los lugares comunes], sino a una relación con la autoridad política o social que las sustenta. No son solo *ideas gastadas que reutilizamos*. Las seguimos, nos adecuamos a ellas o, en caso contrario, las contradecemos” (p. 26). Finalmente, por “estereotipo”, las autoras lo definen como “imágenes de nuestra mente que mediatizan nuestra relación con lo real. Se trata de representaciones cristalizadas, esquemas culturales preexistentes, a través de los cuales cada uno filtra la realidad del entorno” (pp. 31-32). Y más adelante agrega, “[al estereotipo] se lo puede definir como una representación social, un esquema colectivo cristalizado que corresponde a un modelo cultural dado” (p. 69) (El énfasis en todos los casos nos pertenece). Un ejemplo de esto sería la imagen del español al que le gustan las corridas de toro y el flamenco. Aun cuando estas autoras establecen diferencias sutiles entre todos estos términos, a los efectos prácticos de nuestro análisis consideraremos a todas estas formas bajo el término general de “estereotipos”. En particular, nos centraremos en los estereotipos visuales.

⁵ Se entiende por “entimema” un falso razonamiento en el que el argumentador expone solo las premisas —no necesariamente verdaderas— y le deja a su audiencia completar la conclusión. En el terreno de las imágenes, el entimema establece una articulación de argumentaciones visuales que pueden desmadrarse si no existe un anclaje del texto.

⁶ La diferencia en el nombre es notable. “Frente para la victoria” plantea un objetivo muy pragmático. Es un frente cuyo único objetivo es ganar. “Unidad ciudadana”, en cambio, se enmascara detrás de una fachada democrática, como colectivo incluyente y civil.

⁷ Las elecciones primarias, conocidas como PASO (elecciones *Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias*), se realizaron el 13 de agosto de 2017. En ellas se elegirían los candidatos de cada alianza o

partido electoral que se presentarían a las elecciones legislativas del 22 de octubre de ese año. Estaban en juego 127 cargos de diputado nacional y 24 cargos de senador nacional. Si bien la constitución les permitía a los candidatos representar a sus respectivas provincias natales, lo cierto es que CFK, nacida en Buenos Aires, aparecía empadronada en la Provincia de Santa Cruz (a 2.085 kilómetros de distancia). No habiendo hecho el cambio de domicilio en tiempo y forma, se dio el hecho curioso de que la propia candidata por Buenos Aires no podía votarse a sí misma ni en las primarias ni en las legislativas. Podría haber ido al menos a votar a su partido en el lugar en donde se encontraba empadronada. Sin embargo, no lo hizo en ninguna de las dos ocasiones. No era la primera vez que esto ocurría. El hecho se había repetido en 2005, en ocasiones de presentarse como candidata para una senaduría por esa misma provincia. Posibles razones para esto eran que en su lugar de empadronamiento no contaba con los votos necesarios para ganar, mientras que en la Provincia de Buenos Aires, bastión peronista por excelencia, todavía tenía una intención de voto considerable (Diana 2017).

⁸ El Instituto Patria fue fundado por CFK al año siguiente de haber terminado su mandato como presidente. El instituto funciona como la sede de su actividad política en la capital desde 2016. Exmiembros de su gobierno tienen oficinas allí. Por “efecto encadenado” nos referimos a una práctica en la que los adherentes a un partido se reenvían vínculos de notas o fotos que escriben en una red social a otra, reduplicando así los mensajes de forma rápida y económica. Para más detalles de esta práctica, ver Sarlo (2011: 82).

⁹ Rocío Annunziata (2016: 111) destaca que en el discurso kirchnerista “la narrativa en torno al ‘proyecto’ (en sus distintas variantes: ‘proyecto nacional’, ‘proyecto de país’ o ‘modelo de país’)” se convirtió en uno de los ejes ideológicos centrales. A tal extremo llegó la apelación a la construcción de este “proyecto”, afirma la autora, que, en las elecciones de 2015, “se popularizó la expresión ‘el candidato es el proyecto’”, en donde se vinculaba el proyecto político con el nivel de familiaridad que tenía la figura de CFK entre los votantes. Para más detalles, véase Annunziata (2016).

¹⁰ Este vídeo al que hacemos referencia puede verse aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=mATvmjUiTiY>.

¹¹ En este punto, Charaudeau (2008b: 245) distingue entre “opinión política” y “opinión pública”: “La opinión política *compromete* mucho más al ciudadano en los asuntos de la vida de la *Polis* (votos, reivindicaciones, Justicia, Estado, Policía), mientras que la opinión pública no compromete y solamente se manifiesta como un punto de vista sobre todos los problemas de orden moral que pueden surgir en la vida social (corrupción, violaciones, niños, invasión de un país extranjero, etc.). Personalmente estoy por hacer esta distinción, porque lo que está en cuestión es la *naturaleza* de la que trata la palabra política (espacio de la “cosas de la *Polis*”) y el *grado de compromiso* del ciudadano, que no es el mismo en ambos casos” (Énfasis en el original).

¹² Este concepto de “milagro argentino” ha sido un tema recurrente en el ámbito argentino para describir los éxitos económicos súbitos y circunstanciales, como si lo normal fuera “la eterna debacle”. Por cuestiones de espacio no podemos extendernos en este punto, por demás interesante.

¹³ Recuérdense brevemente las circunstancias especiales de la llegada de los Kirchner al poder. En las elecciones de 2003, dos figuras del peronismo quedaron enfrentadas en la primera vuelta electoral: Carlos Menem, que había sido presidente entre 1989 y 1999, y un desconocido Néstor Kirchner, un oscuro gobernador de una lejana provincia sureña, por el Frente para la Victoria. De este último, ni su nombre ni su figura resonaban en el resto del país. Menem había ganado con el 24% de los votos válidos y con solo el 2% por delante de Kirchner. Esta ajustadísima victoria promovió dudas entre los candidatos, ya que las encuestas pronosticaban una victoria masiva de Kirchner con una diferencia de entre 30% y 40% si una segunda vuelta se llevaba a cabo. Ante la perspectiva de una significativa derrota, Menem decidió retirarse, especulando con la idea de que la poca base con la que Kirchner llegaba al poder haría su gobierno insostenible. Así, por *default*, y con el porcentaje más bajo jamás obtenido por ganador alguno en una elección argentina, Néstor Kirchner asumía la primera magistratura en 2003. Esto obligó al candidato ganador, en los primeros años a intentar ampliar su base de legitimidad, primero bajo el argumento de la “transversalidad”. Mediante esta se apuntaba a la incorporación de distintos sectores políticos que estaban dispuestos a apoyar la construcción de una nueva identidad, a partir

de convicciones comunes y con el apoyo de la clase media, pero siempre bajo su dirección. Para un detalle del concepto de “transversalidad kirchnerista” ver Gómez y Recio (2005). Para un breve recuento de los sucesos que llevaron a la crisis argentina de 2001 y a la renuncia de su presidente Dr. Fernando de la Rúa, véase Hortiguera y Rocha (2007).

¹⁴ Resulta interesante observar el uso que la prensa hiciera de algunas de estas fotos producidas por la oficina de prensa de la precandidata. Por ejemplo, la Fig. 3 fue reproducida por el diario filokirchnerista *Página/12* del 26 de julio, para ilustrar la visita de CFK a unos comedores comunitarios en la localidad de Quilmes (“El termómetro de los comedores” 2017). Un día más tarde, el diario *Clarín*, opuesto ideológicamente a la candidata, la incluyó como parte de una nota de Lucía Salinas, bajo el título: “Un juez intimó a Cristina y a Florencia Kirchner a regularizar las deudas de sus casas”. La nota describía los subterfugios de la candidata para no pagar sus obligaciones de servicios e impuestos de los departamentos en donde residía. Con semejante práctica, la prensa oficialista desvirtuaba todas las intenciones de CFK para mostrar “su cara buena” y la exhibía abiertamente como insolvente fraudulenta. Por problemas de espacio, no podemos extendernos en este punto.

¹⁵ Esta conducta infrecuente en la candidata se interpretaba como una actitud especular que esta tenía con el comportamiento del presidente. En efecto, en varias oportunidades la prensa había publicado comentarios sobre este y su relación especial con el budismo y la contratación de una “armonizadora budista” que lo ayudaba a administrar su estrés (véanse Ise 2005 y Jacquelin 2007).

¹⁶ En la noche del 13 de agosto, las primeras cifras que iban llegando del escrutinio mostraban una fuerte ventaja del partido oficialista del Presidente Macri. Contra todo lo esperado, la diferencia entre Esteban Bullrich y la lista de *Unidad Ciudadana* mostraba casi un 37% para el macrista contra los 31,5% de la Dra. Fernández. Hacia las 22:00, el oficialismo, con el presidente y la gobernadora de Buenos Aires al frente, salió de su cuartel general y anunció la victoria. Para las 4:00 de la mañana del día siguiente, Fernández de Kirchner anunciaba que habían ganado y acusaba al gobierno de montar un *show* mediático para salir en el *primer time* de la TV y en los titulares de los periódicos del día siguiente. Dieciséis días más tarde, la Cámara Nacional Electoral confirmaba que, en verdad, la exmandataria había vencido a Bullrich con una diferencia del 0,2% de los votos, algo que los medios opositores al kirchnerismo catalogaron como “empate técnico” (34,27% vs 34,06%). Para más detalles, ver Smink (2017).

¹⁷ Estas dos caras de la candidata ya habían sido analizadas por la prensa en ocasión del uso que esta hacía de las imágenes de Evita Perón que aparecían en la maqueta del edificio de Desarrollo Social que acompañaba a CFK cuando esta hacía sus discursos en el Salón de las Mujeres de la Casa Rosada durante su presidencia. Según Gutiérrez, “la Evita buena y dulce acompaña[ba] a Cristina con las buenas noticias (cuando anuncia[ba] aumentos a cooperativas o logros del Gobierno en teleconferencias con las provincias). La Evita combativa, en cambio, est[aba] detrás de la Presidenta cuando arremet[ía] contra empresas, anuncia[ba] conflictos con el orden establecido o le pega[ba] a la prensa”. Ver Fig. 5.

¹⁸ Pese a este esfuerzo, los resultados de esas elecciones darían por ganador como senador de la Provincia de Buenos Aires al oficialismo con 41,38% frente al 37,25% de *Unidad Ciudadana* (nótese la poca distancia con lo obtenido en las primarias). La diferencia de votos al nivel nacional sería por demás llamativa: 41,73% frente al 21,83% del kirchnerismo. El peronismo propiamente dicho obtendría 5,3% y 14,65% respectivamente. Fuente: Dirección Nacional Electoral (<http://www.resultados.gob.ar/escrutinio/dat02/DDN02999A.htm>).

¹⁹ Charaudeau ha notado que discursos populistas, como el de CFK, tienen una estrategia de manipulación que maneja “las mismas categorías que el discurso político, pero en exceso, un exceso que juega sobre la emoción en detrimento de la razón política, *emoción capaz de engañar al pueblo sin que este sospeche*” (2009a: 264, énfasis nuestro). Y aquí quizás radica uno de los problemas en la estrategia de campaña: las limitaciones de la candidata para resultar natural. El exceso, a la postre, resultó contraproducente.

²⁰ Paradójicamente, el otro color frecuente es el rojo sólido, que la hace sobresalir entre la multitud y que la asociaba con esa imagen belicosa que por momentos quería dar.

²¹ El lunes 18 de julio de 1994, la ciudad de Buenos Aires se encontró con un ataque terrorista con un coche bomba contra la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA). Se trató de uno de los mayores ataques terroristas ocurridos en el país y en él murieron 85 personas y 300 resultaron heridas. En 2003 la justicia argentina acusó formalmente al gobierno iraní de planificar el atentado. Alberto Nisman, fiscal argentino, investigaba a la entonces presidenta Fernández de Kirchner y a otros miembros de su partido a raíz de un memorándum de entendimiento entre Argentina e Irán para establecer un mecanismo particular para resolver el caso de los iraníes implicados. El 18 de enero de 2015, Nisman fue encontrado muerto con un disparo en la cabeza en su apartamento, un día antes de presentarse ante la Comisión de Legislación Penal de la Cámara de Diputados en donde iba a explicar los fundamentos de su denuncia.

²² *Radio Con Vos* 89.9FM es una *estación* que combina música pop y rock, con programas de interés general, dirigidos, principalmente, hacia un público joven. *Radio Pop* 101.5FM, por su lado, pertenece al grupo Indalo del empresario kirchnerista Cristóbal López. Dirigida originalmente hacia un público joven y adolescente, la estación introdujo algunos cambios a partir de 2009 con nuevos programas con ingredientes de entretenimiento, humor, espectáculos, deportes. *Crónica* es un canal de noticias, caracterizado por su sensacionalismo también. Todas las entrevistas pueden verse en forma completa aquí: Entrevista de Elizabeth Vernaci: <https://www.youtube.com/watch?v=fQhkWOYOzU4>.

Entrevista de Beto Casella: <https://www.youtube.com/watch?v=YqXHKL-5bI0>.

Entrevista de Gerardo Rozín: <https://www.youtube.com/watch?v=nWW0J6gVarM>.

Entrevista de Chiche Gelblung: <https://www.youtube.com/watch?v=35mz2fpJ8UI>.

²³ “[...] all emphasized information or opinions (e.g., those expressed in headlines or those topicalized) thus tend to be construed in a prominent position in the mental model. This will facilitate organization, recall and hence the use of such biased models in opinion formation and change”.

SOLEDAD CHÁVEZ FAJARDO. Reseña de Lara, Luis Fernando. 2013. *Historia mínima de la lengua española*. México: El Colegio de México.

Con un texto voluminoso, que comprende veintidós capítulos¹ y un apartado de apéndices², esta *Historia mínima* viene a engrosar la lista de esa suerte de *panteón* para quien se quiera internar en el mundo de la historia de la lengua española, es decir, esas “obras fundamentales” a las que se refiere el autor mismo: la *Historia* de Lapesa ([1942] 1980), la *Historia* que coordinó Rafael Cano (2005) y los *Orígenes* de Menéndez Pidal, editada por Diego Catalán (2006); sin dejar de lado el *Manual de gramática histórica* (1904) y la *Crestomatía del español medieval* (1966), ambas del mismo Menéndez Pidal, así como *From Latin to Spanish* (1987) de Paul M. Lloyd y la *Gramática histórica del español* de Ralph Penny (2006).

Lara, con esta *Historia mínima*, quiere presentarnos, nos enuncia, una obra *completa*, *exhaustiva*, así como *nueva* y en esto último radica, valga la redundancia, su novedad. Respecto al título, puede extrañarnos el adjetivo *mínima* elegido para la nominación del libro, por tener una extensión este de 580 páginas: ¿Será por la definición de *mínimo* en tanto “minucioso”? ¿O habrá algo de irónico en eso de adjetivar como “lo más pequeño en su especie” a un texto como este? Nos quedamos con la primera posibilidad, pues en ello de *completo* y *exhaustivo* hay mucho de minuciosidad. Hay, además, una propuesta ideológica en esta *Historia mínima de la lengua española*, que el autor revela en el último párrafo de su libro, y tiene que ver con tres –los llama él– *valores*: el entendimiento, la identidad y la unidad en la lengua española, valores que, por diferentes mecanismos, lineamientos y temáticas, desarrollará a lo largo de este libro, los cuales se concretan, a fin de cuentas, por medio de la fijación de una *tradición culta* (cfr. cap. XXII, p. 502), concepto de cuño propio de Lara y que bien se encarga de definir y delimitar, como veremos más adelante. De esta forma, Lara cierra el texto con esta propuesta ideológica, la de: “impulsar todas las tradiciones verbales cultas en la comunicación internacional hispánica, mediante la difusión de textos escritos, películas, programas de televisión” (p. 502), para, así, conservar la unidad idiomática en el siglo XXI. De alguna forma, creemos, allí radica la novedad de este libro, así como por otros aspectos que queremos presentar en esta reseña.

Los receptores de esta *Historia mínima*, precisa Lara, serán estudiantes españoles e hispanoamericanos que empiezan con estudios de lingüística, literatura e historia. Estos, las más veces, no manejan los conceptos técnicos que suelen utilizarse en la historiografía de la lengua española. Por lo mismo, Lara reducirá los conceptos instrumentales, así como los datos técnicos; asimismo, para una lectura fluida, el libro no posee notas al pie. Además, esta *Historia mínima* tiene un DVD para reforzar e ilustrar el texto con mapas, gráficos, escritos y una serie de apéndices ilustrativos. Sin embargo, creemos, este anexo material debería modificarse por otro tipo de refuerzo, más práctico (¿quizás algún link en una página de internet?), puesto que no siempre tenemos a la mano un lector de DVD.

1. *Un hito glotopolítico.*

Luis Fernando Lara presenta a Ramón Menéndez Pidal como una figura intelectual fundamental dentro de la generación del 98 (y lo que esto, histórica e ideológicamente implica), así como una figura clave en la fundación de un modelo historiográfico que se ha impuesto, por su indiscutible solidez, en la forma de hacer historia de la lengua española hasta el día de hoy. Del momento que Lara quiere cambiar este paradigma con una propuesta historiográfica otra habrá, sin lugar a dudas, un hito glotopolítico. Vamos por partes: este modelo de historia de la lengua española pidaliana se ha estructurado como una historia *nacional* española, en donde se nos presenta, incluso, una elevación de Castilla, más que “una historia de la lengua compartida” con Hispanoamérica, sobre todo. Lara, por el contrario, sostiene que la historia de la lengua española, con referencia a Hispanoamérica, se ha construido siempre como un capítulo marginal, al que solo se le concede un capítulo en las obras generales y no integrada a la historia a partir del siglo XVI³. Pues la propuesta de Lara será presentar, por un lado, una historia de la lengua española “sin el sesgo nacional característico españolista” y, por otro lado, que el español de América se presente como materia de estudio y no como parte de la propia historia. Su propósito, entonces, será dar cuenta de una historia que sea libre de la tradición castellanista, heredera de Menéndez Pidal y de Lapesa (empero, “sin dejar de valorar su magisterio”, afirma Lara).

Veamos algunos casos en la *Historia mínima* que reflejan esta óptica nueva y crítica: por ejemplo, con referencia a las *Glosas emilianenses* insiste Lara en que “son documentos, más bien, de una situación de los romances en la península en la época, en que hay constantes vacilaciones, ultracorrecciones e ignorancia. Son documentos, por lo tanto, de lo que debe haber sucedido por todas partes y en ese sentido tienen su verdadero valor” (p. 137), más que los primeros documentos “del castellano”. O las referencias críticas

–características del discurso de Lara– por ejemplo, respecto a esa suerte de imperialismo en la lengua, por medio de sus entidades españolas: “El estatuto académico de 1870 definió a las academias hispanoamericanas como meras sucursales de la española, sin libertad para organizarse por sí mismas” (p. 452). Además, con estas academias correspondientes entendidas como “sucursales”, no se ha apreciado un trabajo de investigación, desarrollo y divulgación, digamos, *estrictamente lingüístico* respecto a las propias variedades de español: “[las academias correspondientes] casi no tuvieron ningún papel en el estudio [de] sus propios dialectos, ni en la elaboración de ideas propias acerca de la lengua durante el siglo XIX y la mayor parte del XX. La Española se fue convirtiendo cada vez más en parte del aparato político del Estado español” (p. 452). De hecho, nuestro autor concluye su libro insistiendo en este tipo de reflexiones, por ejemplo, respecto a qué se ha entendido como *lengua ejemplar*: “España ha supuesto siempre que el español de Castilla es la lengua ejemplar. Durante siglos los miembros de la Real Academia y de las academias hispanoamericanas han pensando lo mismo. Esta idea es monocéntrica: sólo reconoce un centro de irradiación y de establecimiento de los criterios de corrección, que es la Academia madrileña; reproduce el esquema colonial de una metrópoli española y una periferia hispanoamericana” (p. 496). Es más, Lara insiste en su postura, la cual se adscribe a la tesis de que la lengua española es *policéntrica*: “Cada país forma un centro de irradiación y de establecimientos de normas para su propia comunidad, y ninguno puede suponer que su español sea mejor o no deba imponerse sobre los otros” (p. 499) y *multipolar*: “algunos de los centros de la lengua española son más poderosos en su

difusión del español que otros y se convierten en polos de difusión” (p. 501), aspectos que refuerzan la tesis anteriormente referida, de la instalación de una tradición culta, la cual, en lengua española, debería ser necesariamente policéntrica y multipolar.

2. *El discurso crítico de Lara.*

Un punto especial, frente a lo novedoso que pueda resultar un texto como este, merece el conjunto de capítulos donde se puede ver claramente la actitud del autor frente a determinados momentos de la historia; es decir, cómo construye Lara su discurso y qué tipos de juicios de valor podemos determinar en su discurso historiográfico. Veamos algunos casos, por ejemplo, su posición frente al mundo sefardí (las cursivas son nuestras): “llevaron a cabo una *trágica y repugnante* política de expulsión” (p. 223); “Sobre esta acusación, *falsa e injusta*, pero fácilmente adaptable por varias ideologías [esto es, culpar a los judíos de la muerte de Jesucristo]” (p. 223); “En general, eran *más educados* que los cristianos” (p. 224); “Cuando los Reyes Católicos volvieron más intensa la persecución e introdujeron la obligación de llevar un círculo amarillo o rojo en sus ropas para distinguirlos (la señal *infamante* que Hitler copió en el siglo XX)” (p. 224); “La expulsión de los judíos fue una *fuerte sangría*, no solo a la población de la península, sino a su economía y su cultura” (p. 225).

O cómo expone los datos que tienen que ver con la situación crítica en la conquista de América: “Pero además, la explotación del trabajo humano en tareas que no solían realizar –o al menos no con la intensidad demandada por los españoles–, como el buceo de perlas en las islas, o el trabajo en las minas, y después con el cultivo de caña de azúcar, llevado por los colonizadores, contribuyeron aun más que los enfrentamientos armados a acabar con las poblaciones indígenas” (p. 247); “El primer siglo de la colonización produjo en todo el continente un despoblamiento catastrófico, debido principalmente a las enfermedades, la explotación en el trabajo, las guerras y el “desgano vital”, como lo llama Sánchez de Albornoz: la depresión que sufrieron los indios ante la desaparición de su mundo y el consecuente rechazo a reproducirse” (p. 254); “al grado de que se puede hablar de verdadero exterminio de sus habitantes” (p. 256). O cuando, en el capítulo XVIII, hace mención a la Pragmática de 1770 que ordenó Carlos III: “[...] pero en vez de resultar una ventaja, lo que lograron fue enmascarar y negar la existencia de los indios, y someterlos aun más a la explotación” (p. 398). O, posteriormente, el papel del *ciudadano* hispanoamericano en las Cortes de Cádiz: “Cádiz se implantó un sistema de representación proporcional de las regiones y municipios españoles, incluida América; aunque con retraso [...] llegaron los representantes americanos, cuyo considerable número hizo que los españoles los redujeran de manera injusta e inequitativa” (p. 410).

No solo el discurso es crítico respecto a la cuestión indígena, sino con la africana, por ejemplo, cuando critica el rol de figuras clave en la defensa del indio, frente la situación del esclavismo negro: “Es grotesco y profundamente trágico, más que paradójico que, en tanto fray Bartolomé de las Casas y fray Antonio de Montesinos defendían, con cierto éxito, la naturaleza de los indios y atacaban la esclavitud a la que los sometían los colonizadores, no pusieran reparos a la esclavitud de los negros” (p. 265). Así como desde una óptica que toca la lingüística misionera: “[lenguas africanas] no se consideraban dignas de atención por parte de los colonizadores y los misioneros (el jesuita Sandoval o san Pedro Clavé, que hicieron labor religiosa entre los negros que

llegaban a Cartagena de Indias y a Lima, y que llegaron a conocer un poco de esas lenguas, no se interesaron lo suficiente por ellas como para apoyar su conservación; todo lo contrario, se trataba de hispanizarlos al mismo tiempo que los evangelizaban)” (p. 267).

Pero no solo en el mismo discurso de nuestro autor se puede ver su posición crítica, sino, además, en la construcción del discurso histórico en sí. Pongamos, como ejemplo, el manejo de las estadísticas en la historia, con los datos de la población india en América en los diferentes momentos de la Conquista. Lara lo ejemplifica con dos polos: por un lado, con Ángel Rosenblat, quien intentó “reducir el tamaño de la tragedia demográfica que significó la colonización española, en un aparente afán de engrandecimiento del papel de los conquistadores y disminución del de los indios” o, por el contrario, Henry Farmer Dobyns, ejemplo de quien tendió a aumentarla.

Asimismo, no podía faltar (es Luis Fernando Lara) la visión crítica hacia la Real Academia Española en relación con la política lingüística referida al español hablado en América. Para ello no escatima en información, por ejemplo, dentro de los procesos independentistas: “La Academia Española todavía no se quería dar por enterada de las independencias americanas” (p. 449), así como, en definitiva, llegar a sus propias evaluaciones historiográficas respecto a la Academia: “De ahí que, entre ese desdén, ese sentimiento de metrópoli que no sabía cómo volverse a relacionar con sus antiguas posesiones; su restricción al lenguaje literario, seleccionando al gusto de los diversos integrantes de la Academia, y la necesidad de una unidad de la lengua, que añadió Bello al juego de valores sociales que dan lugar a la normatividad, se haya operado una clara distinción en la evaluación del español en América y en España” (p. 450). Hasta llegar a la idea de que el español de Madrid se considera el español general y patrón de corrección de la lengua, frente a los dialectos hispánicos “no solo de América, sino incluso de las Islas Canarias, de Andalucía, de Extremadura o de Murcia, se consideraron periféricos, “provinciales” y proclives al barbarismo” (p. 450).

3. Norma lingüística.

Destacamos, además, el rastreo histórico que Lara hace de las políticas lingüísticas. Tomemos el caso de posturas casticista o purista ante el uso de la lengua. La primera, el casticismo, se fija y refuerza en pleno neoclasicismo: “es una ideología defensiva, pero dispuesta a la creación de neologismos, necesarios para significar todas las experiencias nuevas” (p. 400-401), junto con la segunda, el purismo: “más rígida y empobrecida [...] refractaria a la evolución histórica y al contacto e influencia mutuas con otras lenguas” (p. 401), herencia directa de las lecturas de Malherbe en la España del XVIII, algo que Lara justifica con una pertinente radiografía de la época: “si se considera que la España del siglo XVIII, sumida en la confusión entre la conservación de sus valores tradicionales, fuertemente sometidos por la moral católica, y la necesidad de adoptar los nuevos, que procedían de la Ilustración francesa, era un terreno fértil para que aparecieran individuos que sublimaban su temor al pensamiento ilustrado y su odio al dominio francés atacando la influencia de la lengua y buscando la pureza lingüística y moral del español” (p. 403).

Estrechamente relacionada con esta dicotomía normativa y tal como nos referimos hace unos párrafos atrás, Lara se encargará de definir qué entiende por *tradición culta*, concepto clave en *Historia mínima*: “no es un conjunto de normas prescriptivas de uso

del español, ni una idea fosilizada de la lengua, como la sostiene el purismo, sino un resultado múltiple de la práctica de la lengua en cada una de sus funciones sociales; se manifiesta en las obras literarias, jurídicas, científicas, en diccionarios y gramáticas. Esta tradición es el objetivo fundamental de la educación en español y requiere conocimiento y cultivo” (p. 501), una tradición que “no tiene nacionalidad, no está atada a una historia patria y no se puede someter a una agencia normativa, por consecuente y poderosa que sea” (p. 501-2) y un concepto que, en rigor, es la idea fundante del presente libro.

4. *Cómo textualizar la historia.*

Luis Fernando Lara, además, se interesa por desentrañar las condiciones geográficas, demográficas, sociales, políticas y culturales en las que se desarrolló la evolución de la lengua española. Es decir, esa, en sus palabras: “relación intrínseca, de relaciones concomitantes, causales o condicionantes, entre los acontecimientos sociales y culturales y su evolución” (p. 15), por ello se propone revisar críticamente los datos de los que se dispone. Es innovador, para este caso, y tal como él lo va informando, el uso de las nuevas tecnologías para hacerse de datos, como Wikipedia, la Biblioteca virtual Cervantes o Creative Commons y CORDE, para las citas de fuentes. El libro, entonces, abunda en mapas, ilustraciones y ejemplos textuales, la mayoría a disposición como anexo en el DVD.

Lara insiste, además, en la descripción geográfica porque “tiene un papel central en la historia antigua de la lengua”, de ahí que se agradecen los datos específicos que ayudan a tener un mayor contexto, como los del cuarto y quinto capítulos, por ejemplo, en relación con la expansión musulmana. Otros ejemplos que queremos destacar son varios pasajes por su síntesis y prosa clarificadora, como la llegada del cristianismo con el usual discurso crítico de Lara: “[el cristianismo], que después de ser perseguido y masacrado, se volvió fanático, perseguidor y masacrador” (p. 39). Además, la magnífica síntesis respecto a la situación musulmana desde sus orígenes, tan cara sobre todo en nuestros días. Así como las exhaustivas explicaciones de algunos de los grandes hitos de la historia de España, como el reinado de Alfonso X, con la relevancia fundamental y única en la historia de ser una monarquía que fusionó conocimiento y autoridad. Misma cosa el contexto de la llegada de Carlos I a España, con una breve, pero relevante referencia a la Guerra de las Comunidades de Castilla. Destacamos, además, las objetivas descripciones de las personalidades y reinados de Felipe II (cap. XVI), Felipe V (cap. XVII) o Fernando VII (cap. XIX), entre otros. Misma cosa con algunos contextos relevantes, como la crisis y decadencia de los Habsburgo, con detalles fundamentales para poder comprender la sociedad española del siglo XVII (cap. XVI), más cercanos a una prosa de historia social y destacables en un texto de historia de la lengua.

