

Discurso, ideología y cultura El lenguaje como acción social y política

Por Teresa; Carlos Enrique Fernández-Ulloa; Ahuactzin Martínez (Coords.)

Discurso, ideología y cultura
El lenguaje como acción social y política

Teresa Fernández-Ulloa
Carlos Enrique Ahuactzin Martínez
(Coordinadores)

Índice

Introducción. Los estudios del discurso y la ideología en la política y la cultura, <i>Carlos Enrique Ahuactzin Martínez, Teresa Fernández-Ulloa</i>	3
El eslogan del presidente. De la ultraderechista Giorgia Meloni al socialdemócrata Pedro Sánchez en X/Twitter, <i>Sonia Madrid Cánovas, Celia Berná Sicilia</i>	9
Centralidad del ethos y debates electorales. Aproximaciones teórico-metodológicas para su estudio y análisis, <i>Claudia Colinas Cal y Mayor, Carlos Enrique Ahuactzin Martínez, José Fernando Treviño Martínez</i>	21
Reflexiones sobre persuasión y cortesía verbal en la comunicación diplomática en español, <i>Margarita Robles-Gómez</i>	38
Lucha hegemónica en Ecuador. El discurso del Buen Vivir desde un análisis preconstituyente, constituyente y postconstituyente, <i>Perla Marina Palacios Díaz</i>	49
Algunas claves para una lectura ideológica del texto literario, <i>Maria Ayete Gil</i>	58
Repertorio simbólico e iconográfico feminista en Italia y España: de lo local a lo global, <i>Carlota Coronado Ruiz</i>	69
La representación de las subjetividades masculina y femenina en la novela <i>Cápac cocha</i> de Zoila Vega Salvatierra, <i>Carlos Arturo Caballero Medina</i>	80
El subalterno y la comunidad en algunos ejemplos de la literatura contemporánea en español, <i>Claudio Moyano Arellano</i>	90
Ideologías lingüísticas, subalternidad y dialectos. Usos y opiniones de alumnos universitarios de español avanzado, <i>Teresa Fernández-Ulloa</i>	102
Las finalidades discursivas Un acercamiento a los malentendidos y el humor, <i>Guillermo Carrera García</i>	123
Didáctica de las cosas del decir: confluencias ecología del aprendizaje y análisis crítico del discurso, <i>Juana Rosa Suárez-Robaina</i>	155
Sobre los autores	155

Introducción

Los estudios del discurso y la ideología en la política y la cultura

Carlos Enrique Ahuactzin Martínez¹

Teresa Fernández-Ulloa²

Los procesos de comunicación en las sociedades contemporáneas han puesto al discurso en el centro de la interacción social, desde los medios tradicionales hasta las nuevas expresiones culturales en el espacio digital, configurando no sólo la identidad de las comunidades sino, sobre todo, la ideología que sustenta su percepción y comprensión del mundo. De este modo, los estudios del discurso han cobrado notoriedad en el esfuerzo por visibilizar esos comportamientos comunicativos y explicar el entramado de relaciones de poder, manipulación y persuasión que ejercen unos actores sociales y políticos sobre otros miembros de la sociedad.

Desde una perspectiva social, la desigualdad económica y política inaugura y abre brechas entre gobernantes y gobernados, entre unos grupos religiosos y otros, entre partidos políticos de izquierda y derecha, amplificando los extremos, en un espacio público que no siempre logra mantener sus contornos mediante las instituciones formales, dejando a los ciudadanos expuestos a la influencia de actores que buscan regular y trastocar los comportamientos individuales y colectivos.

El análisis del discurso, con sus teorías y metodologías, aplicado a la política y la cultura revela cómo los discursos reflejan las ideologías, en su dinamismo como sistemas de creencias, y cómo se crean y se mantienen, mediante dispositivos y recursos simbólicos, las relaciones de poder (Jorgensen & Phillips, 2002; Gee & Handford, 2012). El presente libro retoma esta problemática desde un enfoque integral, como fenómenos de la vida social, que requieren ser descritos y analizados a través de los instrumentos que provee el estudio crítico

¹ Doctor en Letras. Profesor-investigador del Centro de Estudios en Comunicación Política, del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4331-327X>; correo electrónico: carlos.ahua@comeo.buap.mx

² Doctora en Lengua y Lingüística Española. Catedrática en el Departamento de Lenguas y Literaturas Modernas de la California State University, Bakersfield, Estados Unidos. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5146-4516>

de los discursos. Como señala van Dijk (1993), el control del discurso es una herramienta fundamental para ejercer el poder, pues con él se influye en el pensamiento y, por consiguiente, en las creencias y acciones de las personas.

