

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®

LA (DES)CORTESÍA Y LA AUTOIMAGEN EN EL DISCURSO FEMENINO DENTRO DEL ÁMBITO POLÍTICO INTERCULTURAL

DISCOURTESY AND SELF-IMAGE IN FEMALE DISCOURSE IN POLITICAL SPHERE

Sofía Lizeth Barrientos Martínez*

Orlando Valdez Vega**

Resumen: La lengua, al ser el medio por el cual los seres humanos expresan sus ideas, contiene elementos de comunicación más allá de los gramaticales con los que se necesitan para construir un mensaje. En esta investigación, se realizó un análisis discursivo tomando en cuenta los recursos de la (des)cortesía presentes en los discursos de las candidatas a la presidencia de México y Francia, Margarita Zavala y Marine Le Pen, y la relación del uso de estos recursos con el concepto de autoimagen que cada candidata construye en sus discursos. A partir del análisis se espera distinguir qué elementos discursivos se presentaron en el discurso de cada candidata para posteriormente contrastarlos y explicar de qué manera se manifiesta la (des)cortesía y la autoimagen en los discursos de ambas candidatas

* Becaria en el Programa de becas para esta investigación del Centro de Estudios Humanísticos de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

** Profesor investigador de la Licenciatura de Ciencias del Lenguaje de la Facultad de Filosofía y Letras. Asesor en este trabajo de investigación.

Abstract: Language, being the medium by which human beings express their ideas, contains elements of communication beyond the grammatical elements with which they are needed to construct a message. In this research, a discursive analysis was made taking into account the resources of the (de)courtesy present in the speeches of the presidential candidates of Mexico and France, Margarita Zavala and Marine Le Pen, and the relation of the use of these resources with the concept of self-image that each candidate constructs in their discourses. From the analysis it is hoped to distinguish which discursive elements were presented in the discourse of each candidate and then to contrast them and explain how the (des) manifests (de)courtesy and self-image in the speeches of both candidates.

Palabras clave: análisis del discurso, (des)cortesía, autoimagen

Key words: discourse analyze, (de)courtesy, self-image

1. Introducción

EL ANÁLISIS DEL DISCURSO ES EL ESTUDIO de la lengua en acción (Santander, 2011). En este sentido, se entiende que la lengua no sólo es el vehículo por el cual los seres humanos expresan y reflejan sus ideas, sino que es un sistema muy complejo que modifica y construye la realidad social (Santander, 2011). Cuando una persona habla, se sirve de diferentes recursos lingüísticos para comunicarse, dentro de los que ya no sólo entra en escena el contenido gramatical de la lengua, sino que se suman otros elementos de comunicación, como los no verbales, que pueden llegar a expresar más que las mismas palabras (Díaz, 2006).

Acerca del término “análisis del discurso”, fue Harris (1951) quien lo utilizó por primera vez para describir el estudio del enunciado, una unidad mínima presente en todo acto de habla, que va más allá de lo que encierra formalmente la oración. Partiendo de esta premisa, es posible considerar el análisis del discurso como una herramienta muy útil para descubrir los efectos que los discursos ejercen sobre la realidad social.

El análisis discursivo de esta investigación permitirá establecer un contraste entre dos lenguas: el español mexicano y el francés hablado en Francia a partir de dos entrevistas audiovisuales: la primera fue realizada a la candidata a la presidencia de la República Francesa, Marine Le Pen, en el programa especial por la época de las elecciones presidenciales en Francia, “Présidentielle 2017: 15 minutes pour convaincre”, el 20 de abril de 2017.

La segunda, centrada en la candidata a la presidencia de la República Mexicana, Margarita Zavala, fue emitida por el programa de debate y análisis político “Despierta con Loret” el 20 de febrero del año 2018. El análisis de ambos corpus tiene como finalidad describir los elementos de la (des)cortesía, los cuales se definen como actividades de imagen que atacan o resguardan la imagen tanto del locutor como del interlocutor (Hernández, 2013), y la autoimagen, que no pone énfasis en la imagen del interlocutor sino en la del locutor mismo, presente en

los discursos tanto de Zavala como de Le Pen, y de esa manera determinar las especificidades discursivas de la lengua española y francesa en el ámbito de la política.

1.1 Datos biográficos de Margarita Zavala y Marine Le Pen

Margarita Ester Zavala Gómez del Campo fue Primera Dama de México durante el tiempo que Felipe Calderón, con quien está casada, fue presidente del país en el período del 2006-2012. Dentro de sus acciones siendo esposa del presidente en curso, Zavala trabajó como la presidenta del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (La Verdad, 2018).

En el 2018, Zavala se convirtió en la primera candidata independiente en la contienda presidencial, no obstante, renunciaría a ella en medio del camino hacia las elecciones debido a la baja respuesta del electorado después del primer debate con el resto de los candidatos: Ricardo Anaya, Andrés Manuel López Obrador, Jaime Rodríguez y José Antonio Meade (La Verdad, 2018).

Marion Anne Perine Le Pen, hija del fundador del partido francés de ultraderecha “Frente Nacional”, es identificada como una mujer de esa misma ideología conservadora. Por esa ideología conservadora el Frente Nacional ha sido objeto de mucha polémica y escrutinio de parte de los medios de comunicación y análisis político en Francia (Bell, 2017)

Tras haberse postulado a la presidencia de la República de Francia en el año 2002, sin mucho éxito, en el 2017 volvió a incursionar en la contienda presidencial, siendo elegida para la segunda vuelta de las elecciones, compitiendo contra Emmanuel Macron, quien al final de la contienda terminaría ganando las elecciones del mencionado país. (Bell, 2017)

1.2 Contextos de México y Francia antes de sus respectivas elecciones presidenciales

Las elecciones presidenciales en México del 2018 estuvieron marcadas por cambios, estrategias y mucha indecisión por parte de los ciudadanos (Rojas, 2018). Los contendientes a la presidencia de México eran cinco: José Antonio Meade, del

Partido Revolucionario Institucional (PRI); Ricardo Anaya, del Partido Acción Nacional (PAN), Andrés Manuel López Obrador de Morena y dos candidatos independientes, Jaime Rodríguez “El Bronco” y Margarita Zavala.

Después de haber quitado al PAN del poder presidencial, el PRI había vuelto al mando del país con Enrique Peña Nieto a la cabeza, sin embargo, la poca aceptación que tuvo entre los mexicanos y el descontento que sentían los mismos ocasionó que se creara un ambiente de mucha incertidumbre con miras a la nueva elección presidencial, en la que era López Obrador quien iba al frente de las encuestas (Rojas, 2018)

Por otra parte, en Francia, desde el año 2016, se había querido detener la ideología del Partido de ultraderecha, el Frente Nacional, encabezado por Marine Le Pen. Durante toda la primera vuelta de las votaciones regionales, dicho partido se mantuvo como el más popular (BBC, 2017)

Por primera vez en la historia de la Quinta República en Francia, Hollande decidió anular su reelección después de su primer mandato, debido a la falta de aceptación en el pueblo francés. La votación se realizó en un ambiente de emergencia, debido a los atentados terroristas que tuvieron lugar en noviembre del 2015, una posible intervención rusa en las votaciones mediante ciber ataques y a los altos índices de desempleo, inseguridad, problemas sociales, deuda pública y contaminación en los que se veía envuelta la República Francesa (BBC, 2017).

