

ISSN 2007-1620

Humanitas

Universidad Autónoma de Nuevo León
Anuario del Centro de Estudios Humanísticos

Año 46, No. 46, Vol. II
Enero-Diciembre 2019

Ciencias Sociales



UANL®

EL DISCURSO POLÍTICO DE VICTORIA: LA ATENUACIÓN Y LA INTENSIFICACIÓN EN EL ÁMBITO POLÍTICO INTERCULTURAL

THE ELECTION VICTORY SPEECH: THE ATTENUATION AND THE INTENSIFICATION IN THE INTERCULTURAL POLITICAL SPHERE

Alejandra Ivett Requena Hernández*

Orlando Valdez Vega*

Resumen: Durante la formación del futuro docente de una lengua extranjera, es primordial conocer el uso de los recursos discursivos de la lengua meta para entender sus efectos en los procesos comunicativos. La presente investigación ofrece un análisis discursivo intercultural entre los candidatos electos a la Presidencia de México y Francia, Andrés Manuel López Obrador (2018) y Emmanuel Macron (2017), respectivamente. Se tomará en cuenta el uso de las estrategias discursivas relacionadas con la atenuación y la intensificación en el discurso político de victoria, principalmente aquellas ligadas con la imagen social construida por el candidato y a su vez alimentada por el votante o el resto del público al analizar sus efectos dentro de los procesos comunicativos y su impacto a nivel intercultural. Se considera como objeto de análisis el discurso de victoria por la carga emocional involucrada en una celebración de esta índole, tomando en cuenta el contexto y la popularidad de los candidatos en el momento del discurso.

* Becaria en el Programa de becas para esta investigación del Centro de Estudios Humanísticos de la Universidad Autónoma de Nuevo León. alejandra.requenahrn@uanl.edu.mx

* Profesor investigador de la Licenciatura de Ciencias del Lenguaje de la Facultad de Filosofía y Letras. Asesor en este trabajo de investigación. orlando.valdezvg@uanl.edu.mx

Los objetivos de esta investigación son los siguientes: describir los rasgos intensificadores y atenuadores (Albelda, 2005; Briz, 2007; Nieves, 2015; Meyer-Hermann, 1988) utilizados en el discurso de los candidatos electos de la presidencia de México y Francia, determinar de qué manera los elementos intensificadores y atenuadores se presentan en el discurso de victoria y analizar las variaciones discursivas entre el español y el francés en el discurso político teniendo como similitudes principales que ambos candidatos son considerados populistas y ganaron por más de la mitad de los votos. Lo anterior permitirá al futuro docente de lengua extranjera, en este caso francés, tener un conocimiento profundo de la lengua que va a enseñar y por ende, será capaz de comunicar a través de su enseñanza estos rasgos discursivos, sin darles, claro está, una clase de análisis del discurso a sus alumnos.

Abstract: During the formal education in the study of a foreign language, it is fundamental to know the usage of the discursive resources in the target language to understand their effects inside its linguistic process. This research offers an intercultural discursive analyze between the elected presidential candidates of Mexico and France, Andrés Manuel López Obrador (AMLO) (2018) and Emmanuel Macron (2017), respectively. It'll be considered the usage of the discursive strategies such as the attenuation and the intensification in the victory political speech especially those related to the social image built by the candidate and at the same time nourished by the voter or the public in general analyzing their effects inside the communicative process and their impact in an intercultural level. It is considered as an analyzed objet the victory speech by the emotional charge involved in this kind of celebrations, considering the context and the popularity of the candidates at the moment of the speech.

Between the research purposes, they are the following: describe the intensified and attenuated characteristics (Albelda, 2005; Briz, 2007; Nieves, 2015; Meyer-Hermann, 1988) used in the Mexican and French elected presidential candidates' speech, determinate in which way the intensified and attenuated elements are present in the victory speech and analyze the discursive variations between Spanish and

French in the political speech having as main similarities the fact that the candidates are considered as populists and they obtained more than the half of the votes. All that to create a proposal to enrich French classes, public or private, and give the necessary tool both professors and students, to make use of the target language, in this case French and Spanish, with a level similar to a native considering the word plays, idioms, regionalisms and others.

Palabras clave: Atenuación, Intensificación, Discurso político, Victoria, Autoimagen

Key words: Attenuation, Intensification, Political speech, Victory, Self-image

Introducción

ESTE ESCRITO INVITA A ABORDAR la presencia de la intensificación y de la atenuación en el discurso político mexicano y francés de victoria emitido por los candidatos electos y actuales presidentes: Andrés Manuel López Obrador y Emmanuel Macron, respectivamente, como instrumentos para ocultar un posible trasfondo o doble intención en el mismo debido a la estructura que se emplea para comunicar más de un mensaje, el cual debe de conectar de manera automática con el público asegurado o los votantes y crear un posible lazo con el resto del público siendo esto una posible amenaza a la imagen que el candidato ha ido construyendo a lo largo de su candidatura y que deberá respaldar por el resto de su gobierno.

La carga emocional en el discurso de victoria puede identificarse en cómo el emisor ha hecho uso de la atenuación y de la intensificación con los elementos que desea que sean más notorios o que contengan mayor peso e influencia en el receptor.

Objetivos y preguntas de investigación

Dentro de la estructura que se busca analizar del discurso de ambos candidatos se encuentran la afirmación hacia los seguidores o los votantes, el convencer al resto de la población de su futura labor como presidente, y la expresión del sentimiento de gozo o de triunfo. De igual manera se tomarán en cuenta conceptos como la autoimagen (Nieves, 2013) para enriquecer el análisis que permitirá responder a las preguntas de investigación que tienen como meta identificar las variaciones discursivas interculturales de López Obrador y Macron, identificar el impacto de estas mismas en su respectivo contexto político en el proceso interpretativo, igualmente comprobar la importancia que este tipo de investigaciones tienen en los procesos interpretativos del interlocutor mexicano y, específicamente, el análisis del discurso político dentro de un contexto de victoria.

Para ello, los objetivos a seguir son: identificar las variaciones discursivas interculturales en el discurso político de

victoria de Andrés Manuel López Obrador y Emmanuel Macron, analizar de qué manera las especificidades discursivas interculturales en el contexto político tienen un impacto en la interpretación del discurso de victoria de Andrés Manuel López Obrador y Emmanuel Macron, y analizar la utilidad o el impacto del estudio de los recursos discursivos políticos de manera intercultural.

Problemática

Dentro de la problemática de la presente investigación está el conocer el trasfondo o doble intención del discurso político de victoria que se presenta con el uso de la atenuación y la intensificación por parte del emisor o el candidato electo a la presidencia mexicana y francés, dentro de esta doble intención se encuentra la reafirmación hacia los votantes que tomaron la decisión correcta en elegirlos como sus respectivos gobernantes a la vez que buscan convencer al resto del público de que, a pesar de no haber sido su candidato de preferencia, ellos harán lo necesario para probarles que merecen estar en dicho puesto al tiempo que expresan un sentimiento de gozo, de triunfo y de alegría.

Esto puede variar o presentar similitudes entre el discurso político de victoria de Emmanuel Macron y Andrés Manuel López Obrador a pesar de haber triunfado en diferentes puntos geográficos y contextos culturales.