Según Foucault (1972), ³² el lenguaje no solo refleja la realidad, sino que también la construye y la regula a través de las prácticas discursivas. El análisis crítico del discurso, desarrollado por teóricos como Fairclough (1995) examina cómo el lenguaje en entornos sociales replica y desafía las estructuras de poder y dominación. Según este estudioso, la ideología resultará más efectiva cuando sus procesos están ocultos, lo cual es frecuente en muchos discursos, en concreto, y de forma más evidente, en los políticos, en los que los/las líderes utilizan el lenguaje para legitimar su poder y movilizar a las masas.

Sobre las ideologías, Foucault (1978) indica que

el problema no está en la partición entre lo que, en un discurso, evidencia la cientificidad y la verdad y lo que evidencia otra cosa, sino en ver históricamente cómo se producen efectos de verdad en el interior de los discursos que no son en sí mismos ni verdaderos ni falsos. La ideología está en posición secundaria respecto a algo que debe funcionar para ella como infraestructura y determinante económico, material, etc. (p. 182)

Van Dijk (2000: 54-56) explica también el concepto de ideología de una forma más cercana para quienes se dedican a la lingüística: ⁴¹ las ideologías son “gramáticas” de las prácticas sociales de un grupo, que permiten a las personas de ese grupo organizar sus creencias y actuar en consecuencia (véase también 1999: 21).

Las prácticas culturales son, pues, un buen lugar para explorar las ideologías. Roland Barthes, en su obra *Mitologías* (1957), estudia cómo los elementos y las actividades comunes en la cultura de masas están saturados de significados ideológicos que naturalizan ciertas perspectivas del mundo. En la época contemporánea, el análisis de la televisión, el cine y la música revela cómo estos medios pueden tanto reproducir como desafiar las ideologías predominantes. También a través de la literatura y otras expresiones culturales se observan las estructuras sociales y culturales de una época, que, del mismo modo, pueden ser cuestionadas en ellas.

Las manifestaciones culturales y, particularmente, las prácticas políticas generan modelos de comprensión e interpretación del pensamiento social y construyen grandes

discursos que permiten a los actores sociales y políticos legitimar sus luchas y sus decisiones en el espacio público (Scollon, 2008). De este modo, el tejido discursivo de la comunicación social a través del enfoque del análisis del discurso revela las fuerzas de significación que subyacen en las manifestaciones del lenguaje, que sirven de medio de representación a los procesos ideológicos, políticos y culturales, así como las dinámicas del ejercicio del poder y la construcción de las hegemonías (Flowerdew y Richardson, 2018).

La concepción de la comunicación como un proceso y del discurso como acción social abre una vasta diversidad de problemas asociados a la investigación sobre los significados emanados de las prácticas sociales y del diálogo como forma de interacción política (Bolívar, 2018). La semiótica social (Hodge & Kress, 1988) y el análisis del discurso (Hyland & Paltridge, 2011) han profundizado en los procesos de significación que se construyen y deconstruyen en el marco de la semiosis: identidad, género, academia, comunicación, interculturalidad, entre otros ámbitos. En este sentido, los sistemas de significación están vinculados entre sí y no responden a un principio de aislamiento, como si se tratara de estructuras independientes. Para el análisis del discurso, la interrelación de los discursos y de los modos semióticos abren un conjunto de interrogantes derivadas de la construcción de los sentidos en la vida de los signos, desde un enfoque dinámico fundado en las relaciones sociales, políticas e ideológicas.

Por otro lado, la relación entre la semiótica social y los estudios del discurso sobre asuntos públicos en contextos democráticos han permitido atraer nuevos fenómenos de comunicación, tanto del entorno natural como de la vida digital: expresiones publicitarias, propagandísticas, políticas e ideológicas. Todas ellas consideran que las fuerzas sociales motivan las manifestaciones discursivas como dispositivos semióticos, que regulan las representaciones en la semiosfera. **¿Cómo las prácticas sociales determinan los discursos de manipulación, dominación, racismo o persuasión?** La vida de los signos se ofrece, a partir de esta interrogante, como un ente activo que recibe estímulos de la dinámica social, con sus agitaciones y conflictos, que se reproducen y multiplican bajo esquemas, cada vez más complejos, de intertextualidad mediática. De este modo, el análisis del discurso se ha enriquecido con nuevos enfoques y métodos de trabajo, para profundizar en los niveles de significación de los discursos verbales y multimodales, en función de la intencionalidad comunicativa y la situación enunciativa del discurso.