Estando Francia en la época cercana a las votaciones de la primera vuelta, los once candidatos fueron invitados a participar en el programa “15 minutes pour convaincre” un programa producido especialmente, conducido por Lea Salamé y David Pujadas, con el objetivo de intentar convencer a los electores de la utilidad y pertinencia de sus propuestas. La dinámica de la emisión, como su nombre lo indica, consistía en que el candidato debía responder las preguntas retadoras de los presentadores, de una manera en la que éste defendiera sus propuestas y convenciera a la audiencia (BBC, 2017).

2. Problemática

Dentro de los discursos de Margarita Zavala y Marine Le Pen, candidatas a la presidencia de México y Francia, están presentes recursos de (des)cortesía que son utilizados por cada candidata para construir los mensajes que le desean transmitir a sus entrevistadores y a sus posibles votantes, siempre tratando de cuidar o construir una imagen frente a sus interlocutores. Estos recursos se presentan en forma de frases que buscan expresar esa (des)cortesía de manera implícita o explícita; es importante identificar de qué manera se manifiestan en cada discurso para entender cómo cada candidata construye su imagen frente a sus contrincantes y sus posibles votantes.

El hecho de conocer estos aspectos descritos le permite al futuro docente de francés tener un conocimiento profundo de la lengua que va a enseñar y de esa manera, le da la capacidad de comunicar a través de su enseñanza estos rasgos discursivos a sus alumnos, sin necesidad de dar una clase de análisis del discurso, pues las convenciones sociales que rigen los comportamientos en los países donde se habla la lengua que enseña, no son las mismas que las aplicadas en su país (Lima de Souza y Santiago, 2012). De esta manera, al transmitir el conocimiento de la lengua extranjera a sus alumnos, éstos lograrán desarrollar una comunicación efectiva al desenvolverse en el idioma aprendido, en este caso, el francés.

3. Justificación

En la comunicación existen huellas ideológicas y culturales que permiten el conocimiento del entorno socio político; de hecho, es el discurso donde se reproduce y se expresan estas ideologías (Van Dijk, 1999).

Se ha elegido para esta investigación el discurso político dado que este tipo de discurso es totalmente ideológico, es decir, quien lo reproduce busca comunicar su manera de entender los procesos sociales a quien lo escucha utilizando estrategias discursivas para transmitir el mensaje de manera que aquello que quiere comunicar llegue a todos los interlocutores posibles (Guerrero y Vega, 2015).

Quien maneja el discurso político utiliza la persuasión, definida por Reyes Cala (2015) como una actividad consciente realizada intencionalmente con el objetivo de inducir al interlocutor a pensar o actuar de una manera determinada. Sin embargo, dado que en todo momento la meta del locutor es convencer a su audiencia sin advertirla explícitamente de su intención, el hablante se sirve de estrategias discursivas, tales como la (des)cortesía y la autoimagen, que serán analizadas en los corpus antes descritos, para lograr su meta de convencer a quienes lo escuchan de sus ideas.

Dado que los futuros docentes de francés se preparan para ser especialistas de esta lengua, es urgente y necesario realizar estudios contrastivos entre los recursos discursivos del francés y del español mexicano para dar cuenta de las especificidades discursivas de cada sistema de lengua (Moeschler y Zufferey, 2012) y entender las implicaciones en los procesos comunicativos de ambos idiomas.

4. Antecedentes

El estudio realizado por Panke, Iasulaitis y Pineda (2015), de la Universidad de los Hemisferios, en Ecuador, es una investigación referente al análisis del discurso político en la propaganda televisiva de tres candidatas a la presidencia de sus países: Dilma Rousseff, en Brasil; Michelle Bachelet, en Chile y Cristina Kirchner, en Argentina.

Tras analizar 62 spots de Rousseff, 68 spots de Bachelet y 32 spots de Kirchner, se concluyó que los temas relacionados al género que más estuvieron presentes fueron la maternidad y la creación de nuevos empleos. Además, se determinó que, en todos los spots, las candidatas iban vestidas de forma típicamente femenina y que al mismo tiempo se les adjudicaban cualidades tradicionalmente asociadas con los hombres, tales como seriedad, determinación, rudeza, capacidad de liderazgo, entre otros.

Por otro lado, centrándose en el estudio de la presencia de los recursos de la (des)cortesía, Flores e Infante (2010) analizaron las estrategias de descortesía usadas en la interacción

comunicativa, en el contexto del intercambio dentro de un debate entre candidatos a la presidencia de México en el 2006.

Se realizó un estudio desde los recursos de la (des)cortesía, considerando el diálogo como un acto de la comunicación pues se toma en cuenta a todos los locutores quienes van construyendo el sentido de las enunciaciones. Al final, se concluyó que los candidatos a la presidencia de México del año 2006 atacaban la imagen del personaje con quien debatían, no tanto en su rol de político, sino como ser humano; ponían en duda sus cualidades éticas o morales para quitarle reivindicación frente al electorado.

5. Marco Teórico

5.1 ¿Qué es el discurso?

Partiendo de lo más general hacia lo particular, se puede decir que el lenguaje corresponde a un intercambio de comunicación (no necesariamente oral) entre los individuos miembros de una misma comunidad lingüística, el cual toma en cuenta, no sólo la estructura de la lengua hablada entre sus individuos, sino la función para la que se dará la interacción (Peralta, 2000).

Dentro del lenguaje, se encuentra el sistema complejo de signos que, por acuerdo social y cultural, se combinan para emitir un mensaje, es decir, la lengua (Montenegro, 2016). En este sistema, la forma adquiere una importancia más grande que en el caso del lenguaje en general, pues al hablar de la lengua, se deben tomar en cuenta las estructuras convencionalmente aceptadas para que el mensaje emitido tenga sentido, coherencia y sea entendible para quien lo escucha.

Una vez definido lo que es lenguaje y lengua, lo que sigue es centrar la atención en el habla, que es la expresión del lenguaje utilizando oralmente el sistema de signos previamente establecido y aceptado colectivamente. Saussure (1916) sostuvo que el habla y la lengua, están inevitablemente ligados, pues la lengua se atribuye a lo social y el habla a lo individual. Para que el habla tenga sentido, es indispensable contar con una lengua

compartida y aceptada, sin embargo, para que la lengua llegue a establecerse, es necesario su uso mediante el habla.

De esta forma, se puede decir que, si bien mediante el lenguaje los individuos pueden comunicarse, es gracias a la lengua y el habla que esa comunicación se vuelve efectiva y puede ser transmitida de manera clara para su práctica y evolución.

Ahora bien, antes de definir el discurso, es necesario definir la parte más pequeña que lo compone, es decir, el enunciado. De acuerdo con la teoría de Benveniste (1974), el enunciado corresponde específicamente al acto de hablar, pero implica más que la acción misma, es decir, al enunciar, el individuo se apropia de la lengua con la que enuncia.

En cuanto a lo que se refiere el término de discurso, se optó por la definición de De la Fuente (2001-2002), quien lo describe como el proceso en el que el individuo utiliza su competencia comunicativa para estructurar y organizar los elementos lingüísticos con el fin de realizar acciones sociales y entrar en un rol determinado al emitir su discurso.