La imagen del candidato se construye durante la contienda electoral hasta obtener el triunfo, en este caso, obtener el puesto presidencial. Esta imagen es decidida por el público y los votantes por lo que ellos perciben de las acciones y conductas del candidato, quien a su vez busca acentuar y minimizar diferentes aspectos para obtener el aprecio y el apoyo del público. Para esto, específicamente en el discurso oral, se hace uso de la atenuación y de la intensificación como herramientas o variaciones discursivas donde el emisor o el candidato tienen la intención de convencer y reafirmar que es el indicado para gobernar.

Antecedentes

El análisis del discurso político puede ser visto en diferentes contextos y épocas como parte del estudio histórico, cultural y académico de una sociedad o un país. Debido a que la presente investigación se centra en el análisis intercultural del discurso político mexicano y francés, principalmente enfocado en la victoria, es necesario tomar en cuenta aquellas investigaciones realizadas previamente para comprender el por qué de su importancia, especialmente si se desea emplear en la mejora de la enseñanza de la lengua extranjera.

Desde el punto de vista lingüístico, se consideran diversos elementos verbales y no verbales durante el proceso de comunicación, entre ellos la atenuación, Sonia Oliver del Olmo (2004), tiene como objetivo el estudio de este fenómeno desde un punto de vista socio pragmático en artículos de investigación científica e informes de caso o casos médicos en español y en inglés haciendo un análisis contrastivo entre publicaciones españolas en revistas de renombre y los resultados obtenidos por otros autores en documentos en inglés.

Esto podría beneficiar a maestros de lengua extranjera con fines específicos, especialmente porque, según la autora, el inglés es la actual lengua franca en publicaciones y contenido internacionales.

Desde el punto de vista intercultural, este análisis podría también beneficiar a aquellos profesionales que desean publicar o crear contenido en una lengua extranjera y así comprender las dificultades que esto podría implicar y a su vez repercutir o influenciar en las dinámicas de la enseñanza de una lengua extranjera y la traducción de documentos originales.

En la emisión del discurso político, dichos elementos pueden jugar diversos roles que permitirán a los involucrados realzar, disminuir, acentuar u omitir hechos o menciones durante un debate o al estar frente al público en alguna presentación como lo es el discurso de victoria. Como aquel realizado por Jara Murillo y Carla Victoria (2007) donde se obtiene un análisis estructural y de contenido del discurso presidencial costarricense

de 1902 al 2002. El material que compone el corpus de este estudio son los Mensajes Presidenciales ante la asamblea de los diputados el último 1° de mayo de cada administración de 1902 al 2002 centrándose en la forma y el contenido del mensaje tomando en cuenta la naturaleza de los participantes, la naturaleza de las acciones o prácticas realizadas por el texto político y la naturaleza del contexto.

Continuando con el discurso político, de parte de Lourdes Molero de Cabeza (2002) contamos con el discurso venezolano desde un punto de vista semántico y pragmático. En esta investigación se realiza un análisis de los discursos pronunciados por el presidente venezolano Hugo Chávez, durante la campaña electoral de 1998 y el primer año de su gobierno.

Desde el punto de vista de la semántica, los resultados señalan las características del líder o emisor, codificadas en el relato de los acontecimientos sociales y políticos a partir del “yo” emisor para cumplir con la finalidad persuasiva del discurso político. El análisis se realiza tomando en cuenta el contexto social, histórico y político que antecede a la victoria electoral obtenida por Chávez en la elecciones de 1998.

Enfocados en el discurso de victoria, a partir de una visión general de la construcción y el significado del discurso político, al momento de considerar el concepto de “victoria” y lo que este implica, lleva a considerar qué influyó su construcción, si la emoción de haber triunfado después de una larga campaña electoral tanto en prensa como frente al público, o recibir la responsabilidad de liderar y representar a todo un país junto con sus diversidades y problemáticas.

De la mano de Frederic Guerrero-Solé y Hibai López González (2016) se presenta un análisis de los discursos presidenciales en Rusia del 2000 al 2010 para construir la identidad nacional post-soviética en el actual ciudadano ruso haciendo un enlace entre el pasado y el presente de la nación a partir de las invariantes del discurso desde un punto de vista semiótico. En dicho análisis, el concepto de victoria es

considerado desde el punto de vista de un sentimiento o experiencia donde diversos elementos como los objetos, los personajes, las acciones y los espacios se “fundan” creando un todo.

Por parte de Ingrid Johanna Bolivar (2006) se presenta una monografía, a partir de un estudio de las emociones, a manera de contribución a la reconceptualización de la política y la discusión en la confrontación armada colombiana en procesos de negociación analizando las distintas producciones orales consideradas como discursos emocionales que permiten la identificación o caracterización de los participantes facilitando la comprensión del contexto social e histórico, tomando en cuenta que las Farc son consideradas como una organización “orientada a la conquista de una forma de existencia social” y las Auc como una “formación elitista orientada a la defensa”.

Dicha presentación se hace desde diversos puntos de vista como la manera en que se aborda el tema de las emociones en actores armados colombianos y qué planteamientos se toman en cuenta para guiar una investigación de esta naturaleza, al igual que las estrategias para identificar el uso de emociones en diversas producciones orales o discurso emocional.

Marco teórico

Para poder desarrollar esta investigación, es importante determinar cuáles serán los conceptos que ayudarán a construir las afirmaciones o negaciones a las preguntas y a los objetivos de esta misma. El concepto de discurso, se entiende, según Tanius Karam (2005) como aquello que se emplea para explicar y abordar fenómenos amplios tanto en su contenido como en el manejo del emisor, igualmente se le considera como un proceso de producción lingüístico como parte de un modelo de comunicación, influenciada por el lugar y el tiempo en que el sujeto o el enunciador organiza sus palabras para una función y receptor determinados. Igualmente se considera como una práctica social relacionada a determinadas condiciones sociales, ideologías y contexto cultural e histórico.

Siguiendo esta definición y enfocándola a la presente investigación, la estructura o la manera en la que se construye el discurso político se debe realizar considerando que es necesaria la validez de lo que se dice relacionándola con la situación de comunicación donde se va a desarrollar. Tomando en cuenta que la política hace uso de relaciones de fuerza simbólica donde la conquista y el uso del poder deben de ser legitimados por un público o votantes.

Con respecto a la construcción del discurso político de victoria, se deben de observar ciertas características argumentativas presentes en el discurso político como la simplificación, la cual busca conectar con el público por medio de valores precisos y claros por la mayoría de la población, sin perder la esencia de su significado, reconociendo que las verdades que pueden llegar a decirse serán parciales. Los modos de razonamiento muestran la fuerza de la razón y de la veracidad expresando aquello que se cree cierto y que el resto debe de creer de esa misma manera. (Charaudeau, 2009).

Se encuentran dos tipos de razonamiento causal: el ético, que plantea la finalidad o el objetivo de hacer que los individuos se centren a una idea principal simple que les permite involucrarse en un proyecto político determinado, y el pragmático, una consecuencia planteada como inevitable que se obtiene convenciendo al público de que es la única solución para alcanzar una meta determinada. Los valores deben ser escogidos con detenimiento por el político ya que deberá de conectar con su público por medio de ellos, tomando en cuenta diversos obstáculos como la pluralidad de los valores y la evolución o la transformación de estos mismos para satisfacer a la mayor cantidad de personas posible.