Nos interesa, además, los datos con que Lara ilustra algunos aspectos fundamentales de la conquista y colonización americana, como estadísticas relacionadas con la población aborigen en continente americano, así como su decrecimiento acelerado (cap. XIII). Destacamos, además, la estadística relacionada con la población española en América (cap. XIII) o la población africana (cap. XIV). En este último aspecto es relevante, en el capítulo XIII, la información que se entrega acerca de las lenguas que hablaban los

africanos, respecto de su procedencia y cuáles podrían haber sido las lenguas predominantes, así como ciertas características generales de estas.

5. *Hispanoamérica, sus problemáticas historiográficas.*

Uno de los aportes más significativos de esta *Historia mínima* es el detenimiento con que el autor trata el tema Hispanoamérica, el cual empieza a aparecer en el capítulo XIII (siglo XV para Europa) con un subcapítulo llamado “La prehistoria americana”. Son constantes las reflexiones relacionadas con el origen de las lenguas americanas y su posible filiación con las lenguas orientales, así como la conciencia de que los intentos de emparentar las lenguas indígenas son todo un desafío, sobre todo por falta de datos; misma cosa las problemáticas que generan las lenguas extintas y ágrafas existentes durante la llegada de los conquistadores. Por las problemáticas que este aspecto genera, concluye Lara: “Es imposible pasar a un recuento pormenorizado de las lenguas amerindias durante la colonia y de sus diversos aportes al español como lenguas de sustrato. Ni el espacio disponible, ni la investigación actual, tan dispersa, permiten formar un cuadro de conjunto” (p. 279).

Por otro lado, destacamos algunas comparaciones pedagógicamente pertinentes, por ejemplo, la de las civilizaciones según épocas: “Es decir, la época Preclásica Tardía de Cuicuilco es relativamente contemporánea de los pueblos celtíberos, íberos y cantábricos, en tanto que Teotihuacán es contemporáneo del último periodo del imperio romano” (p. 249); “El clásico, de 200 a 900 d. C es la época de gran esplendor de las culturas teotihuacana, maya de Copán, Tikal, Palenque y Calakmul, y zapoteca de Montealbán; corresponde a la Alta Edad Media europea, antes de que se escribieran las glosas emilianenses” (p. 249). Así como el orden cronológico de algunas zonas conquistadas, como la de las Antillas, por ejemplo, con un orden riguroso de rutas, descubrimientos y colonizaciones. Así como la presencia de tablas estadísticas relacionadas con la población indígena y su descenso (cap. XIII) o de la cantidad de españoles o africanos que llegaron a América, dando cuenta de las falencias en los estudios históricos de estos últimos. O críticas reflexiones relacionadas con el mestizaje: “las indias tenían otro particular estímulo para unirse con los foráneos, aun prefiriéndoles a hombres de su propia raza. Los hijos con los advenedizos quedarían exentos de tributos y otras cargas propias de los indios y gozarían de mayor reputación social” (p. 277), citando la clásica historiografía de Magnus Mörner.

Sin embargo, no podemos obviar que, frente a los detalles que Lara entrega de Mesoamérica, los de Sudamérica son escasos y altamente criticables. Si bien se aprecia una detención en la zona peruana, es menor en extensión y detalles. La información correspondiente a Chile y Argentina es parcial e imprecisa: “hay que destacar los araucanos [sic.] y los mapuches; en el sur de Argentina a los patagones; en el noroeste de Argentina, Uruguay, Paraguay y el sur de Brasil, los guaraníes” (p. 250). La misma situación la apreciamos, ya en la colonia, en relación con la detallada información entregada para Nueva España, por ejemplo, con los datos referidos a la población negra (p. 266). O, más adelante, en el caso de los movimientos independentistas, omitir información relacionada con ciertas colonias (ver p. 415). O con ciertos detalles relacionados con la historiografía lingüística, como datar el diccionario de Pichardo para 1862, siendo que la primera edición fue de 1836.

El mismo autor, empero, argumenta las razones de por qué, muchas veces, se centra en el caso de Nueva España: “Como no hay todavía suficiente investigación de la caída demográfica en el resto del continente y, en cambio, en cuanto a México se dispone de suficientes datos, se tomará lo sucedido en la Nueva España como ejemplo” (p. 255); “Por eso y puesto que el autor de este libro es mexicano y, en consecuencia, dispone de mayor información a propósito de este territorio, se tratará la influencia del náhuatl sobre la expansión del español por México, para ilustrar el conjunto de fenómenos semejantes que deben haberse producido en el resto de Hispanoamérica” (279). Asimismo, nos respondemos nosotros, junto con el autor, sobre todo por estas falencias, que ya no se puede elaborar una historia de la lengua por medio de *una* autoría, por lo que, si bien estamos ante una historia con autoría singular (Luis Fernando Lara) se aboga, en las investigaciones venideras, por un trabajo colectivo, sobre todo por la complejidad de que uno solo pueda abarcar un trabajo de investigación con estas características, justamente, por aspectos como el que acabamos de criticar.

6. *Textualizaciones, escritura.*

Destacamos, además, la inclusión de fragmentos relacionados con producciones textuales, sean literarias o no. Por ello valoramos, por su función de ejemplificar o clarificar ciertos aspectos, algunos fragmentos como los que se toman de *El cerco de Numancia* de Cervantes, para ilustrar la segunda guerra púnica. En las referencias breves, pero fundamentales, a la historia de la lengua latina, aplaudimos que haya fragmentos de la *Eneida* o el detallado espacio que le da a Probo. Especial atención le da Lara a una de las más grandes y primeras textualizaciones: el *Cantar del mío Cid*. (cap. VIII), donde se establece una maravillosa síntesis del poema respecto a su escritura y a la dificultad de establecer *qué* castellano es. Así como referencias a personajes históricos en relación con una semblanza más real, como equiparar al Cid con un *condottiero*. Ya, con las primeras textualizaciones en nuestra propia tradición, destacamos fragmentos de los romances de Don Rodrigo, del *Juramento de Santa Gadea*, del *Libro de Alexandre*, de obras de Berceo, de Don Juan Manuel, de Sem Tob o del Arcipreste de Hita. Misma cosa con extractos del *Arte de trovar* de Enrique de Villena o del *Amadís*. También comparaciones, como la escritura de sonetos entre Petrarca y Pedro de Padilla, carísimas al momento de ver cómo se genera esta introducción en la tradición hispánica. Así como la maravillosa comparación entre epistolarios del siglo XV entre una carta con distancia comunicativa (Hernán Cortés a Carlos V) o de proximidad (Diego de Ordaz a su sobrino). Con la entrada de los siglos de oro, encontramos sonetos de Boscán, de Garcilaso o extractos la *Tragicomedia de Calisto y Melibea*, así como fragmentos de poesías de Góngora y sor Juana Inés de la Cruz. A propósito de esta última, destacamos las primeras textualizaciones en Latinoamérica que nos entrega Lara, desde las primeras cartas de Cristóbal Colón, pasando por los catálogos de Francisco Hernández (catálogos del mundo natural, en particular el de las plantas), de Juan de Cárdenas (hierbas medicinales); de Carlos de Sigüenza y Góngora (estudios cosmográficos e hidrológicos) y de Alejandro Malaspina (mapas marinos, noticias del mundo natural).

Recalcamos, por lo demás, la importancia que Lara le da a algunos autores, como Quevedo y Cervantes. Del primero, partes del *Buscón*, así como constantes ejemplificaciones y reflexiones de su obra. Del segundo, hay un amplio espacio

dedicado al *Quijote*. Ya, dentro de la crisis de la lengua literaria barroquizante, encontramos un extracto del *Fray Gerundio* o fragmentos de las *Cartas eruditas* de Feijoo, así como de curiosos autores dieciochescos, como Diego de Torres Villarroel o Juan Pablo Forner. Ya, con una tradición hispanoamericana independentista, tenemos un fragmento del ensayo de Simón Bolívar, posteriormente denominado “Doctrina del Libertador” o su *Carta de Jamaica*, también de fray Servando Teresa de Mier; misma cosa de algún contemporáneo liberal español, como José María Blanco White Crespo y fragmentos de su autobiografía. También nos encontramos con muestras de las tradiciones discursivas hispanoamericanas donde se presenta el continente en tanto referente exótico, como el *Lazarillo de ciegos caminantes* de Carrió de la Vandra, el *Periquillo Sarniento* de Fernández de Lizardi o las *Tradiciones peruanas* de Ricardo Palma, contemporáneas a un costumbrismo de Mariano José de Larra con un fragmento de “El café”. Así como presentar fragmentos de poesías contemporáneas entre sí y compararlas, como en el caso de “El dos de mayo” de Juan Nicasio Gallego y “La victoria de Junín. Canto a Bolívar” de José Joaquín de Olmedo. O dar cuenta de la poesía romántica con un fragmento del “incansablemente leído” (p. 474) Gustavo Adolfo Bécquer o de tradiciones modernistas y noventayochistas, como Antonio Machado y Rubén Darío. Dentro de las tradiciones hispanoamericanas más específicas, aplaudimos que existan partes de la “Silva a la agricultura de la zona tórrida” de Andrés Bello o un fragmento del prólogo de su *Gramática*, así como una entrada del *Diccionario de Construcción y régimen* de Rufino José Cuervo o algunas definiciones del “Vocabulario” de Alcedo; parte del prólogo del diccionario de Pichardo, otro de García Icazbalceta o ensayos críticos, acerca del español de América, del mismo García Icazbalceta. Destacamos, además, la inclusión de otras tradiciones, caras al momento de hacer historia de la lengua, como las indoamericanas, por ejemplo, con parte de un canto nahua o una elegía quechua a la muerte de Atahualpa, ambas acopiadas por León Portilla en su *El reverso de la Conquista*. Junto con estas tradiciones discursivas, tenemos perlas, como muestras de poesía anónima del español bozal o un texto del papiamento. O la presentación, en el último capítulo, de diferentes muestras (con el apoyo del DVD) de atlas lingüísticos.

Fuera de las textualizaciones, encontramos aportes interesantísimos, muchos de los cuales los relacionamos más con la microhistoria que con la historia de la lengua española clásica. Por ejemplo, con reflexiones en torno a la historia de la escritura en el segundo y cuarto capítulos (pp. 46-50), así como noticias relacionadas, por ejemplo, con la llegada del papel a la Península, en el siglo IX, en el emirato de Abderramán II (p. 95) o a la llegada de la imprenta y lo que implica que se eliminara la variación en los tipos de letras y, posteriormente, la variación ortográfica (cap. XII), así como la misma difusión de los textos “que se volvieron más baratos y asequibles, lo cual dio un nuevo impulso a la lectura y a la capacidad de los escritores para dar a conocer sus textos y multiplicar su variedad” (227).

7. Tradiciones discursivas.

Destacamos, además, cómo organiza Lara su historia de la lengua a partir de la relevancia de estas textualizaciones, marcando cada una de sus apariciones, en tanto esquemas o patrones de género, es decir, como *tradiciones discursivas*. Lara, entonces, hace historia de la lengua por medio de estas tradiciones discursivas, por lo que va

refiriéndose a las que se van consolidando, como el discurso jurídico, con Alfonso X o la inclusión de nuevas tradiciones discursivas, como las novelas de caballería en el XV (cap. XV) o el esplendor, en los siglos de oro, con el *Quijote* o con ejemplos de un discurso elevado que solo podría generar una reflexión satírica del metalenguaje, con Quevedo (cap. XVII). Así como la crisis en el lenguaje literario barroquizante (cap. XVII), con ejemplos extremos, como los de Francisco de Soto Marne o fray Félix Valles, frente a las indicaciones de estilo de un Bartolomé Jiménez Patón, cuyo desenlace sería, ni más ni menos, que la fundación de la RAE (cap. XVIII). O la aparición de discursos extendidos a las ciencias, con la obra de Diego Mateo Zapata, Tomás Vicente Tosca o Juan Caramuel. Misma cosa, dentro de la consolidación del neoclasicismo, al rechazo a todo discurso barroquizante, incluso el de los siglos de oro, hasta llegar a la prohibición de los auto sacramentales barrocos, como los de Calderón, en la época de Carlos III. Lo mismo con la importancia de la prensa y del epistolario en el XIX para dar cuenta del sustento ideológico y el estado de las cosas en España e Hispanoamérica o la interesante inclusión de tradiciones discursivas populares, como las adivinanzas o coplas.

8. Estandarización.

Quizás uno de los aspectos más destacables de esta *Historia mínima* sea el tratamiento de la estandarización como proceso esperable en la consolidación de lo que entendemos por Estado moderno, a partir de la conformación de las grandes monarquías europeas. Por ejemplo, cuando en el siglo XII empieza a manifestarse una conciencia propia de hablar de los castellanos (cap. VIII) o, en el capítulo X, cuando se insiste en la fase de institucionalización del castellano en el reinado de Alfonso X, con la escritura de leyes en esta lengua, siendo que “lo importante para él no era *fijar* una lengua, declarar una lengua oficial, sino aprovechar aquellas lenguas que, para lograr el entendimiento con sus súbditos y los trovadores que llegaban a vivir por cierto tiempo en su corte, le resultaban más eficaces” (p. 185). Institucionalización que empezará a determinarse con Nebrija (cap. XII), a partir de la necesidad de un arte que fije la lengua y contribuya a conservarla; asimismo, un arte contribuya a dar al Estado “el lustre que corresponde a los grandes imperios, como Grecia y Roma” (p. 234), por lo que Nebrija, según Lara, da vida a un nuevo valor: la *identidad* de la lengua, “un valor que no solo la identifica, sino que la instituye como unidad” (p. 235). O casi, simultáneamente, su internacionalización (cap. XVI): “El deslumbrante florecimiento de la tradición culta del español, que en el siglo XVI y después en el XVII se destaca en relación con toda la evolución anterior, y realmente pone una marca de calidad en los años posteriores de la lengua, unido al predominio político de España sobre Europa hizo que el español comenzara a influir sobre las demás lenguas; es decir, se invirtió la relación de influencia, por ejemplo hacia el francés y el italiano [...] el español se volvió una lengua que cualquier europeo culto debía saber hablar” (p. 334) o que se impusiera como lengua oficial en la administración española, con Felipe V (p. 371), así como el mandato, en 1768, de publicar solo en español, con el objetivo de acelerar la integración lingüística.

En esta dinámica de la estandarización, son relevantes los datos que Lara va entregando respecto a los procesos de codificación, como el *Arte de trovar* de Enrique de Villena, el que “viene siendo una especie de primer tratado de fonética y escritura castellana” (p.

216) o, gracias a la influencia del humanismo italiano, la aparición por el interés filológico, con la edición, bajo el reinado de los reyes católicos, de la *Biblia Políglota o complutense*. Así como, y volvemos nuevamente a él, la obra de Nebrija, fundamental tanto por su relevancia política como por su enorme influencia en tradiciones lingüísticas posteriores, con su *Diccionario latino-español* (1492), su *Vocabulario español-latino* (1495) o sus *Reglas de orthographia en la lengua castellana* (1517), con el principio fonológico que retoma a Quintiliano: “Así tenemos de escrevir como hablamos, i hablar como escribimos”. Sin embargo, su gran obra fue la *Gramática de la lengua castellana* (1492), la primera de una lengua europea moderna, gestada bajo la lógica humanista, es decir, donde un *arte* tenía un objetivo preciso: fijar y guiar el uso de una lengua para evitar que, al paso del tiempo, como le sucedió al latín, al griego, al hebreo, se “corrompiera” (p. 232) y, claro está, con el esquema de las lenguas clásicas. Destacamos, respecto a la *Gramática*, las reflexiones de Lara cercanas a las nuevas escuelas de teoría de la recepción: “El haberse adelantado a escribir una gramática de la lengua que hablaba la gente hizo de su obra un libro raro, pues no se entendía qué valor podría tener un estudio de lo que todos, más o menos, manejaban espontáneamente” (p. 233). O cuando reflexiona en relación, por ejemplo, con una posible reforma ortográfica, la de Correas: “No tuvo éxito porque, como muchos otros después de él, no pudo comprender que la ortografía no depende del arbitrio de una persona o de unas cuantas, sino de la eficacia de la comunicación escrita que, ya para entonces, llevaba 400 años de práctica en español” (p. 353).

La historia de codificaciones, dentro de un panorama de la historia de la estandarización, se engrosa con otros grandes hitos, como los del segundo siglo de oro (cap. XVI), con *Del origen y principio de la lengua castellana o romance que oi se usa en España* de Bernardo de Alderete (1606); la *Ortografía* de Mateo Alemán (1608); el *Vocabulario de refranes* de Gonzalo Correas (1627) o su revolucionaria *Arte grande de la lengua española castellana* (1626), así como el adelantado *Tesoro de la lengua castellana o española* (1611) de Sebastián de Covarrubias. Misma cosa los hitos institucionales en el siglo XVIII, como la fundación de la Biblioteca Nacional de España (1712) o la fundación de la Real Academia Española (1714) y una especial descripción del primer diccionario que publica esta entidad, conocido como *Diccionario de Autoridades* (1726-1739), así como una sesgada crítica al diccionario usual (1780), referencias a la *Orthographia española* (1741) y su *Gramática* (1771). Así como otros hitos lexicográficos, como el diccionario del jesuita Esteban Terreros y Pando, el *Diccionario del castellano con las voces de ciencias y artes* (1767-1783). Así como el rol fundamental de ciertos intelectuales, como Gregorio Mayans y Siscar, con textos en donde se genera otro tipo de textualización: el de la consagración de la lengua española con, por ejemplo, sus *Orígenes de la lengua española* (1737), donde se dan a conocer los *Diálogos de la lengua* de Juan de Valdés, así como una *Rhetórica* (1757), que es una suerte de antología de la literatura española, donde aparece la primera biografía de Cervantes. Así como grandes hitos peninsulares del XIX, como el *Nuevo diccionario de la lengua castellana* de Vicente Salvá (1845) o el *Diccionario nacional o gran diccionario clásico de la lengua española* de Ramón Joaquín Domínguez (1847).

Otros datos que destacamos son los relacionados, por ejemplo, con las fuentes que influyeron en la redacción de determinadas gramáticas, tal es el caso de la repercusión de la filosofía de Locke, sobre todo con su discípulo francés más radical, Bonnot de Condillac, cuya filosofía repercutió en España, con la traducción de Bernardo María de

la Calzada de su *La lógica o los elementos primeros del pensar* (1784). Algo similar ocurrió con Antoine Luis Claude Destutt de Tracy, de cuya escuela e influjo surgen las primeras gramáticas generales: la *Gramática filosófica de la lengua española*, de José de Jesús Muñoz Capilla (1831), los *Principios de gramática general* (1826) y los *Elementos de gramática general* (1835), de José Gómez Hermosilla y, en Latinoamérica, específicamente en México, *Del pensamiento y su enunciación considerado en sí mismo* (1852) de Clemente de Jesús Munguía; *Apuntaciones sobre gramática general* (1877) de José Zalce o la *Gramática teórica y práctica de la lengua castellana*, de Rafael Ángel de la Peña (1898). Sin dejar de lado al mismo Andrés Bello quien, en el prólogo de su *Gramática*, deja ver el conocimiento que tuvo de esta corriente de gramática general. Es esta *Gramática*, la de Bello, según Lara, la gramática más importante y con la mayor repercusión “incluso, hasta nuestros días” (p. 432), misma cosa el *Diccionario de construcción y régimen de la lengua castellana* de Rufino José Cuervo (comenzado en París en 1872, su primer tomo se publicó en 1886).

Asimismo, valiosas son las reflexiones en torno al castellano, por ejemplo, en relación con su importancia transversal: “El castellano, además, no se gestaba como lengua exclusiva de los letrados y los eruditos, sino como lengua del pueblo, compartida con aquellos, ejercida desde el trono: una lengua popular, en el sentido más legítimo de la palabra” (p. 199), algo que se ejemplifica con algunos autores clave, como el marqués de Santillana (cap XII) con la reivindicación de la poesía popular en castellano y, al mismo tiempo, al componer en versos de arte mayor. Un ejemplo emblemático, en este caso, lo confirmamos con el *Quijote* (cap. XVI), símbolo internacional de la lengua española, afirma Lara. Así como la cientificidad en el discurso, con la producción de textos, sobre todo en el siglo XVIII, con la llegada del racionalismo (cap. XVII) y la presencia de los *novatores*, como Diego Mateo Zapata (medicina), Tomás Vicente Tosca (matemáticas y arquitectura), Juan Caramuel (matemáticas, lingüística, arquitectura), entre otros.

Así, como, finalmente, la consolidación de la estandarización: “producto de la formación de comunidades y espacios de comunicación, determinados por la consolidación de los estados nacionales mediante la educación pública universal, la formación de culturas nacionales, el poder de difusión de noticias, ideas y valores de la prensa, el cine, el [sic.] radio y la televisión, los aparatos jurídicos, las redes carreteras y de ferrocarril que comunican localidades, etc.” (p. 491). Pues Lara sigue celebrando el castellano y lo califica como la más temprana y adelantada lengua de cultura entre las modernas de Europa a fines de la Edad Media, puesto que se usó, antes que otra lengua, para nuevas tradiciones discursivas como la filosofía, la teología y el pensamiento orientado a la ciencia: “el latín se implantó en el resto de Europa como lengua de comunicación culta, a diferencia de lo que sucedía en España, en donde el conocimiento transmitido por el árabe y la fuerte presencia de la civilización musulmana contribuyeron a determinar su horizonte histórico de tal manera, que el castellano resultaba la solución más práctica para transmitir el conocimiento, reducido el latín al uso clerical y diplomático” (pp. 198-199).

9. *Las tablas en la escritura de Lara.*

En síntesis, constatamos, por lo demás, en el estilo escritural, a un autor que ya tiene familiaridad con el arte este de componer y redactar. Por ejemplo, se presenta un

manejo escritural que le permite jugar con prolepsis y analepsis (vid. final capítulo V y cap. XVIII); asimismo, puede darse el gusto de escribir párrafos de 12 a 13 líneas sin puntos y seguido (cfr. p. 199). Encontramos, además, un acercamiento familiar al lector, por ejemplo, con exclamaciones, al explicar la fundación mítica de la identidad castellana (p. 110); la sorpresa con ciertos datos, para lograr un efectismo en el lector (p. 119). Así como comentarios amenos: “Las tradiciones discursivas de la prosa se ampliaron con la aparición de las novelas de caballería (que tanto daño hicieron a don Quijote de la Mancha)” (p. 217); “[...] parece que se les decía así a los habitantes de Cantabria, güeros y de ojos claros” (p. 340); “[...] y se dirigió a Napoleón como árbitro para dirimir el litigio con su hijo. ¡A buen juez se encomendaron!” (p. 406); “Se convocó a una asamblea nacional –por supuesto, sin representantes hispanoamericanos– y se impuso la Constitución de Bayona” (p. 406). Así como dar manifiesta cuenta de sus gustos, sin tapujos: “Pese a lo retorcido que son estos versos, y a la dificultad de la lectura de la poesía de Góngora, he aquí estos bellísimos fragmentos” (p. 345); “Pues una cosa es la lengua de los grandes escritores, como Góngora, Quevedo o sor Juana, y otra la lengua de sus imitadores de mala calidad [...] la mayoría de los que siguieron el estilo barroco produjeron verdaderos adefesios” (p. 362); “Destaca entre los autores de la época –y no por su calidad literaria, sino por la pobreza de sus ideas– Ignacio Luzán, quien publicó en 1737 su famosa *Poética o reglas de la poesía en general y de sus principales especies*” (p. 399). Hay mucho, además, de afán pedagógico, por ejemplo, cuando explica las tradiciones discursivas como el cantar de gesta, da cuenta de su continuidad y actualidad con el actual corrido mexicano. Destacamos, asimismo, ciertos cuidados y detenimientos en ciertas temáticas, como con las jarchas, detalladamente explicadas y ejemplificadas (pp. 108-109), lo mismo con las *Glosas emilianenses* (pp. 132-134), las explicaciones métricas, relacionadas con los cambios en las composiciones poéticas en el siglo XV (cap. XII) o las sucintas pero eficaces explicaciones de fonología y fonética en relación a lo expuesto por Villena (cap. XII). Se da, por lo demás, un tiempo considerable para explicar el contexto lingüístico de finales del siglo XIX y comienzos del XX para poder dar cuenta de los avances en la historia de la lengua y cómo, claro está, se empezaron a confeccionar estos manuales de historia de la lengua.

10. *Por hacer.*

A lo largo del texto el autor reclama una serie de aspectos que deben profundizarse; por ejemplo, el estudio del español del siglo XIX, cuyo estado de lengua no se ha investigado lo suficiente. O retomar los estudios dialectológicos, con una interesante demanda: “La dialectología y la geografía lingüística constituyen la base de todo estudio lingüístico, por cuanto llevan a cabo la taxonomía de los fenómenos lingüísticos que después sistematizará y teorizará la lingüística. Lamentablemente, en lingüística, como en muchas actividades humanas, hay modas, y ahora no están de moda los estudios dialectológicos y de geografía lingüística, a pesar de la necesidad que tenemos de ellos para formarnos una idea más real del estado de las lenguas y del español en particular” (p. 484). Asimismo, por la virtud de la multipolaridad, queda por hacer un estudio sociológico basado en datos como el tamaño de la población hispanohablante, el grado de alfabetismo y de educación de la población, su producción de libros, revistas y periódicos, radio y televisión y de las actitudes compartidas por las comunidades hacia sus propios dialectos y los de los demás países y, de esta forma, no imponer centros,

sino irradiar la *tradición culta* de cada uno de estos (cfr. cap. XXII). Además, desde una perspectiva histórica, es necesario, reclama Lara, por los pocos datos que se tienen, hacer un estudio pormenorizado de cada una de las zonas hispanoamericanas. Sirva este defecto, dice el autor, para hacer historia de estas: “Hacen falta muchos estudios sobre la población de América entre los siglos XVI y XIX, así como sobre las características que fueron tomando las sociedades hispanoamericanas” (p. 271).

Como se ve, entonces, y como una patente característica al hacer historia e historiografía, quedan muchos aspectos por desarrollar, así como constatamos, después de leer esta *Historia mínima*, cómo se enriquecen ciertos puntos de vista por medio de nuevas formas de hacer historia.

Notas

¹ Con un orden, diríamos, usual dentro de la bibliografía existente: I. Sustrato prerromano; II. La colonización latina; III. Caracterización del latín hispánico; IV. Las invasiones germánicas y la decadencia del Imperio; V. Al-Andalús; VI. El surgimiento de los reinos cristianos y la influencia franca; VII. Los primeros documentos romance; VIII. Primer reconocimiento del castellano; IX. Las primeras tradiciones discursivas del castellano; X. El castellano de Alfonso el Sabio; XI. El castellano al comienzo del Renacimiento; XII. El castellano de los reyes católicos; XIII. La época de Carlos V y la colonización de América; XIV. El español que llegó a América; XV. Sevilla frente a Madrid; XVI. Los siglos de oro; XVII. La reacción contra el barroco y el neoclasicismo; XVIII. La Real Academia Española y el Neoclásico; XIX. El siglo de las independencias; XX. Concepciones de la lengua en el siglo XIX; XXI. Las tradiciones discursivas del siglo XIX; XXII. El español contemporáneo: estudio y situación.

² Con un apartado que comprende seis apéndices: 1. Aparato fonatorio; 2. Correspondencia letras-fonemas; 3. Glosario de términos especializados de lingüística; 4. Vocabulario; 5. Topónimos; 6. Nombres propios.

³ Una excepción sería el libro de divulgación *Los mil y un años de la lengua española*, de Antonio Alatorre (1979).

SARA CARRALERO FERNÁNDEZ. Reseña de Fuentes, Catalina; Álvarez-Benito, Gloria. 2016. *A Gender-based Approach to Parliamentary Discourse. The Andalusian Parliament*. Ámsterdam: John Benjamins.

Catalina Fuentes Rodríguez y Gloria Álvarez-Benito, profesoras titulares de la Universidad de Sevilla, son las editoras del libro *A Gender-based Approach to Parliamentary Discourse. The Andalusian Parliament*. [La Perspectiva de Género en el Lenguaje Parlamentario Andaluz] que constituye el volumen 68 de la sección *Discourse Approaches to Politics, Society and Culture (DAPSAC)* de la editorial John Benjamins Publishing Company. Este trabajo forma parte del proyecto P10-Hum 5872 que ha sido financiado por la Junta de Andalucía y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Nos encontramos ante una monografía constituida por nueve capítulos (además de la introducción y la conclusión) escritos en un exquisito inglés que abordan el lenguaje parlamentario desde una perspectiva de género. Como mencionan las editoras en la introducción, se trata de un trabajo novedoso puesto que es el primer estudio basado en un corpus en el campo de las ciencias políticas. Además, contrario a otros estudios, demuestra que el género no es una variable relevante a la hora de seleccionar estrategias comunicativas y, de hecho, muestra que el discurso parlamentario está caracterizado por un estilo meramente profesional. Asimismo, describen qué expresiones y estrategias se utilizan en la argumentación y, todo ello, lo realizan los autores de forma muy acertada desde una perspectiva holística e interdisciplinar.