A partir de esta definición, se puede decir que, para analizar el papel del discurso en la sociedad, se debe estudiar de qué manera la influencia entre el discurso y la comunidad lingüística se manifiesta en las estructuras lingüísticas que fueron elegidas para construir el discurso.

5. 2 El discurso político

Como se propuso anteriormente, para analizar el discurso es fundamental saber que el contexto en que éste es emitido tiene una injerencia total en el mensaje que se está transmitiendo y en los recursos que son empleados para producirlo. Esta investigación se centra en el discurso dentro del contexto de la política, por lo que es necesario conocer lo que se entiende por discurso político.

Dentro del ámbito político, específicamente en el tiempo de las contiendas electorales entre miembros de diferentes partidos políticos, el discurso es el arma más poderosa que estos actores

sociales tienen para lograr su objetivo de ejercer una influencia en la opinión del electorado y así ganar adeptos a su causa.

Para fines de este estudio, se consideró la definición propuesta por Pereira y Soler (2015) quienes definen el concepto de discurso político como un acto público donde se lleva a cabo un proceso básico de comunicación, en el que interviene un locutor, el mensaje que éste emite y un interlocutor que recibe e interpreta el mensaje. La construcción de este tipo de discurso utiliza diferentes estrategias discursivas que persiguen, todas, el mismo objetivo de persuadir y convencer a quienes lo escuchan.

Si bien existen múltiples estrategias discursivas que pueden cumplir los objetivos antes mencionados, la presente investigación centra su atención en los recursos de la (des)cortesía y la autoimagen presentes en los discursos de dos candidatas a la presidencia de sus respectivos países, Margarita Zavala en México y Marine Le Pen en Francia.

5.3 La actividad de imagen: (des)cortesía y autoimagen en el discurso político

Cuando se analiza el discurso político, es importante saber que cada vez que quien emite el discurso habla, no sólo tiene en sus palabras el objetivo de convencer y persuadir a quien lo escucha, sino que está en constante construcción de la imagen de sí mismo, de acuerdo con el tipo de público que lo está escuchando (Segovia, 2012).

La actividad de imagen se define como una acción individual o personal que mezcla lo social con lo comunicativo y que tiene un efecto en la identidad social del individuo que emite el discurso; las repercusiones que la actividad de imagen puede tener en los receptores del discurso se dan de acuerdo a los criterios sociales que fueron previamente acordados por el grupo comunicativo al que el emisor del discurso se dirige (Hernández, 2013).

Hablando de discurso político, se puede considerar a las actividades de imagen como un “plan de acción” (Kaul y Cordisco, 2014) en el que los emisores intentan crear o

confirmar características que ellos mismos creen tener y que van a utilizar según el contexto y un momento determinado.

Con el fin de crear una imagen de ellos mismos, los políticos recurren a diferentes estrategias discursivas para crear su discurso. En esta investigación se consideraron los recursos de la (des)cortesía y la autoimagen como fenómenos que se presentan en el discurso político con el fin de cuidar, afectar o defender la imagen, tanto de quien los utiliza al hablar como de quien los escucha.

Por una parte, tomando como base las teorías expuestas por Hernández (2013) y Bravo (2005), se puede definir la actividad de imagen de cortesía como un fenómeno comunicativo que no sólo relaciona la imagen del locutor y el interlocutor, sino que tiene como finalidad que mediante el discurso ambas imágenes resulten beneficiadas. Este efecto positivo se logra gracias al hecho de que se protege, repara, realza o confirme la imagen de quien funge como interlocutor en la actividad comunicativa, esto mediante normas y códigos sociales que son aceptados por la comunidad comunicativa. La cortesía tiene como particularidad que, mientras se trata de hacer quedar bien la imagen del interlocutor, la imagen del locutor mismo resulta beneficiada, por lo que el efecto provocado por esta actividad de imagen es totalmente positivo para ambas partes.

Por otro lado, a la luz de las definiciones otorgadas por Flores e Infante (2010) y Kaul y Cordisco (2014), se define como descortesía como un comportamiento comunicativo que, intencionalmente busca afectar la imagen del interlocutor atacándola, denigrándola, dañándola u ofendiéndola para disminuirla y lesionarla y así obtener un efecto casi totalmente negativo en el resultado final de la interacción en el discurso.

Del mismo modo que la actividad de imagen cortés, el efecto negativo recae tanto en el locutor como en el interlocutor, por lo que al ser descortés, el hablante no sólo tiene un perjuicio en la imagen de quien lo escucha, sino en la de él mismo por haber tomado esa actitud; claro está que, igual que con el efecto

positivo, el efecto negativo que causa la descortesía se sirve de códigos ya establecidos y aceptados en el contexto en el que el discurso es emitido.

Finalmente, existe una tercera actividad de imagen, que puede ser confundida con la actividad cortés pero que no tiene ni la misma intención ni el mismo efecto que ésta. La actividad de autoimagen, cuya definición fue tomada de la teoría de Hernández (2013), constituye un comportamiento comunicativo en el que quien emite el discurso realza, protege o confirma su propia imagen. No es igual que la cortesía porque en esta actividad de imagen no existe una intención de obtener o provocar un efecto en la imagen del interlocutor, quien se ve afectado de manera neutral por el mensaje; en cambio, el efecto del discurso recae sólo sobre la imagen del locutor.

6. Metodología

La presente investigación sigue la técnica del Análisis del Discurso (AD), mediante la cual se pueden estudiar dos corpus previamente seleccionados, uno en español mexicano y otro en francés de Francia, utilizando estrategias cualitativas y cuantitativas. Debido a su versatilidad, la información puede ser tratada bajo diferentes procedimientos, según el objetivo y el momento en el que la investigación se desarrolle, sin monopolizar el enfoque, sea cuantitativo o cualitativo (Sayago, 2014).

El corpus francés fue obtenido de una entrevista hecha a Marine Le Pen en el programa “Présidentielle 2017: 15 minutes pour convaincre”, un programa especial televisado por France 2, por el fin de la primera vuelta de las elecciones francesas, donde los entrevistadores confrontaron durante 15 minutos las propuestas de cada candidato por la presidencia de Francia, entre los que se encontraba Le Pen.

La emisión de dicho programa fue el 20 abril 2017 y los encargados de realizar la entrevista fueron Léa Salamé, periodista de la cadena televisiva France 2, enfocada en las noticias en el ámbito político, y David Pujadas, politólogo y periodista de la cadena televisiva TF1. Este corpus consta de

3647 palabras transcritas de un video con una duración de 18 minutos con 14 segundos.

El corpus mexicano se obtuvo de una entrevista realizada a Margarita Zavala en el programa de entrevistas, noticias y análisis “Despierta con Loret”, emitido el 20 de febrero del 2018 por la empresa Televisa. Dicho programa es conducido por Carlos Loret de Mola, quien fuera titular de Primero Noticias en la misma empresa, economista y periodista, Ana Vega, politóloga, periodista y conductora de radio y televisión y Enrique Campos, director de Noticias de Radio Fórmula, una radiodifusora muy reconocida en México. Este corpus contiene 3588 palabras que fueron transcritas de un video de 18 minutos con 39 segundos de duración.

Después de la elección y transcripción de los corpus se procedió a analizar fragmento a fragmento cada corpus, tomando en cuenta los elementos no lingüísticos presentes en ellos, para después clasificarlos según la teoría de la descortesía de Kaul (2006) y finalmente interpretar las clasificaciones encontradas según el efecto en la imagen de los participantes, con los tipos de actividad de imagen propuestas por Hernández (2013).