Por último, la elección de los argumentos que sirve para recordarle al público la fuerza de los valores que se comparten y que estos mismos son los que los conectan, es el elemento que determinará la fuerza o el dominio del orador sobre el público (Charaudeau, 2009).

El objetivo principal del discurso político, según la definición de discurso de Karam (2005), es incitar a pensar y a actuar más allá de demostrar, está centrado en transformar o fortalecer las opiniones del público ligadas a las emociones para poder realizar una conexión que podrá utilizar para lograr diversos objetivos. La atenuación y la intensificación juegan un rol importante en la labor del discurso al querer crear un vínculo único y a la vez grupal con el receptor haciendo uso de los instrumentos verbales para resaltar o mitigar los diversos elementos que se encuentran en su discurso cuidando así esta relación que se ha ido construyendo a lo largo del proceso electoral. (Albelda, 2005; Albelda, 2014)

De acuerdo con Albelda y Briz (2005, 2013), la atenuación se basa en la disminución de algo, principalmente de aquello que se dijo o se desea expresar ligándose con la cortesía en un sentido pragmático convirtiéndose en reguladores del habla relacionados con el tacto y la modestia aun cuando se expresa desacuerdo o se desea restar valor a lo que uno o el otro dice como parte de una estrategia para lograr o cumplir con una meta establecida en el acto del habla. A su vez, es una estrategia de mitigación y reparación de los actos amenazadores de la imagen ajena y propia.

Específicamente, la atenuación lingüística tiene que ver siempre con la eficacia y con la actividad argumentativa: minorar, minimizar, mitigar, debilitar la acción e intención o el efecto que estas puedan tener o haber tenido en la interacción, y en dicha estrategia están implicados los hablantes, los oyentes y los terceros, estén o no presentes afectando a las relaciones interpersonales, participando como actividad social. La atenuación es un mecanismo estratégico de distanciamiento lingüístico del mensaje y de acercamiento social. (Albelda, 2005; Briz y Albelda, 2013; Meyer-Hermann, 1988)

Hagamos ahora referencia a la intensificación como rasgo discursivo que se muestra como una manifestación de la expresividad donde el emisor destaca diversos elementos sentimentales para influir de cierta manera sobre el receptor

modificando los rasgos significativos de las palabras por medio de la cuantificación o de la gradualidad de su cualidad, al igual que modifica los significados lingüísticos para lograr determinados efectos retóricos. Igualmente hace uso de ciertos procedimientos para llamar la atención del público aumentando o modificando el valor de objeto, por ejemplo, usando la exageración para resaltar solo aquello que se desea que sobresalga del discurso o del texto.

También la intensificación puede utilizarse en el realce de uno o algunos elementos del enunciado o de la enunciación y en la reparación mediante operadores lingüísticos creados por medio de la interacción con una intención funcional para aumentar las obligaciones del hablante. (Albelda, 2005; Albelda, 2014; Meyer-Hermann, 1988)

Por último, a partir del concepto de la autoimagen propuesto por Nieves (2012), su construcción se relaciona a las acciones realizadas por una persona para que su comportamiento esté coordinado con la imagen social que ha creado para salvaguardarla, protegerla o repararla, dichas acciones se denominan como un conjunto de estrategias y recursos lingüísticos que protegen la imagen del emisor de posibles amenazas de origen verbal en diversos intercambios comunicativos. De igual manera, la autoimagen se relaciona a lo social volviéndose personal e individual afectando a la identidad social del individuo que puede verse influenciada por un grupo social, más que por opinión o criterio propio por medio de rituales para ser aceptado o bien visto desempeñando diversos roles determinados por el mismo individuo.

Desarrollo

Objeto de estudio

Para entender el contexto en el que se presentaron los objetos de estudio, es importante considerar el contexto en el que se desarrollaron y sus emisores. En el 2016, Francia quería abandonar al Frente Nacional con Marine Le Pen. En la primera vuelta de las votaciones regionales, el Frente Nacional o FN era

el partido más popular declarándose como víctimas de la manipulación y la difamación sin dejar de lado la imagen de partido de oposición proclamando que ya no existía un “abismo” entre izquierda y derecha, sino entre globalistas y patriotas.

La popularidad de Nicolas Sarkozy disminuyó a partir de los atentados en Francia, por primera vez en la quinta República, Hollande decidió anular su reelección después de su primer mandato debido a su falta de popularidad y de los comentarios negativos realizados en el libro publicado por su esposa. La votación estaba en un estado de emergencia provocado por los atentados realizados en noviembre del 2015, una posible intervención rusa en las elecciones haciendo uso de ciberataques y las tasas elevadas de desempleo, pensiones, seguridad social, deuda pública y contaminación.

Los candidatos más populares eran Alain Juppé y Nicolas Sarkozy de parte de los Republicanos, y Manuel Valls y Arnaud Montebourg por el Partido Socialista, pero, estos últimos fueron eliminados por François Fillon y Benoît Hammon. En la primera vuelta, con once candidatos, Macron pasó a la segunda vuelta con Marine Le Pen, François Fillon y Jean-Luc Mélenchon y, después de esta segunda vuelta, Macron ganó con 66.1 % contra 33.9 % de Le Pen. (Le Monde, 2017)

Los partidos como “L’Europe Ecologie Les Verts” o Europa Ecología Los Verdes, “Modem” o Movimiento Demócrata, “L’UDI” o Unión de los Demócratas e Independientes y el Partido Comunista prefirieron hacer alianzas entre ellos. Fillon y Le Pen tenían escándalos sobre favoritismos, corrupción y creación de empleos ficticios que provocaron una falta de interés en los votantes que favoreció a Macron. Asimismo, la crisis migratoria en Europa provocó dudas sobre la globalización y el futuro de la Unión Europea; además del aumento de poder por parte de China y Rusia, y las elecciones americanas fueron factores que buscaban reforzar las fuerzas armadas del país. (El País, 2017; Europa Press; 2017)

Emmanuel Macron, actual presidente de la V República de Francia (Clarín, 2018), realizó estudios de filosofía en la

Universidad de París-Nanterre y posteriormente de política en el Instituto de Ciencias Políticas de París y en la Escuela Nacional de Administración en 2004. Su trayectoria empezó desde que era muy joven en el mundo de la Banca trabajando para el Banco Rothschild y cerrando para ellos un trato de nueve mil millones de euros para luego involucrarse en el mundo de la política como Secretario Adjunto de la Presidencia en 2012 y la fundación del partido ¡En Marcha! en 2016. El año 2017 se postuló como candidato de este mismo partido para la presidencia de Francia quedando victorioso con 66.1 % contra 33.9 % de Le Pen de las votaciones, como ya se ha señalado.

Mientras, en el 2018, las elecciones llevadas a cabo en el mes de julio en México, los candidatos a la presidencia eran José Antonio Meade para el Partido Revolucionario Institucional (PRI), Andrés Manuel López Obrador de la coalición Juntos Haremos Historia por el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) y los partidos del Trabajo (PT) y Encuentro Social (PES), Ricardo Anaya por la coalición Por México al Frente de los partidos de la Revolución Democrática (PRD), Movimiento Ciudadano y el Partido Acción Nacional (PAN), y Jaime Rodríguez Calderón como candidato independiente después de que Margarita Zavala se retirara de la disputa.