El libro comienza con una introducción escrita por las editoras del volumen en la que se presenta la literatura existente sobre el discurso parlamentario y a los estudios de género. La literatura a este respecto es muy amplia y, sobre todo, se ha estudiado desde perspectivas lingüísticas, sociológicas, psicológicas y etnográficas. Un estudio destacable es el de Lakoff (1973, 1975) que considera que el discurso femenino proyecta las inseguridades de las mujeres y, por eso, utilizan determinadas estrategias comunicativas; sin embargo, las autoras indican que el error de Lakoff se encuentra en sacar conclusiones basándose en percepciones que reducen el rigor científico. No obstante, otros autores (Carranza Márquez, 2012; Brenes, 2012; Fuentes-Rodríguez y Brenes, 2014) rompen con esta tradición de estudios que mantienen los estereotipos respecto al género en el discurso. De hecho, este trabajo forma parte de la línea de investigación que rompe con dicha tradición: los autores de este trabajo demuestran que ambos géneros adaptan su discurso y que son los objetivos del discurso político los que les hacen seleccionar las diferentes estrategias comunicativas y no el género. De hecho, se ha demostrado (Álvarez-Benito e Iñigo Mora, 2012) que tanto las mujeres como los hombres emplean el ‘discurso del poder’ que se basa en un dominante. Como bien indican las autoras, el problema se encuentra en cómo la gente percibe o interpreta el mismo discurso dependiendo de si ha sido pronunciado por un hombre o una mujer.

La introducción continúa con las preguntas de investigación planteadas por los autores, así como otro de los principales objetivos: investigar la influencia que la distinción basada en el género ejerce sobre el tipo de lenguaje utilizado por los diputados andaluces tanto al nivel micro-estructural (elementos, expresiones y entonación) como

al macro-estructural (organización discursiva, estrategias argumentativas, elementos de cortesía, uso de diferentes tonos y uso del lenguaje corporal) (p. 7).

Cabe destacar tres aspectos de la introducción: en primer lugar, Álvarez-Benito y Fuentes-Rodríguez presentan de forma concisa estudios existentes sobre el lenguaje parlamentario en España, así como estudios internacionales sobre el mismo tipo de discurso. Estas referencias permiten al lector conocer la literatura existente y le facilitan el acceso sabiendo en qué ha trabajado cada autor. En segundo lugar, las autoras plantean su enfoque de estudio desde un punto de vista holístico y siguiendo el modelo integrado propuesto por Adam (1990), la escuela de Ginebra, Roulet (1997) y Fuentes-Rodríguez (2015). Para establecer una aproximación completa a la investigación, también incorporan teorías como la teoría de la argumentación o la nueva retórica. De esta manera, los investigadores que contribuyen al volumen pueden analizar no solo los elementos verbales, sino también aquellos no verbales. En tercer y último lugar, las autoras presentan de forma esquemática los factores sociales y contextuales que afectan a la elección de estrategias discursivas entre los que se encuentran el rol, el género, el tema que se trata, el momento histórico, el registro y el tipo de sesión, entre otros.

El primer capítulo, *Women in the Andalusian Parliament* [Mujeres en el Parlamento andaluz], escrito por Fuentes-Rodríguez, presenta la situación de la mujer en el Parlamento andaluz hasta la fecha. Asimismo, proporciona información sobre el peso que han tenido las mujeres en el Parlamento andaluz. De esta manera, la autora contextualiza el estudio puesto que no hubo paridad en el Parlamento andaluz hasta la legislatura de 2008 con la Ley Orgánica 3/2007, del 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Sin embargo, como critica Fuentes-Rodríguez, la paridad de representación no implica igualdad de participación. Se trata de un capítulo breve, pero la autora aporta datos y estadísticas que reflejan esa participación inferior a los hombres, así como opiniones de los parlamentarios sobre la capacidad de representar a ambos géneros siendo de uno o de otro.

El capítulo segundo, cuya autora sigue siendo Fuentes-Rodríguez, se titula *Intensification, identity and gender in the Andalusian Parliament* [Intensificación, identidad y género en el Parlamento andaluz] y se centra en la intensificación como estrategia argumentativa y marcador de identidad discursiva. La intensificación es un mecanismo recurrente que sirve a los parlamentarios para construir una imagen de imposición y seguridad para legitimar, a su vez, su posición. Asimismo, favorece a la confrontación con el otro grupo (exo-grupo). Los ministros y parlamentarios proyectan una imagen de sí mismo que depende del rol que tengan que desempeñar en el momento de realizar un discurso: o son miembros del partido gobernante o se encuentran en la oposición. El trabajo realizado por Fuentes-Rodríguez demuestra que el género no es un factor relevante en este caso. Otros autores, a su vez, afirman que las mujeres copian estas estrategias de construcción de identidad y no reproducen patrones de inseguridad ni se subestiman. La intensificación, por su parte, resulta ser una característica distintiva del lenguaje parlamentario. Tal vez se debe a las diferentes funciones que puede desempeñar: como recurso, estrategia o función pragmática. Fuentes-Rodríguez elabora de forma clara y con ejemplos los usos de la intensificación dependiendo de la función que desempeñe y se centra en el uso de *es que* como estrategia discursiva para la construcción de identidad (p. 37). Esta estrategia, muy empleada por los parlamentarios, sirve para poner en primer plano la información presentada, como operador para intensificar (destacando la frase completa), en estructuras fijas como modal o conector o

como marcador discursivo de justificación y puede tener dos funciones: la creación de una identidad individual o de un grupo o para defender medidas (endo-grupo) o atacarlas (exo-grupo).

Como se ha mencionado, el segundo capítulo comienza con una descripción teórica de la estrategia de intensificación en el discurso parlamentario y su relación con el género, seguido de un ejemplo frecuente (*es que*). Además, lo que contribuye a la calidad científica y al rigor de este capítulo es el cuarto epígrafe en el que la autora presenta un estudio cuantitativo del uso de la estructura *es que*. Si bien es cierto que el epígrafe en cuestión presenta quizá exceso de número y porcentajes, este problema se ve solventado por la presencia de gráficos que transmiten la información al lector de forma más visual. Con este estudio cuantitativo, se ve apoyada la conclusión de que el género no influye la selección de estrategias discursivas.

Gender differences in enumerative series [Diferencias de género en las series enumerativas] es el tercer capítulo de este volumen escrito por Ester Brenes Peña, profesora de la Universidad de Córdoba. Este capítulo presenta una estructura muy similar al segundo capítulo puesto que consiste en una introducción teórica sobre las series enumerativas, seguido de un estudio cuantitativo. Como indica la autora y según Lakoff (1973, 1975), el lenguaje femenino siempre se ha asociado a la mitigación y a la cortesía verbal (según el ‘dominance approach’); sin embargo, estas características no parecen adecuadas para el discurso político. Lo que se plantea la autora es si las mujeres han adaptado su lenguaje a las estrategias persuasivas características de este discurso o si han preferido hacer uso de otras estrategias lingüísticas. Para ello, decide analizar un recurso lingüístico característico por su acción intensificadora y que, según la teoría de Lakoff, no sería propio de las mujeres: las series enumerativas. Este recurso consta de varios elementos relacionado entre sí mediante yuxtaposición, adición o disyunción.

El aspecto más novedoso presentado en este capítulo es que las series enumerativas no se han estudiado en relación al lenguaje usado por políticos españoles; solo hay constancia de una monografía (Cortés Rodríguez, 2007) que analiza este recurso usado por Zapatero y Rajoy en debate. Para resolver la pregunta que se plantea Brenes Peña al comienzo de capítulo, analizó cuarenta preguntas orales que se dieron en el Parlamento andaluz. Los resultados que reporta son los siguientes (p. 74): son los hombres los que utilizan principalmente las series enumerativas, especialmente los ministros. No obstante, aunque estos resultados concuerdan con la teoría de Lakoff (1973, 1975), la diferencia no es significativa. Por otro lado, las características formales de las series enumerativas, junto con las funciones discursivas, la (des)cortesía y la distribución de turnos responden a la estructura típica de las preguntas orales; *ergo*, no tiene realmente que ver con el género del interlocutor.

El cuarto capítulo escrito por López Martín, profesor de la Universidad de Sevilla, se titula *Argumentation and face-threatening acts* [Argumentación y acciones que amenazan la imagen de uno mismo] y está centrado en la parodia como contraargumento para desacreditar a la oposición. El autor analiza la citación no literal como un elemento para dañar la imagen del enemigo y analiza la forma en que ministros y ministras repiten las palabras de sus oponentes modificándolas, exagerándolas o parodiándolas.

López Martín explica con claridad el corpus que ha empleado para su estudio: las preguntas orales se las sesiones plenarias de agosto de 2010 a agosto de 2011 (la octava

legislatura). La citación que emplean puede ser a partir de palabras usadas por los oponentes en otros discursos, en otras sesiones, fuera del Parlamento e incluso por otros miembros del partido político. Esta realidad la presenta el autor con ejemplos extraídos del corpus, así como con datos cuantitativos, permitiéndole llegar a la siguiente conclusión: la variable más importante a la hora de citar a los oponentes no es el género, sino la posición de poder que ostente el interlocutor. Si bien es cierto, el autor desglosa esta conclusión señalando que los políticos del PP citan más para atacar la imagen de los demás que los políticos del PSOE (los dos principales partidos de España desde la Transición).

En el capítulo quinto nos encontramos con el trabajo de García Platero y Castillo Carballo, también profesores de la Universidad de Sevilla. El capítulo titulado *Pseudo-desemantisation as a discursive strategy in political discourse* [La pseudo-desemantización como estrategia discursiva en el discurso político] se centra en la ritualización léxica para alcanzar conseguir la pseudo-desemantización. En particular, prestan atención a las colocaciones, especialmente a las combinaciones que presenta la desemantización parcial de uno de los componentes de la colocación con pretensiones eufemistas. Asimismo, analizan la conexión prototípica entre los elementos de la colocación y la desigualdad jerárquica entre ellos. Como bien indican los autores, el discurso político consiste en la persuasión; es por ello que tanto los miembros del partido gobernante como los de la oposición tienden a evitar ciertas palabras dependiendo del contexto. Sin embargo, los recursos léxicos del partido gobernante son más limitados puesto que tienen más responsabilidades que aquellos de la oposición. Las palabras que usan, entonces, suelen sufrir un proceso de neutralización el objetivo de atenuar los aspectos negativos y reforzar o intensificar los positivos. Habiendo explicado esto, los autores se adentran en la esfera de las colocaciones, presentado un breve marco teórico seguido de un análisis cualitativo de ejemplos extraídos del corpus: *hacer un esfuerzo, demagogia y decepcionante*, entre otros. En resumen, el léxico se usa de forma estratégica y su significado o semantización se manipula directamente según las funciones ideológicas y dependiendo de la posición que ostente el interlocutor, sin influir el género como variable.

Lexical colloquialisation in commissions of the Andalusian Parliament [Coloquialización léxica en las comisiones del Parlamento andaluz] es el sexto capítulo de este volumen escrito por Marina González Sanz, profesora de la Universidad de Granada. El discurso parlamentario es descrito por autores como Bayley (2004:1) como ‘la variedad más formal e institucionalizada’. Además, otros autores (Martín Rojo, 2000) afirman que las dinámicas parlamentarias presentan un patrón de toma de turnos y unas interacciones muy rígidas. Sin embargo, como muestra Briz (2013) con quien está de acuerdo la autora del capítulo, hay muchos tipos de discursos que han sufrido un proceso progresivo de ‘coloquialización’ y el discurso parlamentario es uno de ellos. Para demostrarlo, González Sanz lleva a cabo un estudio explicando de manera clara qué datos utilizará, que metodología y en qué variables se centrará para analizar los resultados. Esto le permite llegar a la conclusión de que el discurso parlamentario, efectivamente, se da en una situación comunicativa formal que exhibe características propias de la conversación. Estas características conversacionales, como el uso de un léxico más coloquial, se utilizan ligeramente más por los interlocutores masculinos. No es el caso, sin embargo, de las unidades fraseológicas, que son utilizadas de forma similar por ambos sexos y que, por tanto, puede decir que son la característica coloquial

más típica del discurso parlamentario. Finalmente, la autora menciona la relación entre el discurso político y el discurso empleado en los medios: hay presencia de coloquialismos porque muchas de las interacciones en el Parlamento son transmitidas por los medios de comunicación cuyo público son los ciudadanos.

Una estrategia muy eficaz en el discurso parlamentario es el uso de la emoción y es por ello por lo que el séptimo capítulo del volumen se titula *Emotional argumentation in political discourse* [Argumentación emocional en el discurso político]. Este capítulo, escrito por Alcaide Lara (Universidad de Sevilla), Carranza Márquez (UNED) y Fuentes-Rodríguez (Universidad de Sevilla), tiene por objetivo examinar si la expresión de la emoción es una variable significativa en el discurso político y si la diferencia de género proyecta, a su vez, una diferencia de uso de la emoción.

Según las autoras (Alcaide *et al.*), la emoción implica el uso de elementos sintácticos, léxicos y fonéticos y se usa por los políticos con el objetivo de persuadir. Normalmente, refuerza la posición del interlocutor y puede ser usado como mecanismo de manipulación. Para demostrar que, efectivamente, los ministros emplean la emoción para manipular, Alcaide, Carranza y Fuentes-Rodríguez analizan las estrategias emocionales presentadas en el corpus de las sesiones parlamentarias en el Parlamento andaluz. Descubren como los políticos utilizan los tres subsistemas de la ‘teoría de la evaluación’ o *appraisal theory* (afección, juicio y apreciación) para convencer e intentar derrotar a sus oponentes usando medios que, según las autoras, no son siempre éticos. Para completar el capítulo, Alcaide *et al.* Presentan un detallado inventario de los marcadores de emoción más usados y sus funciones que son las siguientes: enfatizar la argumentación del emisor, atacar al oponente y crear la apariencia de proximidad y una identidad distinta del resto del grupo.

Hasta el capítulo séptimo, las autoras de los diferentes capítulos del volumen se han centrado en los elementos verbales del lenguaje político. Sin embargo, los dos últimos capítulos se centran en los elementos no verbales que a veces ocurren en sincronía con los verbales, pero que, en otras ocasiones, ocurren de forma discordante.

El penúltimo capítulo, escrito por Álvarez-Benito e Íñigo-Mora de la Universidad de Sevilla, se titula *Gender differences in eye-contact behaviour in parliamentary discourse* [Diferencias de género en el contacto visual en el discurso parlamentario]. Como bien reza el título, el objetivo de este capítulo es analizar las principales funciones del contacto visual en las preguntas orales del Comité para la Igualdad y el Bienestar Social del Parlamento andaluz. Las autoras se basan en tres aspectos: 1) el tipo de turno, 2) la lealtad política y 3) las diferencias de género.

Tras un completo estudio cuantitativo, Álvarez-Benito e Íñigo-Mora dan cuenta de las funciones del contacto visual y su correlación con diferentes variables. Las funciones primarias del contacto visual empleado por los ministros son las siguientes: sonar más natural, regular la comunicación y el sistema de turnos, demostrar la afiliación política, reforzar los argumentos, alardear sobre las relaciones de poder, expresar autosatisfacción, indicar interés, salvaguardar la imagen personal y persuadir. Asimismo, la ausencia de contacto visual implica indiferencia y oposición, pero también demuestra lealtad a un partido político. Los resultados según las variables que se plantean estudiar las autoras muestran que el contacto visual más largo suele ser más frecuente en los segundos turnos puesto que se trata de un discurso oral, no leído. Respecto a los partidos políticos, el PSOE mantiene más contacto visual que el PP y

suele durar más, mientras que el PP usa más reguladores. De esta manera, llegan las autoras a la conclusión de que el contacto visual se usa como manera de mostrar lealtad a la presidenta. Por otro lado, en cuanto a las diferencias de género, parece que los hombres mantienen más contacto visual que las mujeres, pero esta diferencia es solo significativa en el caso de los ministros del PP. Finalmente, las autoras mencionan que el comportamiento de contacto visual de la presidenta de Andalucía es prácticamente igual cuando interactúa con parlamentarios del PP, pero que varía a la hora de interactuar con los ministros de su propio partido, manteniendo más contacto visual con las mujeres.

Para finalizar este completo libro sobre el lenguaje parlamentario y el género en el Parlamento de Andalucía, el capítulo nueve, titulado *Time, gender and parliamentary discourse* [Tiempo, género y discurso parlamentario] y escrito por Bañón, Arcos y Requena, profesores de la Universidad de Almería, se centra en la gestión del tiempo y su relación con el género en el Parlamento. Su objetivo es descubrir si las mujeres y los hombres en puestos de responsabilidad gestionan el tiempo de forma diferente, incluyendo también el uso de las pausas y los silencios pragmáticos. Para llevar a cabo esta tarea, los autores analizan los discursos de Mar Moreno y de Antonio Ávila, expresidentes de Andalucía y realizan un análisis cuantitativo que les permite concluir que el Sr. Ávila hace pausas más breves cuando interactúa con miembros de su propio partido (sin tener en cuenta el género), mientras que la Sr. Moreno gestiona el tiempo de forma diferente dependiendo de si interactúa con hombre o mujeres (sin tener en cuenta el partido político).

En último lugar, las editoras del libro, Fuentes-Rodríguez y Álvarez-Benito, finalizan el volumen con un capítulo de conclusiones en el que resumen los objetivos con los que comenzaron y los resultados y conclusiones a las que llegaron los investigadores. Este libro muestra, según ellas, que las mujeres han entrado al terreno de la política y hacen el mismo uso de estrategias argumentativas que los hombres, puesto que el discurso político es un discurso claramente profesional. Asimismo, plantean cómo será el discurso político dentro de unos años cuando haya más mujeres en política y en puestos de responsabilidad: quizá estrategias característicamente femeninas comiencen a formar parte del discurso parlamentario. En resumen, este volumen se trata de una monografía muy completa e, incluso, de un manual de texto para el Análisis del Discurso desde un punto de vista práctico. La única desventaja que, quizá, se pueda destacar es que el libro está redactado en inglés (un perfecto inglés) para tratar temas sobre el discurso en español, con ejemplos y estrategias propias del castellano. Sin embargo, este hecho permite que estudiantes e investigadores sin dominio del español pueda disfrutar de la materia.

Referencias bibliográficas

Adam, J.M. 1990. *Éléments de linguistique textuelle*. Liege: Mardaga.

Álvarez-Benito, G.; Íñigo-Mora, I. 2012. Verbal and Nonverbal Strategies in Political Discourse. *IADA Online Series on "Dialogue Analysis and Rhetoric"*, vol. 2, pp. 265-284.

Bayley, P. 2004. Introduction. They whys and wherefores of analyzing parliamentary discourse". En P. Bayley, ed., *Cross Cultural Perspectives on Parliamentary Discourse*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, pp. 1-44.

- Brenes Peña, E. 2012. El discurso de los parlamentarios y parlamentarias andaluces. Análisis pragmatolingüístico de la ironía verbal. *Discurso y Sociedad* 6.1: 79-97.
- Briz, A. 2013. Variación pragmática y coloquialización estratégica. El caso de algunos géneros televisivos. En C. Fuentes-Rodríguez, ed. *Descortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*, Madrid: Arco Libros, pp. 89-125.
- Carranza Márquez, A. 2012. Diferencias de género en el uso del afecto dentro del foro parlamentario andaluz. *Discurso y Sociedad* 6.1: 98-113.
- Cortés Rodríguez, L. 2007. Las series enumerativas y el debate político tras el atentado de Barajas: Rodríguez Zapatero y Rajoy frente a frente. *Oralia* 10: 47-102.
- Fuentes-Rodríguez, C.; Brenes Beña, E. 2014. Apéndices apelativos en el lenguaje parlamentario andaluz: variación pragmática. *Oralia* 17: 181-209.
- Fuentes-Rodríguez, C. 2015. *Lingüística pragmática y Análisis del discurso*. Madrid: Arco Libros.
- Lakoff, R. 2003. The logic of politeness or minding your p's and q's. *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society*, Chicago Linguistic Society, pp. 292-305.
- Lakoff, R. 1975. *Language and Woman's Place: Text and commentaries*. New York: Harper and Row.
- Martín Rojo, L. 2000. Enfrentamiento y consenso en los debates parlamentarios sobre la política de inmigración en España. *Oralia* 3: 113-148.
- Roulet, E. 1997. A modular approach to discourse structures. *Pragmatics* 7.2: 125-146.

CAROLINA VIERA. *Reseña de Alonso-Ramos, Margarita. 2016. Spanish Learner Corpus Research. Current trends and future perspectives.* Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.

1. Introducción

El volumen colectivo que aquí se reseña ha sido coordinado por Margarita Alonso-Ramos (Universidad de Coruña) y está constituido por once capítulos, que discuten diferentes aspectos de un tema del que no abunda información: la creación y utilidad de los corpus de aprendices de español (Alonso Ramos 2016). La Lingüística de Corpus ha despertado el interés de muchos investigadores recientemente, ya que las nuevas tecnologías relacionadas con la informática han permitido el desarrollo de aplicaciones que analizan de manera automática o semiautomática grandes cantidades de textos y, por tanto, permiten la extracción de información y ejemplos que estadísticamente son representativos del género textual o fenómeno lingüístico que se desea estudiar (McEnery y Wilson 2001; Flowerdew 2017). Un corpus consiste en una colección de textos escritos, orales o archivos multimodales de los cuales se puede extraer información estadística sobre las distribuciones de ciertos fenómenos (Gries 2009). Estos archivos/textos cumplen con una serie de requisitos: a) son representativos, b) son auténticos, c) están codificados de manera estandarizada, d) pueden ser procesados por herramientas tecnológicas diseñadas con ese fin y e) suelen estar anotados (McEnery y Hardie 2011; Tono 2016). Este enfoque de investigación basada en análisis de corpus proporciona a los investigadores una rigurosa metodología y las herramientas técnicas necesarias para seleccionar y analizar una colección de textos, tanto escritos como orales, representativos de la población o género textual que se investiga y de los cuales se puede extraer los datos para investigaciones lingüísticas de corte empírico (Parodi 2008). Al igual que otras subdisciplinas de la Lingüística, el campo de Adquisición de Segundas Lenguas se ha beneficiado con este aporte metodológico, que permite al investigador un análisis tanto cuantitativo como cualitativo y, dependiendo del corpus, en diferentes niveles del lenguaje (Granger 2012).

La progresiva especialización de la Lingüística de Corpus ha permitido el surgimiento y desarrollo de la Lingüística de los Corpus de Aprendices (LCA), que se ha ido transformado progresivamente en un campo de estudios en sí mismo (Granger 2012). En LCA, la gran mayoría de los estudios de aprendices de lengua se centran en el idioma inglés (Alonso-Ramos 2016: 4). En este sentido, este volumen significa un gran aporte para quienes se interesan tanto en la Lingüística de Corpus como en el estudio del español como lengua extranjera o segunda lengua. Los autores que integran esta colección son referentes en su campo, lo cual otorga un valor agregado a los trabajos de investigación presentados en este libro.

El libro se estructura en tres secciones. La sección 1 ofrece un panorama del estado actual de la investigación de corpus de aprendices, haciendo hincapié en los problemas y desafíos del campo. La sección 2 está integrada por cinco manuscritos, que describen aspectos técnicos relacionados con el diseño y creación de corpus de aprendices, así

como su anotación y explotación. Por último, la sección 3 está constituida por cuatro capítulos, que se centran en el análisis de datos obtenidos a partir de corpora. Esta estructuración permite al lector una aproximación gradual, que combina el proceso que conlleva la creación y el uso de un corpus, a la vez que facilita el acceso a la información específica.

2. Descripción de capítulos

El capítulo 1, “Spanish learner corpus research: Achievements and challenges”, escrito por Margarita Alonso-Ramos, la compiladora del libro, ofrece una revisión histórica del incipiente campo de los estudios de corpus de aprendices, en especial en lo que atañe a idiomas que no sean el inglés. De hecho, la autora señala que no ha sido hasta 2014, cuando una institución oficial se abocó a la tarea de compilar un corpus de aprendices de español (Alonso-Ramos 2016: 3). La autora presenta información relevante tanto de la situación del español como lengua de estudio, como de los desafíos a la hora de diseñar y analizar corpus de aprendices de español. Estos problemas se agudizan si se considera la creación de corpus de español hablado y corpus multimodales. De igual interés, en este capítulo se plantea un tema de controversia, que concierne a los estudios de corpus de aprendices. En general, este tipo de corpus se crean para analizar el nivel de desarrollo de la lengua estudiada. El problema principal radica en que para poder medir ese desarrollo se debe establecer una norma comparativa que obre como referente, esto es, una meta de ese desarrollo. Alonso-Ramos resume la discusión que existe entre los profesionales dedicados a las segundas lenguas, en relación con la idealización del hablante nativo y la pertinencia del concepto del “error” y cómo estos conceptos teóricos han afectado la anotación y etiquetado de errores en los corpus de aprendices. Concluye el capítulo con una revisión de los diferentes corpus de español existentes, lo que representa una importante contribución para quién esté interesado en investigar aspectos de la lengua en los que este enfoque metodológico sea clave.

El segundo capítulo que integra la primera sección de este libro, escrito por Yukio Tono y titulado “What is missing in learner corpus design?”, complementa el capítulo anterior, centrándose en las brechas de conocimiento que existen en este campo de estudios. La revisión bibliográfica de Tono es un excelente material de consulta para quienes se inicien en la lingüística de corpus de aprendices, puesto que la autora cubre los conceptos básicos que deben ser tenidos en cuenta a la hora de la creación de un corpus, como los son la representatividad, autenticidad y la recolección de datos. Uno de los principales fallos de los estudios de corpus es justamente su diseño y es precisamente por este motivo por lo que este capítulo cumple una función fundamental para quienes se interesen en la construcción de un corpus con propósitos de investigación. El capítulo concluye con recomendaciones para futuros estudios en lo que respecta al diseño y a un análisis que tenga en cuenta la variación sociolingüística y contextual, que afecte a los textos que se compilan en un corpus.

El capítulo 3, escrito por Guillermo Rojo e Ignacio M. Palacios, se titula “Learner Spanish on computer: the CAES ‘Corpus de Aprendices de español’ project”. Comienza la sección 2 del libro, llamada “Compilación, anotación y explotación de los datos de un corpus de aprendices” (en inglés en el original). La elección del capítulo de Rojo y Palacios es acertada, ya que se presenta la construcción del Corpus de Aprendices de Español (CAES), al que Alonso-Ramos (2016) considera como la primera empresa oficial relacionada con corpus de aprendices. Rojo ha estado involucrado con la

creación de corpus de referencia del español moderno e histórico y, por tanto, conoce a fondo los principios básicos del diseño de un corpus y los posibles problemas que pueden surgir en su creación. El capítulo 3 describe el proceso de creación del corpus de textos escritos (CAES), posibles usos del mismo y postula la importancia que los estudios basados en corpus pueden tener en el entendimiento de procesos lingüísticos y en la enseñanza de lenguas extranjeras. Asimismo, se discuten las limitaciones de los estudios de corpus y se advierte de posibles problemas asociados con el análisis no riguroso de los datos que se obtienen. Rojo y Palacios ofrecen una sólida bibliografía de referencia al realizar su revisión de la contribución de la Lingüística de Corpus, revisión que incluye autores no citados en los capítulos anteriores y que han sido de gran importancia para este campo de estudio. Otra contribución es la diferenciación que Rojo y Palacios detallan entre los corpóra de aprendices y los de aprendices de español. De igual manera, se reseñan otros tres proyectos similares al CAES. Entre ellos, un corpus oral de aprendices, el SPLLOC. En suma, este es un capítulo de gran interés por cuanto se detalla (2) el proceso de creación de un corpus de aprendices de español de gran magnitud como es el CAES, con 570.000 palabras, (2) LA ejemplificación de su aplicación a la investigación y a la enseñanza y (3) la discusión de las diferentes decisiones metodológicas relacionadas con la anotación, etiquetado y las herramientas de análisis usadas.

El Capítulo 4, escrito por Campillos Llanos se titula “PoS-tagging a Spanish oral learner corpus: Criteria, procedure, and a sample analysis”. Como su título indica, este capítulo se enfoca en el proceso de etiquetado y análisis de un corpus oral de aprendices. Una de las principales dificultades del análisis morfológico y sintáctico de corpus orales de aprendices consiste en lo demandante del proceso de su etiquetación. Existen herramientas automáticas de segmentación (parsing) y etiquetado (tagging), pero estas no han resultado eficaces para el procesamiento de corpus de aprendices. Campillos Llanos informa del éxito en el etiquetado del corpus oral CORELE (Corpus Oral de Español como Lengua Extranjera) con el etiquetador GRAMPAL (Moreno y Guirao 2006) y demuestra su utilización presentando un estudio que analiza estadísticamente el uso de los artículos definidos e indefinidos por parte de los aprendices que están representados en corpus. El estudio tiene como marco teórico el análisis contrastivo de interlenguaje (Granger 1996) y, Campillos Llanos considera que este enfoque teórico permite un acercamiento cuantitativo al estudio de las capacidades de los aprendices de español. Asimismo, el artículo de Campillos Llanos ofrece una interesante revisión bibliográfica sobre la idoneidad del análisis contrastivo de interlenguaje en los estudios de corpus de aprendices, así como del uso de los artículos por parte de los aprendices. En suma, este capítulo ofrece una detallada descripción de los criterios y métodos de etiquetado y análisis estadístico del corpus oral de aprendices CORELE en el marco teórico del análisis contrastivo de interlenguaje.