Posteriormente, se hizo un análisis contrastivo entre los recursos discursivos encontrados en ambos corpus, español mexicano y francés, para identificar e interpretar las especificidades de cada uno y, de esa forma, dar a conocer la importancia y el impacto que tiene conocer los rasgos inherentes al español mexicano y el francés de Francia, específicamente en los recursos discursivos de la (des)cortesía y la autoimagen, presentes en los discursos de Margarita Zavala y Marine Le Pen.

A continuación, se explican las dos categorizaciones que fueron utilizadas para realizar el análisis.

6.1 Clasificación de la (des)cortesía

Como se describió en el apartado precedente, las actividades de imagen pueden comprender recursos discursivos muy variados, sin embargo, para esta investigación, los recursos de actividad

de imagen que se estudiaron fueron la (des)cortesía y la autoimagen.

En este primer apartado que sirvió de base para el análisis que será expuesto más adelante, se utilizó la clasificación de la (des)cortesía creada por Kaul (2006) para establecer los grados que existen, según esta autora, al momento de estudiar el recurso discursivo de la (des)cortesía, como se muestra en la tabla a continuación.

Tabla 1. Clasificación de la (des)cortesía (Kaul, 2006)

1. Actos formalmente descorteses animados de un propósito cortés	
2. Actos descorteses involuntarios	2.1 Metedura de pata
	2.2 Escatima involuntaria de la cortesía esperada del oyente
	2.3 Prescendencia involuntaria de cortesía
3. Autodescortesía	
4. Actos formalmente corteses animados de un propósito descortés	
5. Escatima deliberada de la cortesía esperada por el oyente	
6. Silencio abrumador	
7. Descortesía de fustigación	

Fuente: Kaul, S. (2006). Tipología del comportamiento verbal descortés en español.

Si bien la cortesía y la descortesía son actividades de imagen opuestas, donde la primera cuida y realza la imagen propia y la del interlocutor, y la segunda la ataca y lesiona, Kaul (2006) elabora una clasificación de los siete tipos de (des)cortesía partiendo de los actos que no tienen intención de ser descorteses (grado 1 y 2, incluyendo el 2.1, 2.2 y 2.3) hasta los que deliberadamente lesionan y confrontan la imagen de quien escucha el discurso emitido (del grado 4 en adelante, siendo el 7 el más grave en cuestión de intención descortés).

En el caso del grado 3, la autodescortesía, que para fines de este análisis tomará el nombre de autoimagen, indica un grado de (des)cortesía que tiene un efecto neutral en el oyente (en la mayoría de los casos) y busca tener un efecto positivo en la imagen del emisor del discurso al hacer uso de una descortesía hacia él mismo apocándose o adjudicándose un cierto grado de humildad que, en algunas ocasiones provoca que el oyente repare o defienda al emisor de su propio ataque.

Este grado de (des)cortesía tiene la intención no explícita de agrandar y hacer más agradable la imagen del emisor del discurso de una manera indirecta con respecto al mensaje que es emitido con este recurso, por esta razón, se considera para fines del análisis.

6. 2 Tipos de actividades de imagen y sus efectos sociales

El discurso político siempre tiene como objetivo persuadir y convencer a quienes reciben el mensaje que en él es emitido, desde esta premisa y después de haber descrito las tres actividades de imagen que conciernen al análisis hecho en esta investigación, es importante precisar que la utilización de estas actividades de imagen no siempre causa un efecto equivalente a la descripción de cada actividad.

Para comprender mejor lo anterior, y a fin de mostrar el parámetro que se utilizó al momento de realizar el análisis de los corpus antes mencionados para esta investigación, se optó por utilizar la clasificación propuesta por Hernández (2013), que se muestra enseguida.

Tabla 2: Tipos de actividades de imagen de acuerdo con el efecto social y la estrategia usada

	Efecto positivo en H	Efecto negativo en H	Efecto positivo en H
	Efecto positivo en O	Efecto negativo en O	Efecto neutro en O
	CORTESÍA	DESCORTESÍA	AUTOIMAGEN
Con una estrategia cortés	Por atenuación Por reparación Por realce	Por ironía Por adulación	
Con una estrategia descortés	Por afiliación de grupo	Por ataque Por destrucción	Por reforzamiento de la imagen propio
Con una estrategia de autoimagen	Por justificación personal de algo que afecta al otro	Por excesivo enfoque en la propia imagen	Por atenuación Por reparación Por realce

Fuente: Hernández, N. (2013). Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa.

La clasificación propuesta por Hernández Nieves (2013) muestra el hecho de que utilizar una estrategia discursiva, sea cortés, descortés o de autoimagen, no implica que el efecto que éstas tendrán serán equivalentes a la definición de cada estrategia. Es decir, cuando se utiliza una estrategia de descortesía, el efecto que esa estrategia puede tener en el hablante no tiene que ser precisamente negativo o descortés, sino que, por ejemplo, si con ese acto descortés se logra aumentar la imagen de uno mismo, el efecto social que tendrá esa actividad de imagen descortés será un efecto neutral o de autoimagen.

En los corpus analizados se presentaron múltiples ejemplos de actividades de imagen que, a pesar de ser de un tipo, logran un efecto diferente al que podría resultar evidente para el locutor del mensaje. Estos resultados serán presentados a continuación.

7. Análisis y resultados preliminares

A partir de la clasificación descrita, se analizaron los dos discursos elegidos a propósito, de dos candidatas a la presidencia de sus respectivos países: uno a Margarita Zavala, candidata a la presidencia de México, y el otro a Marine Le Pen, candidata a la presidencia de Francia. En seguida se presentarán los resultados encontrados en ambos corpus y posteriormente se describirán algunos ejemplos que ayudarán a interpretar el análisis para finalmente establecer el contraste entre los dos corpus.

7.1 Presencia de estrategias de cortesía, descortesía y autoimagen en los discursos de Margarita Zavala y Marine Le Pen

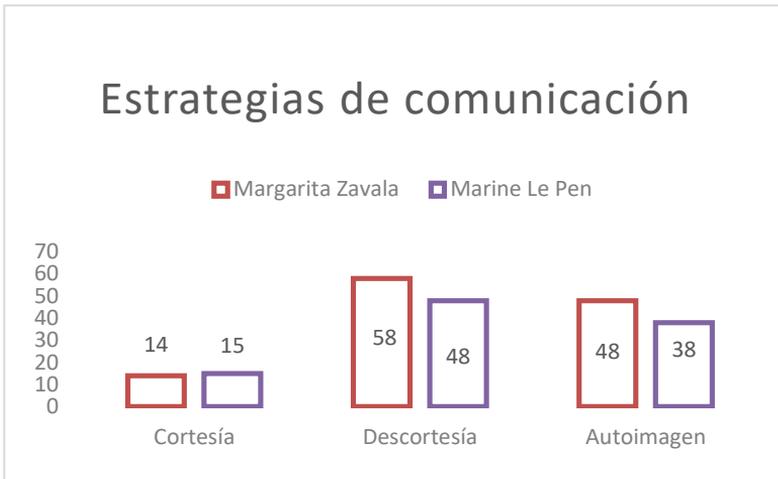
Primero que todo, antes de comenzar el análisis de las actividades de imagen en los corpus antes descritos, era necesario revisar si realmente había una manifestación de los tres tipos de actividades de imagen tanto en el corpus en español mexicano de Margarita Zavala, como en el francés de Marine Le Pen.