La popularidad de AMLO en las redes sociales y en los medios tradicionales era mayor a la de sus contrincantes, siendo esta una constante en anteriores elecciones donde este candidato ha participado, al igual que su imagen fue cuidada evitando todo tipo de escándalos. Igualmente, las candidaturas independientes se hicieron presentes como tema popular durante estas elecciones, las cuales solo se han hecho presentes tres veces para diversas contiendas políticas mexicanas (Najar, 2018).

Importantes voceros políticos, como el Instituto Nacional Electoral (INE) (Servín Vega, 2017), declaraban que no era el mejor momento para el país de realizar dichas elecciones, debido al nivel de desconfianza y de inconformidad por parte de los votantes hacia las instituciones democráticas, especialmente

porque estas serían las elecciones más grandes de la historia de México.

Dicha inconformidad también se debía a las altas tasas de violencia e inseguridad en todo el país obteniendo la cifra más alta de carpetas de investigación de homicidio doloso en los últimos 20 años según la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) tomando en cuenta las agresiones hacia personas que asumían cargos, afiliados a partidos políticos y candidatos.

Andrés Manuel López Obrador (AMLO), actual presidente de México, tras licenciarse en Ciencias Políticas y Administración Pública, presentó en 1976 su tesis sobre el proceso de formación del Estado Nacional en México de 1824 a 1867. Dentro de sus primeras acciones políticas se encuentra su labor por los indígenas chontales en el Instituto Indigenista de Tabasco para después contar con el apoyo de Carlos Pellicer para Senador del estado de Tabasco.

Desde su presidencia del Partido de la Revolución Democrática (PRD) en 1996 y del Movimiento Regeneración Nacional (Morena) en 2012 hasta la presidencia del México en 2018, realizó diversas labores en pro de la gente del campo y publicó diversos libros detallando su evolución en el contexto político mexicano y sus tres candidaturas previas a su victoria.

Metodología

El objeto de estudio por analizar consta de dos videos con una duración entre 14 y 16 minutos: de la parte francesa, con una duración de doce minutos, se analizarán 1011 palabras; de la parte mexicana, con una duración de dieciséis minutos, se analizarán 1046 palabras.

La metodología utilizada es de índole cualitativa debido a que realizará un análisis del discurso emitido por Emmanuel Macron y Andrés Manuel López Obrador. La metodología cualitativa se centra en los elementos no cuantificables o subjetivos, los cuales ocupan la interpretación del investigador como instrumento de medida debido a que los resultados dependerán de su

interpretación y análisis para comprender el objeto de estudio para generar teorías e hipótesis.

La transcripción literal de ambos videos permite facilitar la identificación de los elementos intensificadores y atenuadores presentes en los discursos de ambos candidatos considerando que se deben realizar diversas clasificaciones que después se describirán con detenimiento. De manera general, se separarán los extractos o elementos atenuadores e intensificadores presentes en cada discurso según las clasificaciones de Albelda y Briz (2005; 2013).

Continuando con el análisis, de manera individual, cada texto se analiza según los elementos encontrados para su mejor entendimiento, en especial si se busca comprobar si existe o no un trasfondo en el mensaje emitido por cada candidato y conocer el verdadero mensaje.

Al final, después de realizar el análisis individual, se realizará un análisis comparativo, ambos en su lengua original, para identificar las semejanzas y diferencias en cada uno considerando, al mismo tiempo, aquellos elementos contextuales compartidos a pesar de tener como diferencias evidentes el país de origen, la lengua materna, el contexto sociocultural y la trayectoria así como su imagen ante los votantes y el público general.

Análisis y resultados preliminares

Para realizar el análisis de ambos discursos, se hizo uso de dos tablas o clasificaciones generadas por Briz y por Albelda. En la primera tabla (Briz y Albelda, 2013), ambos autores proponen una clasificación en base a la función general del elemento atenuante en el discurso que va desde velar por sí mismo evitando o reduciendo el compromiso de lo dicho por el emisor autoprotegiendo su imagen, “curar” o arreglar su imagen con el fin de ganar o no perder la imagen ya construida, prevenir una posible amenaza a la imagen del otro o un obstáculo para cumplir con un objetivo en específico o meta, hasta reparar una amenaza a la imagen del otro o una intromisión en la imagen del otro.

Tabla 1. Clasificación en base a la función general del elemento atenuante en el discurso

Función	Descripción
Función 0	Velar por sí mismo evitando o reduciendo el compromiso del hablante con lo dicho, sin que medie directamente un interés de la imagen, Autoprotección de la imagen.
Función 1	Velar por sí mismo autoprotegiéndose por lo dicho o por lo hecho, con un interés de ganar o no perder la imagen. Autoprotección con imagen. Salvaguarda del yo. Curarse en salud.
Función 2	Prevenir una posible amenaza a la imagen del otro o un posible obstáculo en la consecución de una meta. Prevención. Salvaguarda del yo y del tú.
Función 3	Reparar una amenaza a la imagen del otro o una intromisión en el territorio del otro. Curación. Salvaguarda del yo y del tú.

Fuente: Elaboración de los autores a partir de la clasificación de Briz, A. y Albelda, M. (2013). Una propuesta teórica y metodológica para el análisis de la atenuación lingüística en español y portugués. La base de un proyecto en común.

Por parte de la intensificación, Albelda (2005) realiza una clasificación en base a los recursos utilizados en los elementos o extractores intensificadores en el texto. Los recursos morfológicos son los sufijos y prefijos que permiten que ciertas expresiones intensifiquen lo dicho en el texto sean de índole aumentativa o diminutiva como *-ito/-ita*: *ponte aquí cerquita / muy cerca*, los recursos lexicales son los sustantivos, los adjetivos, los verbos, los adverbios, los refranes y las locuciones donde el sema intensificado se encuentra en el propio lexema, los recursos sintácticos se presentan en las estructuras sintácticas por medio de repeticiones y enumeraciones, y los recursos semánticos se presentan cuando se hace uso de la ironía o del sentido figurado en el discurso para reforzar el enunciado emitido.

Tabla 2. Clasificación en base a los recursos utilizados en los elementos o extractores intensificadores en el texto

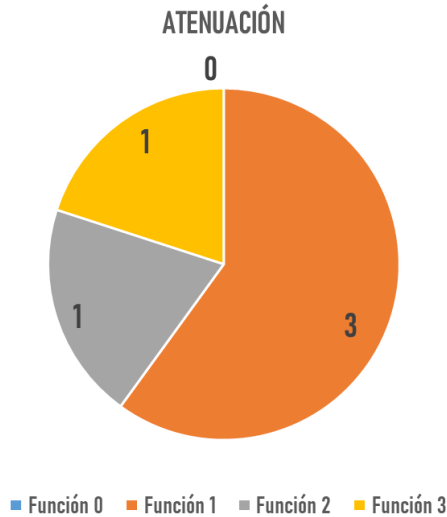
Recurso	Definición
Morfemático	Los sufijos y prefijos, en el uso de la lengua oral y escrita, permiten que ciertas expresiones tengan carácter intensificador, no solo poseen significado intensificador los sufijos aumentativos, también los diminutivos pueden adquirir ese valor (por ejemplo, -ito: ponte aquí cerquita: “muy cerca”)
Léxico	Los sustantivos, adjetivos, verbos, adverbios, así como también las fraseologías, locuciones, refranes y formas rutinarias. El sema intensificado se encuentra en el propio lexema.
Sintáctico	Los modificadores de las categorías gramaticales nucleares, las estructuras sintácticas intensificadas en sí mismas, las repeticiones y las enumeraciones.
Semántico	El uso de tropos o del sentido figurado y la ironía, elementos que se emplean en la comunicación con el fin de reforzar el enunciado emitido.