El capítulo 5, “The LANGSNAP longitudinal learner corpus”, escrito por Tracy-Ventura, Mitchel y McManus, describe el diseño y uso de un corpus que es novedoso por dos razones importantes: representa un estudio longitudinal en un programa de estudios en el extranjero. Existe muy poca información en lo que refiere a estas dos áreas de estudio, especialmente, en lo que compete a la Lingüística de Corpus y, en ese sentido, el capítulo de Tracy-Ventura et al. es de sumo interés. En especial, porque los anteriores estudios en el campo de la Adquisición de Segunda Lengua en estudios en el extranjero han dejado claro que es necesario profundizar la investigación en estos

contextos (Ventura et al. 2016). Los autores de este capítulo presentan el diseño de un estudio que se desarrolló en el curso de 20 meses con 27 participantes, que cumplieron tres tareas diferentes: narración, descripción y escritura de ensayo argumentativo. Otro aspecto interesante de este estudio es que se recolectó tanto datos escritos como orales. La mayoría de los estudios de corpus compilan textos escritos y, en este sentido, este estudio es relevante para aquellos investigadores interesados en el desarrollo de la conocimiento y capacidad de expresión oral de los aprendices. Los investigadores buscaban analizar el desarrollo de la variedad léxica en los textos y en la realización de las diferentes actividades. De interés es la discusión de la unidad de análisis usada para medir la variedad léxica: el “D score” (Tracy-Ventura et al. 2016: 131) o índice parámetro D (Capsada Blanch y Torruella Casañas 2017: 361). Si bien los resultados del estudio que se presenta son de carácter preliminar, este capítulo ofrece un sólido aporte, que combina el campo de SLA con la Lingüística de Corpus, en lo que respecta al diseño de un corpus longitudinal, con muestras orales, de aprendices que se encuentran realizando estudios en el extranjero.

El capítulo 6, “The Aprescrilov corpus, or broadening the horizon of Spanish language learning in Flanders”, escrito por Kris Buyse, Lydia Fernández Pereda y Katrien Verveckken, describe otro corpus de aprendices, en este caso, de más de 2700 textos escritos por estudiantes universitarios de español de nivel básico hasta avanzado en Bélgica y Holanda. El corpus está organizado por diferentes tareas (exámenes y trabajos de curso). Los autores afirman que el estudio que presentan permite ver las ventajas del uso de corpus, y de las herramientas de la Lingüística de Corpus en la investigación de adquisición de segunda lengua o una lengua extranjera. También resulta de interés, el hecho de que se presente un estudio longitudinal dentro del marco teórico de Análisis de Error (Corder 1981) y el Interlenguaje (Granger 1996). Los estudios que se discuten en este capítulo analizan el aprendizaje del uso de los verbos de cambio de estado en español y de la noción de género y concordancia por parte de aprendices que recibieron una instrucción explícita sobre este tema. Asimismo, se realizó un análisis cuantitativo de los tipos de errores más frecuentes en el corpus Aprescrilov. Los autores concluyen que los datos extraídos en esta investigación cuestionan el énfasis que se da en la enseñanza del español a aspectos del lenguaje que no aparecen como los más frecuentes en sus resultados, al menos en lo que concierne a textos escritos representados en su corpus. Por ende, los autores consideran que la enseñanza de lenguas extranjeras o segundas lenguas debe tener en cuenta los estudios de corpus. De igual manera, plantean las limitaciones que tiene este tipo de estudios y la necesidad de tener en cuenta dichas limitaciones. Este capítulo, por tanto, es de interés para quienes busquen aplicaciones de los estudios de corpus al campo de la enseñanza del español y un mejor entendimiento del interlenguaje de los aprendices, basado en estudios empíricos de una colección amplia de textos escritos.

El capítulo 7, escrito por Dale Koike y Jennifer Witte y titulado “Spanish Corpus Proficiency Level Training Website and Corpus: An open-source, online resource for corpus linguistics studies”, describe un corpus compuesto por 327 segmentos videograbados de 38 aprendices de los cuales 17 son hablantes de español como lengua de herencia. Como en el caso de otros artículos publicados en este volumen, las autoras ofrecen una completa revisión bibliográfica del estado de la cuestión en la Lingüística de Corpus de aprendices, centrándose en los conceptos de validez y representatividad. La discusión presentada por las autoras es pertinente, puesto que el corpus que discuten

es atípico en varios aspectos, concretamente, por el hecho de que no ha seguido métodos estandarizados de transcripción, anotación y etiquetado, ni incluye herramientas de búsqueda automática como programas de concordancia. Esto se debe a que el propósito original del sitio web en donde se encuentran alojadas las muestras de habla era el de entrenamiento de docentes y no el de investigación en el marco de la LC. A pesar de esto, las autoras defienden la viabilidad de este corpus para investigaciones sobre la adquisición de una segunda lengua o sobre las posibles diferencias dialectales y, para ello, presentan un estudio de expresión del sujeto pronominal en el marco teórico de la Lingüística Variacionista, realizado a partir de las muestras de habla que comprenden su corpus. Las autoras concluyen que los datos resultantes de este estudio son válidos y, por lo tanto, este corpus permite su investigación. Asimismo, como este corpus está integrado por videograbaciones, las autoras destacan una contribución potencial de este corpus es su aplicación a investigación de aspectos paralingüísticos poco estudiados en SLA.

La tercera sección del libro, que se centra en el análisis de los datos obtenidos a partir de un corpus, comienza con el capítulo 8, escrito por Ana Blanco Canales y titulado “Factors that can have an impact on the processes of perceiving Spanish/L2”. La propuesta de Blanco Canales es muy interesante, puesto que detalla las ventajas de un enfoque basado en la Lingüística de Corpus, con el fin de determinar la relación entre percepción y producción de elementos fónicos y suprasegmentales (competencia fónica) en el proceso de adquisición de una lengua no materna. Para ello, se presenta un estudio cuantitativo y cualitativo de percepción, aplicado a un total de 300 estudiantes – reducidos posteriormente a 209– procedentes de 15 países diferentes. La autora también describe el corpus de referencia *Fono.ele*, que usó en su estudio compuesto de 96 individuos de 6 nacionalidades diferentes. El estudio de Blanco Canales permite ver la manera en que un corpus puede ser diseñado y analizado cuantitativa y estadísticamente para arrojar datos fidedignos, que explican el proceso de adquisición de los diferentes elementos del lenguaje por parte de diferentes poblaciones de aprendices de español. En particular, se centra en la competencia fónica de estos aprendices y en las variables sociolingüísticas que afectan la percepción de los sonidos de la lengua extranjera y es, por tanto, una contribución a un área de estudios en donde tradicionalmente la obtención de datos se limitaba a un menor número de participantes, lo que llevaba a cuestionar la representatividad de los resultados. Otro de los aportes de este trabajo está dado por las herramientas de análisis diseñadas con el fin de obtener los datos, en particular, la discusión del diseño e implementación del test de percepción usado en este estudio y el detallado análisis de resultados, que serán de interés por la escasez de instrumentos de investigación en el área de la competencia fónica.

El capítulo 9, escrito por Cristóbal Lozano y titulado “Pragmatic principles in anaphora resolution at the syntax-discourse interface: Advanced English learners of Spanish in the CEDEL2 corpus”, discute el nivel sintáctico y discursivo de la lengua en aprendices de español, en concreto, en lo que se refiere a la resolución de la anáfora. Además de información pertinente a otro corpus de aprendices de español (CEDEL2), Lozano informa sobre una herramienta de anotación de corpus, diseñada con el propósito de anotar los factores sintácticos, gramaticales y discursivos que inciden en dicha resolución. El aporte de Lozano radica, por un lado, en estudiar un tema que ha despertado gran interés, como es el de la resolución de anáforas, usando las herramientas y metodología de la Lingüística de Corpus, y, por otro lado, en demostrar

que se puede contribuir con datos nuevos, que, en parte, complementan así como desafían las teorías existentes. CEDEL2, el corpus en el que se basa la investigación de Lozano consiste en textos escritos, que se recolectan en línea y constituyen exámenes de nivelación, biografía y composiciones de más de 1500 participantes. El estudio de Lozano comprende 20 textos y compara la producción de hablantes nativos con la de aprendices. Lozano se enfoca en la tercera persona (humana) por motivos que explicita en su artículo. El etiquetado se realizó con UAMCorpus Tool (O'Donnell 2009) y las etiquetas se basaron en investigaciones previas de resolución de anáfora. Lozano realiza un análisis cuantitativo en base a porcentajes y otro de corte cualitativo. Estos análisis combinados le llevan a proponer una nueva teoría, que explica los factores que intervienen en la resolución de anáfora y que este autor llama "Pragmatics Principle Violation Hypothesis".

El capítulo 10, escrito por Nancy Vázquez Veiga, se titula "Discourse markers in CEDEL2 and SPLLOC corpora of learner Spanish: Analysis of some lexical-pragmatic failures". Es un estudio cuantitativo y cualitativo del uso de los marcadores de discurso (MDs) por parte de los aprendices de español. En particular, se centra en el uso de los siguientes MDs: *oh*, *actualmente*, *eventualmente*, *usualmente* y *entonces* y los MDs que contienen la forma "fin", tales como *por fin* o *al fin*. La autora trabaja con datos extraídos de dos corpora discutidos en capítulos anteriores, el corpus de textos escritos CEDEL2 (Lozano 2009) y el corpus de textos orales SPLLOC (Mitchell et al. 2008), a los cuales escoge por estar integrados por aprendices de español de nivel intermedio y avanzado, cuya primera lengua es el inglés y porque cuentan con un corpus paralelo de hablantes nativos. El uso de estos dos corpora combinados le permite a la autora presentar una serie de datos y análisis cualitativos y concluir que hay fallas a nivel pragmático y léxico en el uso de MDs por parte de los aprendices, y que esto representa un problema de comunicación importante, especialmente en aquellos MDs que contienen la forma "fin".

El último capítulo del volumen tiene como autores a Orsolya Vincze, Marcos García-Salido, Ana Orol and Margarita Alonso-Ramos y se titula "A corpus study of Spanish as a Foreign Language learners' collocation production". El estudio compara la producción de colocaciones de aprendices y hablantes nativos, y para esto usan los textos escritos compilados en el corpus CEDEL2. En este estudio, los autores investigan un área poco investigada en el estudio de colocaciones: la descripción detallada y la clasificación del tipo de errores (taxonomía) que los estudiantes realizan en el proceso de combinar elementos léxicos en patrones determinados por las características de estos elementos. Cien textos de nivel intermedio y avanzado y ciento tres textos de hablantes nativos fueron anotados manualmente. El capítulo ofrece amplia información de las decisiones metodológicas tomadas durante la recolección de datos y de la anotación del corpus, así como de los resultados del estudio que se presentan siguiendo un análisis cualitativo y cuantitativo para ejemplificar su uso. Sin embargo, las autoras concluyen que las dimensiones del corpus estudiado fueron un factor limitante a la hora de obtener resultados más concluyentes. En suma, este capítulo obra como cierre a una colección de estudios que ilustran los diferentes temas del lenguaje, que pueden ser estudiados con el enfoque de la Lingüística de Corpus. Al igual que otros capítulos, existe una interesante descripción del proceso de investigación en un área nueva de estudios, por lo que estos capítulos ofrecen un camino a seguir por parte de otros investigadores.

3. Conclusiones

Los diferentes capítulos que integran este volumen presentan investigaciones sólidas, que avalan la idea de que el análisis de corpus y, en especial, de corpóra especializados en aprendices de lengua, permite realizar análisis cuantitativos y cualitativos a una colección de textos representantes del género y población que sea de interés. Es un libro fundamental para quien se interese por las investigaciones de diferentes aspectos que atañen a la adquisición de la lengua en diferentes niveles del lenguaje, porque los capítulos que se incluyen discuten temas variados a nivel discursivo, léxico, gramatical y fónico. Otra contribución es que se estudian diferentes poblaciones de estudiantes de lengua y en diferentes contextos, aunque priman las investigaciones de hablantes universitarios. Asimismo, ofrece una revisión muy completa de la situación de la Lingüística de corpus de aprendices y su importancia en la investigación empírica de fenómenos lingüísticos relacionados con los procesos de aprendizaje de una lengua. Los autores que participan en este volumen incluyen descripciones de decisiones metodológicas que pueden ser replicadas por otros investigadores, lo cual representa un claro aporte a un campo de estudio incipiente.

El volumen se encuentra bien balanceado en lo que refiere al tipo de corpus y temas lingüísticos que generan mayor interés. Una observación es que, si bien el volumen está integrado por investigadores que trabajan en Europa y Estados Unidos, no se incluye información ni referencia a la Lingüística de corpus que se realiza en Latinoamérica ni a corpus académicos como el Corpus Académico y Profesional del Español PUCV-2006 (Parodi 2009). Esta es probablemente la única deficiencia de este volumen editado.

Finalmente, los investigadores que integran este volumen hacen un llamado de la necesidad de una mayor sistematización de los pasos metodológicos necesarios para el diseño de corpus representativos y válidos. De igual manera, la mayoría de los investigadores discuten los problemas existentes y las limitaciones en la investigación de corpus. En este sentido, el volumen también realiza una contribución al plantear líneas de investigación futura, así como de un mejor desarrollo profesional de esta área de estudios.

En suma, el presente volumen representa una lectura obligada para aquellos interesados en la investigación empírica del lenguaje natural producido por aprendices de español y en la Lingüística de Corpus en general.

Referencias bibliográficas

- Alonso-Ramos, Margarita. 2016. Spanish learner corpus research: Achievements and challenges. En M. Alonso Ramos, ed. *Spanish learner corpus research: Current trends and future perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins
- Capsada Blanch, Ramón; Joan Torruella Casañas. 2017. Métodos para medir la riqueza léxica de los textos: Revisión y propuesta. *Verba* 44: 347-408
- Corder, Stephen. 1981. *Error Analysis and Interlanguage*. Oxford: OUP
- Flowerdew, John. 2017. Corpus-based approaches to language description for specialized academic writing. *Teach* 50.1: 90–106
- Granger, Sylvie. 1996. From CA to CIA and back: An integrated approach to computerized bilingual and learner corpora. En K. Aijmer, B. Altenberg y M.

- Johansson, eds. *Language in Contrast*. Lund: Lund University Press, pp. 37-51
- Granger, Sylvie. 2012. How to use foreign and second language learner corpora. En A. Mackey & S. Gass, eds. *Research Methods in Second Language Acquisition: A Practical Guide*. Malden: Blackwell, pp. 7-29
- Gries, Stefan Th. 2009. What is Corpus Linguistics? *Language and Linguistics Compass* 3: 1-17
- Lozano, Cristobal. 2016. Pragmatic principles in anaphora resolution at the syntax-discourse interface: Advanced English learners of Spanish in the CEDEL2 corpus". En M. Alonso Ramos, ed. *Spanish Learner Corpus Research: Current trends and future perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, pp. 235-266
- McEnery, T., & Wilson, A. 2001. *Corpus Linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press
- McEnery, T., & Hardie, A. 2011. What is corpus linguistics? En T. McEnery y A. Hardie, eds. *Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 1-24
- Mitchell, R., Domínguez, L., Arche, M., Myles, F., & Marsden, E. 2008. SPLLOC: A new database for Spanish second language acquisition research. *EuroSLA Yearbook*, 8.1: 287-304
- Moreno, Antonio y Guirao, José María. 2006. Morpho-syntactic tagging of the Spanish C-ORAL-ROM Corpus. En Y. Kawaguchi, S. Zaima y T. Tagakaki, eds. *Spoken Language Corpus and Linguistic Informatics (Usage Based Linguistic Informatics 5)*, Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, pp. 199-218
- Parodi, Giovanni. 2008. Lingüística de corpus: una introducción al ámbito. *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada* 46.1: 93-119
- Parodi, Giovanni. 2009. El Corpus Académico y Profesional del Español PUCV-2006: semejanzas y diferencias entre los géneros académicos y profesionales. *Estudios Filológicos* 44: 123-147
- Tono, Yukio. 2016. What is missing in learner corpus design? En M. Alonso Ramos, ed. *Spanish Learner Corpus Research: Current trends and future perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, pp. 33-54
- Tracy-Ventura, Nicole; Mitchel, Rosamond; McManus, Kevin. 2016. Spanish learner corpus research: Achievements and challenges. En M. Alonso Ramos, ed. *Spanish Learner Corpus Research: Current trends and future perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins

ALICIA MARISCAL. *Reseña de Fernández, Francisco. 2017. La descortesía en el debate electoral cara a cara. Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.*

Esta obra supone un interesante análisis de estrategias y mecanismos empleados por los políticos para convencer a los votantes potenciales de “que el rival, sus ideas y sus propuestas distan de ser merecedores del voto” (pág. 14), todo ello abordado desde el prisma de la descortesía lingüística, porque se trata de atacar la imagen del rival para desacreditarlo ante la audiencia. Para ello, el autor parte del estudio del debate político que protagonizaron Pérez Rubalcaba (candidato del PSOE) y Rajoy (candidato del PP) el 7 de noviembre de 2011, es decir, trece días antes de las elecciones generales.

Como bien indica Fernández, “en estos eventos de audiencias millonarias, cada detalle cuenta” (pág. 11), de ahí que la creación de un corpus a partir de un cara a cara de estas características resulte, a nuestro entender, una técnica bastante útil para la recogida de datos relativos a los aciertos y errores oratorios de los implicados, las estrategias puestas en juego para atacar al adversario y las repercusiones sociales que conlleva este tipo de actos descorteses. A esto hemos de añadir, además, el hecho de que el debate político se encuentre, tal como afirma Fernández, entre “los géneros discursivos marcados por el conflicto interpersonal” (pág. 15).

Si bien es cierto que un discurso de estas características debería presentar cierto equilibrio entre “el ataque al adversario y la defensa de las propias posiciones” (pág. 13), este libro se centra concretamente en el discurso destructivo, no en el constructivo, “en el ataque al adversario como herramienta con la que, usada en su justa medida, lograr el triunfo” (pág. 14).

Destaca el autor, en este sentido, el auge de trabajos sobre el “lado descortés de la interacción lingüística” en los últimos años y menciona, como ejemplos, las obras de Bousfield (2008) y Culpeper (2011), aunque sin obviar, al mismo tiempo, la ausencia de investigaciones específicamente orientadas al estudio de la descortesía en el debate electoral, muchas de las cuales no se basan en las aportaciones teóricas más actuales sobre el tema, algo que trata sin duda de contrarrestar Fernández.

Para caracterizar el modo en que los actos descorteses dañan la imagen del destinatario o, en otras palabras, “contra qué aspecto social de su adversario se (sic) dirige el ataque el orador político” (pág. 26), Fernández se basa en el modelo teórico de la *gestión interrelacional* o *rapport management* (Spencer-Oatey 2008), que va un poco más allá de las teorías de Brown y Levinson (1987), al no tener en cuenta únicamente la dimensión individual, sino también la social o grupal y la relación interpersonal. De este modo, en el libro que reseñamos se amplía la distinción de Brown y Levinson (1987) entre *imagen positiva* (el deseo de ser aceptado y que los otros valoren nuestros actos y aspiraciones) y *negativa* (el deseo de mantener un espacio propio y poder actuar con libertad, sin verse coartado por los demás), al referirse Fernández –basándose a su vez en Spencer-Oatey (2008)– a tres tipos de imagen (*cualitativa*, *identitaria* y *relacional*) y a dos tipos de *derechos de socialización* (los *derechos de equidad* y los *afiliativos*), relacionados con las expectativas sociales de lo que es o no apropiado en determinados contextos.

El libro está compuesto por un total de siete capítulos. Tras una breve introducción (capítulo 1), en la que se explica al lector el propósito de la obra, la metodología empleada y la estructura, el capítulo 2 incluye la base teórica en la que se fundamenta esta investigación, que gira en torno a cuatro bloques: (1) la descortesía lingüística; (2) la cortesía lingüística; (3) la distinción entre estrategias y mecanismos de descortesía, y (4) la importancia del contexto del acto comunicativo del debate, del moderador y de la audiencia en el desarrollo de la descortesía lingüística.

Resulta acertada, en nuestra opinión, la distinción que hace Fernández entre, por una parte, las acciones de ataque al adversario, que son constantes y se manifiestan, por ejemplo, en forma de críticas y desacuerdos, y, por otra, los actos descorteses *per se*, mucho más frecuentes y agresivos, en los que no se recurre a la utilización de mecanismos atenuadores que favorezcan la cortesía.

En el capítulo 3, se aborda el núcleo fundamental del trabajo, ya que recoge el análisis de las estrategias usadas por los dos candidatos para ejecutar actos descorteses, que Fernández agrupa en cuatro categorías (pág. 20): (1) asociar al adversario con hechos negativos; (2) atacar su credibilidad; (3) marcar las distancias con él y mostrar su inferioridad, y (4) invadir su espacio y plantearle obstáculos. Estas estrategias constituyen, en palabras del autor, una “nómina abierta”, dado que “no aspira a ser absoluta ni definitiva” (pág. 46), sino que se limita a exponer los resultados obtenidos a partir de un corpus específico (el debate entre Rubalcaba y Rajoy, en este caso).

A partir de la distinción de Albelda y Barros (2013) entre *cortesía normativa* y *cortesía estratégica*, Fernández habla de dos tipos de descortesía: la *espontánea*, que puede surgir en cualquier momento de la discusión sin que haya sido previamente planeada, y la *estratégica*, caracterizada por un componente mucho más intencional, pues se trata de “ser desmedidamente descorteses con el fin claramente delimitado de vencer al adversario en la pugna dialéctica” (pág. 37).

Las estrategias funcionales de descortesía, que el orador político emplea en el debate electoral para atacar al adversario, persiguen “la búsqueda del desacuerdo con el oponente y el planteamiento de críticas hacia él y, en general, el descrédito de este ante las audiencias” (pág. 38). Se trata, por tanto, de dañar su *ethos*, entendido como la “imagen que de sí construye el locutor en su discurso para ejercer influencia sobre su alocutario” (Charaudeau y Maingueneau 2002: 246). El que emplea estrategias de descortesía en el contexto de un debate electoral busca debilitar la imagen de su rival ante la audiencia, “neutralizar el potencial persuasivo que intenta proyectar” (pág. 38) y “erosionar el *ethos*” (pág. 39) de su oponente, al tiempo que trata de mantener intacta su propia imagen. En este sentido, el orador político no debe obviar que, en algunas ocasiones, la audiencia suele penalizar una excesiva actitud destructiva por parte del candidato, por lo que las estrategias descorteses habrán de combinarse con otras que recalquen las propias aportaciones, sin limitarse a criticar al oponente.

Fernández incluye un total de dieciséis estrategias, que no resultan excluyentes entre sí, dado que, para una misma acción destructiva, los políticos pueden recurrir al uso de varias de forma simultánea. Las estrategias son agrupadas en torno a cuatro *macroestrategias* (pág. 39), basándose para ello en Culpeper (1996), Bousfield (2008), Blas Arroyo (2011) y Fernández García (2013): (1) asociar al adversario con hechos negativos; (2) atacar su credibilidad; (3) marcar las distancias con el oponente y mostrar su inferioridad, y (4) invadir el espacio del otro, plantearle obstáculos. Cada una de

estas macroestrategias está compuesta por cuatro estrategias, como criticar sus ideas, acciones, etc. (1.1); mostrar desacuerdo (1.2); acusarlo de ignorancia, incompetencia o inacción (1.3); criticar su discurso (1.4); restarle credibilidad (2.1); acusarlo de mentir (2.2) o de ocultar información (2.3); destacar sus contradicciones o incoherencias (2.4); hacer manifiestas las diferencias entre ambos (3.1) y su aislamiento (3.2); menospreciarlo y mostrar indiferencia (3.3); burlarse del otro y ridiculizarlo (3.4); desvelar hechos que incomoden al oponente (4.1); desestimar sus argumentos (4.2); presionar al otro para que haga o deje de hacer algo (4.3), e impedirle que se exprese con fluidez (4.4). Se trata, en todo caso, de estrategias detectadas en el corpus analizado, que no aspiran, por tanto, a ser un listado cerrado, de ahí que el autor insista en su carácter “abierto”.

Otra de las distinciones que resultan, desde nuestro punto de vista, más logradas es la de *adversario individual* frente a *adversario colectivo*, basada a su vez en Spencer-Oatey (2008), ya que los ataques no son únicamente personales, sino que van dirigidos también contra “entidades en las que este se integra o con las que se identifica (su partido, sus principios ideológicos, etc.)” (pág. 45).

Finaliza el capítulo 3 con un doble análisis –cuantitativo y cualitativo–, pues Fernández se detiene a explicar tanto las macroestrategias como las estrategias propiamente dichas, cada una de ellas con ejemplos extraídos de su corpus, pero incluyendo al mismo tiempo el recuento y los porcentajes que estas ocuparon en los discursos de ambos candidatos, con el fin de observar cuáles fueron las más repetidas y sus repercusiones en la audiencia.

En el capítulo 4, todas esas estrategias funcionales son concretadas en los mecanismos concretos que se ponen en juego para llevarlas a cabo en los actos descorteses del debate electoral, es decir, “los medios lingüístico-discursivos mediante los que se articulan las acciones de ataque contra el adversario” (pág. 20), que, como ocurría con las estrategias, tampoco son excluyentes. Coincidimos con el autor cuando afirma que las formas lingüísticas no tienen *a priori* “un valor cortés o descortés [...] al margen del entorno contextual en que son utilizadas” (pág. 139). Esto le lleva a la diferenciación entre mecanismos *explícitos* e *implícitos*. Pensemos, por ejemplo, en el acto de habla indirecto “Te voy a comer a besos” (Reyes 1995: 34), característico de los diálogos de la intimidad y en cuyo contexto la potencial amenaza desaparece. Mientras que los mecanismos explícitos pueden ser *locales*, *discursivos* e *interaccionales* (pág. 140), los implícitos son divididos, conforme a la clasificación de Hernández Sacristán (2005), en *preliterales* y *postliterales*.

En cuanto a las repercusiones sociales que conllevan los actos descorteses (capítulo 5), estas son clasificadas a partir de la *teoría de la gestión interrelacional (rapport management)* de Spencer-Oatey (2008) en: (1) ataques contra la imagen y (2) ataques contra los derechos de socialización. Para su análisis, Fernández distingue, además, entre imagen *cualitativa* (ataque personal), *identitaria* (ataque corporativo) y *relacional* (ataque a la vertiente interpersonal del candidato, a sus relaciones sociales con los demás), algo que nos parece un gran acierto, porque caracteriza los diversos ataques en función del tipo de imagen que se pretenda dañar.

Finalmente, se ofrece una caracterización global del discurso analizado y una aproximación a los perfiles oratorios de los dos candidatos (capítulo 6) –para observar con detenimiento qué estrategias y mecanismos emplean en mayor medida y cuáles son

los aspectos sociales más atacados por parte de su adversario—, mientras que el último capítulo incluye un listado de las referencias bibliográficas empleadas a lo largo del trabajo.

En resumen, se trata de un libro caracterizado por una exposición clara de los contenidos, que son presentados junto a un gran número de ejemplos —tomados de un corpus creado a partir de un debate político de casi dos horas de duración, pero fundamentado, al mismo tiempo, en las aportaciones de otros autores y su revisión crítica—.

Con esta obra, Fernández contribuye acertadamente con una publicación sobre la descortesía, en general, y el debate político, en particular, algo que puede resultar de interés tanto para los interesados en el análisis del discurso como en la pragmática, cuya lectura recomendamos para el estudio más pormenorizado del lenguaje empleado por los políticos para atacar al adversario.

No queremos finalizar esta reseña sobre la descortesía sin hacer alusión a algo que recalca Fernández a lo largo de toda la obra: los discursos eminentemente destructivos suelen ser menos valorados, en general, por la audiencia que aquellos que combinan el ataque al contrario con las aportaciones constructivas del propio partido, algo de lo que deberían tomar nota muchos políticos de este país.

Referencias bibliográficas

- Albelda Marco, M.; Barros García, M. J. 2013. *La cortesía en la comunicación*. Madrid: Arco / Libros
- Blas Arroyo, J. L. 2011. *Políticos en conflicto: una aproximación pragmático-discursiva al debate electoral cara a cara*. Berna: Peter Lang
- Bousfield, D. 2008. *Impoliteness in Interaction*. Ámsterdam: John Benjamins
- Brown, P.; Levinson, S. C. 1987. *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press
- Charaudeau, P.; Maingueneau, D. 2005. *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu
- Culpeper, J. 1996. Towards an Anatomy of Impoliteness. *Journal of Pragmatics* 25: 349-367
- Culpeper, J. 2011. *Impoliteness: Using Language to Cause Offence*. Cambridge: Cambridge University Press
- Fernández García, F. 2013. Parámetros para el análisis de la descortesía en el debate electoral. En A. Pamies, ed., *De lingüística, traducción y léxico-fraseología*. Granada: Comares, pp. 157-171
- Hernández Sacristán, C. 2005. Los usos del lenguaje. En Á. López García y B. Gallardo Paúls, eds., *Conocimiento y lenguaje*. València: Universitat de València, pp. 259-288
- Reyes, G. 1995. *El abecé de la pragmática*. Madrid: Arco / Libros.

Spencer-Oatey, H. 2008. Face, (Im)Politeness and Rapport. En H. Spencer-Oatey, ed., *Culturally Speaking. Culture, Communication and Politeness Theory*. London: Continuum, pp. 11-47

BERTA GONZALEZ SAAVEDRA. Reseña de Erlendsdóttir, Erla; Martinell, Emma; Söhrman, Ingmar. 2017. *De América a Europa. Denominaciones de alimentos americanos en lenguas europeas*. Madrid / Frankfurt: Iberoamericana / Vervuert.

El libro que presentamos en esta reseña es un volumen publicado a partir de un proyecto interuniversitario en el que han participado veintitrés profesores de dieciséis países europeos y cuya finalidad es recopilar el léxico de los alimentos, en voces amerindias, que entraron en Europa a partir del Descubrimiento de América, en 1492. El libro ha sido coordinado por las profesoras Emma Martinell Gifre (Universidad de Barcelona), Erla Erlendsdóttir (Universidad de Islandia) y el profesor Ingmar Söhrman (Universidad de Gotemburgo).