Los resultados indican que en ambos corpus se presentaron las tres actividades de imagen, sin embargo, fue el corpus en español mexicano el que más manifestaciones tuvo, con 120 fragmentos en total, entre los que la descortesía destacó con 58 estrategias de descortesía y la cortesía tuvo el menor número de estrategias utilizadas con sólo 14 fragmentos.

Por otra parte, el corpus francés presentó 101 fragmentos donde fueron utilizados los tres tipos de actividad de imagen, de los cuales destacó, al igual que en el corpus en español mexicano, la estrategia de la descortesía con 48 manifestaciones. De igual manera fue la actividad cortés la que tuvo menos

apariciones dentro de este corpus, con sólo 15 fragmentos. La gráfica siguiente muestra estos resultados.

Gráfica 1: Estrategias de comunicación presentes en los discursos de Margarita Zavala y Marine Le Pen



Fuente: Elaboración de los autores con apoyo de la clasificación de Kaul, S. (2006). Tipología del comportamiento verbal descortés en español, a partir del análisis del corpus francés obtenido de una entrevista hecha a Marine Le Pen en el programa “Présidentielle 2017: 15 minutes pour convaincre”, el 20 de abril de 2017 televisado por France 2 y del corpus mexicano obtenido de una entrevista realizada a Margarita Zavala en el programa de entrevistas, noticias y análisis “Despierta con Loret”, emitido el 20 de febrero del 2018 por la empresa Televisa.

Comparando ambos corpus, si bien fue similar la cantidad de apariciones de cada cantidad de imagen, fue el corpus en español mexicano el que tuvo más apariciones totales de cada actividad de imagen. Una de las razones por las que se considera que se presentaron estos resultados, es que, en el corpus francés, Marine Le Pen utilizó una gran parte del tiempo de la entrevista analizada para mostrar estadísticas, hablar de sus proyectos y contrastar datos de sus propuestas con las de los opositores o el

gobierno de ese momento en Francia, por lo tanto, al ser estos datos meramente cuantitativos, no se dio a lugar a tantas opiniones por parte de la candidata.

Al contrario del corpus en español mexicano, donde a Margarita Zavala se le hicieron preguntas de opinión y respecto al resto de candidatos que participaban en la contienda por la presidencia de México, que daban lugar a la elaboración de más expresiones espontáneas, lo que propició que Zavala hiciera uso, consciente e inconscientemente de los tres tipos de actividad de imagen, los cuales aparecieron en un mayor número que en el discurso de Marine Le Pen.

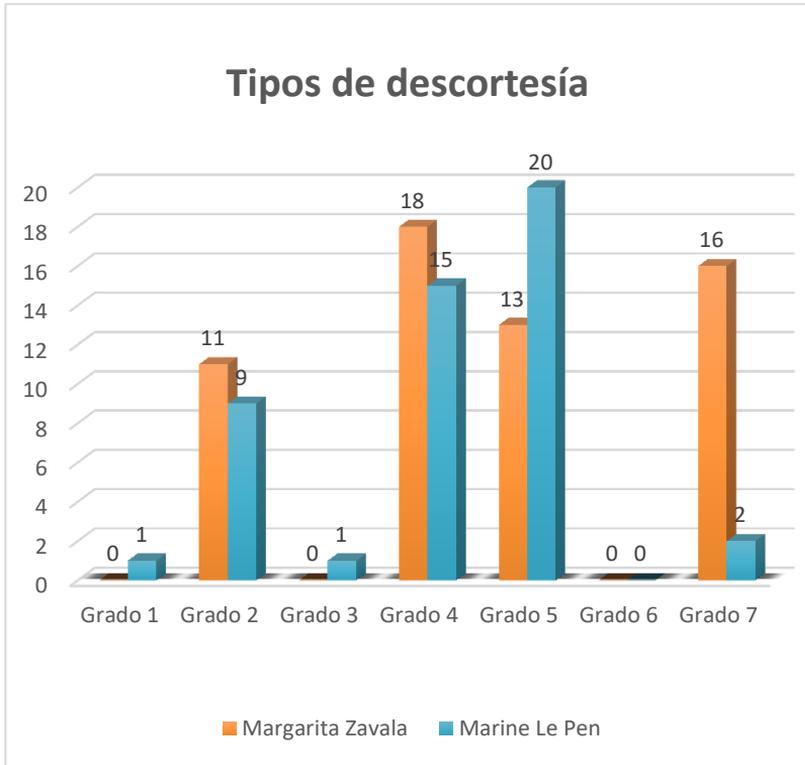
7.2 Tipos de descortesía presentes en los discursos de Margarita Zavala y Marine Le Pen

Al ser la (des)cortesía el fenómeno que más se presentó en los discursos de Zavala y Le Pen se optó por analizar de qué manera se manifestó en cada corpus. Para el análisis de este fenómeno se utilizó la clasificación de la (des)cortesía propuesta por Kaul (2006) para determinar cuál fue el grado predominante en cada discurso e interpretar los resultados explicando brevemente cada grado de (des)cortesía y mostrando algunos ejemplos obtenidos de los corpus.

La descortesía vista en general es una actividad de imagen que tiene como intención lesionar la imagen del interlocutor al disminuirla o atacarla; no obstante, Kaul (2006) expone una clasificación de siete grados donde la descortesía va de menos a más en cuanto a la intencionalidad del discurso y el efecto que tiene en el oyente (Cfr. Tabla 1)

En la Gráfica 2 se muestra una comparación entre el discurso de Margarita Zavala (MZ), quien fuera entrevistada por Carlos Loret (CL), Enrique Campos (EC) y Ana Vega (AV) en el programa de televisión “Despierta con Loret”, y Marine Le Pen (MP), a quien Léa Salamé (LS) y David Pujadas (DP) entrevistaron en el programa especial “Présidentielle: 15 minutes pour convaincre”; a continuación se muestran los resultados de la comparación entre los cuatro grados que tuvieron más manifestaciones en ambos corpus.

Gráfica 2: Tipos de (des)cortesía en los discursos de Margarita Zavala y Marine Le Pen



Fuente: Elaboración de los autores con apoyo de la clasificación de Kaul, S. (2006). Tipología del comportamiento verbal descortés en español, a partir del análisis del corpus francés obtenido de una entrevista hecha a Marine Le Pen en el programa “Présidentielle 2017: 15 minutes pour convaincre”, el 20 de abril de 2017 televisado por France 2 y del corpus mexicano obtenido de una entrevista realizada a Margarita Zavala en el programa de entrevistas, noticias y análisis “Despierta con Loret”, emitido el 20 de febrero del 2018 por la empresa Televisa.

Partiendo del grado más leve de descortesía, en los discursos de Margarita Zavala y Marine Le Pen se encontraron fragmentos que utilizaban “Actos descorteses involuntarios”, los cuales contienen una descortesía no intencional ni estratégica y que por lo tanto no provocan un efecto tan grave en los interlocutores. En este grado de descortesía, fue el discurso de Margarita Zavala el que presentó más manifestaciones como la que se muestra a continuación:

Ejemplo 1

AV: ¿Le parece acertada la... la estrategia de guerra contra el crimen organizado, que partió de la presidencia de Felipe Calderón?