Fuente: Elaboración de los autores a partir de la clasificación de Albelda, M. (2005). Discordancia entre atenuación/cortesía e intensificación/descortesía en conversaciones coloquiales.

Como parte de los resultados preliminares de esta investigación, se pueden encontrar los siguientes datos de ambos objetos de estudio:

En el discurso de victoria mexicano, emitido por Andrés Manuel López Obrador, se analizaron 1046 palabras donde se encontraron fragmentos tanto atenuadores como intensificadores. De la parte atenuadora, considerando la clasificación anteriormente explicada, hay 5 extractos que corresponden a las funciones 1, 2 y 3 de las cuales se escogieron dos para ejemplificar el proceso de análisis realizado, pero se pueden visualizar en la siguiente gráfica:

Gráfica 1. Frecuencia de la función general del elemento atenuante en el discurso de victoria mexicano, emitido por Andrés Manuel López Obrador



Fuente: Elaboración de los autores a partir del análisis del discurso de victoria de Andrés Manuel López Obrador, aplicando la clasificación de Briz, A. y Albelda, M. (2013). *Una propuesta teórica y metodológica para el análisis de la atenuación lingüística en español y portugués. La base de un proyecto en común.*

En el extracto “Soy muy consciente de mi responsabilidad histórica. No quiero pasar a la historia como un mal presidente”, el locutor hace uso de la función 1 donde se busca autoprotección para ganar o mejorar la imagen ya establecida de sí mismo. AMLO, como se le conoce o se le hace mención en los medios, en esta parte del texto busca reducir la inquietud del espectador demostrando que todas las propuestas que realizó en su discurso sobre los grandes cambios que desea crear con su Cuarta Transformación son con el fin de mejorar la imagen del presidente mexicano que sus antecesores han dañado

provocando el descontento del público y la falta de confianza que estos tienen hacia las diversas autoridades que se evidencian en los diversos medios digitales y tradicionales a lo largo y fuera del país.

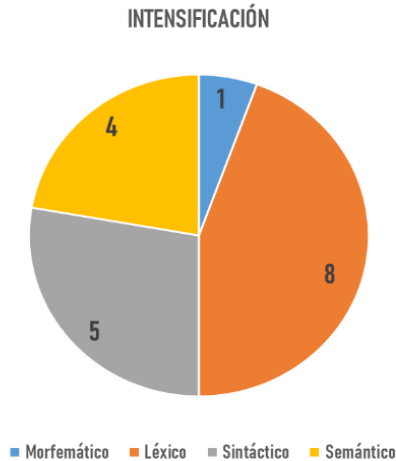
Dicha autoprotección se realiza con el fin de justificar los medios que empleará en un futuro para mejorar la calidad de la vida en el país ya que, en diferentes medios de opinión, se han llegado a considerar como imposibles o alejados de la realidad mexicana y la atenuación sirve para ello, suavizar el impacto de las propuestas poco convincentes para algunos hechas por el actual presidente.

En el extracto “Vamos nosotros a actuar de forma respetuosa y la transición va a ser ordenada para que se mantenga la estabilidad económica y financiera, que no haya sobresaltos, para que de esta manera podamos sacar adelante a nuestro país, a nuestro querido México” se hace uso de la función 3, la cual corresponde a salvar la imagen del yo y del tú, en este caso de AMLO y del público al referirse a lo que va a conllevar dicha transformación en un contexto real usando el nosotros como parte de la imagen que ha ido trabajando durante su campaña, la de ser uno más del pueblo.

Aquí la atenuación busca proteger a futuro lo que sus servidores en las diferentes áreas gubernamentales del país realizarán bajo sus órdenes buscando que el público confíe en que la transición será como él lo menciona: ordenada y evitando sobresaltos. El público debe confiar ciegamente en esto, haya o no votado por él, esté o no conforme con la decisión de que él representará y velará por el país lo que lleva a una posible doble intención donde se busca evitar un descontento previo a que ocupe el poder utilizando el argumento de mejorar a México sin entorpecer la rutina ya establecida del público.

Continuando con la parte de la intensificación, se hacen presentes los cuatro recursos propuestos por Albelda en un total de 18 extractos, de los cuales se expondrán dos, pero el resto se podrá visualizar en la siguiente gráfica:

Gráfica 2. Frecuencia del tipo de recursos intensificadores en el discurso de victoria mexicano, emitido por Andrés Manuel López Obrador



Fuente: Elaboración de los autores a partir de la aplicación al análisis del discurso de victoria de Andrés Manuel López Obrador, de la clasificación de Albelda, M. (2005). Discordancia entre atenuación/cortesía e intensificación/descortesía en conversaciones coloquiales.

En el extracto “[...] conozco todo lo que han hecho los demás presidentes desde Guadalupe Victoria hasta el actual y yo quiero pasar a la historia como un buen presidente de México”. se hace uso del recurso semántico para reforzar el mensaje emitido por medio de ironía o de tropos donde existe un mensaje sobreentendido como lo es conocer las labores realizadas por los anteriores presidentes a lo largo de la historia de México incluyendo a Enrique Peña Nieto, quien contaba con una fuerte presencia en los diversos medios donde las opiniones eran diversas y se hacía uso de su imagen a manera de mofa por su mandato y los logros obtenidos a lo largo de seis años y quien compitió en anteriores elecciones contra López Obrador.

Nuevamente se hace uso de la frase “buen presidente” utilizada en extractos anteriores donde busca resaltar que todo lo

que se ha realizado en México previo a su mandato va a verse opacado por aquello que pretende hacer con el país, los logros y las mejoras que se realizarán serán tales que provocará un renacer y un punto de partida en la historia política.

Igualmente, en el extracto “Vamos a trabajar también respetando la autoridad constituida. No vamos, nosotros, a faltarle el respeto a las actuales autoridades, vamos a respetar nuestro tiempo”, se hace uso de recursos semánticos, los cuales hacen uso de información sobreentendida para evitar explicar nuevamente al público por qué lo dice.

Al hacer uso del nosotros, especialmente en la segunda parte del extracto, se incluye a sí mismo y a sus seguidores como un nuevo país, un nuevo México donde las acciones realizadas contra el gobierno de Peña Nieto no continuarán refiriéndose a las múltiples marchas realizadas por los ciudadanos como las serían aquellas relacionadas con los 43 desaparecidos de Ayotzinapa donde miles de estudiantes a lo largo del país se enfrentaron contra las diversas autoridades establecidas para exigir una respuesta concreta sobre el fin que tuvieron dichos estudiantes normalistas mostrando así un enorme descontento que aún es latente y se considera como punto de referencia cuando se hace mención de las injusticias cometidas por el gobierno hacia el pueblo mexicano.