Las expresiones culturales y estéticas, con sus representaciones simbólicas y sociales, también han contribuido a establecer una agenda de investigación desde los estudios del discurso. Ocurre de este modo en la literatura desde los enfoques enunciativos y contextuales (Rodríguez, 2008) y las artes visuales, como el cartel y la fotografía en la prensa, como medio de representación y crítica de los sistemas de creencias e, incluso, como mecanismos de propaganda de los estados y sus ideologías dominantes.

Los estudios críticos del discurso (Blommaert & Bulcaen, 2000; Flowerdew & Richardson, 2018), en su conjunto y pluralidad, han permitido focalizar las nuevas expresiones e interacciones de los distintos grupos sociales, en el espacio público *offline* y *online*. Desde esta perspectiva, se ha documentado el posicionamiento de los populismos, en Europa y América, estableciendo marcos explicativos e interpretativos de los usos del lenguaje en los procesos de legitimación que subyacen en los comportamientos políticos. Particularmente en Latinoamérica, el estudio de los discursos desde la visión crítica ha visto madurar líneas de investigación en el ámbito de la sociedad y la política, colocando sobre relieve fenómenos como la marginación, el autoritarismo, la polarización política y la desigualdad. De este modo, los enfoques de análisis reconocen la relevancia del contexto y de los actores en el proceso de interlocución de los discursos, con prácticas sociales y políticas de dominación, manipulación y persuasión, revelando identidades e ideologías en el ejercicio del poder y en la interacción de grupos vulnerables (Pardo Abril, 2013; Salgado Andrade, 2019).

Los autores que colaboran en este proyecto han observado la necesidad de ampliar los márgenes de los estudios del discurso, incorporando la mirada crítica a los procesos de significación de la política, la cultura y la academia. El presente volumen reconoce, por tanto, la interdisciplinariedad que entra en juego a través de perspectivas y metodologías provenientes de la lingüística, la sociolingüística, la filosofía, la semiótica, el análisis crítico del discurso y los estudios culturales, entre otras disciplinas, que proveen de herramientas para entender cómo los discursos reflejan las ideologías y cómo el lenguaje es, en efecto, acción social y política.

Referencias

Barthes R. (1957). *Mythologies*. Seuil.

- Blommaert, J. & Bulcaen, C. (2000). Critical Discourse Analysis. *Annual Review of Anthropology*, 29, 447-466. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.29.1.447>
- Bolívar, A. (2018). *Political Discourse as Dialogue*. Routledge.
- Fairclough N. (1995). *Critical discourse analysis. The critical study of language*. Longman.
- Flowerdew, J. y Richardson, J. (2018). Introduction. In *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies*. Routledge.
- Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge & The Discourse of Language*. Pantheon Books.
- Foucault, M. (1978). *Microfísica del poder*. La Piqueta.
- Gee, J. P. & Handford, M. (2012). *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. Routledge.
- Hodge, R. y Kress, G. (1988). *Social Semiotics*. Cornell University Press.
- Hyland, K. & Paltridge, B. (Eds.) (2011). *Continuum Companion to Discourse Analysis*. Continuum.
- Jorgensen, M. & Phillips, L. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Sage.
- Pardo Abril, N. G. (2012). Análisis crítico del discurso: Conceptualización y desarrollo. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 19, enero-junio, 41-62. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322227527004>
- Pardo Abril, N. G. (2013). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Universidad Nacional de Colombia.
- Rodríguez, A. (2008). El análisis del discurso y sus aportaciones a los estudios literarios en el marco de las coordenadas autor, obra, lector y contexto. *Andamios*, 5(9), 77-98. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632008000200004&lng=es&tlng=es.
- Salgado Andrade, E. (2019). *Los estudios del discurso en las ciencias sociales*. UNAM.
- Scollon, R. (2008). *Analyzing Public Discourse*. Routledge.
- Van Dijk T. A. (1993). *Elite discourse and racism*. SAGE Publications.
- Van Dijk, T (1999). *Ideología: una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa.
- Van Dijk, T. (2000). El discurso como interacción en la sociedad. En T. Van Dijk (Ed.), *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II: una introducción multidisciplinaria* (pp. 19-64). Gedisa.