MZ: [...] y yo si te voy a decir, yo tengo una estrategia que obviamente tendrá pus, diferencias respecto al 2006 porque ya pasaron 12 años.

En el ejemplo 1, se observa cómo a una pregunta relacionada con el gobierno de Calderón es respondida por Zavala con una frase que se cataloga como de descortesía involuntaria, específicamente de prescindencia involuntaria de cortesía, pues, especifica que ya pasó un buen tiempo desde que Calderón fue presidente de la república, para dar a entender que es evidente que la estrategia para combatir el crimen organizado tendría que ser distinta a la de su esposo. Se clasifica como involuntario porque en el video, Margarita Zavala lo dice con mucha naturalidad, no hace ningún gesto en particular que denote burla o molestia, además de que continúa la intervención explicando su estrategia, por lo que más que el uso de la descortesía, lo que representa es una falta “sin querer” de cortesía.

Por otra parte, pasando al grado 4 de descortesía, es decir los “Actos formalmente corteses animados de un propósito descortés”, en el que, igual que con el grado anterior, es Margarita Zavala con quien aparecen más manifestaciones del discurso haciendo uso de este recurso. En este grado se presenta una descortesía voluntaria, que utiliza estrategias corteses disfrazadas de un propósito descortés, la cual se puede servir del

contexto de situación para encontrar sentido. En seguida se muestra un ejemplo de este caso en el discurso de Marine Le Pen

Ejemplo 2

MP: alors j'ai vraiment, objectivement beaucoup du mal à supporter la multiplication des humiliations que subit notre país euh... euh...notamment, il faut bien le dire de la part de Madame Merkel. En faisant cela, Madame Merkel a permis à Monsieur Erdogan d'avoir...euh... faire preuve d'un véritable chantage [...]

DP: Vous rompez cet accord?

MP: On ne se met jamais, jamais, quand on est un país indépendant et souverain euh... dans les conditions d'être victime d'un chantage [...]

En este cuarto ejemplo, se muestra cómo para el tipo de descortesía que se disfraza de una estrategia cortés, el contexto previo juega un papel muy importante porque es el que le da sentido a la frase utilizada por el emisor del discurso. En este fragmento del discurso de Marine Le Pen se le cuestionó sobre las decisiones que Ángela Merkel, presidenta de Alemania, tomó y que afectaban a otros países de la Unión Europea. Como respuesta, la candidata dijo que cuando se es un país soberano e independiente, no se es víctima de ningún chantaje porque nadie más tiene injerencia sobre dicho país. Se interpreta como un acto descortés disfrazado con una estrategia de cortesía porque en el afán de querer dar a entender que los países soberanos, como Francia, no permiten que otros tomen decisiones sobre ellos, al mismo tiempo Le Pen lanzó una fuerte crítica a las decisiones tomadas por Merkel.

Siguiendo con el grado cinco de descortesía, que corresponde a la “Escatima deliberada de la cortesía esperada por el oyente”, los resultados mostraron una tendencia mayor en el corpus en francés que en el corpus en español mexicano; en esta clasificación de descortesía, existe una omisión deliberada de

actos o rasgos de cortesía en el discurso, como se observa en el ejemplo 3 del corpus en francés.

Ejemplo 3

DP: pour démanteler les cellules...

MP: Ah, donc! Nous allons les garder... pourquoi... non...

DP: comme c'est déjà arrivé tout récemment!

MP: [...] tous les fichés S étrangers, c'est-à-dire, *tous les étrangers sur notre territoire qui ont un lien quelconque avec le fondamentalisme islamiste doivent être expulsés de notre pays*

El ejemplo anterior, muestra un fragmento de la entrevista hacia Marine Le Pen donde se le cuestiona acerca de la estrategia que tendría en su gobierno para combatir la amenaza constante de terrorismo en Francia; en una parte de la respuesta de la candidata, ésta menciona que, dado que las personas fichadas con lazos con el terrorismo son extranjeras, es necesario expulsar del país a todos los extranjeros con algún lazo con el fundamentalismo islámico. Este comentario tiene una escatima voluntaria de cortesía porque, si bien no lo dice explícitamente, da a entender que, en su gobierno, ella expulsaría a todo extranjero con alguna relación con esta ideología, aún y cuando éste no haya cometido un delito de terrorismo.

Finalmente, con la ayuda de un último ejemplo en este apartado, se muestra una de las muchas manifestaciones del grado más grave de descortesía, la “Descortesía de fustigación”, en el discurso emitido por Margarita Zavala, quien en general tuvo más actividades descorteses de este grado en comparación con el discurso de Marine Le Pen.

Ejemplo 4

MZ: [...] A mí me distingue de López Obrador muchas cosas, entre ellas *la amenaza que él representa*. Él es, pues ahora sí que *el cultivador del resentimiento*, y lo estamos

viendo. *Es como el ropavejero de la política que recibe lo que sea.*

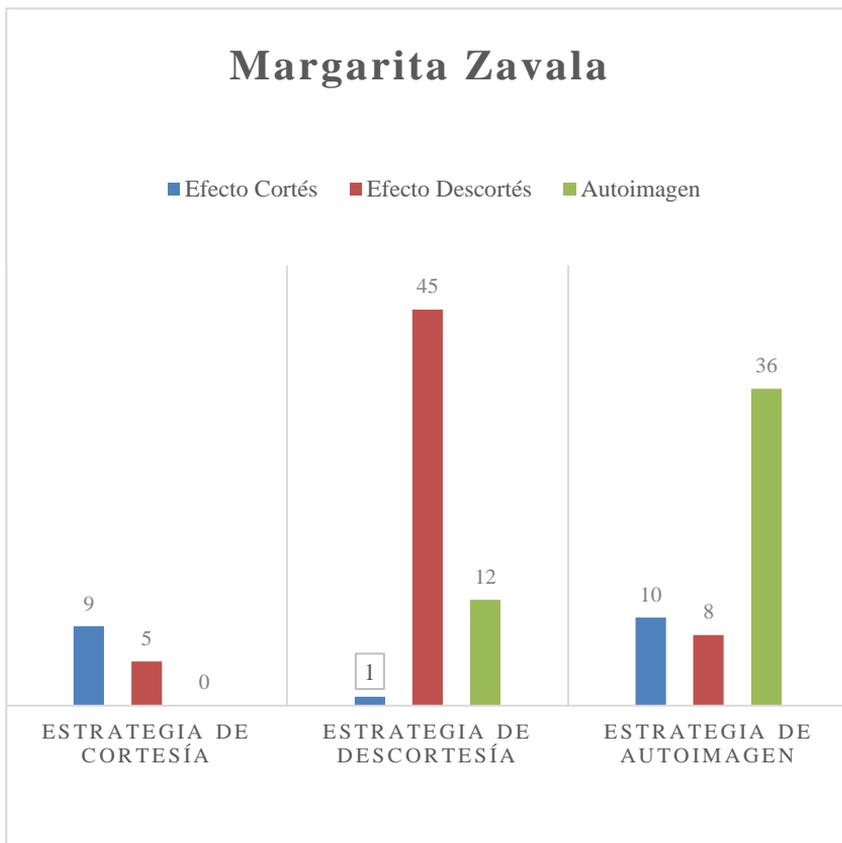
La descortesía de fustigación representa una agresión verbal del hablante, estratégica e hiriente que busca deliberadamente disminuir y lesionar la imagen del interlocutor, pero que al mismo tiempo afecta la imagen de quien la emite. En el ejemplo 4 vemos un fragmento en el que Zavala, al ser cuestionada sobre su opinión respecto a Andrés Manuel López Obrador, denigra su imagen atacándola con una descripción bastante fuerte y agresiva al decir que es el ropavejero de la política, el cultivador del resentimiento e incluso una amenaza.