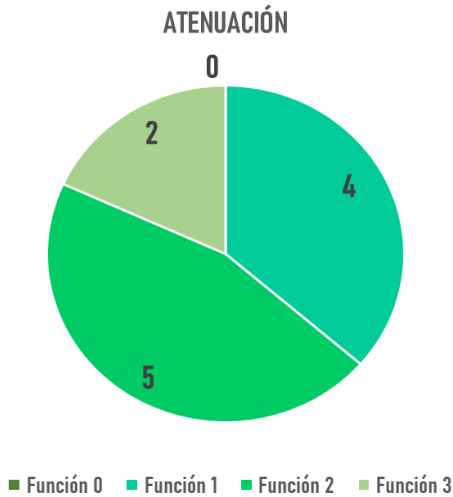
Cuando AMLO hace mención de esto, acentúa la idea de un nuevo grupo de ciudadanos que respetará y manifestará tranquilamente su opinión sobre lo que le agrada o no, si está conforme o no con la situación del país especialmente cuando hace mención del factor tiempo, lo cual, a su vez resalta que dichos cambios podrán verse de manera concreta después de una gran cantidad de tiempo pidiendo comprensión y apoyo al pueblo, que no desespere, lo cual puede alertar sobre la opinión del presidente de las marchas ciudadanas y su manifestación del descontento colectivo llegado el momento.

De parte del discurso de victoria francés, emitido por Emmanuel Macron, se analizaron 1011 palabras que se utilizaron para clasificar los elementos o fragmentos atenuadores

e intensificadores como se realizó con el discurso mexicano. En este discurso se encontraron un total de 11 fragmentos atenuadores y 38 fragmentos intensificadores.

De la parte atenuadora, los 11 fragmentos encontrados corresponden a las funciones 1, 2 y 3 de la clasificación propuesta por Briz y Albelda donde, igualmente, solo se mostrarán dos fragmentos para mostrar cómo se realizó el proceso de análisis. Debido a que los extractos se encuentran en su idioma original, en francés, se adjuntará una traducción de cada uno a lo largo del texto para facilitar la comprensión del lector. Igualmente, se podrá visualizar de manera general la clasificación de los elementos a analizar:

Gráfica 3. Frecuencia de la función general del elemento atenuante en el discurso de victoria francés, emitido por Emmanuel Macron



Fuente: Elaboración de los autores a partir del análisis del discurso de victoria de Emmanuel Macron, aplicando la clasificación de Briz, A. y Albelda, M. (2013). *Una propuesta teórica y metodológica para el análisis de la atenuación lingüística en español y portugués. La base de un proyecto en común.*

En el extracto “Je veux aussi ce soir avoir un mot pour les français qui ont voté pour moi sans avoir nos idées” o “Quiero también esta noche hablar con los franceses que votaron por mí sin compartir nuestros ideales”, se hace uso de la función 2 de Briz y Albelda que corresponde a la prevención de una posible amenaza a la imagen del candidato o emisor del mensaje.

Como hemos mencionado anteriormente, el candidato debe de cuidar la imagen que ha construido a lo largo de la contienda electoral sin importar su público, en este caso, para evitar el descontento del pueblo francés, debe de reconocer que no todos los votantes tomaron la decisión de escogerlo como presidente, por lo que debe de reafirmarle al público, sea o no votante, que la decisión tomada por la mayoría ha sido la indicada y trabajará a lo largo de su mandato para demostrarles que, a pesar de las diferencias de creencias es posible trabajar en conjunto.

Toda esta labor puede sumarle puntos a Macron en una futura reelección o en los momentos más susceptibles de su mandato frente a futuras amenazas tanto a su imagen como a la imagen de Francia.

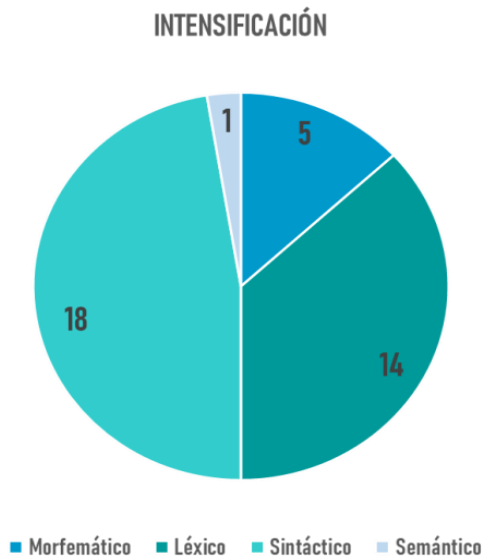
En el extracto “Ne les sifflez pas, ils ont exprimés aujourd’hui une colère, un désarroi malgré des convictions” o “No les chiflen, ellos han expresado el día de hoy una ira, una desesperación a pesar de las opiniones”, se hace uso de la función 3 que corresponde a reparar una amenaza a la imagen del otro, en este caso a la imagen de Marine Le Pen, su contrincante en la segunda vuelta de las votaciones presidenciales francesas considerando que entre el público había seguidores de ambos candidatos.

Al igual que el ejemplo anterior, Macron debe de cuidar su imagen ante el público en general reconociendo que su contrincante y sus votantes realizaron una labor similar a la que él realizó con su público, al decir que ellos han expresado ira y descontento quiere reafirmarles que ambos buscaban un cambio y mejorar la situación del país que entregaba Hollande. Al indicar que no les chiflaran, él busca mostrarse empático y a la vez demostrar su poder de una manera casual para reafirmar que

él es el que tiene la mayor influencia sobre el pueblo y no su contrincante sin necesidad de mostrarse arrogante.

De la parte intensificadora del texto se encontraron 38 fragmentos que hacen uso de los recursos propuestos por Albelda, donde se mostrarán dos extractos para ejemplificar el proceso de análisis empleado junto con la traducción correspondiente de cada uno. A su vez se adjunta una gráfica para visualizar de manera general la clasificación realizada:

Gráfica 4. Frecuencia del tipo de recursos intensificadores en el discurso de victoria francés, emitido por Emmanuel Macron



Fuente: Elaboración de los autores a partir de la aplicación al análisis del discurso de victoria de Emmanuel Macron, de la clasificación de Albelda, M. (2005). Discordancia entre atenuación/cortesía e intensificación/descortesía en conversaciones coloquiales.

En el extracto “Je vous protégerai face aux menaces, je combattrai pour vous contre la mensonge, l’immobilisme, l’inefficacité pour améliorer la vie de chacun” o “Yo los protegeré ante las amenazas, yo lucharé por ustedes contra la mentira, el conservadurismo, la ineficacia para mejorar la vida de cada uno”, se hace uso de recursos sintácticos donde los diversos modificadores gramaticales como las repeticiones y las enumeraciones acentúan el mensaje emitido por el candidato electo.