El libro consta de una presentación, a cargo de la doctora Nuria Estrella Gregori Torada, quien encuadra la obra en su contexto histórico con maestría y acierto, sin caer en tópicos nacionalistas, sino desde una perspectiva científica: las consecuencias lingüísticas del encuentro de la civilización europea con una nueva realidad lingüística y alimentaria.

La introducción a la obra ha sido realizada por los tres editores y en ella explican la razón y metodología que se exigió a los autores de cada capítulo para que hicieran su aportación: se trata de ver el resultado en veintitrés lenguas europeas de préstamos de lenguas prehispanas (taíno, caribe, náhuatl, quechua y aimara) que se introdujeron en Europa a través del español. Para ello los coordinadores del proyecto y editores del volumen seleccionaron un corpus de diecinueve palabras que representaran las lenguas prehispanas y los colaboradores tenían que elegir entre tres y cinco voces. Los términos, todos ellos vegetales, son: *aguacate, batata, cacao, chile, enchilada, chirimoya, chocolate, coca, cocaína, guacamole, guayaba, jalapeño, maíz, mate, papa, quinoa, tequila y tomate*.

Tras la presentación y la introducción, el libro se desglosa en dos partes principales: una primera llamada “De América a Europa”, en la que Emma Martinell Gifre, Antonio Torres y Erla Erlendsdóttir aportan en tres artículos tres factores importantísimos a la hora de comprender la obra en su totalidad, ya que también aparecen recogidos en cada uno de los capítulos: la introducción de nuevos productos a una dieta (“De productos desconocidos a alimentos familiares”, de Emma Martinell Gifre), los mecanismos lingüísticos subyacentes en la introducción de las nuevas realidades (“Los procesos de denominación de la nueva realidad americana”, de Antonio Torres) y las fuentes que introdujeron el léxico (“El camino de un texto, el camino de las palabras”, de Erla Erlendsdóttir. La segunda parte (que no existe como tal, sino que engloba las seis secciones siguientes) son los testimonios de las lenguas, es decir, los artículos redactados por colaboradores especialistas, hispanistas en su mayoría, pero no solo, dedicados a las palabras que ellos han seleccionado y que estudian en cada una de las veintitrés lenguas que conforman el muestreo del corpus.

Las secciones que constituyen la segunda parte del libro son seis y cada una de ellas está dedicada a una rama diferente de las lenguas indoeuropeas presentes en el continente europeo, salvo la última: la primera está dedicada a las lenguas románicas, la

segunda a las lenguas germánicas, la tercera a las lenguas eslavas, la cuarta a otras lenguas europeas. La quinta y última está dedicada a las lenguas finoúgricas. Cada una de las secciones consta de dos o más capítulos que recogen los ejemplos de varias de las lenguas que conforman cada una de las familias recogidas.

Por último, el libro tiene una sección conclusiva, redactada a la luz de los datos ofrecidos por las lenguas y recogidos en las secciones anteriores, además de dos apéndices, que son respectivamente un esquema de las voces estudiadas y un mapa que recoge la palabra *cacao* en Europa.

Hay además una pequeña sección final que es una recopilación de los autores en orden alfabético y de cada uno de ellos se da la información básica para situarlos en su contexto académico y profesional, de cara a entender y justificar la elección de cada uno de ellos como colaboradores de este interesante proyecto multilingüístico.

Veamos ahora sí la estructura de los artículos, que son el grueso que conforma la obra. Como hemos dicho en la descripción de la primera parte del libro, los tres factores que los coordinadores consideran primordiales a la hora de estudiar la aceptación y uso del léxico seleccionado en las lenguas europeas elegidas son el uso del producto en la sociedad, los mecanismos que una lengua tiene para introducir una palabra extranjera y los primeros testimonios de dicha palabra, que son los más cercanos al original y que condicionarán la forma del préstamo, es decir, su adaptación a la fonética de la lengua de destino. En cada uno de los artículos, las y los colaboradores han tenido en cuenta estos tres factores y para cada una de las lenguas han recogido la información pertinente a cada uno de ellos y según esa información articulan su colaboración. Además de eso, todos los artículos incluyen al final la bibliografía citada por cada uno de ellos.

La primera sección dedicada a los testimonios concretos en las lenguas, la que tiene como objeto las lenguas románicas, es la más extensa, pues está formada por siete artículos. El primero de ellos nos habla del español europeo y en él, José María Enguita Utrilla (Universidad de Zaragoza) examina las voces *mate*, *maíz* y *patata* y *papa*. El autor llega a la conclusión de que hay factores que facilitan la entrada de los productos a una sociedad y del léxico a su lengua, a pesar de que las costumbres adquiridas y los prejuicios actúen como reversivos. En el caso de los ejemplos seleccionados por él, considera que su bajo coste de producción facilita su entrada. Concluye el artículo apuntando que el proceso de entrada de estos productos no ha finalizado, sino que la globalización está permitiendo a los habitantes de un país (España en este caso) integrar alimentos que no tuvieron tanto éxito al principio, como el maíz o el mate, y que quizá se conviertan en especialidades reconocidas dentro de la gastronomía local.

El segundo artículo de esta sección nos cuenta la vida de las palabras para el maíz, la patata y el tomate en catalán, en concreto los significantes *blat de moro*, *patata* y *tomaquet*. Está escrito por Rafael Cala Carvajal. En el caso del catalán es interesante precisar las palabras seleccionadas, ya que hay numerosas variedades que responden a distintos mecanismos de creación léxica, como *creilla*, la forma de llamar a las patatas en valenciano (palabra que él no recoge). De hecho, para cada uno de los tres productos, recoge los términos que considera más interesantes y concluye resumiendo los factores que han determinado la forma de estas palabras: sobre todo la entrada al catalán a través del español y la actuación de la etimología popular y la analogía.

El tercer artículo, escrito por Elena Losada Soler (Universidad de Barcelona) e Ignacio Vázquez Diéguez (Universidade da Beira Interior) está dedicado a las voces

portuguesas para coca (*coca*), guayaba (*goiaba*) y maíz (*maís*). No obstante, en el interior del artículo dedican una sección a la piña (*ananás*) y otra a la mandioca (*mandioca*). Como conclusión presentan los datos de la inclusión que tiene la palabra mandioca, usada en sentido figurado y en locuciones y refranes. Lo mismo ocurre con goiaba, pero de coca no se recogen estos datos. Los autores resaltan cómo los productos, que en portugués entraron a veces directamente a través de la colonización de Brasil, siguen resultando exóticos en las mesas europeas y reclaman su excepcionalidad por su presencia en ocasiones especiales, como la piña (*ananás*).

Marie-Christine Gomez-Géraud (Universidad de París-Nanterre) es la autora del cuarto artículo, dedicado a las palabras para tomate, maíz, cacao y chocolate en francés. Para cada una de ellas se recoge el primer testimonio y la conclusión principal a la que llega es que no todos los términos entran en el mismo período ni se adaptan al mismo ritmo a la lengua francesa: la utilidad del producto determina el ritmo de fijado en la lengua. Pese a lo interesante del artículo, hay que destacar las numerosas erratas que contiene y algunos errores de traducción al castellano, el más grave es traducir *vaisseau* como ‘barcos’, cuando en realidad se refiere al recipiente en el que se bate el chocolate.

Luciano Formisano (Universidad de Bolonia) firma el artículo dedicado al maíz, cacao y chocolate en italiano. A lo largo de este va desglosando la entrada de cada uno de los productos, los usos que han tenido cada uno de ellos y cómo se han introducido en la cultura culinaria italiana, además de recoger los principales derivados de estas palabras, como muestra de la inclusión de dicho léxico en la lengua de destino. El artículo, escrito por un hablante de italiano, merece una corrección por parte de algún hispanohablante que precise algunos términos y giros que han sido traducidos directamente del italiano y que no son correctos en español, como *sobredichos* para el término italiano *sopradetti* (mejor *susodichos* y *ya citados*) y *quando ha grandecido* para *quando è grande* (mejor *quando ha crecido*), además de múltiples erratas y alguna traducción que no aparece.

La lengua sarda está representada en este libro con el artículo escrito por Myriam Mereu, de la Universidad de Cagliari. En este caso, la investigadora ha estudiado las palabras para patata, tomate y maíz. Dedicó la primera parte del artículo a contextualizar la situación lingüística de la isla, para que el lector o lectora pueda comprender cuál ha sido el proceso que ha sufrido cada una de las palabras estudiadas en su contexto. Después, recoge de cada uno de los alimentos elegidos, las palabras más representativas en lengua sarda, de las que da su origen e incluye anécdotas. Además, nos lleva al universo culinario de Cerdeña indicándonos los principales usos de cada uno de los tres productos. En las conclusiones, resume los rasgos diferenciadores entre los tres productos, tanto en su uso culinario como lingüístico.

El último artículo de la sección de las lenguas romances es el de Joan Fontana i Tous (Universidad de Barcelona) e Ingmar Söhrman (Universidad de Gotemburgo), dedicado a las denominaciones de alimentos provenientes de América en rumano. Ellos estudian seis alimentos, y para cada uno de ellos dan la palabra derivada en rumano del término americano prehispano, además de explicar, en los casos necesarios (como para *patata*, que se usa *cartof*), el origen y las razones que han llevado a preferir otro término y no el préstamo de origen americano. Se recogen los términos derivados, tanto de los préstamos como de las palabras de uso más frecuentes que existen en rumano. Además, han incluido los datos referentes a la introducción y los usos principales de cada producto en la gastronomía rumana, atendiendo a las particularidades regionales.

De esta manera se completa el espectro lingüístico de esta rama de las lenguas europeas, tras dar una perspectiva muy amplia, pues se recogen los testimonios de siete de las lenguas romances, lo que supone una muestra significativa de esta familia.

La sección dedicada a las lenguas germánicas comienza con el artículo de Watraud Weidenbusch (Universidad de Heidelberg y Universidad de Würzburg) en el que se estudian las denominaciones del maíz, el chile y el chocolate en alemán. El artículo comienza con una introducción en la que se enumera la presencia de las *Crónicas de Indias* en territorio de habla alemana, cuándo se introdujeron, su éxito editorial y su difusión. A continuación estudia cada uno de los productos seleccionados y recoge las principales denominaciones que existen en alemán, atendiendo a su primera atestación en los diccionarios, a las variantes regionales y dando una explicación a la evolución del préstamo. En el caso del chocolate recoge además los múltiples compuestos y derivados que existen en alemán, lo que quizá confirme que se trata de uno de los productos más consumidos en Alemania, sobre todo frente a los otros dos elegidos.

En el segundo artículo de esta sección, Robert de Jonge, de la Universidad de Groningen, estudia las denominaciones del chocolate, el tomate, el maíz y otros préstamos más recientes, como son *tortilla*, *nacho* y *taco*, además de incluir en la conclusión los datos de la palabra *patata*. Para las tres primeras, el autor recoge no solo los orígenes del préstamo y su primera atestación en los diccionarios de lengua holandesa, sino los derivados y la presencia en locuciones y refranes. Para los préstamos actuales, el estudio se centra en la inclusión de ciertos productos mexicanos en la cultura culinaria holandesa, que ha sido exitosa, y apunta una propuesta etimológica para la palabra *taco* que hizo Van der Sijs en 2005 (*Van Dale Groot Leenwoordenboek. De invloed van andere talen op het Nederlands*, Utrech/Antwerpen: Van Dale Lexicografie). En cuanto a la *patata*, apunta que el préstamo no hace referencia al tubérculo en crudo, sino al producto procesado y que para el primero se prefiere el término en holandés, con lo que concluye que el préstamo no se tomó del español, sino a través del francés.

El siguiente artículo, de Frances Luttikhuisen, está dedicado a las denominaciones inglesas de la guayaba, del aguacate y de la papaya. Para cada uno de los tres frutos la autora recoge las primeras apariciones de los términos, sobre todo en las traducciones las *Crónicas de Indias* realizadas al inglés y de los tratados de botánica e incluye otros nombres que tienen dichos frutos en inglés, que no son el mero préstamo a través del español, como *butter pear* o *aligator pear* para aguacate. De esta forma da cabida también a las formas metafóricas que se adoptaron para nombrar estos frutos desconocidos, pero que tenían ciertas semejanzas con frutos europeos y que son de origen popular, aunque destaca que la forma que ha triunfado es el préstamo, por un afán, según la autora, de sonar más cultos.

El último artículo de esta sección, escrito por Erla Erlendsdóttir (Universidad de Islandia), recoge las denominaciones del maíz, la *patata* y el tomate en cuatro lenguas de los países nórdicos: danés, islandés, noruego y sueco. En este caso, la autora va desglosando cada una de las denominaciones de los tres alimentos recogiendo la primera atestación que tienen y trazando la evolución del préstamo y además hace hincapié en si la palabra que ha quedado en el uso es el préstamo (como sucede en el caso del maíz y el tomate) o si ha triunfado otro significante, como ha ocurrido con la *patata* en danés e islandés (el origen de la denominación es el italiano *tartufo*), presente

en otras lenguas germánicas, como el alemán, por la semejanza de la patata con la trufa). Al tratarse de territorios más alejados de la llegada los productos, a veces el recorrido de un alimento se puede rastrear durante tres siglos, como es el caso del maíz, que entró en España en el siglo XV y llegó a Noruega tres siglos después. Con este artículo se cierra esta sección, en la que las lenguas germánicas quedan bien representadas, ya que se han recogido los testimonios de siete lenguas.

La sección dedicada a las lenguas eslavas comienza con el artículo escrito por Boriana Kuichokova-Petrinska, de la Universidad de Sofía San Clemente de Ojrid. en él estudia las denominaciones para el cacao, el tomate y la patata en búlgaro. En la introducción resume los recorridos lingüísticos que han hecho las palabras procedentes del español hasta llegar al búlgaro y es que lo más usual es que pasen por el italiano y el turco o el griego, o por el francés, o por el holandés y el ruso, antes de entrar a formar parte del léxico búlgaro. Así ha ocurrido con el cacao, que entró desde el griego moderno, y el tomate, que entró desde el griego o el turco. En cuanto a la patata, encontramos la misma denominación procedente del italiano *tartufolo* que ya vimos en las lenguas germánicas, y es que el nombre del tubérculo proviene del alemán, a través del rumano. Para justificar la total inclusión del léxico en la lengua, además de los derivados, en las lenguas eslavas se da el factor de que se haya adaptado a alguno de los paradigmas de la declinación, y así ocurre en el búlgaro. Además, el artículo se completa con una serie de derivados de las denominaciones y con recetas búlgaras en las que participa alguno de los tres productos y que son ya consideradas parte de la gastronomía búlgara.

El segundo de los artículos trata de las palabras para chocolate, cacao y chile en checo y eslovaco y está escrito por Ivo Buzek y Zusana Ďad'ová, de la Universidad de Masaryk. Comienzan su artículo exponiendo los mecanismos de que disponen las lenguas para acomodar los extranjerismos y en esta parte también describen el origen de las palabras seleccionadas. A continuación, dedican una parte de su artículo a los contactos de España con Chequia y Eslovaquia. El grueso del artículo es la descripción de las primeras atestaciones de las palabras seleccionadas, las lenguas de las que se han tomado, su adaptación a la fonética de ambas lenguas, su uso y si tienen o no derivados y locuciones y otras expresiones, además del criterio de inclusión en alguna declinación (como en el búlgaro). El artículo concluye dando una explicación a la mayor adaptación de la denominación del chocolate y una menor de la del chile, porque el chocolate entró primero en el léxico y se ha adaptado a las lenguas de llegada durante el tiempo que lleva en ellas, mientras que cacao y chile (esta última menos aún) entraron más tarde y no se han adaptado de igual manera.

Marzena Chrobak, de la Universidad Jaguelónica de Cracovia, es la autora del tercer artículo de esta sección. En él, estudia las palabras para chocolate, maíz, papa y tomate en polaco. Abre con una introducción en la que sitúa Polonia geográfica e históricamente, para justificar cómo el léxico de América ha llegado al polaco a través de otras lenguas, que han servido de intermediarias y que han determinado su fonética y su morfología, además de los usos que se han dado a los productos. A continuación describe la historia de cada una de las denominaciones y la entrada de los productos y sus usos en la cultura polaca. La palabra para chocolate está totalmente adaptada a la lengua polaca, a la fonética y al sistema de declinaciones, tiene usos metafóricos y compuestos. Para el maíz recoge varias denominaciones y da el origen y posible explicación de cada forma. La patata ha tenido gran éxito en el país y cuenta con usos

derivados, expresiones coloquiales, creadas a partir de la mayoría de las formas dialectales que cuenta el tubérculo. En cuanto al tomate, el préstamo se refiere a un producto derivado del tomate (la salsa), mientras que se ha preferido el calco del nombre italiano, *pomodoro*, para el fruto. Esta solanácea está totalmente incluida en la cultura culinaria polaca y también en la lengua.

Cierra esta sección el artículo de Elena Kóreneva, de la Universidad Estatal Lomonósov, Moscú. En él habla de las denominaciones del cacao, el tomate y el chocolate en la lengua rusa. Dedicar la primera parte a una introducción, en la que expone el contexto histórico en el que entraron la mayoría de los americanismos al ruso. En la segunda parte del artículo nos describe las etapas de adaptación que han tenido estas palabras y los factores que determinan que una palabra es un extranjerismo, como la invariabilidad (que no se puedan declinar). A continuación enumera las bases de datos que ha utilizado para su estudio, que se compone tanto de diccionarios etimológicos actuales como los primeros diccionarios que se crearon para el ruso. En la cuarta parte describe cómo se han desarrollado cada una de las denominaciones elegidas dentro del ruso hasta llegar a la actualidad, procesos que se ven en concreto para el cacao, el tomate y el chocolate en las secciones sucesivas. Cierra el artículo con unos esquemas de uso de cada palabra en diacronía y unas acertadas conclusiones en las que recopila los datos expuestos para determinar que la palabra que se ha adaptado mejor al ruso es la denominación del chocolate, mientras que cacao es la menos adaptada. Así concluye esta sección, en la que las lenguas eslavas del sur no están representadas.

La penúltima sección lingüística del libro tiene el título “Otras lenguas indoeuropeas” y está dedicada a griego y al turco, con el error de considerar el turco una lengua indoeuropea, cuando pertenece a las lenguas altaicas. Alicia Villar (Universidad Autónoma de Madrid) firma el primero de ellos, en el que estudia las palabras para patata, tomate y chocolate. De las tres palabras da su etimología, las primeras atestaciones y los primeros usos, además de añadir expresiones y locuciones en las que aparecen cada una de ellas. Apunta rasgos interesantes de la introducción de los productos y de cómo se han ido convirtiendo en parte de la cultura culinaria helena. Quizá el dato más interesante y emocionante de estos tres productos (quién sabe si de alguno más) es que llegaron al país de la mano de la libertad, a partir del uso que los italianos les daban ya y que introdujeron cuando Grecia alcanzó su independencia.

El artículo erróneamente colocado en esta sección, dedicado al léxico turco para productos llegados de América, está escrito por Nesrin Karavar. Es una interesante introducción a la cocina turca y una apología de su sencillez y difusión de la mano del imperio otomano. La primera parte es una introducción a la cultura culinaria turca y la segunda nos habla de la presencia de los alimentos americanos en la *slow food* turca, el movimiento surgido en Italia contrario a la *fast food*. Dedicar una tercera parte a la presencia de alimentos de origen americano en un tipo de poesía culinaria típico de Turquía, que tiene carácter popular (las traducciones son de la propia autora y no son fáciles de entender a veces) y en la cuarta parte entra al estudio de las palabras para cacao, chocolate, maíz y tomate. De las tres voces da el origen, la forma en plural, para que se vea su inclusión en el léxico turco, y algunas expresiones derivadas en las que están presentes estas palabras. Las consideraciones finales son una reflexión sobre el imperio otomano: las costumbres, la cultura, el vestido y la cocina y solo dedica un pequeño párrafo a las tres palabras seleccionadas para acabar mencionando otros términos de origen americano que han entrado recientemente en la lengua turca.

Las lenguas finoúgricas protagonizan la quinta y última sección lingüística del libro. Nóra Rószavári, de la Universidad Católica Péter Pázmány, estudia las denominaciones de chocolate, cacao y aguacate en húngaro. En este artículo da los datos para estas tres palabras y añade un punto más, un derivado de la palabra para chocolate, una forma abreviada creada en la década de 1920. Para cada una de las palabras da las primeras atestaciones, las etimologías (se describe el recorrido de la palabra americana hasta su llegada al húngaro, normalmente a través del alemán) y si hay expresiones en las que aparezca dicha palabra o derivados para alcanzar la conclusión de que la palabra que hace referencia al aguacate es la menos integrada, quizá porque lleva menos tiempo en la cultura húngara.

El último artículo es de Anton Granvik, de la Universidad de Gotemburgo y del Hanken School of Economics de Helsinki. En él estudia con exactitud y meticulosidad las palabras para aguacate, chocolate y mate en finés. En la introducción justifica la selección de las palabras: cada una corresponde a un producto que ha entrado en un momento distinto a la cultura finesa. En la segunda sección sitúa la lengua finesa en el contexto social del país a lo largo de la historia, para entender que ha habido una situación de diglosia en el país en la que el sueco era la lengua de la administración hasta el siglo XIX y que ha filtrado la mayoría de los préstamos; asimismo, expone la estructura fonémica de las palabras finesas y cómo los préstamos se han de adaptar a esta estructura, de cara a poder entrar en el sistema de la declinación. La tercera sección está dedicada a la descripción de los corpus utilizados y al estudio de cada una de las denominaciones. En las conclusiones se ve la relación entre el tiempo que llevan las palabras en léxico finés, la lengua que ha servido de intermediaria (para la más antigua el sueco, para la más moderna el español) y la adaptación que han sufrido en su forma para adaptarse a la estructura fonémica de la lengua finesa.

Por último las conclusiones presentan en cuatro páginas los rasgos más interesantes para comprobar el grado de adaptación e inclusión que tiene el léxico de origen americano en las lenguas seleccionadas y en aquí se hace también un llamamiento a un trabajo futuro en el que se incluyan lenguas que, por razones de espacio, han quedado fuera, como algunas lenguas eslavas.

Hay que resaltar el valor de esta obra no solo en la recopilación de multitud de datos que están escondidos dentro del léxico de cada una de las lenguas y que nos hablan de cómo nos relacionamos con los nuevos productos exóticos, o que un día fueron exóticos y han dejado de serlo. A pesar de la heterodoxia en la estructuración y los problemas de rigor de algunos artículos, que a veces están poco cuidados, es de señalar el valor en la recopilación de diarios, cartas, diccionarios, tratados de botánica y otras fuentes que suponen los primeros testimonios de palabras extranjeras en cada una de las lenguas. Estos testimonios nos dan detalles que resultan curiosos sobre todo cuando se refieren a productos tan familiares para nosotros como el chocolate y la patata, pero que fueron sorprendentes para aquellos colonizadores que llegaron a un territorio absolutamente nuevo para ellos y que tuvieron que describirlos por primera vez.

LIRIAN ASTRID CIRO. Reseña de Ruiz, Leonel. 2018. *Estudios de Lexicología y Lexicografía. Homenaje a Eloína Miyares Bermúdez*. Santiago de Cuba: Ediciones Centro de Lingüística Aplicada.¹

El libro *Estudios de Lexicología y Lexicografía. Homenaje a Eloína Miyares Bermúdez* está dividido en dos partes: artículos y reseñas. En la primera se presentan once textos de reconocidos expertos en el ámbito de la lexicografía y la lexicología hispánicas. La segunda parte es una compilación de seis reseñas acerca de la obra de la lingüista cubana Eloína Miyares Bermúdez y del Centro de Lingüística Aplicada (CLA) de Santiago de Cuba, también elaboradas por investigadores con una gran trayectoria, autoridades en la materia.

En la “Introducción” del libro, Leonel Ruiz Miyares presenta una semblanza de la doctora Eloína Miyares Bermúdez, en la que se destaca una trayectoria académica de 44 años, primero como maestra en todos los niveles educativos (primaria, secundaria, universidad) y luego como investigadora del CLA. Se presenta un listado de su principal producción lexicográfica. A lo largo de todo libro, en particular, se hace énfasis en el *Diccionario Básico Escolar*, con sus cuatro ediciones (2003, 2008, 2009, 2014) y sus versiones en Internet y en CD (2005, 2008, 2009, 2013). En la introducción se aclara que dos de las reseñas son inéditas y cuatro ya habían sido publicadas, pero se reproducen en este volumen por su importancia en la divulgación de la obra de la lingüista Miyares Bermúdez. Asimismo, se observa que dichas reseñas son muy rigurosas teóricamente hablando, así que se evidencian más como artículos y no solo como una síntesis de las obras reseñadas.

La sección de artículos inicia con el texto “El quehacer lexicográfico: un viaje a Ítaca” de Concepción Maldonado. En este artículo, el poema de Kavafis se emplea como hoja de ruta para recorrer la gran trayectoria de esta reconocida lexicógrafa y de la Editorial SM en lo que corresponde, específicamente, a la lexicografía didáctica en español. En esa carta de navegación se presenta el *Decálogo del buen lexicógrafo*, el cual es una reflexión resultado de casi tres décadas de experiencia. En este Decálogo se brindan consejos útiles para afrontar la tarea lexicográfica como una labor sistemática, metódica y de trabajo en equipo. El texto de Concepción Maldonado ofrece el itinerario para adentrarse en lo que representa el libro en su conjunto, esto debido a que, a partir de la metáfora del quehacer lexicográfico como un viaje, se invita al lector a disfrutar del camino y a aprender con las posibilidades que ofrece la lexicografía, que permite no solo conocer el significado de las palabras, sino también sus usos y sus implicaciones socioculturales.

En el segundo artículo, “Particularidades de la lexicografía afrohispanica” de Gema Valdés Acosta, se indica que existe un vacío en los estudios lexicográficos afrohispanicos tanto en el aspecto teórico como en el práctico, en particular, en lo correspondiente al contacto entre lenguas. La autora indica que existen factores que han llevado a esta situación, entre ellos, la discriminación hacia el legado negro y el desconocimiento de las lenguas africanas. A pesar de ello, destaca algunos antecedentes importantes, especialmente, en el ámbito cubano, como los estudios del fraile José

María Peñalver y de Esteban Pichardo, en donde se destaca la influencia de las lenguas africanas en el español cubano. Para determinar la presencia de africanismos en el español de Cuba, se realizó una consulta en repertorios lexicográficos de lenguas africanas de prestigio y se hizo el cruce de información con las acepciones recogidas en América. Además, se consultó con lingüistas africanos.

La autora se centra en los vocablos de las lenguas rituales y, por tanto, se evidencia la necesidad de establecer los límites teóricos y metodológicos entre la lexicografía y la terminografía, puesto que estos vocablos representan un campo de especialidad. Propone las siguientes categorías aplicables a los estudios lexicográficos y terminográficos afrohispanicos: a) reservorio lingüístico africano, b) remanentes lingüísticos africanos o restos de lenguas africanas, c) préstamo, d) dato canónico y variante. Estos estudios se pueden dividir en dos secciones: el análisis de las lenguas criollas o creoles americanos y el análisis de los préstamos y remanentes de lenguas africanas en el español americano. En el primero, se destaca el palenquero, única lengua criolla de base hispánica, hablada en una zona rural de Colombia, a esta lengua se le dedica un buen espacio, en el que se presenta su historia y aspectos socioculturales.

La autora finaliza su capítulo indicando que se requiere “un nivel de análisis que se corresponda con los profundos procesos de cambios que están sufriendo las lenguas rituales afrocubanas, las actitudes de los hablantes y a los cambios de reservorios de algunos vocablos del español americano” (pág. 42). Para poder llevar a cabo esta tarea, se requiere establecer metodologías y categorías teóricas en esta área de estudio y, de esta manera, se podrán llenar los vacíos en el estudio de los contactos entre las lenguas africanas y el español.

En el tercer artículo, “El acto verbal de la blasfemia” de Luis Fernando Lara, se presenta una concepción lingüística pragmática del acto verbal de la blasfemia. Al respecto se precisa que “un acto verbal es una acción en que la expresión verbal tiene sentido para los miembros de la comunidad lingüística de que forman parte el emisor y sus interlocutores” (pág. 47); en este sentido, para que una acción verbal dé lugar a un acto verbal, dicha acción debe cumplir con ciertas condiciones de validez, como el reconocimiento o institucionalización de un “sentido específico a cierta clase de acciones verbales” (pág. 48).

En cuanto a la blasfemia, se indica que “es un acto verbal performativo o realizativo”, que tiene las siguientes condiciones de validez, que son resultado de su “institucionalización religiosa”: a) el emisor y el receptor deben ser creyentes de una religión y b) el emisor y el receptor deben creer sinceramente que se puede insultar a la divinidad. En este contexto, cuando se evidencia a la blasfemia como un acto verbal estativo “realizado por un no-creyente se produce, en consecuencia, negando las dos condiciones de validez del acto, y extendiendo al no-creyente la sinceridad y el compromiso que tienen los creyentes” (pág. 52). El autor hace un llamado a “alcanzar la distancia crítica necesaria frente a actos verbales como el de la blasfemia” (pág. 53); al respecto considera que la lexicografía y la semántica lingüística son excelentes herramientas para lograr comprender fenómenos actuales que se manifiestan en las palabras.