Como conclusión de este apartado, se observa que, aunque en los dos corpus se encontraron fragmentos con estrategias descorteses, el discurso de Margarita Zavala la escondía detrás de actos corteses mientras que el de Le Pen lo manifestaba de una manera más directa. Sin embargo, hablando del grado más grave de descortesía, fue Margarita Zavala quien recurrió más a este tipo de agresión, la cual fue siempre dirigida a la imagen personal y pública de los candidatos a quienes atacaba; por el contrario, en el corpus en francés, se manifestaba un ataque más indirecto a la imagen personal de los opositores de Le Pen y más directo a sus logros o propuestas en general.

7.3 Efectos sociales de las estrategias de comunicación de la (des)cortesía y la autoimagen en los discursos de Margarita Zavala y Marine Le Pen.

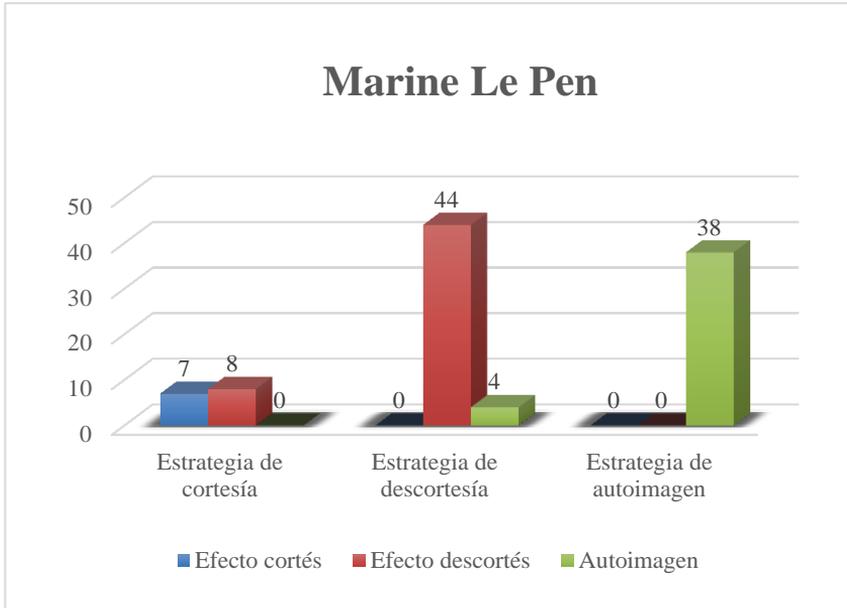
Las actividades de imagen, sobre todo en el discurso político, buscan en su mayoría, provocar un efecto en la imagen del interlocutor, sin embargo, la imagen de quien emite el discurso también se ve afectada por las estrategias que éste utiliza. La gráfica siguiente muestra, por separado, qué efectos produjeron las actividades de imagen presentes en los discursos de Margarita Zavala y Marine Le Pen

Gráfica 3: Efectos sociales de las estrategias de (des)cortesía y autoimagen en el discurso de Margarita Zavala



Fuente: Elaboración de los autores mediante la aplicación de la clasificación de Kaul, S. (2006). Tipología del comportamiento verbal descortés en español, al análisis del corpus mexicano obtenido de una entrevista hecha a Margarita Zavala en el programa de entrevistas, noticias y análisis “Despierta con Loret”, emitido el 20 de febrero del 2018 por la empresa Televisa.

Gráfica 4: Efectos sociales de las estrategias de (des)cortesía y autoimagen en el discurso de Marine Le Pen



Fuente: Elaboración de los autores mediante la aplicación de la clasificación de Kaul, S. (2006). Tipología del comportamiento verbal descortés en español, al análisis del corpus francés obtenido de una entrevista hecha a Marine Le Pen en el programa “Présidentielle 2017: 15 minutes pour convaincre”, el 20 de abril de 2017 televisado por France 2.

Las gráficas 3 y 4 muestran qué, aunque se presentaron efectos no totalmente equivalentes con las estrategias discursivas utilizadas (véase la tabla 2), la mayoría de las actividades de imagen de (des)cortesía y autoimagen lograron el efecto “natural” de la estrategia discursiva. Para esclarecer los resultados, a continuación, se muestran dos fragmentos representativos de cada corpus donde el efecto provocado no es equivalente con la estrategia discursiva utilizada.

Ejemplo 5

CL: [...] ¿hay una transferencia directa de votos entre el candidato del frente y la candidata independiente?

MZ: Bueno, primero nada más, déjenme **agradecer**, desde luego a, pues *más de un millón de ciudadanos que me firmaron... más de un millón de ciudadanos* que fueron además una firma que lo pidieron miles de mujeres, de hombres, de jóvenes [...]

CL: ya...

MZ: ni nadie lo puede dejar a un lado, *ahí me tienen un millón de firmas*, me tienen en la boleta

Ejemplo 6

MP: [...] je refuse de me soumettre à la fatalité euh... qui euh... est exprimée par l'intégralité de nos dirigeants politiques qui consiste à dire "ah ben il y a un chômage massif mais on peut rien faire", et bien *moi, je viens dire aux français, bien entendu on peut faire les choses* [...]

En el ejemplo 5, del discurso en español mexicano, se observa una estrategia de autoimagen mediante la que Margarita Zavala hace gala de su popularidad para explicar por qué logró llegar a ser candidata independiente por la presidencia de México al decir que fueron un millón de personas quienes recolectaron las firmas que ella necesitaba para registrarse como candidata. Aunque la primera vez que Zavala utilizó esta estrategia, dado que la repitió ocho veces durante todo el fragmento analizado, al final el efecto surgido de esta estrategia cortés fue un efecto descortés, pues se excedió el realce de la propia imagen en momentos donde no era necesario mencionarlo.

Por otro lado, en el ejemplo 6 extraído del corpus en francés, se presenta una estrategia de cortesía que resulta tener un efecto descortés. En este fragmento, Marine Le Pen fue confrontada respecto a la repercusión de sus propuestas económicas en las personas jubiladas en Francia; en su respuesta, donde se observa la estrategia cortés con efecto descortés, ella menciona que si

bien el gobierno que en ese momento estaba al frente del país no había podido hacer nada al respecto, ella sí podría lograr resolver el problema por qué escucharía y comprendería la situación.

La respuesta de Le Pen, aunque en forma era un acto cortés hacia el pueblo francés, tuvo un efecto descortés en cuanto al gobierno francés de ese momento, pues daba a entender que ese gobierno no había escuchado ni comprendido el problema en cuestión.