Van Dijk, T. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10 (29), 9-36. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27910292>

El eslogan del presidente. De la ultraderechista Giorgia Meloni al socialdemócrata Pedro Sánchez en X/Twitter

Sonia Madrid Cánovas¹

Celia Berná Sicilia²

Resumen

El propósito esencial de este capítulo de libro es examinar la esloganización en la comunicación gubernamental, evidenciando que, a través de esta plataforma, los mensajes tienden a la simplificación, influenciando el debate público y los temas de interés. El estudio compara el discurso en X (antes Twitter) de la presidenta de Italia, Giorgia Meloni, de ideología ultraderechista, con el del presidente español, Pedro Sánchez, socialdemócrata, a lo largo de un año. Ambos líderes muestran similitudes en la cantidad de publicaciones, seguidores, tendencias esloganizadoras y ausencia de interacción con la ciudadanía, si bien los fines de estos mensajes son muy distintos.

Palabras clave: Comunicación política, eslogan, redes sociales, retórica negativa.

La comunicación gubernamental en redes

Desde sus inicios, las redes sociales se han constituido en un canal privilegiado y prácticamente inevitable para la comunicación entre los diversos actores de la esfera política. Aunque las empresas tecnológicas intervienen en los procesos de difusión mediante sus algoritmos, las redes sociales generan la percepción de una comunicación directa, libre de la mediación tradicional de los medios de comunicación. Partiendo de esta premisa, la bibliografía especializada ha destacado especialmente los efectos de esta desintermediación en la comunicación entre líderes o partidos y ciudadanía (Mancera y Pano, 2013; Gallardo, Enguix y Oleaque, 2018). En los inicios de Internet se implementaron “herramientas de

¹ Doctora en Lingüística. Catedrática de Lingüística General de la Universidad de Murcia, España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5948-5335> ; correo electrónico: sonia.madrid@um.es

² Doctora en Filología Hispánica. Profesora ayudante doctora, Universidad de Murcia, España. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5240-3978>

gobierno electrónico” que consistían fundamentalmente en medios de comunicación unidireccional mediante los cuales los gobiernos facilitaban a la ciudadanía el acceso a información o documentos. A principios de los años 2000, con la llegada de la Web 2.0 surgieron las redes sociales, abriendo paso a un uso bidireccional e interactivo. Esto se combinó rápidamente con lo que se denominó Gobierno Abierto, consolidándose esta práctica con la llegada de Obama a la Casa Blanca. Wukich (2021, p. 189) señala que, durante su primera legislatura, las agencias del gobierno federal recibieron instrucciones de: a) informar a las audiencias sobre las acciones en curso (transparencia), b) fomentar la participación pública en el diseño de políticas y el intercambio de conocimientos y experiencias, y c) colaborar con otras organizaciones.

Aunque *Twitter* surgió en 2006, los estudios sobre su impacto en la comunicación política se consolidaron en la década de 2010 (Ahmed, 2010). Gelado *et al.* (2019, p. 13) sugieren una interesante línea de investigación que se retoma en el presente trabajo: el estudio de la simplificación del mensaje que Twitter potencia como plataforma de comunicación política, con el correspondiente vaciado de relevancia de los debates planteados y la similitud en el tono de los discursos entre partidos consolidados y emergentes.

El fenómeno de esloganización

Gran parte de los desajustes discursivos de la sociedad contemporánea que afectan a la vida social y política de la ciudadanía pueden explicarse como consecuencia de la digitalización y la globalización en términos comunicativos y se expresa en los desplazamientos discursivos que se producen (Gallardo, 2018, p. 13). Las estrategias emotivas y de placer en la consumición de historias que son propias del discurso publicitario a partir de los noventa (Madrid Cánovas, 2007) se han transferido al discurso político desplazando el eje de la comunicación política desde la argumentación a la narración y desde la narración a la lógica del enfrentamiento (Salmon, 2018, 2019). Tales desplazamientos parecen haber alcanzado asimismo a la comunicación política gubernamental (CPG) en redes sociales. Los límites de espacio y de tiempo impuestos por las redes sociales producen inevitablemente una condensación semántica y el uso de un eslogan agudo y conciso puede superar estas restricciones dando un mensaje más alto y claro (Rees, 1982, p. 8; Hodges, 2014, p. 349). Existen numerosos estudios sobre el empleo de eslóganes en la CPG durante momentos de

crisis, como el de la pandemia de Covid-19 (Cicres y Juanola, 2021; Araujo *et al.*, 2023; Sánchez y Gonsalvez, 2023), pero apenas hay estudios de los eslóganes en la comunicación cotidiana de la CPG.