En el cuarto capítulo, “¿Adiós a los corpus para fines lexicográficos?” de Sven Tarp, se pone de manifiesto que actualmente la lexicografía está viviendo un periodo de cambios significativos debido al auge de las TIC, ya que estas han permeado las tres vertientes

prácticas de la disciplina: la producción, la presentación y el uso de los productos lexicográficos. De esta manera, se presentan “nuevas formas de satisfacción de las necesidades de los usuarios de los diccionarios” (pág. 55). Se señala que el diccionario tradicional, como producto único de consulta, está siendo reemplazado “por productos lexicográficos integrados en otros tipos de herramientas digitales diseñadas para asistir a la producción, traducción y lectura de textos o al aprendizaje de lenguas y otras áreas de conocimiento y actividad humana” (pág. 56). Al respecto se indica que las TIC no solo ofrecen nuevas y mejores soluciones, sino que también traen consigo nuevos problemas y desafíos; uno de ellos es la sobrecarga informativa. Otro desafío es la dudosa calidad de algunos repertorios léxicos que pueden hallarse en la red y que, por ser gratuitos, son los más consultados por los navegantes, lo que ha llevado a varias casas editoriales de gran prestigio a enfrentar serios problemas económicos.

El autor señala que se requiere un “mejor aprovechamiento de las nuevas tecnologías y técnicas con el fin de desarrollar métodos lexicográficos más productivos y, por lo tanto, más económicos, sin que se comprometa la calidad” (pág. 57). El autor continúa su argumentación destacando la importancia de los corpus digitales no solo en el campo de la investigación lingüística, sino también para la tarea lexicográfica y una prueba de ello es la publicación de muchos diccionarios de gran calidad, que han sido elaborados con esta base empírica. No obstante, ningún corpus puede ofrecer la inmensa colección de textos y de palabras que ofrece internet, el cual, según el autor, se puede considerar como un enorme corpus. Se presentan algunas ventajas al respecto, por ejemplo: se puede acceder a mayor cantidad de textos que en un corpus tradicional, los textos están actualizados, se ahorra tiempo y dinero al no tener que elaborar un corpus, se puede limitar la búsqueda a zonas geográficas. Pero también hay desventajas, tales como: no se puede controlar el origen ni la calidad de los textos, puede que los textos no hayan sido revisados ni corregidos; es difícil calcular la frecuencia de los fenómenos lingüísticos que aparecen en el texto. Según el autor, un lexicógrafo competente puede neutralizar algunas de estas desventajas o, al menos, aminorarlas.

En esta línea, se reseña el proyecto *Diccionarios en Línea de Español Valladolid-Uva*, el cual prevé un lecionario de más de cien mil palabras y expresiones fijas, por tal motivo se requería una selección desde cero, para ahorrar tiempo y dinero sin comprometer la calidad del lecionario se optó por una base empírica y un método que garantizara un proceso rápido y fiable, por esta razón se eligió internet y el empleo de un rastreador diseñado para encontrar leccionarios ya disponibles en la red y aprovecharlos. Una vez el rastreador detecta un lecionario útil, este se introduce en un cargador de lemas. Según el autor, este método ha demostrado ser muy fiable y eficaz en lo que se refiere a las palabras univocales para el proyecto lexicográfico mencionado. Luego de la selección de los lemas se realiza una revisión manual por parte del editor jefe, frente a esto se aclara que “debido a las características de los diccionarios (grandes y generales) y la capacidad de almacenamiento casi ilimitada de la base de datos, el proyecto no parte de criterios de inclusión de lemas sino de criterios de exclusión” (pág. 62). En cuanto a la selección de elementos de significado, se comenta que se ha desarrollado un método a partir del aplicado para la compilación de los *Diccionarios en Línea del Danés*. El autor enumera las 15 acciones en las que consiste el método en cuestión para la selección de elementos de significado y la posterior elaboración de definiciones para el proyecto lexicográfico enunciado.

Después de la redacción de las diferentes acepciones, estas se comparan con las definiciones que se presentan en cuatro diccionarios del español: *Diccionario de Uso del Español* (DUE) (María Moliner), *Gran Diccionario de Uso del Español Actual* (GDUEA) (Aquilino Sánchez), *Diccionario del Español Actual* (DEA) (Manuel Seco), y el *Diccionario de la Lengua Española* (DLE) (Real Academia Española). Según el autor, en la comparación el proyecto *Diccionarios en Línea de Español Valladolid-Uva* sale favorecido, pues se evidencia que se consignan más sentidos que en estos diccionarios generales del español. Esto se debe al formato del proyecto, que es digital y no tiene las restricciones del soporte papel, que sí tienen los diccionarios mencionados. Se concluye que “el uso de internet directamente como corpus representa un método lleno de posibilidades que aprovecha dos relevantes resultados del desarrollo tecnológico más reciente [...]: 1) que internet hoy comprende un número casi “ilimitado” de textos y palabras, y 2) que un diccionario digital moderno está sostenido por una base de datos con una capacidad de almacenamiento casi “ilimitada””(pág. 71).

El autor finaliza respondiendo a la pregunta planteada en el título del artículo, señalando que efectivamente internet es más beneficioso en algunas tareas lexicográficas que la utilización de un corpus, no obstante aclara que “esta conclusión vale para la compilación de los grandes diccionarios generales pero no puede generalizarse para todos los tipos de diccionarios, por ejemplo los escolares, para los cuales es evidente que hace falta un leuario más reducido y específico que se adapta a los niños de las diferentes edades. En este último caso, la selección basada en un corpus de textos escritos y orales de niños escolares [...] representa sin duda alguna un método idóneo para conseguir un buen resultado lexicográfico” (pág. 72).

En el artículo “La negación en locuciones verbales”, Jorge Antonio Leoni de León indica que existe un gran número de estudios sobre la negación, pues es una de las operaciones básicas de la lengua; por ejemplo, señala que desde un punto de vista gramatical existen tanto estudios morfosintácticos focalizados únicamente en el español como investigaciones comparativas. La negación tampoco escapa al interés de la gramática histórica, por tanto, hay abundantes investigaciones acerca de la diacronía de la negación en español. La negación también ha sido abordada por la pragmática, la semántica y, asimismo, desde la lingüística computacional. A pesar de este panorama, el autor señala que “los temas de la relación entre la negación y las expresiones idiomáticas, concretamente, el de la función de la negación dentro de las locuciones, están prácticamente ausentes en las investigaciones lingüísticas, aunque se trata de dos fenómenos de alta frecuencia” (pág. 77). Esta es la justificación para su estudio y, para esto, se centra en la fraseología, especialmente, en la del español de Costa Rica.

El autor estudia la fijación de la negación en locuciones que incluye la negación, tomadas del *Corpus Fraseológico del Español de Costa Rica* (CoFrE). Para ello, solo se focaliza en el adverbio “no”. El autor presenta las siguientes posibilidades para este tipo de unidades fraseológicas: 1. Considerar que la negación forma parte de la expresión, 2. la expresión no incluye la negación, la negación es insertada como parte de los procedimientos sintácticos de concordancia, 3. la negación forma parte de la expresión, pero existiría un proceso de sustitución que permitiría preceder la base de la expresión idiomática con opciones de empleo de sintagmas negativos, por ejemplo, de *ninguna manera, para nada*. Se determina que la negación en ciertas locuciones de polaridad negativa no forma parte de estas expresiones, sino que su presencia es requerida para legitimar el rasgo negativo de la unidad fraseológica.

El artículo “Características distributivas del español de Cuba a partir del análisis de dos estudios lingüísticos” de los profesores Lucía Marconi, Leonel Ruiz Miyares y Paola Cutugno tiene como objetivo “realizar un estudio sobre las características distributivas de un subconjunto del español de Cuba [...] para hacer un mapeo de las palabras utilizadas por los escolares” (pág. 90). Para ello, se parte de la información recogida en el *Diccionario Ortográfico del Español* –con la exclusión de lexías complejas y de locuciones–, y de los datos del *Léxico Activo-Funcional del Escolar Cubano*. Los autores señalan que “analizar las propiedades distributivas significa [...] llevar a cabo una serie de medidas empíricas sobre una lengua dada, teniendo en cuenta, por ejemplo, el número de palabras de un tipo específico o de una categoría gramatical de un determinado conjunto, ya sea un diccionario o un léxico de frecuencias. Esto significa hacer cálculos de las proporciones, de la frecuencia de aparición relacionándolo con el conjunto y con el grupo específico, así como calcular la frecuencia de ciertas unidades subléticas tales como las secuencias de letras” (pág. 90).

En el artículo, se presenta un apartado sobre anagramas; este estudio parte de que con la base de datos del *Diccionario Ortográfico del Español*, se generaron los códigos alfabéticos (*a-code*) para los lemas y para las formas. Los autores destacan la utilidad de los anagramas en el ámbito educativo y en la rehabilitación lingüística. Se concluye que “el estudio de lemas, palabras flexionadas, secuencias de letras, longitud de palabras con la ayuda de tablas, figuras y la estadística, ofreció una visión más completa de las características distributivas de la variante cubana del español presente en los escolares cubanos” (pág. 110). En este sentido, “los resultados obtenidos relativos a las diferentes secuencias son una rica fuente de datos útiles para estudios de reconocimientos de voz, estudios de escritura de textos, para investigaciones psicolingüísticas y para la confección de ejercicios didácticos con los estudiantes” (pág. 106).

Esther Forgas Berdet, en el artículo “A vueltas con los americanismos: presencia del léxico coloquial cubano en el DRAE”, parte del debate acerca de lo que se debe entender por americanismo. Al respecto se indica que esta denominación ha englobado las siguientes posibilidades: indigenismos originales, voces que se utilizan solo en Hispanoamérica, unidades léxicas coincidentes que tienen un significado distinto en el español de América y en el peninsular, e, incluso, palabras cuyos referentes son exclusivamente americanos. En los diccionarios se evidencia esta indeterminación respecto a lo que es un americanismo. En palabras de la autora, la intención con este trabajo “no es la de reintroducir el tema de los americanismos sino la de investigar acerca de los vocablos considerados cubanismos actuales y su presencia o ausencia en los diccionarios de la Academia, atendiendo a la propia voluntad expresada repetidamente por la RAE de dar cabida a la lengua real, la que habla la gente, en las páginas de sus diccionarios académicos” (pág. 114). Para este propósito, lo primero es determinar las palabras que pueden considerarse coloquialismos cubanos. Para ello, se recopilaron inventarios léxicos del español cubano contemporáneo de páginas webs, blogs, revistas electrónicas y portales digitales. Todos estos inventarios están basados en fuentes lexicográficas y en la propia experiencia de sus autores como hablantes cubanos. Así, se compilaron 439 vocablos cubanos y, luego, se procedió a comprobar la presencia de estas voces en el *Diccionario de la Lengua Española* (DLE, 2014).

Se señala otra cuestión y es la categorización de lo que se entiende por coloquialismo, que, muchas veces, está asociado a marcas poco definidas como coloquial, familiar, vulgar, malsonante o grosero, debido a que no se tienen claros los criterios para otorgar

una u otra marca. Por tanto, se prescindió de las etiquetas que otorga el diccionario académico a los vocablos cubanos y se procedió a realizar una encuesta a trece personas cubanas de distintas edades y lugares de residencia. En esta encuesta, se solicitaba “distinguir entre vocablos conocidos o desconocidos y vocablos usados o no habitualmente por los informantes, además de pedir que los consideraran dentro del rango de simplemente coloquiales o ya decididamente vulgares o groseros” (pág. 116). Aunque se reconoce que el número de encuestados es muy reducido, se indica que dicha encuesta arroja datos que permiten validar la información sobre los coloquialismos cubanos. De los 439 términos seleccionados, 190 tienen entrada en el DLE (2014) como cubanismos. Se señala que “entre las numerosas ausencias de los coloquialismos cubanos recogidos en este estudio, [se han inventariado] 257 palabras de uso coloquial en Cuba que no han sido recogidas por el diccionario académico” (pág. 118).

En cuanto al resultado de las encuestas, se indica que se analiza “con una proyección general, en el sentido de que los hablantes cubanos se resisten, en su mayoría, a considerar vulgares o groseros muchos términos coloquiales que conocen y usan, lo cual trasladado al diccionario general, podría dar una idea a la lexicografía oficial para replantearse las marcas diastráticas de vulgar, grosero o malsonante en muchos vocablos...” (págs. 124–125). Según la autora “no subyace razón alguna metalexigráfica para la adjudicación de las marcas de uso” (pág. 127). De acuerdo con esto, se recomienda recurrir a los hablantes y a sus consideraciones actuales acerca de la valoración del léxico que usan o conocen. De esta manera, se pretende “mostrar un camino para la posible inclusión y categorización del léxico coloquial en la nomenclatura de los diccionarios generales de lengua” (pág. 128).

El siguiente artículo se titula “Apuntes para el estudio de la tradición discursiva femenina en la lexicografía cubana”, de autoría de Aurora M. Camacho Barreiro. En este, se realiza inicialmente una enumeración de repertorios lexicográficos cubanos desde 1836 hasta 1985 y se llega a la conclusión de que, en este listado, sobresale el hecho de que todos los autores de diccionarios en Cuba son hombres. De esta manera, “el panorama de la lexicografía en Cuba revela un total protagonismo masculino” (pág. 133). Solo a finales de la década del ochenta, con el equipo de trabajo del *Diccionario del Español de Cuba* (DECu) entra a jugar un papel primordial la creación lexicográfica femenina en este panorama. La autora aclara que este predominio masculino en el campo lexicográfico no es exclusivo de Cuba, ya que también se observa en el ámbito español, en donde destacan solo unos pocos nombres como María Moliner, Concepción Maldonado, Paz Battaner y Olimpia Andrés. En el ámbito hispanamericano, sobresalen la venezolana María Josefina Tejera y la panameña Margarita Vázquez.

La autora presenta una breve relación de la historia de la mujer y la academia en Cuba, en donde esta tuvo un papel relegado, hasta la ejecución del *Diccionario* mencionado. Es así como la autora presenta el perfil de lexicógrafas cubanas que fueron la expresión de un tiempo de cambio. Estas mujeres son Gisela Cárdenas Molina, Antonia M^a Tristán Pérez, Victoria Carneado Moré, Eloína Miyares Bermúdez, Gema Valdés Acosta, Alina Camps Iglesias, América Menéndez Pryce y Aurora M. Camacho Barreiro. Se concluye que “sería de interés continuar ahondando en la especificidad de la lexicografía “hecha por hombres”; pero se vuelve imprescindible constituir un corpus de la lexicografía “hecha por mujeres” y explorar las condicionantes socio-históricas en las que se erige” (pág. 142).

Por otra parte, el artículo “Caracterización computacional de la idiomática: aplicación a la combinación nombre+verbo en euskera” de Antton Gurrutxaga, Iñaki Alegria y Xabier Artola se ubica en el campo fraseológico. Los autores afirman que las unidades fraseológicas “tienen un lugar prominente en la lexicografía y en el procesamiento del lenguaje natural [...]. Sin identificar y procesar esas unidades, el procesamiento automático de textos se muestra insuficiente y sufre de severas limitaciones” (pág. 144). En este contexto, se desarrolla el concepto de idiomática, que incluye los siguientes componentes: institucionalización, no composicionalidad semántica u opacidad, fijación (restricción morfosintáctica, restricción léxica). Se indica que “las propiedades anteriores se combinan en distinta medida y, al intentar aplicar criterios para clasificar las UFs, el resultado se parece más a un *continuum* que a una clasificación en categorías discretas” (pág. 146). En este sentido, se identifican las expresiones idiomáticas (locuciones) que no son composicionales, ni flexibles léxica ni morfosintácticamente y las colocaciones que tienen un comportamiento semántico semi-composicional, léxicamente bastante fijo y morfosintácticamente bastante libre. Los autores indican que, para una caracterización automática, primero se deben identificar las expresiones candidatas. Para ello, se recomienda procesar lingüísticamente los textos, con lematización y etiquetado morfosintáctico.

Los autores señalan que las técnicas de caracterización de las unidades fraseológicas se basan en medir las propiedades idiomáticas de las expresiones candidatas. Se enuncian las siguientes técnicas para cuantificar las propiedades de las UFs: co-ocurrencia, similitud distribucional, fijación morfosintáctica, fijación léxica. En todas estas técnicas, se lleva a cabo una comparación; al respecto se afirma que “en todos los casos, cuanto mayor sea la distancia resultante de la comparación, más idiomática será la combinación estudiada” (pág. 148). Se presenta el diseño experimental elaborado, partiendo del euskera como lengua de estudio, con el fin de responder a las siguientes preguntas: 1. ¿Cuál es la correlación entre idiomática y cada una de las propiedades descritas? 2. ¿Hasta qué punto coinciden la evidencia empírica de las propiedades y las predicciones de la teoría fraseológica? 3. ¿Se puede mejorar la caracterización combinando las mediciones de las propiedades que componen la idiomática? (pág. 148). Se indica que lo que se pretende en el artículo es describir los métodos empleados y mostrar las conclusiones extrapolables a otros idiomas.

Las dos etapas de la investigación son extracción de candidatos y caracterización. En la primera, se parte de un corpus periodístico de 74 millones de palabras que incluye artículos de dos periódicos en euskera: Euskaldunon Egunkaria y Berria. En la fase de categorización, se ordenan las expresiones candidatas según su idiomática y se clasifican en tres categorías: expresiones idiomáticas, colocaciones y combinaciones libres. Se especifica que “la lista está compuesta por 1.145 combinaciones, de las que 80 han sido etiquetadas como expresiones idiomáticas, 268 como colocaciones y 797 como combinaciones libres” (pág. 151). En síntesis, se evidencia un estudio riguroso y detallado, en el que se ha recurrido a diferentes técnicas para determinar las UFs del euskera.

Una de las conclusiones de este trabajo es que “los resultados “estándares” basados en las medidas de asociación (co-ocurrencia) pueden ser superados si se usan técnicas semánticas, pero también usando técnicas que miden la flexibilidad morfosintáctica” (pág. 161). Asimismo, se ha obtenido evidencia experimental de las siguientes cuestiones teóricas: la complejidad de la idiomática, la preeminencia de la

idiosincrasia semántica, la gradualidad de la composicionalidad y la semi-composicionalidad de las colocaciones y su alta flexibilidad morfosintáctica. Finalmente, según los autores, se espera que este tipo de trabajos aporten a la modernización del trabajo lexicográfico, en este caso particular, en lo que tiene que ver con la compilación y caracterización de forma semiautomática de expresiones idiomáticas y colocaciones.

Antoni Nomdedeu Rull, en el artículo “Hacia una nueva conceptualización de diccionarios pedagógicos del español”, afirma que “los contenidos del diccionario no se han adaptado a las necesidades específicas de cada tipo de usuario” (pág. 168). Se indica que la situación actual de la lexicografía digital en español es precaria si se compara con el auge que ha experimentado en otras lenguas, como el inglés, el francés o el danés. También se observa, según el autor, una dependencia de la lexicografía pedagógica en relación con la lexicografía general. El autor señala que es necesario discutir acerca de los dos principales retos a los que se enfrenta la lexicografía hispánica en general y la lexicografía pedagógica en particular: “la conceptualización del propio objeto diccionario y el concepto de lengua que se representa en él” (pág. 169). El autor afirma que un aspecto transversal a estas dos cuestiones es la carencia de una teoría de la lexicografía hispánica que tenga en cuenta la introducción de las TIC.

El autor asevera que los avances en lexicografía pedagógica en español en las últimas décadas han sido manifiestos, pues se ha ido tomando conciencia de la importancia “de elaborar diccionarios específicos para un tipo de usuarios cuyas necesidades se podían definir con cierta nitidez” (pág. 169). No obstante, se indica que “en el caso de los diccionarios de español para extranjeros, la oferta es escasa y se dirige a todos los extranjeros, como si las necesidades de un aprendiz de español de origen italiano, estadounidense o chino fuesen las mismas y pudiesen resolverse con los mismos datos y del mismo modo” (pág. 171). De esta manera, las necesidades de los diferentes tipos de usuarios de los diccionarios pedagógicos no se han definido con suficiente exactitud.

El autor realiza un recuento histórico de la lexicografía hispánica y de los estudios metalexográficos. Se señala en este recuento que cuesta encontrar “discusiones académicas relacionadas con la elaboración de un marco teórico propio más o menos crítico con la metalexigrafía “importada”, en las que se discuta, entre otras cuestiones, la necesidad de creación de un pensamiento independiente de la labor diccionarística de la RAE, la dependencia o independencia de la lexicografía de la lingüística o la necesidad de elaborar diccionarios a partir de corpus creados ad hoc o por medio del uso de internet como corpus” (pág. 179). Estas consideraciones, según el autor, ayudarían a tener mejores diccionarios. Asimismo, se afirma que “la lexicografía pedagógica hispánica en raras ocasiones se ha alejado de la tradición de elaborar diccionarios basados más o menos en repertorios ya existentes” (pág. 181). En este sentido, el autor insiste en la necesidad “de realizar una nueva conceptualización del objeto diccionario en español a partir de la consideración de las nuevas tecnologías de la computación y de la información y de los nuevos hábitos de consulta y de aprendizaje de los usuarios y de un concepto de lengua representado en él que sea diverso del tradicional” (pág. 188).

El último artículo de la primera parte, titulado “Para un estudio de la caracterización toponímica de la ciudad de Santiago de Cuba”, de los investigadores Humberto Ocaña Dayar y Mirna Caballero Rodríguez, es un interesante estudio sobre la toponimia ligada a la historia de Santiago de Cuba. En el artículo se presenta una síntesis de las

características de los topónimos de la ciudad. Se tuvo en cuenta tanto la nominación fraseológica como la eventual. El estudio parte del análisis de 222 urbanónimos; de ellos 104 corresponden a barrios, 15 a plazas o parques, 75 a calles y 28 a avenidas. Se han clasificado de acuerdo con:

- Procedencia (hispanos, aborígenes, híbridos, de otras lenguas extranjeras).
- Estructura lingüística (unimembres, plurimembres).
- Aplicación (fitotopónimos, fisiotopónimos, hidrónimos, hagiotopónimos...).
- Atendiendo a sus motivos (criterios topográficos, criterio social, criterios históricos...).

Asimismo, se clasifican según la clase de nominación (léxica, fraseológica, eventual) y valoración de carácter estilístico (designaciones irónico-expresivas o humorísticas, designaciones grosero-vulgares y peyorativas, designaciones coloquial-familiares). Se llega a las siguientes conclusiones: predominan los urbanónimos de origen hispano, así como las construcciones sintácticas plurimembres. Se tiende a utilizar el género masculino para la nominación. Abundan los cognomotopónimos. Finalmente, entre las principales razones que motivan la nominación, se encuentran, en primer lugar, las de orden social y, en segundo, las de orden histórico.

La segunda parte del libro presenta seis reseñas acerca de diccionarios elaborados por el Centro de Lingüística Aplicada de Santiago de Cuba, bajo la dirección de la lexicógrafa Eloína Miyares, de autoría de los siguientes investigadores: María Bargalló Escrivá, Luisa Portilla Durand, Gloria Corpas Pastor, Esther Forgas y María Bargalló, Antoni Nomdedeu Rull y Sven Tarp.

Más que reseñas en sí, los textos de esta segunda parte se evidencian como estudios rigurosos y detallados de diversos aspectos de los siguientes diccionarios:

- *Diccionario Básico Escolar* (DBE), con sus cuatro ediciones (2003, 2008, 2009, 2014).
- *Diccionario Escolar Ilustrado* (1998).
- *Diccionario Básico Escolar*, versión electrónica 2005.

Los seis textos permiten un acercamiento a los repertorios léxicos que reseñan y profundizan en diversos aspectos de la híper, macro y microestructura de los diccionarios. Asimismo, analizan aspectos lingüísticos tan complejos como la fraseología, el concepto de americanismo y cubanismo, el tabú lingüístico, los extranjerismos, las relaciones semánticas, los sinónimos y antónimos, la flora y fauna, los gentilicios, las siglas y el registro. Igualmente, se presenta una descripción exhaustiva de los siguientes elementos lexicográficos: marcas, ejemplos, ilustraciones, familia de palabras, sistema de remisión y definición lexicográfica.

En algunos de estos textos, también se presenta el contraste entre el soporte (en papel, en CD-ROM y en línea), destacando sus ventajas y posibilidades lexicográficas.

En definitiva, las seis reseñas son estudios detallados sobre los diccionarios cubanos, en donde se destaca el trabajo sistemático que ha dado como resultado productos lexicográficos de gran calidad, que han aportado a la consolidación de la lexicografía didáctica en el ámbito hispánico.

En los últimos años, la lexicografía en español se ha visto enriquecida por diversas investigaciones y publicaciones, entre estas, el libro *Estudios de Lexicología y Lexicografía. Homenaje a Eloína Miyares Bermúdez*. Este libro es de gran relevancia e

interés, pues sirve de guía para quienes quieren profundizar en estos campos. Este volumen se constituye en un completo panorama de las investigaciones actuales en el ámbito lexicográfico y lexicológico en Hispanoamérica.

Como se ha evidenciado, el libro es rico y diverso desde el punto de vista temático, puesto que los artículos abarcan diversos niveles lingüísticos, lo que hace que sea de amena lectura, pues cada capítulo es singular e interesante. Así, la propuesta de capítulos está muy bien lograda, pues permite observar a la lexicografía como una disciplina rigurosa y desarrollada en el ámbito hispánico. Por otra parte, presenta elementos novedosos para abordar aspectos que han sido asunto de debate y que todavía no están bien resueltos en los diccionarios y que generan controversia acerca del tratamiento lexicográfico de cuestiones como, por ejemplo, la pragmática, la cultura, la identidad y la ideología.

Este libro es en verdad un gran homenaje a la maestra y lexicógrafa cubana Eloína Miyares Bermúdez y un recordatorio de su legado no solo para los estudios lingüísticos cubanos, sino de América Latina y de todo el ámbito hispánico y, asimismo, permite un reconocimiento de la lexicografía cubana, especialmente, la de carácter didáctico, y de sus importantes avances y aportes.

Notas

¹ Esta reseña se escribe en el marco de la investigación “Análisis de sinónimos en diccionarios de colombianismos. Hacia una propuesta de tratamiento lexicográfico de la sinonimia en diccionarios dialectales”, proyecto de presentación interna registrado en la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad del Valle (Colombia) con el código CI-4390.

ALEJANDRA GABRIELA PALMA. *Reseña de González, Marina. 2017. Tertulia e ideología. La mediatización del pensamiento político.* Bern: Peter Lang.

Esta obra se asienta en el campo de los estudios sobre el discurso político mediatizado (Fairclough 2005; Fetzer y Weizman 2006) y constituye un aporte para las investigaciones sobre cómo los discursos políticos circulan y se configuran en el complejo mapa actual de los medios de comunicación, en especial en el ámbito hispanohablante (cfr. Gallardo Paúls 2014; Bolívar 2017, entre otros). En este marco, Marina González-Sanz aborda el género de la tertulia periodística de tema político para determinar y estudiar los rasgos lingüísticos que vehiculizan típicamente la(s) ideología(s) en este tipo de discurso. Es así como el objetivo principal de *Tertulia e ideología: La mediatización del pensamiento político* es, en primer lugar, lingüístico: en esta obra, que surge de su investigación doctoral, la autora se propone ofrecer un modelo de análisis válido para estudiar los discursos ideológicos desarrollados en un contexto mediático, y aplica este modelo a un tipo discursivo específico, la tertulia periodística de tema político. Este formato, en el que varios contertulios debaten guiados por un moderador, se convierte en el escenario idóneo para observar cómo los hablantes construyen intervenciones polarizadas en términos ideológicos.

La metodología empleada es de tipo cualitativo-cuantitativo, y se basa principalmente en el modelo de la Lingüística Pragmática (Fuentes Rodríguez 2000). El análisis se realizó sobre un total de 24 horas de grabación de ocho programas españoles de contenido político, cuatro del medio radiofónico y cuatro del medio televisivo. La elección de la tertulia periodística de tema político como objeto de estudio se fundamenta, por un lado, en el hecho de que esta presenta relevancia social, por su capacidad de generar opinión en la población, y, por otro, en que, por su naturaleza misma, suele fomentar la aparición de discursos ideológicos, generalmente en relación de polarización entre sí. El modelo propuesto permite demostrar de qué manera el discurso elaborado en estos programas está atravesado por la intención de difundir contenido ideológico.

El libro consta de seis capítulos. En los primeros dos se delinea el marco teórico-metodológico que sustenta la investigación. El primer capítulo ofrece una actualizada revisión de los estudios de la ideología, poniendo especial atención en la relación entre ideología, discurso y medios de comunicación, mientras que el segundo está dedicado a la formulación del concepto de ideología con el que se trabajó, que combina e integra distintas propuestas de análisis. Los capítulos que siguen se refieren específicamente a la tertulia periodística de tema político. Se presenta, en primer lugar, una necesaria y completa caracterización de este tipo discursivo en relación con distintos factores contextuales (Capítulo 3), para pasar luego a presentar el análisis concreto de los datos. En el capítulo 4 se caracteriza de manera general el discurso ideológico desarrollado en la tertulia política, a través de un análisis del complejo juego de imágenes que esta presenta. Sobre esta base se asientan los análisis del discurso ideológico presentados en los capítulos siguientes: en el capítulo 5 se clasifica con precisión los mecanismos lingüísticos utilizados prototípicamente para llevar a cabo distintas macrofunciones ideológicas, mientras que el capítulo 6 está dedicado al estudio de las estrategias

argumentativas que se ponen en funcionamiento para llevar a cabo distintos fines persuasivos en este tipo discursivo. A continuación, exponemos los puntos principales que se desarrollan a lo largo de los seis capítulos y las conclusiones a las que arriba a autora, y ofrecemos una breve reflexión en torno a ellas.