En el extracto “Vous vous êtes engagé et je sais qu’il ne s’agit pas d’un blanc-seing” o “Ustedes se han comprometido (conmigo) y yo sé que no es un <<cheque en blanco>>”, se hace uso de recursos semánticos donde el uso de tropos o de la ironía se emplean para acentuar el mensaje del emisor para crear una conexión con aquellos que han decidido ponerlo en el poder.

Desde un punto de vista comparativo, los discursos políticos de victoria mexicano y francés presentan diversas similitudes que se irán especificando al igual que sus diferencias, en conjunto, esto ayudará a tener una visión más clara de la relación que existe entre ambos objetos de estudio.

Iniciando con la atenuación, en ambos discursos no se hizo uso de la Función 0 correspondiente a la autoprotección de la imagen al reducir o evitar el compromiso del hablante con lo dicho debido a que el objetivo es de asegurar o de hacer creer que existe un compromiso garantizado hacia el bienestar y desarrollo de los países involucrados, por lo que las diferencias en el uso de la atenuación empiezan a marcarse.

Por parte del discurso mexicano, la función 1, correspondiente a la autoprotección de la imagen con un interés de ganar o no perder la buena imagen, es la más utilizada a diferencia del discurso francés, que utiliza mayoritariamente la función 2, prevención de una posible amenaza a la imagen o un obstáculo para llegar a la meta.

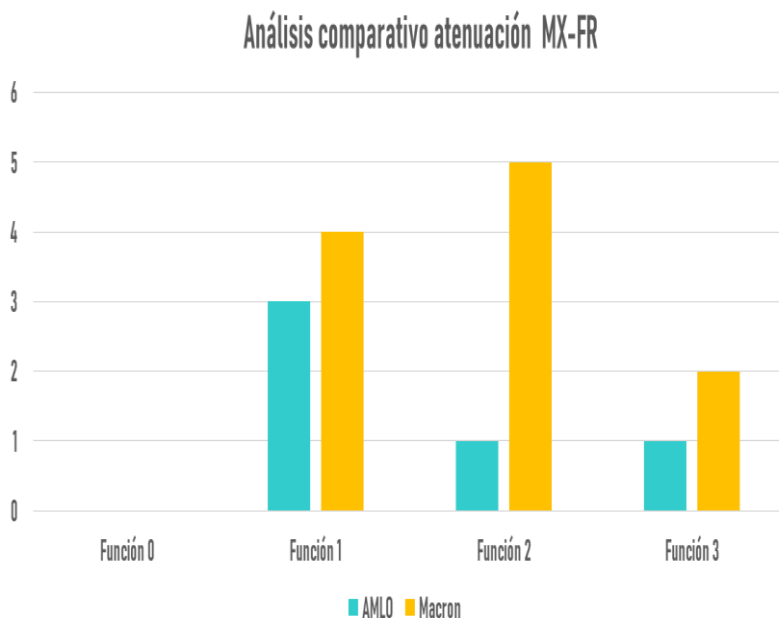
López Obrador desea reafirmar al pueblo mexicano que su mandato será el cambio que necesita el país para mejorar su calidad de vida, lo cual ha caracterizado su discurso a lo largo de los debates y presentaciones a los medios, la imagen de uno más del pueblo y para el pueblo, por ello ha luchado durante tres elecciones presidenciales para poder realizarlo.

Macron, por otra parte, el desea cuidar la imagen que ha ido construyendo a lo largo de la contienda electoral y los debates debido a que su defensa se basó en sus propuestas, las cuales buscan salvaguardar lo que caracteriza a Francia ante el mundo, debe prevenir toda amenaza producida por sus contrincantes y su público cuidando cómo se refiere a ellos durante su discurso de agradecimiento.

En cuanto a las funciones menos utilizadas en ambos discurso varían, mientras que el discurso francés optó por utilizar la función 2 en gran parte de su discurso (5 fragmentos), en el discurso mexicano casi no está presente y, al igual que la función 3 que corresponde a la reparación de una amenaza a la imagen del otro, solo aparecen una vez cada uno en el discurso. Las funciones 1 y 3 son las menos utilizadas en el discurso francés, pero tienen mayor presencia que en el mexicano, ya que en conjunto aparecen 6 veces, el equivalente a las veces en las que el discurso mexicano hizo uso de la atenuación.

Se puede apreciar, comparando ambos discursos, que el uso de la atenuación varía en el discurso mexicano y en el francés. Las prioridades de ambos candidatos electos varían: López Obrador opta auto proteger su imagen mediante su discurso, mientras que Macron previene daños a su imagen al hacer mención de sus contrincantes o temas sensibles para el público.

Gráfica 5. Análisis comparativo de la atenuación en las funciones en los discursos de México y Francia



Fuente: elaboración de los autores a partir de aplicar la clasificación de Briz, A. y Albelda, M. (2013) al análisis de los discursos de victoria de Andrés Manuel López Obrador y Emmanuel Macron.

Continuando con la intensificación, en ambos discursos se optó por el uso de recursos lexicales y sintácticos dejando de lado a los recursos morfemáticos y semánticos. Tanto López Obrador como Macron deciden acentuar elementos de su discurso por medio de repeticiones o de enumeraciones, al igual que uso de adverbios, locuciones y refranes como se puede apreciar en los ejemplos anteriores de cada candidato.

Igual que en el análisis comparativo de la atenuación, se pueden apreciar más elementos intensificadores en el discurso francés que en el mexicano, mientras que se identificaron 38 fragmentos intensificadores en el discurso de Macron, en el

discurso de AMLO se encontraron 11 fragmentos intensificadores casi equivalente al uso de recursos lexicales del discurso francés.

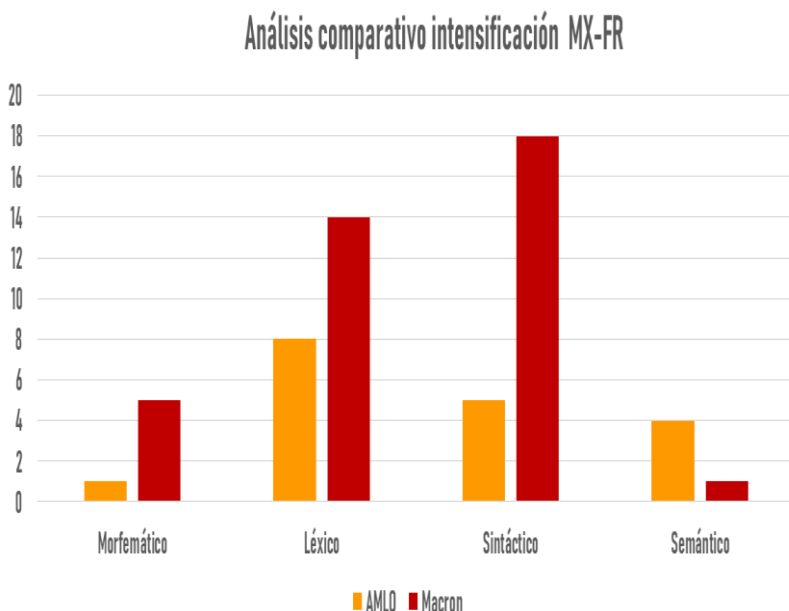
Otra de las similitudes encontradas es que en ambos, solo se hizo uso una sola vez de un recurso intensificador, en el discurso mexicano se hizo uso una vez del recurso morfemático que corresponde a los sufijos y prefijos que permiten que ciertas expresiones tengan carácter intensificado sean aumentativos o diminutivos, mientras que en el discurso francés se usó una sola vez el recurso semántico que corresponde a la ironía o al uso de tropos con el fin de reforzar lo enunciado haciendo patentes las intenciones de cada discurso.