En Madrid Cánovas (2024) se analizan los eslóganes de cuentas institucionales gubernamentales francesas y españolas y, partir del análisis contrastivo de corpus, se constata que la tendencia a utilizar eslóganes en el discurso gubernamental digital se presenta en España y Francia, pero es especialmente prevalente en las cuentas españolas, en concreto, en la cuenta de @desdelamoncloa.

Para comprobar si esta *esloganización* es un rasgo distintivo de cuentas gubernamentales españolas y si representa formatos nuevos en el mensaje político se compara en este capítulo la cuenta presidencial española de Pedro Sánchez con otra cuenta institucional que, a priori, debería resultar muy distinta por ideología, género y lengua. Se trata del perfil en Twitter de la presidenta del consejo de ministros italianos, la ultraderechista Giorgia Meloni.

El contexto político

Antes de abordar el análisis de los datos, se destacará brevemente el contexto político en el que se encontraba cada uno de los países involucrados, España e Italia, en los años 2022 y 2023, que constituye el periodo en el que se tomó la muestra de tuits.

Por lo que se refiere a Italia, hay que precisar que las elecciones generales italianas fueron anticipadas tras la crisis del gobierno italiano de 2022 y se celebraron el 25 de septiembre. *Fratelli d'Italia*, partido encuadrado ideológicamente en la extrema derecha y liderado por Giorgia Meloni, fue el que obtuvo mayor número de diputados (119). A la hora de formar gobierno, Meloni tuvo que recurrir a la coalición con partidos afines, la llamada coalición de centroderecha, formada por dos partidos ultraconservadores (*Fratelli d'Italia*, *Lega*), un conservador liberal populista (*Forza Italia*) y un autonominado *Noi moderati* (democracia cristiana).

En el caso de España, en el momento de la recopilación del corpus, el Partido Socialista Español (PSOE) gobierna en segunda legislatura desde 2020 junto a la coalición de izquierda Unidas Podemos, con Pedro Sánchez como presidente. Tras la debacle en las elecciones autonómicas de 28 de mayo de 2023 de ambos partidos, se inician las elecciones generales

del 23J, que comienzan después del periodo recogido en el corpus aquí empleado y que otorga a Pedro Sánchez su tercer gobierno consecutivo.

Objetivos, corpus y metodología

El corpus analizado se compone de una muestra de 2239 tuits, 1102 tuits procedentes de la cuenta de Meloni (@GiorgiaMeloni) y 1137 de la cuenta de Sánchez (@sanchezcastejon) entre el 25 de abril de 2022 y el 25 de abril de 2023, una vez eliminados los retuits que se realizan desde ambas cuentas (véase tabla 1). La recogida de datos se realizó a través de la aplicación *Tweet Flash - Twitter Scraper*, que permite descargar o “raspar” la web de X/Twitter simulando la navegación humana por la página web.

Como se observa en la tabla 1, las cifras de tuits totales, 1102 Meloni y 1137 Sánchez, así como la media de 3 tuits por día es muy similar en ambos mandatarios para el periodo analizado por lo que el análisis contrastivo parte de datos equilibrados entre ambas cuentas.

Tabla 1. Tuits del corpus de ambas cuentas (25/04/22-25/04/23)

3	Seguidores	Tuits	Media	N.º palabras	Media RT	Likes	Replies
Giorgia Meloni	2 M	1102	3,019	34.446	394,73	3166	626
Pedro Sánchez	1.8 M	1137	3,115	45.602	483,21	1365	952

Fuente: elaboración propia.

La extracción de los eslóganes de Sánchez y Meloni se ha realizado de forma manual considerando como un elemento indicador, pero no exclusivo, el hashtag que precede a estos mensajes breves y con densidad semántica, aunque se ha completado empleando el *software* de minería textual *SketchEngine*. La utilización de esta herramienta ha permitido contrastar los ámbitos temáticos de los eslóganes con los contenidos generales de los tuits y obtener así una visión más amplia de los mensajes presidenciales.