8. CONCLUSIONES PRELIMINARES

El análisis del discurso es, sin duda, una herramienta muy útil que nos ayuda a entender mejor el sentido del mensaje que una persona emite cuando habla. En la presente investigación, después de haber analizado el discurso de Margarita Zavala, en español mexicano, y el de Marine Le Pen, en francés de Francia, se puede concluir que efectivamente ambas lenguas tienen especificidades cuyo conocimiento es fundamental para el futuro docente de francés.

Si bien quedó claro que en ambos discursos hubo presencia de los tres tipos de actividad de imagen aquí descritos: la (des)cortesía y la autoimagen, es importante especificar que en cada corpus estas actividades de imagen se manifestaron de distintas formas.

La descortesía fue la estrategia más utilizada en ambos corpus; en el discurso de Margarita Zavala, donde más apareció disfrazada de actos corteses, la descortesía iba dirigida a desprestigiar la persona y la trayectoria del resto de los candidatos, tan es así, que fue el corpus donde más se presentó el grado más grave de descortesía. Por otra parte, en el discurso de Marine Le Pen se observaron estrategias descorteses más directas, pero que, en su mayoría, no iban dirigidos a una persona en particular sino a acciones del gobierno en curso al momento de la entrevista; los casos en los que la descortesía iba dirigida a una persona en específico se dieron como una reacción de molestia ante las confrontaciones de los entrevistadores a Le Pen.

No obstante, en ambos discursos hubo una notoria presencia de las estrategias de autoimagen, lo cual es entendible puesto que no hubo un intercambio de ideas como tal, sino que la intención de los programas de televisión de donde fueron extraídos los corpus era precisamente dejar a los candidatos expresar sus opiniones y mostrar sus propuestas lo más convincentemente posible.

El conocimiento de todas estas especificidades de ambas lenguas es fundamental para la formación del futuro docente de francés, quien, dentro de sus objetivos principales al enseñar la lengua, debe tener el proporcionar al alumno las herramientas necesarias para lograr una comunicación efectiva en la lengua meta. Dado que las manifestaciones de los recursos de la (des)cortesía y la autoimagen en español y en francés fueron muy diferentes, es fundamental que el futuro docente de francés los conozca para evitar malentendidos en la lengua donde se produzcan los intercambios comunicativos de sus alumnos.

Fuentes consultadas

Bibliográficas

- Benveniste, E. (1974). Problemas de lingüística general II . Paris: Éditions Gallimard.
- Bravo, D. (2005). Categorías, tipologías y aplicaciones. Hacia una redefinición de la cortesía comunicativa. En D. Bravo, Estudios de la descortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos. (págs. 21-50). Estocolmo-Buenos Aires: Editorial Donkien. Programa EDICE.
- Flores, M. E., & Infante, J. M. (2010). Polifonía y (des)cortesía en el debate político. En F. Orletti, & L. Mariottini, Las disculpas en el discurso político latinoamericano. Roma-Estocolmo: Tre-EDICE, 537-556.
- Fuente, M. de la (2001-2002). El análisis crítico del discurso: Una nueva perspectiva. Contextos, XIX-XX(37-40), 407-414.
- Harris, Z. S. (1951). Structural Linguistics. Chicago, Illinois , Estados Unidos de América: The University of Chicago Press.
- Hernández, N. (2013). Actividad de imagen: Caracterización y tipología en la interacción comunicativa. De Gruyter, 1(2), 175-198.
- Kaul, S. (2006). Tipología del comportamiento verbal descortés en español. En I. C. Edice, M. Albelda, A. Briz, J. Contreras, N. Hernandez, & A. Hidalgo (Edits.), Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral. Valencia, España: Departamento de Filología española, 254-266.
- _____ & Cordisco, A. (2014). La descortesía verbal en el contexto político-ideológico de las redes sociales. Revista de Filología(32), 145-162.

- Lima de Souza, S., & Santiago, H. (2012). La enseñanza de la cortesía en clases de ELE: los pedidos y la atenuación . En J. Escamilla, & H. Grandfield, *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispanico*. Barranquilla-Estocolmo: EDICE, 392-412.
- Moeschler, J., & Zufferey, S. (2012). *Initiation à l'étude du sens. Sémantique et pragmatique* . Editions Sciences Humaines .
- Montenegro, E. (2016). El uso del lenguaje más allá de las normas. *Sophia. Colección de Filosofía de la Educación*(20), 247-266.
- Peralta, J. (2000). Adquisición y desarrollo del lenguaje y la comunicación: Una visión pragmática constructivista centrada en los contextos. *Límite* (7), 54-66.
- Pereira, A., & Soler, Y. (2015). Un acercamiento al estudio del discurso político venezolano desde la academia cubana. El caso de la segunda campaña presidencial de Henrique Capriles Radonski. *Ingeniería en Comunicación Social* (90), 727-746.
- Saussure, F. (1916/1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Editorial Losada.
- Sayago, S. 2014. El análisis de discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en Ciencias Sociales. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*. Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Sociales. 49, 1-10. Doi: [10.4067/S0717-554X2014000100001](https://doi.org/10.4067/S0717-554X2014000100001)
- Segovia, P. (2012). La construcción de la imagen de sí mismo y los imaginarios sociales en los discursos de campaña de Ricardo Lagos y Michelle Bachelet: Un acercamiento desde el análisis del discurso. *RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 11(2), 81-100.
- Van Dijk, T. (1999). *Ideología, una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.

Electrónicas

- BBC. (24 de abril de 2017). Elecciones en Francia: Macron vs. Le Pen, la histórica votación que pone a Francia (y a Europa) en aguas desconocidas por primera vez en 40 años. Recuperado el 13 de enero de 2020, de BBC News: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-39689027>
- Bell, M. (5 de mayo de 2017). ¿Quién es Marine Le Pen? Recuperado el 13 de enero de 2020, de CNN en español: <https://cnnespanol.cnn.com/2017/05/05/quien-es-marine-le-pen/>
- Díaz, H. (2006). El componente cultural en la enseñanza de una lengua extranjera como aplicación didáctica. *La revista de educación* (9), 9-12. Recuperado el 10 de octubre de 2019, de <http://www.aldadis.net/revista9/documentos/02.pdf>
- Guerrero, N., & Vega, M. (2015). Referencias Teóricas sobre discurso político e ideología: un análisis preliminar de las políticas de emprendimiento del gobierno de Piñera. *Revista Uruguay de Ciencia Política*, 24(2), 105-120. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/2973/297346771006.pdf>
- Panke, L., Iasulaitis, S., & Pineda, C. (2015). Género y campañas electorales en América Latina: un análisis del discurso femenino en la propaganda televisiva. *Razón y Palabra* (91). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199541387029>
- Reyes, C. (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* (28). Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/168/16838682008.pdf>
- Rojas, A. (02 de julio de 2018). Elecciones presidenciales de México 2018: AMLO y el giro a la izquierda sometido a votación en una elección histórica. Recuperado el 13 de enero de 2020, de BBC Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-44654207>

Santander, P. (septiembre de 2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio: Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*(41), 207-224. Recuperado el 04 de septiembre de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/101/10119954006.pdf>

Verdad, L. (17 de marzo de 2018). Elecciones 2018: Conoce quién es Margarita Zavala. Recuperado el 13 de enero de 2020, de La Verdad Noticias: <https://laverdadnoticias.com/elecciones-2018/Elecciones-2018-Conoce-quien-es-Margarita-Zavala-20180317-0015.html>