Con respecto al abordaje del estudio de la ideología en el discurso político mediatizado, González-Sanz destaca la importancia de determinar “una metodología clara que permita analizar de forma rigurosa y global el discurso ideológico” (p. 21). Esto plantea, por un lado, la necesidad de elaborar una clasificación global de los rasgos lingüísticos pertinentes según distintos niveles. Por otro lado, desde el punto de vista discursivo, implica no centrarse solamente en la dinámica del enfrentamiento entre grupos. Así, se señala la necesidad de incorporar aportes elaborados inicialmente para estudiar fenómenos no vinculados directamente con la ideología, pero que se vuelven relevantes por la manera en que la ideología se manifiesta lingüística y discursivamente en el discurso político mediatizado. De esta manera, la propuesta integra, desde la perspectiva de la Pragmática Lingüística, las macrofunciones planteadas desde el Análisis del Discurso para el estudio del discurso político-ideológico con elementos de la Etnografía de la Comunicación y la Sociolingüística, como la noción de imagen, y de la Teoría de la Argumentación, entre otros.

Sobre esta base, la autora expone los fundamentos de su concepción de ideología. Evita manejar una concepción excesivamente amplia, dado que esto que impediría alcanzar las abstracciones necesarias para realizar el análisis concreto de los rasgos lingüísticos que presenta el discurso desarrollado por los grupos ideológicos que participan en las interacciones en las tertulias. De esta manera, se basa en la definición de ideología ligada al sistema de creencias de un grupo determinado propuesta por Van Dijk (2003). Se distingue este concepto del ideario social común, compartido por una comunidad. En este sentido restringido, los usuarios del discurso ideológico lo son en función de su pertenencia a un colectivo (*endogrupo*) que se opone a otro (*exogrupo*). Esto es particularmente relevante, sostiene la autora, para el ámbito político, donde grupos diferentes compiten para obtener el poder. Además de esta dimensión específicamente ideológica, se precisa que, al mismo tiempo, el discurso ideológico se formaliza como un tipo de texto argumentativo (Gutiérrez Vidrio 2003) que tiene como fin persuadir al receptor de ciertas creencias ideológicas. Se distinguen así dos macrofunciones ideológicas básicas, que serán claves para el análisis presentado luego: en relación con el grupo ideológico, ataque al exogrupo/alabanza del endogrupo y en relación con la transmisión del contenido: énfasis en la información/modificación de la información/ocultación de la información.

Como hemos adelantado, en el capítulo 3 se presenta una caracterización de la tertulia periodística de tema político, en el que se detalla la manera en que distintos aspectos, como el tema, la estructuración, la configuración del sistema de enunciación y hasta el registro utilizado, están determinados por la naturaleza mediática del género. Así, en primer lugar, el objetivo de mantener y aumentar la audiencia incide en la organización estructural de las tertulias en tres fases: *apertura*, a cargo del moderador, en la que se presentan el tema y los contertulios; *desarrollo*, en el que el control temático del moderador se aligera y se renegocian los roles establecidos al comienzo; y *cierre*, donde el moderador recupera el control y se ratifican las funciones definidas al comienzo. A la vez, la motivación mediática explica la presencia de un empleo coloquializado de la lengua, que se explica en términos estratégicos, es decir, como mecanismo de

acercamiento del tema a la audiencia. Esta caracterización de la macroestructura del género es muy pertinente, dado que permite contextualizar los análisis discursivos, centrados en rasgos más específicos del discurso ideológico presente en estas tertulias.

Por otra parte, al destacar el fin persuasivo que persigue la interacción, se precisa la dimensión argumentativa de este tipo de discurso, caracterizándola en dos sentidos: persigue un fin mediático, al buscar atraer a la audiencia y, por otro, un fin ideológico, dado que los cotertulios pretenden persuadir a los oyentes/espectadores mediante la legitimación y deslegitimación de las distintas opciones ideológicas. En este sentido, González-Sanz introduce también la problemática de la ideología oficial de cada tertulia, en tanto producto de un grupo mediático con intereses económicos y políticos, lo cual influye sobre la elección del tema y sobre el discurso del moderador, que representa la línea oficial del programa.

En el capítulo 4 se presenta una descripción del juego de imágenes que se desarrolla en la tertulia de tema político, partiendo de la clasificación de los participantes en grupos ideológicos y considerando cada instancia comunicativa en su complejidad. Este análisis revela que los roles de tertuliano y moderador están experimentando cambios importantes, que los alejan de sus funciones tradicionales. Así, con respecto a los tertulianos, se determina que estos proyectan en la interacción diversas imágenes: de sí mismos, en tanto expertos, de su rol (ya sea de periodistas o políticos) y grupales, en relación con su pertenencia a un grupo ideológico. Se señala así que se han difuminado los límites del rol de “tertuliano”, configurándose una nueva imagen, determinada en gran medida por la ideología que se defiende, dado que participa de las mismas estrategias de ataque al *exogrupo* y defensa del *endogrupo* tradicionalmente ligadas al discurso político.

Resulta particularmente relevador, por otra parte, el análisis de las imágenes proyectadas por la figura del moderador. Aquí se observa que su funcionamiento va más allá de las tareas ligadas con el manejo de la interacción, tradicionalmente relacionadas con esta figura y vinculadas a la “neutralidad” (regulación de la interacción, distribución de los turnos de habla y gestión temática). Presenta, a la vez, funciones opcionales, que resultan más novedosas, y están vinculadas con la excitación de la interacción: intensificación y provocación de conflictos, establecimiento de coaliciones, ya sea con la audiencia o con los tertulianos mismos, y expresión de opiniones (que a la vez representan la ideología oficial del programa). Así, se constata un giro en la gestión imparcial de la interacción, a la vez que la figura del moderador parece por momentos asemejarse con la instancia discursiva del tertuliano, lo que, en opinión de la autora, conlleva una pérdida de su tradicional poder interactivo.

En el capítulo 5, se analiza cómo se formalizan en la lengua dos macrofunciones ideológicas: representación del grupo ideológico (alabanza del engogrupo/ataque al endogrupo), y representación de la realidad. En este sentido, se pone el eje en algunos procedimientos lingüísticos que realizan prototípicamente estas funciones, siguiendo la metodología de la Lingüística Pragmática. Este análisis se basa en una compleja caracterización de los objetivos de los participantes en la situación comunicativa de la tertulia: por un lado, convencer al representante del grupo ideológico contrario, y, por otro, y de manera más general, persuadir al espectador de las bondades o peligros de mantener una determinada creencia ideológica. Tal como destaca la autora, este análisis sirve para explicar una contradicción aparente del discurso ideológico desarrollado en el

contexto político mediático: la formulación simultánea de un discurso oscuro, por un lado, a través de eufemismos, vaguedades, redefiniciones y eufemismos, y de un discurso claro y familiar, por otro, mediante el empleo de recursos como metáforas o léxico valorativo. Al ponerlos en el contexto de las funciones ideológicas de este tipo de discurso, se comprende la función argumentativa y estratégica del empleo de estos procedimientos. Es decir, los cotertulianos, e incluso los moderadores, sabrán ser explícitamente claros y coloquiales cuando sirva a sus propósitos para acercarse a la audiencia, mientras que harán uso de un discurso oscuro cuando convenga para defender las creencias ligadas a su propio grupo.

Finalmente, en el capítulo 6 se analiza cómo se construye argumentativamente el discurso emitido en las tertulias. Se caracteriza así al discurso encontrado en las tertulias analizadas como *polémico*, en tanto discurso argumentativo que se coloca siempre ante un contradiscurso, efectivo o virtual. En este caso, la polémica surge de la naturaleza de la interacción, donde miembros de diferentes grupos ideológicos defienden posturas opuestas en torno a un asunto dado. Se presenta entonces en primer lugar un análisis de las estrategias argumentativas (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2002) más frecuentes en el discurso de los tertulianos, mediante las cuales quedan reflejadas argumentativamente las posiciones ideológicas de cada grupo: la confirmación, que expresa afiliación ideológica, y la objeción y el desacuerdo, que reflejan el distanciamiento con el grupo contrario.

En segundo lugar, se aborda la dimensión argumentativa del discurso del moderador. Este análisis resulta particularmente revelador, dado que se vincula con el cambio que parece estar experimentando este rol, y que se exploró en capítulos anteriores. Se presenta aquí una aproximación cuantitativa a las intervenciones realizadas por el moderador, que revela que existe una doble dirección en la argumentación desarrollada en esta instancia discursiva: por una parte, muestra su adhesión a una de las posturas defendidas en la interacción; por otra, los argumentos están dirigidos en última instancia a la audiencia, destinataria final de la interacción. Se observa entonces, mediante un análisis cualitativo complementario, que el moderador participa en ocasiones de los mismos recursos empleados por los cotertulianos. Así, se refuerza la hipótesis de que los rasgos genuinos de la instancia comunicativa del moderador se están diluyendo progresivamente, dando lugar a una cierta homologación, en el comportamiento interactivo, entre esta figura y la de la de los tertulianos.

En el recorrido precedente puede observarse que el análisis presentado en *Tertulia e ideología: La mediatización del pensamiento político* constituye un aporte para el estudio del discurso político mediatizado, y en especial para aquellos géneros cuya configuración enunciativa e interaccional resulta compleja, como lo son la tertulia o la entrevista política, en la que intervienen dos o más participantes. En este sentido, rescatamos el análisis del juego de imágenes y de la configuración de los roles de las instancias comunicativas de la tertulia periodística de tema político, que sirve a su vez como base para el análisis de los rasgos vertebradores del discurso ideológico que presentan las tertulias. En especial, se destacan dos tendencias: la asimilación del rol del “tertuliano periodista” al de “tertuliano político (profesional)”, por un lado, y del rol de “moderador” al del “tertuliano”, por otro.

El agudo análisis de ambas cuestiones, que son cruciales para pensar cómo se configura la comunicación política actual, podría enriquecerse teniendo en cuenta el rol que los

medios de comunicación tienen en la construcción discursiva de las polémicas públicas en tanto acontecimientos mediáticos (Amossy 2014), lo cual lleva muchas veces a que se profundice y explote la polarización política o ideológica con el fin de atraer audiencia. Así, se observa agudamente que el moderador instiga y promueve los conflictos entre los tertulianos, por momentos tomando partido en el debate, alejándose de su rol de gestor imparcial de la interacción. Si se considera este hecho desde la óptica del estudio de las polémicas públicas, se ofrecería una nueva perspectiva desde la que pensar estos hechos. Así, la mutación del rol de moderador se corresponde con el cambio señalado en los mismos tertulianos, que asumen una posición ideológica clara, y se alienan con un grupo ideológico. De esta manera, podría pensarse que el moderador instiga los debates acalorados (incluso tomando partido en ellos), por el hecho mismo de que el perfil ideológico de los tertulianos se vuelve un componente esencial de su rol y, por otra parte, la confrontación misma se vuelve un espectáculo que atrae más audiencia. En este marco, la dinámica que se pone en funcionamiento en la tertulia política, y que (re)configura los roles tanto de moderador como de tertuliano, está reproduciendo y reforzando mediáticamente una polarización del campo político, donde los bandos en disputa aparecen como irreconciliables (Amossy, 2014).

Por último, destacamos que *Tertulia e ideología: La mediatización del pensamiento político* cobra especial relevancia en el campo de los estudios del discurso político mediatizado actual, al proponer un modelo de estudio de los mecanismos lingüísticos configuradores del discurso ideológico para un género particular del discurso político mediatizado, que es a la vez aplicable a otros tipos discursivos. A través de esta propuesta, que se ilustra con el análisis del discurso ideológico en la tertulia política desde distintos puntos de vista, no solo se ha podido determinar los diferentes recursos lingüísticos utilizados para la toma de posición en este tipo particular de debate público, y cómo estas elecciones están mediadas ideológicamente, sino que también se ha contextualizado la utilización de estos rasgos en una caracterización integral de este tipo discursivo, que incluye el análisis de su macroestructura, el complejo juego de imágenes que se produce en la interacción y las estrategias argumentativas utilizadas tanto por los tertulianos como por el moderador. En este sentido, no podemos subrayar lo suficiente que este libro constituye un verdadero aporte para el estudio del discurso ideológico en el ámbito hispanohablante, dado que permite profundizar en el análisis del discurso político mediatizado en español.

Referencias bibliográficas

- Amossy, Ruth. 2014. *Apologie de la polémique*. París: Presses Universitaires de France.
- Bolívar, Adriana. 2017. *Political Discourse as Dialogue. A Latin American Perspective*. Oxford: Routledge.
- Dijk, Teun A. van. 2003. *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.
- Fairclough, Norman. 2005. Political Discourse in the Media: An Analytical Framework. En A. Bell y P. Garrett, eds. *Approaches to Media Discourse*, Oxford, Blackwell, pp.142-63.
- Fetzer, Anita; Weizman, Elda. 2006. Political discourse as mediated and public discourse. *Journal of Pragmatics* 38.2: 143-53.

Fuentes Rodríguez, Catalina. 2000. *Lingüística pragmática y análisis del discurso*. Madrid: Arco Libros.

Fuentes Rodríguez, Catalina; Alcaide Lara, Esperanza R. 2002. *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco Libros.

Gallardo Paúls, Beatriz. 2014. *Usos políticos del lenguaje. Un discurso paradójico*. Barcelona: Anthropos.

Gutiérrez Vidrio, Silvia. 2003. El discurso argumentativo. Una propuesta de análisis. *Escritos. Revista del Centro de Ciencias del Lenguaje* 23: 45-66.

LUCÍA CANTAMUTTO. Reseña de Holgado, Anais. 2017. *Diccionario de Marcadores Discursivos para estudiantes de español como segunda lengua*. New York: Peter Lang.

1. Introducción

La obra aquí reseñada conjuga dos núcleos de interés actuales para los profesionales de la lengua: por un lado, el conjunto de los denominados *marcadores discursivos* y, por otro, la enseñanza y aprendizaje del español como lengua segunda y extranjera (ELSE), combinación que había sido escasamente abordada (Bosque, 2004; Martín Zorraquino, 2005). La presentación detallada de un grupo heterogéneo y representativo de marcadores discursivos va en línea con múltiples trabajos que han atendido a estos elementos, cuya denominación fluctúa –y varía en cuanto a su alcance– entre *marcadores pragmáticos*, *discursivos*, *operadores pragmáticos*, entre otras (véase García Negroni, 2014). Sin embargo, destaca en esta obra la atención a las necesidades de los estudiantes de ELSE ante elementos de gran complejidad, incluso para hablantes nativos, en cuanto a su uso y función. En este sentido, el *Diccionario de marcadores discursivos para estudiantes de español como segunda lengua* es una publicación cuya utilidad excede como destinatarios a quienes son *estudiantes de español* y alcanza a otros potenciales destinatarios, como explicaremos a continuación.

Con gran auge en los estudios actuales, y bajo la denominación amplia de *marcadores discursivos*, se aúnan un conjunto de unidades lingüísticas heterogéneas que comparten “propiedades gramaticales, prosódicas y semántico-pragmáticas” (García Negroni, 2014: 5). Estas partículas cumplen un extenso espectro de funciones comunicativas y, por tanto, su valor debe ser inferido adecuadamente por ambos interlocutores. Cada marcador adquiere diferentes valores en función de los contextos lingüísticos y de los contextos de uso. Es por ello por lo que un repertorio exhaustivo como el que se presenta en el *Diccionario de marcadores discursivos*, en el que además es posible realizar comparaciones sobre usos de marcadores propios de las diferentes variedades del español, se puede utilizar tanto para instancias de producción como de interpretación de enunciados.

Este diccionario debe ser puesto en relación con otros repertorios que han atendido a estos fenómenos lingüísticos. En tal sentido, el *Diccionario de partículas* de Luis Santos (2003) y el *Diccionario de partículas discursivas del español* disponible en línea, coordinado por Antonio Briz, Salvador Pons Bordería y José Portolés (2008), son antecedentes directos de la obra de Holgado Lage (2017). En consonancia con la necesidad de disponer materiales lexicográficos que den cuenta de la lengua en uso, el diccionario *REDES*, dirigido por Ignacio Bosque (2004), es otro de los hitos de relevancia en esta relación lengua en uso y enseñanza de español.

Sin embargo, debido al aporte didáctico presente en cada entrada, la propuesta de Holgado Lage resulta superadora respecto de las mencionadas. Como el texto está pensado para estudiantes de español como segunda lengua, la adecuación a este público y la simpleza con la que se presentan los marcadores lejos de ser una banalización de un fenómeno lingüístico complejo deviene en una fortaleza de la obra. En tal sentido, los

diferentes componentes de la entrada favorecen que el lector pueda comprender no solo su “definición” o significado sino, principalmente, cómo se usa (tanto por la explicación de “uso y cultura” como por los ejemplos y contextos presentados), cuáles son sus funciones y qué marcadores que pueden funcionar como sinónimos.

A continuación, presentaré la organización y contenido de la obra reseñada (§2), a partir de un recorrido por las entradas del diccionario (§2.1) y las listas que presenta (§2.2). Por último, cierran este texto unos comentarios finales sobre las utilidades y falencias del libro.

2. Organización y contenido del diccionario

Los lectores del *Diccionario de Marcadores Discursivos* encontrarán múltiples formas de acceder a su amplio contenido. Por el tipo de obra, el acceso principal corresponde a la búsqueda de palabras aisladas ordenadas alfabéticamente. Además, dado que los marcadores presentan remisiones entre sí (tanto por relaciones de sinónimos o eufemismos o por palabras principales y expresiones similares), el lector podrá ir de una entrada a otra en función de otras necesidades. Por otra parte, tal como explicamos luego, la obra también cuenta con dos listas (por nivel de español y por función) de los lemas del diccionario que permiten al lector buscar y acceder a las entradas a partir de estas dos variables.

El libro comienza con una sección introductoria designada “Cómo usar el diccionario”. En este apartado, se da, en primer lugar, una definición de lo que la autora, Anais Holgado Lage, conceptualiza bajo la denominación *marcador discursivo*. Como referimos previamente, la delimitación teórica de estas locuciones o palabras reviste cierta complejidad. A los fines de demarcar el objeto que atiende en su obra, Holgado Lage (p. XI) define los marcadores como “expresiones cortas y que son invariables o tienen una pequeña flexión de género, número o persona” y, entre las funciones que identifica, los marcadores “organizan el discurso”, “unen oraciones y expresan la relación entre ellas”, “fórmulas rutinarias” y “palabras o expresiones que indican cómo se siente el hablante hacia algo” (ibíd.). Además, en esta sección inicial sobre el modo de utilizar el diccionario, la autora expone el mecanismo para buscar las voces, explicando la forma en la que se estableció la palabra más importante para el orden alfabético y el sistema de remisiones entre voces que pueden encontrarse de modos diferentes. Luego, Holgado Lage presenta la composición de cada entrada e indica al lector cómo interpretar la información distribuida bajo cada marcador en la subsección “De qué se compone cada entrada”. Por último, se señala la presencia al final del diccionario de las listas por nivel y por función y se explica la utilidad de esta clasificación, en particular, para la enseñanza del español.

Continúa esta introducción el punto más controversial de la obra: el “Glosario inicial”. Las definiciones que se presenta en esta sección no se corresponden con claridad con las que se utilizan en las entradas de los marcadores. Por otra parte, algunas de las explicaciones que se dan a determinados términos resultan poco claras como el caso de “Concesión: Obstáculo que no impide la realización de una acción” (p. XVIII).

Ordenados alfabéticamente se registran alrededor de 700 marcadores discursivos con sus respectivas definiciones, usos y aspectos culturales, funciones, sinónimos, ejemplos y el nivel apropiado para su aprendizaje o utilización. Con una escala de tres niveles – *inicial*, *intermedio* y *avanzado*–, la autora indica el conocimiento previo o nivel de

dominio del idioma que se necesita para poder utilizar cada uno de estos lemas. En tal sentido, la lista que ordena los marcadores por nivel de español requerido al final del volumen es una herramienta de gran utilidad tanto para docentes –al planificar actividades– como para aprendientes del español como lengua segunda.

2.1. Las entradas al diccionario

Bajo cada lema, el lector encontrará las flexiones –en caso de que las haya– de género o de persona y la clase de palabra a la que pertenece el marcador. Luego, en la línea inferior, se señalan las marcas de uso (modalidad oral o escrita, registro formal o informal, poco uso o malsonante). Cuando no hay señas específicas, el marcador pertenece a la variedad estándar. Completan la entrada diversos ejemplos que dan cuenta de las funciones que cada marcador adquiere. En negrita se resalta el marcador respecto al resto del enunciado, como se puede ver en las entradas que presentamos debajo. La explicación “uso y cultura” aparece debajo de los ejemplos y ofrece información sobre el modo verbal, restricciones de uso, pronunciación particular, contextos apropiados de uso. La autora, teniendo en mente a los destinatarios de la obra, indica la importancia de atender a estas aclaraciones “antes de usar un marcador por primera vez” (p. XIV). Cierra cada entrada una lista de marcadores similares y los apuntes sobre el nivel de español y la función del lema.

A continuación, presentamos ejemplos reales de dos entradas relacionadas extraídas del diccionario de marcadores conversacionales de acuerdo con diferentes variedades: *dale* del español de Argentina y *vale* del español peninsular. En ellas, se observa cómo la explicación brindada por Holgado Lage sirve tanto para especialistas de la lengua como para estudiantes novatos. La ausencia de terminología específica favorece, a diferencia de otros diccionarios, una comprensión mayor de las funciones y valores que adquieren estos marcadores. Además, en casos de que el estudiante requiera alguna aclaración, puede consultar el “Glosario inicial” para satisfacerla.

“Dale: Interjección.

Informal.

No se utiliza con mucha frecuencia en español peninsular pero sí en el de Argentina, donde funciona de forma similar a *vamos* o *vale*.

Dale, Ramiro, que tenemos que salir.

– *¿Nos vemos a las cinco?*

– ***¡Dale!***

Otros marcadores similares: *Adelante, ándale/ándeale, ánimo, suerte, vamos, venga.*

Nivel: INTERMEDIO. Función: ÁNIMO.

Vale: Adverbio.

Informal/oral

1. Sirve para expresar una reacción de conformidad o acuerdo ante lo dicho por el interlocutor.

– *¿Vamos al cine?*

– ***Vale.***

A veces se reitera:

– *Recuerda que soy vegetariano*

– ***Vale, vale, no te preocupes.***

2. Se usa en la forma interrogativa cuando busca el asentimiento de los interlocutores.

– *Ahora vamos a hacer unos ejercicios sobre esta lectura, ¿vale?*

– *Vale.*

– *Hoy invito yo a las copas y tú mañana, ¿vale?*

– *No, ni hablar, ¡hoy es jueves y ambos sabemos que las copas son mucho más baratas que mañana!*

Si se está de acuerdo, se responde con el *vale* anterior o con otro marcador para expresar acuerdo: *de acuerdo, sí...* y con negación cuando no se está de acuerdo.

3. Expresión vaga de apertura, equivalente a *bueno*.

- *Vale, chicos, ahora vamos a aprender el chachachá.*
- *¡Quítate de en medio o te vas a enterar!*
- *Vale, tío, tranquilo...*

En España, se usa con mucha asiduidad en cualquiera de las tres acepciones, no así en los países de Hispanoamérica, en los que normalmente se prefieren los marcadores *ok* (pronunciado /okéi/), *órale* o *está bien*. Hay que tener en cuenta que *vale* no funciona nunca para evaluar, aunque sus traducciones a algunas lenguas sí evalúan.

Otros marcadores similares: *acepto, buena idea, bueno, de acuerdo, entendido, está bien, hecho, no hay problema, no se hable más, ok (okey), órale, pase, sí quiero, trato hecho, venga*

Nivel: INTERMEDIO. Función: ACUERDO.”

Estas entradas, sin embargo, también sirven para ejemplificar algunos de los inconvenientes que presenta la obra. Por ejemplo, existe una simplificación respecto a los usos y funciones de la interjección *dale* que, en Argentina, cubre un espectro mucho más amplio y, precisamente, funciona –actualmente– como una partícula de *acuerdo*. Dicha función no es identificada por Holgado Lage en su descripción del marcador. Asimismo, resulta llamativa la no presencia, en el *Diccionario*, de un tercer marcador similar propio del español de México como *sale*. Esta ausencia, sin embargo, es comprensible: una lista que contenta la totalidad de estos elementos es una empresa imposible e improbable para una única autora.

2.2. Las listas

El *Diccionario* cuenta con otro modo de acceder a sus entradas. Luego de la presentación de todas voces, cierran el libro dos listas que ordenan todos los marcadores discursivos descritos por función y nivel. Esta herramienta tiene como principal destinatario a la díada docente y estudiante de ELSE, dado que sirve como repertorio organizado de los marcadores y facilita la organización de clases o actividades.

Sin embargo, también resulta de interés para quienes quieren usar la obra para consulta general, principalmente, pensando en los comúnmente llamados *conectores* que sirven para organizar los textos académicos, por ejemplo. En tal sentido, el lector podrá usar la “Lista por función” para buscar aquellos que se clasifican como de *Adición, Concesión, Condición, Explicación, Narración, Resumen*, entre otros, y cuya marca no sea de *informal*. Estas listas, además, cuentan en el encabezado con una pequeña descripción del significado de estas funciones. A saber, por caso, para *Control de Contacto* se indica que son marcadores cuya función es “Para establecer, ceder o continuar el turno de diálogo” (p. 310).

Por su parte, la “Lista por nivel” ofrece una organización de todas las entradas en relación con el dominio del español requerido. Esta clasificación resulta provechosa, porque no solo ordena las voces, sino que indica, en algunos casos, cuáles acepciones de un mismo marcador son adecuadas para un nivel o para otro. Tal es el caso de *Pues*: dos de sus usos son apropiados para el nivel inicial y dos para el nivel intermedio.

3. Comentario final

El *Diccionario de Marcadores Discursivos* es una fuente apropiada tanto para consulta general de estudiantes de español como segunda lengua, así como para hablantes de español e, incluso, para profesionales de la lengua que deseen conocer diferentes

acepciones y funciones de diversos marcadores discursivos. Dada la complejidad de los usos y funciones de los marcadores, acceder a un repertorio de partículas discursivas con ejemplos e indicaciones preferentes sobre su uso resulta provechosa para un amplio espectro de públicos, aunque la obra presenta un sesgo iberocéntrico, que bien puede ser una fortaleza.

Sin embargo, dado el carácter orientador de significado de enunciados completos que tienen los marcadores del discurso, cada una de estas locuciones o palabras suelen tener usos anclados en determinadas comunidades discursivas. Es por ello por lo que hubiera sido de interés tanto para quienes aprenden español como para los lingüistas en general contar con información, en cada una de las entradas, sobre la variedad lingüística en la que se emplea o, al menos, datos sobre las zonas geográficas en las que es utilizado con más frecuencia. Esto es también válido para expresiones que puedan presentar variación intralingüística o pragmática, muy usual en estos elementos.

El *Diccionario* es, sin dudas, un aporte para la comunidad educativa y científica. Los lectores encontrarán en él respuestas a muchas de las dudas que puedan tener al querer usar o comprender el significado de un amplio abanico de marcadores discursivos. Esta obra, junto con los otros repertorios mencionados, contribuye a la comprensión del uso concreto de la lengua en las distintas variedades del español. Resulta esperable que nuevas obras, similares, y con atención a las variaciones dialectales y basadas en estudios de corpus, completen la labor iniciada por Holgado Lage en las páginas reseñadas.

Referencias bibliográficas

Briz, A.; Pons, S.; Portolés, J, coords. 2008. *Diccionario de partículas discursivas del español*: <http://www.dpde.es>

Bosque, I. 2004. *REDES. Diccionario combinatorio del español contemporáneo*. Madrid: SM.

García Negroni, M. 2014. *Marcadores del discurso. Perspectivas y contrastes*. Buenos Aires: Santiago Arcos editor.

Martín Zorraquino, M. A. 2004. El tratamiento lexicográfico de los marcadores del discurso y la enseñanza de E/LE. *Actas XV. ASELE*: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/42463/15_0051.pdf?sequence=1

Santos, L. 2003. *Diccionario de partículas*. Salamanca: Luso-Española de Ediciones.

GEORGINA LACANNA. *Reseña de Dumitrescu, Domnita; Andueza, Patricia Lorena. 2018. L2 Spanish Pragmatics. From Research to Teaching. Londres y Nueva York: Routledge.*

El objetivo de la enseñanza de una segunda lengua (L2) consiste, fundamentalmente, en que los estudiantes puedan significar y actuar mediante ella de manera satisfactoria, no solo a partir del aprendizaje de cómo funciona un sistema lingüístico (Halliday 1978)¹ diferente al de su primera lengua (L1), sino también del desarrollo de una competencia comunicativa (Gumperz 1981)² en ese nuevo sistema lingüístico. Para alcanzar ese objetivo es necesario, en primer lugar, adoptar enfoques que no partan de idealizaciones, sino que propongan metodologías y recursos didácticos que se correspondan con contextos concretos de uso del lenguaje.

L2 Spanish Pragmatics. From Research to Teaching se presenta, en palabras de sus editoras, como una obra que busca cerrar la brecha existente entre la vasta proliferación de trabajos teóricos que documentan la importancia de enseñar pragmática del español como L2 y la escasa aplicación práctica de este aspecto en las clases, los planes de estudio y los materiales de enseñanza existentes. Domnita Dumitrescu y Patricia Lorena Andueza realizan un valioso aporte al campo disciplinar de la Enseñanza de Español como L2 con una selección de trabajos a cargo de profesionales especializados en la materia y con una amplia trayectoria académica.