Análisis y discusión de resultados

Como se ha señalado en los objetivos, el propósito esencial del trabajo es contrastar los mensajes en forma de eslogan lanzados a través de X/Twitter por Giorgia Meloni y Pedro

Sánchez y que se ha vertebrado en dos apartados: en primer lugar, aspectos generales de las cuentas y su productividad y, en segundo lugar, los ámbitos temáticos de los eslóganes.

Aspectos generales de las cuentas y productividad

En el análisis de las cuentas de X/Twitter de Meloni y Sánchez se puede observar, a priori, una gran semejanza: crearon sus perfiles en la red social con meses de diferencia (2010 Meloni y 2009 Pedro Sánchez) y tienen en torno a 2 millones de seguidores. Sin embargo, la media de retuits de mensajes es ligeramente superior en el caso del dirigente socialista español, al contrario de lo que ocurre con la media de *likes*, bastante superior en la cuenta de Meloni (3166 vs.1365); la media de respuestas o *replies* es también superior para Pedro Sánchez que para Meloni. Esto indica que la cuenta de Meloni goza de mayor popularidad, pero no de mayor *engagement*, compromiso, que la de Sánchez, probablemente por el recurso a granjas de bots que difunden automatizadamente los mensajes.

En un análisis de sustantivos más frecuentes entre ambas cuentas (tabla 2) realizado con *SketchEngine*, los primeros diez sustantivos arrojan ya información importante sobre los principales temas abordados en ellas.

[Formador: favor de trazar la siguiente tabla]

Tablas 2. Frecuencias de sustantivos en el corpus de Meloni y Pedro Sánchez

Noun	Frequency ↑ ↓	Noun	Frequency ↑ ↓
italia	253 ***	españa	367 ***
governo	193 ***	pais	208 ***
anno	124 ***	gobierno	142 ***
sinistra	103 ***	año	96 ***
italiano	93 ***	familia	91 ***
nazione	84 ***	dia	89 ***
lavoro	71 ***	europa	84 ***
famiglia	66 ***	gracia	81 ***
vita	63 ***	mujer	71 ***
fratelliditalia	60 ***	guerra	68 ***

Fuente: elaboración propia.

Siendo cuentas personales reconvertidas en cuentas institucionales, tanto Meloni como Sánchez priorizan y refuerzan los temas nacionales de sus gobiernos y así lo demuestran el alto número de ocurrencias de las voces “Italia”, “España”, “governo”, “gobierno”. En cuanto

a la frecuencia de “año” y “anno” en ambas cuentas, esta posee contextos y significaciones distintas. Las 124 ocurrencias de la cuenta italiana se refieren a homenajes, pero en su gran mayoría a la edad de protagonistas de historias habitualmente trágicas que apelan al *pathos* del *follower* (“la mamma del bimbo di 6 anni morto” “Bruno, 82 anni sfidando l'età e il mare ha salvato 2 bambini ”Rahhal aveva 24 anni³). En la cuenta española el lema “año” tiene 142 ocurrencias, incluyendo también referencias a homenajes (“50 años de periodismo”, “20 años de acuerdos bilaterales”, “85 años de la guerra civil”), pero se emplea generalmente para datar acciones gubernamentales específicas (“hace un año rebajamos el IVA de la luz”, “hace cuatro años el cambio político”, “hasta final de año vamos a destinar 15.000 millones”). Los sustantivos “familia” y “famiglia”, que aparecen en la parte alta de la lista, se emplean en ambos casos en varios mensajes de condolencia de Meloni y Sánchez, pero con destinatarios muy distintos. En el caso de Pedro Sánchez, “familia” se utiliza recurrentemente en mensajes de condolencia hacia las familias de víctimas de violencia de género (“mi cariño y solidaridad con la familia de la mujer asesinada en Zaragoza”, “todo mi cariño para la familia de la mujer asesinada en Málaga”). Meloni, en cambio, recurre a “familia” en mensajes de pésame para destacados personajes de la vida pública (#ReginaElisabetta II, ci uniamo al cordoglio della famiglia reale⁴) o para víctimas de catástrofes como la del puente Morandi (“43 vittime e alle loro famiglie⁵”). La situación de conflicto en Europa (84) con la guerra (68) de Ucrania se refleja en la frecuencia de aparición de estos términos en los tuits de Pedro Sánchez. En el caso de Meloni, en cambio, aparecen términos de identidad nacional como “nazione” (84), “italiano” (93) y las propias siglas de su partido “fratelliditalia” (60). Aunque lo más destacado en la cuenta de la presidenta italiana es la reiteración de la palabra “sinistra” (izquierda) (103), a la que se refiere continuamente de manera negativa en sus tuits y en sus mensajes esloganizados, como se verá más adelante (“sinistra immigrazionista”, “sinistra liberalcomunista”, “sinistra arrogante”, “la sinistra tace”⁶). Estas características de contenido prioritario en los tuits se intensifican con el empleo de eslóganes que giran en torno a estos mismos ejes de significación.