Dejando en claro que la manera en que los candidatos cuidan su imagen por medio de la atenuación, es importante compararlo con el uso de la intensificación. Por la parte mexicana, la intensificación busca referirse a aquello que realizaron anteriores presidentes como un punto de referencia para mejorar reforzando la idea de que ha llegado el momento del cambio y que corresponde a la imagen que ha ido desarrollando con su público.

De parte del discurso francés, se opta por enumerar o enlistar para reafirmar la idea de todas las cosas en las que se trabajará y que se defenderán a lo largo del mandato de Macron para reafirmar la idea de que se han considerado los factores necesarios para lograrlo y dar una sensación de satisfacción.

Por ello, el uso tanto de la intensificación y de la atenuación permite cumplir diferentes objetivos con una meta en común que, por el hecho de que se trata de candidatos electos, se podría deducir que cumplieron.

Gráfica 6. Análisis comparativo de la intensificación en las funciones en los discursos de México y Francia



Fuente: Elaboración de los autores a partir de la aplicación al análisis de los discursos de victoria de Andrés Manuel López Obrador y Emmanuel Macron, de la clasificación de Albelda, M. (2005). Discordancia entre atenuación/cortesía e intensificación/descortesía en conversaciones coloquiales.

Conclusiones preliminares

A partir de los datos vistos en las gráficas, se puede deducir que tanto en el discurso político de victoria mexicano como en el francés, el uso de la intensificación es mayor que el de la atenuación, por lo que sus discursos se centran en acentuar o dar mayor atención a los elementos en los que se trabajarán y que ayudan a reforzar la imagen que han ido creando para sus votantes, lo cual permite conectar con ellos por medio de los valores que se protegen que van desde el cambio político de la

situación entonces actual del país hasta salvaguardar la esencia de este mismo.

Por parte del uso de la intensificación, principalmente los recursos léxico y semántico, se centra en resaltar conceptos ligados a la imagen del ciudadano francés y mexicano, específicos de cada cultura, y enumerar todos los elementos implicados o que lo estarán en el “cambio” por venir. Mientras que el uso de la atenuación es utilizada, por parte de la función 1, en ambos discursos, para proteger la imagen propia del candidato. En el caso francés con la función 2, se utiliza en su mayoría para prevenir una posible amenaza a su imagen.

En el discurso francés, la intensificación es utilizada para reafirmar y conectar con la imagen del ciudadano francés mientras que en el discurso mexicano, la intensificación es utilizada para reafirmar a sus votantes y al público todas las propuestas hechas durante la campaña electoral.

Fuentes consultadas

Bibliográficas

Albelda, M. (2005c). Discordancia entre atenuación/cortesía e intensificación/descortesía en conversaciones coloquiales. En Blas, J. L., Casanova, M. Velando, M.: *Discurso y Sociedad. Contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castellón, 581-590.

Buenfil, R. (Octubre de 1991). *Análisis de discurso y educación*. Conferencia en el Centro de Investigación Educativa de la Universidad de Guadalajara.

Briz, A. (s.f.). *Eficacia imagen social e imagen de cortesía. Naturaleza de la estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española. Estudios de la (des)cortesía en español*. Valencia: Universidad de Valencia, 51-89.

_____ (2012). La (no)atenuación y la (des)cortesía. Lo lingüístico y lo social: ¿son pareja?; en Escamilla, J y G *Miradas Multidisciplinarias a los fenómenos de cortesía y descortesía del mundo hispánico*. Barranquilla: Universidad del Atlántico/Universidad Estocolmo, 33-75.

_____ (2017). Otra vez sobre las funciones de la intensificación en la conversación coloquial. *Boletín de Filología*. Tomo LII, 2, 37-58

_____ (2006). Para un análisis semántico, pragmático y sociopragmático de la cortesía atenuadora en España y América. *LEA*, XXVIII, 2, Valencia: Universidad de Valencia.

_____ y Albelda, M. (2013). Una propuesta teórica y metodológica para el análisis de la atenuación lingüística en español y portugués. La base de un proyecto en común (ES POR ATENUACIÓN) *Onomazein* 28 288 319

- _____ y Estellés, M. (2010). On the relationship between attenuation, discourse practices and position. En G. Kaltenböck, W. Mihatsch y S. Schneider, *Studies in pragmatics 9. New approaches to Hedging*. Reino Unido: Emerald Group Publishing., 289-304.
- Guerrero-Solé, F. y Lopez-Gonzalez, H. (2012). Preparados para la guerra. La construcción de la identidad rusa post-soviética en los discursos de la Victoria. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 18. 10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n2.41022.
- Infante, J. y Flores, M. (eds.) (2014). La (des)cortesía en el discurso: perspectivas interdisciplinarias (imagen, actos de habla y atenuación). *Pragmática Sociocultural / Sociocultural Pragmatics*, 4(1), pp. 140-144. Retrieved 7 Nov. 2019, from Doi: 10.1515/soprag-2016-0007
- Meyer-Hermann, R. (1988). Atenuación e intensificación (Análisis pragmático de sus formas y funciones en español hablado), *AEF* 11, 275-290.
- Moeschler, J. et Zufferey, S. (2012) *Initiation à l'étude du sens*. Rantheaume: Sciences Humaines Éditions.
- Rivera, A. N. (1982). La auto-imagen del puertorriqueño [The self-image of the Puerto Rican]. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 14(1), 81-91.
- Santander, P. (2011). Porqué y cómo hacer análisis de discurso. *Cinta moebio* 41: 207-224. Doi: 10.4067/S0717-554X2011000200006
- Silva, H. (2011). Le statut de la langue française au Mexique: esquisse d'une problématique. *Synergies Mexique*, 1, 17-26
- Wisniewska, N. (2018). Espacios mentales en la creación de la autoimagen positiva de los partidos políticos. *Estudios Interlingüísticos*. Anual (6), p. 183-202.

Electrónicas

- En Marche [La République En Marche !]. (2017, Mayo 9). Emmanuel Macron au Louvre | Discours du 7 mai 2017. [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=2cJh_v5mmuc&list=LLFqzVW6fYSa_hGKyuNIfM-A&index=10
- López, M. (2014). Análisis del discurso. *Diccionario Digital de Nuevas Formas de Lectura y Escritura* [versión digital]. Salamanca, España: DiNle: <http://dinle.usal.es/index.php>
- Murillo, J. y Victoria, C. (2007). Discurso presidencial costarricense: estructura formal y tónica del último mensaje ante los diputados (1902-2002). *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*. Volumen 32 (2). p. 141-183. <https://doi.org/10.15517/rfl.v32i2.4295>
- Noticieros Televisa [Noticieros Televisa]. (2018, Julio 3). Simpatizantes de AMLO llegan al Zócalo Capitalino. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=jVbIyXd2AoM&t=10724s>