La obra reúne doce capítulos que se encuentran organizados en dos partes. La primera parte se titula “L2 Spanish pragmatics research” y se compone de seis apartados, que tienen como eje central la actualización del debate acerca de cómo y por qué resulta necesario incorporar la enseñanza explícita de la pragmática en el aula de español L2. Se revisan los principales conceptos teóricos desde distintos enfoques pragmáticos y se ofrecen resultados de investigaciones, que comprueban que las actividades orientadas a la reflexión metapragmática son prácticamente inhallables y enormemente escasas en comparación con las que se construyen, por ejemplo, en torno a la gramática o el léxico. La segunda parte, “L2 Spanish pragmatics instruction”, intenta dar respuesta a la aparente dificultad que implica dar el salto de la teoría a la práctica con seis capítulos que proponen diversas estrategias y herramientas didácticas enfocadas a que la pragmática sea incorporada con mayor asiduidad a las actividades implementadas por los docentes de español como L2. Esta interesante disposición le permite al lector hacer un recorrido que comienza por una revisión teórica acerca de la investigación en pragmática y una actualización del estado del arte en ese campo disciplinar y culmina con una serie de propuestas didáctico-pedagógicas que se presentan como guía de actividades para incorporar a la clase de español como L2 los diferentes fenómenos pragmáticos abordados.

La primera parte se inicia con “The pragmatics toolbox”, de Victoria Escandell-Vidal. La autora destaca, una vez más, la importancia de que la enseñanza de una L2 vaya más allá de los contenidos gramaticales y las formas lingüísticas, para centrarse, en cambio, en el uso del lenguaje en contextos específicos. A partir de una selección de ejemplos, nos muestra la polivalencia de las palabras en la interacción y señala la necesidad de

que el estudiante de español L2 desarrolle una competencia pragmática en esa lengua, que le permita realizar inferencias y comprender significados indirectos cada vez que participe en situaciones comunicativas diversas. Hacer hincapié en este aspecto y en la complementariedad de las perspectivas cognitivas y sociopragmáticas para abordar el tema nos resulta sumamente interesante, ya que quizás sea en la interacción conversacional donde se hace más visible el hecho de que los significados no están predefinidos ni son de carácter estable, sino que el proceso de significación se produce interactivamente, a partir del reconocimiento, no sólo de las convenciones de uso lingüísticas y socio-culturales, sino también de las intenciones comunicativas de los participantes y del procesamiento de inferencias conversacionales que eso implica (Lacanna 2016).

En el siguiente capítulo, “Learning L2 Spanish pragmatics”, Montserrat Mir presenta una completa revisión del estado del arte en torno a la investigación de la enseñanza de la pragmática y confirma que su instrucción explícita resulta fundamental para lograr el efectivo desarrollo de la competencia pragmática de los estudiantes. Para comprobar cómo se corresponden estos datos con la aplicación práctica en los materiales didácticos existentes, examina una serie de manuales de Español L2 y concluye que todavía la pragmática se encuentra mayormente subordinada a la enseñanza de la gramática y el vocabulario. En ese sentido, señala la necesidad de que los profesores se formen específicamente en la enseñanza de la pragmática y que los currículos la incluyan dentro de los contenidos básicos para, de ese modo, poder despertar en los estudiantes la conciencia metapragmática a través de prácticas situadas y reflexiones guiadas dentro del aula.

Siguiendo un objetivo similar, el capítulo tres, a cargo de Carlos De Pablos-Ortega, intenta demostrar cómo se proyecta el contenido pragmático en las consignas de los manuales de español L2. “Pragmatics in L2 Spanish textbooks” presenta el análisis de un corpus conformado por cinco manuales, que abarcan los niveles A1 a B2, según el Plan Curricular del Instituto Cervantes (PCIC), con sus correspondientes libros destinados al profesor. El autor emplea métodos cualitativos para describir el tipo de actividades con contenido pragmático y cuantitativos para determinar el número total de consignas que responden a algún fin de ese tipo. Si bien determina que dichas actividades representan un treinta por ciento de cada libro, destaca, en coincidencia con Montserrat Mir, que, a diferencia de lo que ocurre con los contenidos gramaticales, no se observa un fin metapragmático en las tareas y actividades. Esto se debe, en palabras del autor, a que la pragmática no es aún un factor que los diseñadores de materiales didácticos tengan como prioridad.

El capítulo cuatro, de Laura Callahan, “When to speak Spanish and when not to”, aborda un tema particularmente sensible a los estudios sobre interculturalidad. La autora se pregunta en qué situaciones es aconsejable para los estudiantes de español L2 utilizar esta segunda lengua con hablantes nativos. Sitúa su investigación en los Estados Unidos, donde caracteriza al español como una lengua minoritaria y de grupos. Tomando como referencia su experiencia personal y apelando a algunos conceptos de la sociolingüística como el prejuicio y el estereotipo lingüístico, señala que el uso que hacen los estudiantes para practicar español suele ser interpretado como una falta de respeto o de burla por la población latina hablante de español en ese país. Para ejemplificar esa situación, trae a colación el concepto de Mock Spanish y concluye que los docentes de español L2 deben advertir a sus alumnos acerca de las posibles

reacciones y consecuencias que pueden generar en los hablantes nativos de español al querer interactuar con ellos en su lengua.

Van Leeuwen (2011) señala que el término multimodalidad, que aplica a la combinación de las formas verbales y no verbales en la comunicación, data del año 1920 y se encuentra asociado al entonces relativamente nuevo campo de la psicología de la percepción. Ya en ese momento se afirma que la percepción es multimodal, es decir, que integra información recibida a través de los diferentes sentidos. Sin embargo, el interés por las formas de comunicación no verbales decae en la primera parte del siglo veinte y es recién, en la segunda mitad, cuando la comunicación no verbal se establece como disciplina (Kendon 1997), a partir de los primeros trabajos en el campo de la antropología social de Birdwhistell (1952) y de Hall (1959). El capítulo cinco, “Nonverbal communication in L2 Spanish Teaching”, de Ana María Cestero Mancera, pone en primera plana este tema y describe minuciosamente las características de los sistemas de signos no verbales, al tiempo que enfatiza sobre la importancia de considerarlos parte del sistema lingüístico para su incorporación a la clase de español L2. Sostiene con argumentos sólidos que su enseñanza y su aprendizaje son aspectos clave para garantizar una comunicación efectiva en la lengua meta. Como estrategia para incorporarlos al currículo, propone la creación de inventarios de signos no verbales y ofrece una clasificación con miras a establecer qué tipo de signos introducir en cada nivel de enseñanza.

“Teaching L2 Spanish discourse markers and pragmatic markers”, capítulo seis a cargo de Catalina Fuentes-Rodríguez, cierra esta primera parte con la propuesta de una definición y clasificación propia de los marcadores discursivos, en conectores y operadores. Esta distinción está orientada a identificar las diferentes funciones que cumple cada uno de ellos y facilitar así su incorporación al aula de español L2. A modo de ejemplo, ofrece una serie de ejercicios, que pueden ser usados en clase. La autora señala que si bien este tema fue abordado largamente desde diferentes perspectivas, no ha alcanzado aún un grado suficiente de justificación teórica, lo cual hace que se encuentre ausente en la mayoría de los libros de texto.

El capítulo siete, que inaugura la segunda parte de este volumen, trata sobre un tema clásico dentro de la pragmática: la cortesía. Las investigaciones en torno a los usos estratégicos de la cortesía han sido siempre de gran utilidad a la hora de abordar el tratamiento de la interculturalidad y los comportamientos sociales en la clase de L2. Por otra parte, el debate acerca de la erróneamente pretendida universalidad de lo que se considera cortés o descortés en las diferentes culturas hace que la introducción de este tema en el aula represente cada vez un nuevo desafío. En “Teaching Sociopragmatics”, María Bernal propone adoptar una reformulación de los conceptos de cortesía positiva y negativa (Brown y Levinson 1987) y reemplazarlos por los de afiliación y autonomía (Bravo 2003) para abordar el análisis de fenómenos sociopragmáticos en conversaciones coloquiales auténticas. La autora trabaja particularmente con el acto de habla de la queja y su incidencia sobre el tratamiento de la imagen propia y ajena. Resulta muy interesante su propuesta con respecto a que toda instrucción que incluya un contenido de esta clase debe complementarse con cuestionarios sobre hábitos sociales que los propios estudiantes puedan realizar y responder. En el apéndice, ofrece un ejemplo de ese tipo de cuestionario realizado por estudiantes de español L2, en el que puede observarse el resultado de una reflexión acerca del acto de habla estudiado y las

implicancias conversacionales que podría tener de acuerdo a la particular configuración de la situación en la que se produzca.

El capítulo ocho, “Developing L2 Spanish discursive pragmatic ability in a persuasive genre at an intermediate level”, de Cecilia Sessarego aborda de manera muy interesante el tema de la producción escrita en la clase de español L2 y advierte la necesidad de adoptar una perspectiva que contemple el género textual en tanto que “constructo social”. La autora destaca que el trabajo desde el género permite identificar los propósitos comunicativos y las acciones retóricas en diversos eventos situados en una comunidad cultural específica y, a su vez, genera la necesidad de que los estudiantes negocien sus intenciones comunicativas en función de determinadas expectativas sociales. Presenta un plan didáctico que contempla un trabajo de análisis sobre el género persuasivo, en el que se evidencia la complementariedad entre gramática y pragmática, para ser utilizado con grupos de estudiantes de nivel intermedio.

Los siguientes dos capítulos abarcan dos de los tópicos más complejos para la enseñanza de la pragmática en un aula de L2: la ironía y el humor. Ambos fenómenos se encuentran estrechamente relacionados con el conocimiento cultural compartido y con la necesidad de realizar un procesamiento inferencial de la información lingüística y paralingüística; por lo tanto, es necesario adoptar para su enseñanza una perspectiva que contemple estos aspectos de manera explícita. En “The pragmatics of irony in the L2 Spanish classroom”, María Belén Alvarado Ortega ofrece un modelo de unidad didáctica para introducir, en la clase de español L2, el análisis del comentario irónico y su función discursiva. La autora diferencia claramente la ironía de la burla y señala que esta última no es una característica que se encuentre siempre presente, cuando se produce una ironía en el desarrollo del discurso, de tal forma que distingue entre un efecto positivo y otro negativo del comentario irónico, los cuales ilustra con variados ejemplos. La propuesta de Susana de los Heros en “Teaching with and about humor in the L2 Spanish classroom” es entender la competencia humorística como parte de la competencia comunicativa que debe formar parte de los contenidos a enseñar en la clase. La autora parte de la base de que el humor es una herramienta fundamental para manejar las relaciones sociales y hace un recorrido por diversas teorías que explican sus funciones socioculturales, para concluir que la enseñanza explícita del humor es fundamental para que los estudiantes puedan no solo interpretarlo, sino también producirlo cuando les sea necesario. En relación con esto, examina los resultados de un cuestionario, que arroja una discrepancia entre (1) un alto porcentaje de docentes que reconocen la importancia de incorporar el humor como contenido pragmático en su clase, y, en contraposición, (2) un número de docentes –que resulta significativamente menor–, que corresponde a los que efectivamente admiten incluir actividades que lo abordan. Esta discrepancia cuantitativa se adjudica ya sea a la falta de tiempo de los docentes para cumplir con los contenidos que actualmente forman parte del currículo o al desconocimiento acerca de cómo abordar el tema. A raíz de estos resultados, el capítulo finaliza con algunas actividades que pueden ser utilizadas para incluir el humor en el aula.

A diferencia de los apartados anteriores, en los que las propuestas apuntan mayormente a los niveles intermedios y avanzados, el capítulo once, a cargo de Lynn Pearson, “L2 Spanish pragmatics instruction at the novice level”, hace hincapié en la importancia de considerar la enseñanza de la pragmática como una eficaz herramienta para cargar de sentido los contextos de uso de las formas gramaticales, principalmente en los niveles

iniciales. La autora sostiene que en los primeros niveles de enseñanza de una L2, la pragmática ejerce una supremacía por sobre la gramática, ya que tiende a despertar la consciencia acerca de qué es lo que se está haciendo con la lengua y con qué objetivo. Aporta como ejemplo una guía de actividades para practicar los actos de habla directivos como complemento de la adquisición de las formas verbales y los pronombres de objeto indirecto para estudiantes angloparlantes.

“Web-based pragmatics resources”, de Victoria Russell, es el último capítulo de este libro. La autora describe las funcionalidades de un tutorial en línea de acceso abierto pensado para enseñar pragmática del español a hablantes de inglés de diferentes niveles, a partir de variados inputs de audio y video. Destaca, además, que el uso de este tutorial promueve que los estudiantes puedan advertir las diferencias entre sus producciones y las de los hablantes nativos de español, a partir de la comparación entre unas y otras. Apelando a los principios básicos de la cortesía, señala que uno de los objetivos del tutorial es que los estudiantes aprendan a realizar actos de habla y, al mismo tiempo, a proteger su propia imagen, así como también la de sus interlocutores. El capítulo finaliza con un apéndice que resulta de mucha utilidad, en donde la autora lista una serie de recursos disponibles en la web, que pueden ser usados y adaptados para la enseñanza de diversas L2.

Para concluir esta reseña, observamos que *L2 Spanish Pragmatics. From Research to Teaching* pone al alcance tanto del lector experto en el campo disciplinario de la pragmática y de la enseñanza del español como L2, así como también de los docentes o estudiantes avanzados que se interesan por la materia, una variada selección de artículos que contribuyen a conformar un amplio panorama de las investigaciones que se están llevando adelante en este campo de estudio. La actualización de un tema, que data desde hace varias décadas, en función de cubrir las necesidades del presente, ya sea de los estudiantes como de los docentes o investigadores de español L2, constituye un mérito destacable de este libro.

Referencias bibliográficas

- Birdwhistell, Ray. 1952. *Introduction to kinesics*. Louisville: University of Louisville.
- Bravo, Diana. 2003. “Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: Una introducción” en Bravo, Diana, ed. *Actas del Primer Coloquio Internacional del Programa EDICE*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- Brown, Penelope y Levinson, Stephen. 1987. *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge: University Press.
- Gumperz, John. 1981. “Las bases lingüísticas de la competencia comunicativa” en Golluscio, Lucía, ed. *Etnografía del habla. Textos fundacionales*. Buenos Aires: Eudeba.
- Hall, Edward. 1959. *The Silent Language*, New York: Doubleday.
- Halliday, Michael. 1978. *El lenguaje como semiótica social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kendon, Adam. 1997. “Gesture” en *Annual review of anthropology*, Vol. 26.
- Lacanna, Georgina. 2016. *Los grados de indireccionalidad en la negociación de significados en la interacción. Una propuesta multimodal de aplicación para la clase*

de *ELSE*. Tesis doctoral. Universidad de Buenos Aires. Disponible en <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/4405>

Van Leeuwen, Theo. 2011. "Multimodality" en Simpson, James, ed. *The Routledge Handbook of Applied Linguistics*. London: Routledge.

Notas

¹ "...con la noción de sistema podemos representar el lenguaje como un recurso, en términos de las opciones de que se dispone, de la vinculación entre esas opciones y de las condiciones que afectan el acceso a ellas."

² "Propongo, entonces, que redefinamos la competencia comunicativa como el conocimiento de las convenciones lingüísticas y las convenciones comunicativas vinculadas a éstas que los hablantes deben poseer para iniciar y sostener el compromiso conversacional".

HERACLIA CASTELLÓN ALCALÁ. Reseña de Reyes, Graciela. 2018. *Palabras en contexto. Pragmática y otras teorías del significado*. Madrid: Arco Libros - La Muralla.

Antes de abordar lo que esta nueva publicación aporta al panorama de los estudios lingüísticos, se impone previamente recordar el largo recorrido de su autora, Graciela Reyes, y sus señaladas contribuciones a la pragmática. A su libro *La pragmática lingüística* (Montesinos 1990) cabe atribuir inequívocamente el logro de dar a conocer esta corriente a un nivel general; junto a esta obra habría que mencionar otras igualmente esclarecedoras sobre cuestiones centrales en las explicaciones pragmáticas de los fenómenos lingüísticos y procesos comunicativos. Se ha ganado Graciela Reyes, pues, en los lares hispánicos un reconocimiento incuestionable por su labor divulgadora que posibilitó el avance de esta perspectiva de estudio en el panorama nacional.

La nueva publicación *Palabras en contexto. Pragmática y otras teorías del significado*, responde, sin así titularse, por su concepción y configuración, a las de un diccionario. A partir de ese enfoque nos vamos a encontrar, como es lógico, la ordenación alfabética de los capítulos, que están concebidos propiamente como artículos de diccionario, a lo que corresponde su extensión, contenido y formato. Se presenta así como un compendio pertinente de saberes, en la tradición enciclopédica. Está pensada, como reconoce Reyes, para responder a preguntas de las personas interesadas en estas materias que deseen adentrarse en algunas cuestiones específicas: *¿Qué es..., qué quiere decir..., en qué consiste la teoría de...?*. Busca servir como lectura introductoria o complementaria a los manuales de pragmática y filosofía del lenguaje, para salvar sus posibles dificultades. Por ello la mecánica expresiva de diccionario, con explicaciones sintéticas de los conceptos repertoriados. Con el valor añadido de mostrar un panorama actualizado y puesto al día de las líneas de estudio más recientes que se siguen en pragmática.

Ese carácter de aproximación a las disciplinas de estudio configura igualmente la sección de bibliografía; de acuerdo con ese criterio, aparecen tres secciones bibliográficas: una para los estudios generales de pragmática y filosofía del lenguaje, fundamentalmente; otra donde se incluyen las obras citadas, y una tercera en que se recopilan las obras literarias y de crítica literaria que la autora ha manejado en su análisis sobre la metáfora y el lenguaje poético. Se completa con un *Glosario* final de veinticuatro páginas. Hay artículos cuya redacción aúna precisión científica con una fluida y transparente elocución, cercana a la mejor prosa ensayística (*Comunicación, Cooperación, Cortesía, Ironía, Metarrepresentación...*).

Arranca con el propósito declarado de explicar las teorías sobre el significado lingüístico, y se detiene en la relación entre contexto y significado, tras señalar la zona común que comparten filosofía del lenguaje, semántica y pragmática, si bien se le otorga a esta última su preeminencia en el presente trabajo. Con respecto al elemento determinante en el trabajo, **contexto**, viene inicialmente delimitado como un conjunto de conocimientos (sobre el mundo, los participantes, memorias) y percepciones (del entorno físico, de los estados mentales...). Se distingue entre contexto *estrecho*

(persona, tiempo, lugar) y contexto *amplio* (conocimientos compartidos, papeles y estatus de los hablantes, intención comunicativa...).

Al remitirse a las teorías que establecen los principios y fundamentan los análisis e interpretaciones, Graciela Reyes no se limita estrictamente a las pertinentes citas y referencias, sino que va más allá y atiende a los desencuentros y divergencias entre las distintas teorías y sus enfoques y desarrollos. Así ocurre, por ejemplo, cuando en el primer artículo (**Accesibilidad**) se refiere a la teoría de la relevancia y lo que de ella separa a la propuesta contextualista de Recanatti, la “pragmática de las condiciones de verdad”; o, análogamente, su versión actualizada en las formulaciones de Wilson y Matsui. O el diferente planteamiento que para semejantes fenómenos se hace desde el análisis del discurso. Por eso se encuentran algunos artículos en que da cuenta de la controversia entre la pragmática y otras teorías (por ejemplo, *Constituyentes no articulados*, noción que no se acepta en las corrientes semánticas).

En efecto, si bien se parte de la pragmática, la atención a las interpretaciones opuestas a esta es constante; así se aclara el origen de la diferente concepción que suscriben la pragmática y, sobre todo, las teorías semánticas, las cuales sostienen que es posible comprender lo que otro haya dicho, aunque se desconozcan los datos contextuales originales del enunciado. Reyes delimita con precisión la cuestión de fondo ante la que ambas perspectivas dirimen sus diferencias, a saber, cuál es la extensión del papel de la pragmática en la interpretación de los constituyentes no deícticos del enunciado.

Por supuesto, Reyes reconoce el estatus fundacional que en esta orientación supuso la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson, al aportar el punto de vista cognitivo en la interpretación. Se la considera, por ello, “la teoría pragmática de mayor alcance explicativo”, y en ella el papel que se concede a las inferencias es crucial. Este capítulo dedicado a la teoría de la relevancia es una síntesis muy clara al tiempo que abarcadora del conjunto de nociones pragmáticas que comporta. Así se definen, por ejemplo, términos como *implicaturas* (las inferencias globales que surgen del conjunto de lo dicho, según Grice), *explicaturas* (proposiciones formadas por la forma lógica del enunciado que se pueden juzgar verdaderas o falsas). La base para esta teoría, además de las ciencias cognitivas, es asimismo la de la psicología evolucionista; de ahí que se proclame que en la evolución humana ha habido una tendencia dominante hacia la mayor eficacia cognitiva, por lo que siempre se busca la mayor relevancia.

Al atender, como se ve, al recorrido trazado por los estudios pragmáticos, incluye obviamente amplia referencia a las teorías de Austin y Searle, pues también se ocupa con detenimiento de las etapas iniciales y de sus orígenes epistemológicos.

Algunos de los conceptos clave de pragmática que en este manual se manejan repetidamente son, por ejemplo, *saturación*, o *enriquecimiento libre*. Ambos términos designan inferencias básicas a partir del contexto que enriquecen lo explícito. El *enriquecimiento libre* se explica como el conjunto de “operaciones pragmáticas que completan, extienden o precisan el significado codificado de las expresiones usadas por un hablante, sin que lo exijan las reglas gramaticales”, y puede ser por *modulación* o ajuste, y por recuperación del contenido de variables ocultas. La *saturación*, por otro lado, “consiste en asignar un valor contextual a las expresiones subdeterminadas semánticamente, entre ellas los deícticos”. Sobre la *modulación* hay que remitirse a la

teoría de la relevancia, según la cual los dispositivos, procesos o mecanismos mentales dedicados a producir e interpretar significados se llaman *módulos cognitivos*. Los teóricos de la relevancia Sperber y Wilson consideran que hay dos módulos dedicados al lenguaje: el lingüístico o facultad del lenguaje, que descodifica las expresiones lingüísticas y produce la forma lógica, el punto de partida de la comunicación verbal; y el módulo metarrepresentativo, con un submódulo metacomunicativo o *pragmático*, que se encarga de inferir comportamientos comunicativos, verbales y no verbales. Dicho submódulo forma parte de nuestra capacidad cognitiva social; es un sistema automático que recupera contenidos de las acciones comunicativas.

Resulta, por tanto, enormemente esclarecedora la explicación en términos pragmáticos de la interpretación de un enunciado, por medio de dos procesos cognitivos diferentes, descodificación e inferencia.

Al tratarse de un planteamiento divulgativo de línea pragmática, Reyes se acerca a los conceptos clave de esta corriente, pero también a los divergentes, sobre los cuales proporciona información y análisis, para señalar los puntos de controversia. Entre otros, se detiene en el de *implicitura*, noción propuesta por Kent Bach (1994) en su teoría sobre el significado lingüístico; se define como el “significado enriquecido explícito que obtiene el hablante al completar el contenido semántico”; es el *significado directo*, opuesto al *indirecto*, formado por las implicaturas y otros contenidos indirectos, como las figuras. Pero conocemos también cómo se rebaten desde la pragmática estas nociones; una autora relevantista, Carston, (Carston 2008) arguye que es innecesario añadir otro nivel de contenido semántico, cercano al codificado, pero relativo al contexto; sería el llamando *contenido semántico mínimo*, para los seguidores del contextualismo. Para Carston, por el contrario, desde *lo codificado* arranca el proceso inferencial, las operaciones pragmáticas.

Esta concepción pragmática es rebatida por el *minimalismo*, que defiende que las propiedades formales de una oración son suficientes para establecer una proposición, si bien admite que algunas formas lingüísticas sí son sensibles al contexto, los deícticos, y por tanto requieren operaciones pragmáticas, las cuales en esta teoría quedan reducidas al mínimo. Reyes, de hecho, reproduce algunas de las expresiones reprobatorias con que los minimalistas se refieren a la pragmática: “tsunami”, “aguas hirvientes”, “oscura magia”, “pendiente resbaladiza”. Como contrapartida, Reyes, al remitirse a las teorías de Grice que dieron inicio a las explicaciones pragmáticas sobre lo implicado, denomina a la semántica defendida por la corriente minimalista “ciudad amurallada”.

Otra teoría que disiente de las corrientes pragmáticas de la que se toma nota es el *indexicalismo*, que rechaza que se necesiten inferencias pragmáticas para completar lo dicho. Reyes califica esta concepción de la semántica como “poderosa”, totalmente opuesta a la “semántica esquelética” de la teoría de la relevancia. Para el indexicalismo, la estructura léxico-sintáctica de una oración contiene deícticos que conectan la oración con los datos del contexto necesarios para su interpretación.

Uno de los artículos más extensos del libro es el de la *metáfora*, fenómeno de especial interés para Graciela Reyes. Por ello se detiene en recoger cómo, por un lado, dentro de la teoría de la relevancia, en la llamada “teoría *deflacionaria* de la metáfora”, se niega que esta requiera mayor exigencia cognitiva que otros usos del lenguaje; según esta

teoría, para interpretar una metáfora se crean conceptos *ad hoc*, más amplios que el concepto literal. Sin embargo, por otro lado, Reyes arguye que las metáforas sí son diferentes del *continuum* del que forman parte; para justificarlo, contrasta los rasgos diferenciadores de la metáfora en relación con la hipérbole y el símil; así señala que mientras que la hipérbole estriba en diferencias cuantitativas, la metáfora por el contrario apunta a diferencias cualitativas, no de cantidad. Reconoce también que hay metáforas hiperbólicas, especialmente para expresar sentimientos y emociones, por lo que se suelen prodigar en los elogios e insultos del lenguaje cotidiano. Y con respecto a los símiles para los que no se forman conceptos *ad hoc*-, advierte que no es intercambiable con la metáfora; ambos dan lugar a diferentes *explicaturas*. Sin embargo, con respecto a las metáforas literarias, se adopta una interpretación pragmática distinta de la que se sostiene para las metáforas cotidianas, convencionales: Reyes nos remite al método interpretativo propuesto por Carston y Wearing (2011), que incluye el concepto de *imagen mental*, hasta ahora no contemplado por la pragmática; según esta teoría, el significado metafórico literal no desaparece, queda en segundo plano, parece estar entre comillas sobrentendidas; es decir, es un contenido *metarrepresentado*, suspendido para ser inspeccionado y obtener sus implicaciones. Así pues, según la citada teoría de Carston et al., los mayores efectos de las metáforas son las imágenes, más que los contenidos; en su interpretación intervendrá la habilidad del intérprete, su reacción emocional... Se siga la teoría que se siga, Reyes subraya cómo la metáfora, por su valor evocativo, consigue el “deleite del lenguaje mismo, que queda exhibido para el análisis creador” (p. 254).

A lo largo de estas páginas se nos despliega con rigor un panorama ajustado de los criterios y propuestas teóricas de la pragmática y de sus desarrollos anejos, sobre todo, pero también de formulaciones que parten de principios que difieren de esta corriente, o que directamente la rebaten. Por lo reciente de su aparición, resulta de novedoso interés la que Reyes, a partir de los conceptos que en ella se manejan, ha denominado *teoría de la convención y la imaginación*, defendida desde la filosofía del lenguaje por Lepore y Stone (2015). Rechaza algunas de las cuestiones más asentadas en la pragmática, tales como las implicaturas o la teoría de la relevancia; sostiene, por el contrario, que hay dos tipos de interpretación lingüística, la de las **convenciones** procedentes del conocimiento del lenguaje y las estrategias retóricas establecidas, y también otra, la de la interpretación asociada a la creatividad e **imaginación**, la que actúa en los textos poéticos. Para ambos autores, el lenguaje es siempre el mismo, solo cambia el modo de usarlo, de relacionarnos a través de él. En esta teoría, la noción de “convención” se amplía hasta incluir “el conocimiento de un vasto conjunto de acuerdos de fondo sobre el significado” (p. 374) y también una competencia social para el uso común, compartido, del lenguaje. Carece de validez, en este enfoque, la noción de comunicación intencional promulgado por Grice, ya que, ahora se plantea que es el lenguaje, con sus convenciones, lo que establece las aportaciones en los intercambios. Y en los casos en cuya interpretación no se aplican las convenciones, funciona entonces otro tipo de interpretación, la imaginativa o poética, en la cual lo que se procesan son imágenes, no significados, y son de interpretación abierta. En particular, con respecto al humor (ironía, sarcasmo), esta teoría sostiene que en esos casos no se usa el lenguaje, sino que se *presenta*, para que las imágenes se interpreten creativamente.

Con esta obra Graciela Reyes suma una nueva entrega a su rica contribución a los estudios de pragmática en el mundo hispánico, pero también el tomar nota de los

planteamientos que discrepan de los criterios pragmáticos la hace aún más completa y enjundiosa. Este compendio explicativo, que al tiempo ofrece extremo rigor en los conceptos y claridad en los ejemplos, se erige como bibliografía imprescindible en el avance de la pragmática, de cuyos derroteros da cuenta fidedigna la autora en estas páginas. Un empeño de alcance, cuyos aciertos y logros son manifiestos.

Referencias bibliográficas

- Bach, Kent. 1994. Conversational implicature, *Mind & Language* 9.2, pp. 124-162.
- Carston, Robyn. 2008. Linguistic Communication and the Semantic/Pragmatic Distinction, *Synthese* 165, pp. 321-345.
- Carston, Robyn y Wearing, Catherine. 2011. Metaphore, Hyperbole and Symile: A Pragmatic Approach, *Language and Cognition* 3-2, pp. 283-312.
- Lepore, Ernest y Stone, Mathew. 2015. *Imagination and Convention. Distinguishing Grammar and Inference in Language*. Oxford / Oxford University Press.