³ “La madre del niño de 6 años que murió”, “Bruno, 82 años desafiando a la edad y al mar salvó a 2 niños”, “Rahhal tenía 24 años”.

⁴ “#ReinaIsabelII, nos unimos a las condolencias de la familia real”.

⁵ “43 víctimas y sus familias”.

⁶ “Izquierda inmigracionista”, “izquierda liberal-comunista”, “izquierda arrogante”, “la izquierda calla”.

Ámbitos de eslóganes

En los ámbitos temáticos de los eslóganes (véase figura 1) se evidencian diferencias entre ambos presidentes, pero no en el que ostenta la primera posición en ambos mandatarios: el político. En el caso de Meloni, porque las elecciones legislativas se celebraron en septiembre del 2022 y se encuentran reflejos de la campaña política en un periodo del corpus (#VotaFDI, #FratelliItalia, #ElezioniSubito, #MaiCoi5Stelle#, #Parlamento delegittimato); en el caso de Pedro Sánchez, que no estaba en mitad de unas elecciones, por una necesidad continua de autoafirmación en los logros y las políticas del partido socialista durante su gobierno (#EspañaResponde, #ElGobiernoDeLaGente, #GobernamosContigo, #SiVotamosGanamos, #GobernarParaTransformar), una reafirmación que se interpreta a escala nacional como presidente frente a la oposición, pero también dentro de la coalición de los partidos que componen su gobierno y de su propio partido.

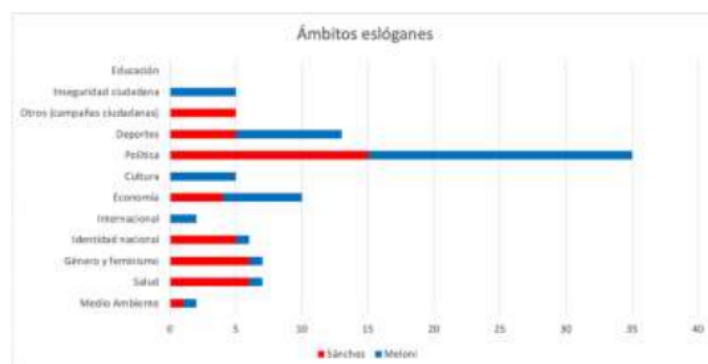
A partir de aquí surgen las diferencias entre ambos líderes. Mientras los eslóganes de Meloni giran en torno a la seguridad y a la inmigración (#ladridicase, #LaCasaNonSiTocca, #essercisempre, #StradeSicure, #sicurezza), y a la economía en sentido negativo y reivindicativo (#BastaTasse, #DifendiamoilMadeinItaly, #manovra2023, #PiùAssumiMenoPaghi, #leggedibilancio), los de Sánchez versan principalmente sobre violencia machista y cuestiones de género (#NiUnaMenos, #NiUnPasoAtrás, #NoSonNúmeros, #NosQueremosVivas, #DaleLaVuelta, #DiferentesEsIguales), medio ambiente (#AhorraEnergía, #AquíNoSeTiraNada, #ArmarioSostenible, #ElPaísdelasRenovables, #ElPaísMásRicoDelMundo, #SuperandoJuntoslaSequía). y los eslóganes referidos a la economía se emplean en un sentido muy positivo de logro (#CreayCrece, #CULTIVA, #YaEsLey, #RepensarElTurismo, #AquíYAhora, #EspañaNaciónEmprendedora).

El eslogan *tipo* de Sánchez se alinea, pues, con los principios ideológicos de la socialdemocracia de los últimos años, que suman al estado de bienestar y a la economía mixta las preocupaciones en torno a la igualdad de hombres y mujeres y la sostenibilidad ambiental, si bien no aparecen eslóganes en torno a la educación, a la cultura o a la cohesión social como ámbitos que son propios también de este espectro político.

El eslogan *tipo* de Meloni recoge, asimismo, los principios vertebradores de la ultraderecha tales como el nacionalismo y la soberanía, la seguridad y el orden, la anti-inmigración en relación con la inseguridad ciudadana y el proteccionismo cultural. Sorprende la aparición de eslóganes en relación con la escena internacional –quizá ligada a su primera gira presidencial– así como algún eslogan sobre el medio ambiente.

Como se puede observar, el recurso a la esloganización en X/Twitter consiste en una nueva forma de difundir las propuestas ideológicas tradicionales de partido pero de forma más simplificada, evitando la transgresión formal y reiterando unos ejes significativos constantes.

Figura 1. Número de eslóganes y ámbitos



Fuente: elaboración propia.

En cuanto el análisis del contenido de los eslóganes sin *hashtags* de Meloni (Pedro Sánchez carece del formato de eslogan sin *hashtag*), este revela que hace uso de retóricas de corte populista (Charaudeau, 2009), pues recurre a la narrativa habitual empleada por esta posición ideológica para explicar la situación de crisis política que atravesó Italia en 2022 y 2023. Esa narrativa se basa en tres ejes: a) ellos; b) nosotros, c) ellos contra nosotros.

Tal y como sucede habitualmente en el discurso populista, la identificación del adversario se hace de forma abstracta bajo la denominación “la izquierda”. Así, se observa que el enemigo es la izquierda en general y el gobierno de coalición de izquierda en particular, y, por ello, sus mensajes y eslóganes en X/Twitter están trufados de calificativos negativos (*litigiosi* –peleones–, *divisi* –divididos–) falsos, alejados de la ciudadanía, inadecuados, incapaces, con disonancias cognitivas y traidores a sus principios: “Anni di giochi di Palazzo

per evitare di dare la parola ai cittadini: alla sinistra il giudizio degli italiani fa paura. Il #25settembre riprendiamoci il nostro futuro, dimostriamo che il potere più forte di tutti è il popolo italiano”⁷.

Sin embargo, los calificativos positivos son los que acompañan siempre a Fratelli d’Italia en los mensajes de Meloni. Ellos se presentan como fiables, fuertes, irreductibles, fieles a sus ideas, atentos a las necesidades del pueblo, coherentes, orgullosos: “Un partito coerente, che non ha mai tradito la parola data e che ha messo sempre al primo posto gli italiani”; “Siamo #pronti (alla vittoria) e #pronti a risollevare l’Italia”⁸.

El tercer eje —ellos contra nosotros— se encuentra ampliamente representado en la muestra de tuits analizados y también en los eslóganes, pues son numerosos los mensajes en los que Meloni hace referencia a la campaña de desprestigio llevada a cabo por la izquierda (“in moto la macchina del fango”⁹) para deslegitimarlos como adversarios: “La campagna mistificatoria che sta portando avanti certa sinistra ha raggiunto livelli mai visti prima. Paolo Mieli, in pochi secondi, mette in mostra quanto sia fuori dalla realtà parlare oggi di ‘pericolo fascismo’. Da ascoltare”¹⁰.

La palabra de mayor frecuencia en el corpus de tuits de Meloni es “non” con 287 ocurrencias en total sobre un corpus de 1100 tuits. Este hecho revela una de las características discursivas de la ultraderecha que es, precisamente, su retórica negativa o “a la contra de” (Villar, 2021) y que enlaza con la narrativa populista que se ha mencionado previamente. Esta estrategia discursiva se emplea con el fin de movilizar al pueblo en contra del *establishment* político y de las ideas y valores imperantes en la sociedad (Betz y Johnson, 2004, p. 313), y no persigue sino la consecución de *réditos electorales*. De hecho, la evidencia sugiere que los discursos basados en el enfado y el resentimiento popular han tenido un impacto significativo en la movilización social (Betz, 2002).

⁷ “Años de juegos de Palacio para no dar la palabra al pueblo: la izquierda teme el juicio de los italianos. El #25Settembre recuperemos nuestro futuro, demostremos que el poder más fuerte de todos es el pueblo italiano”.

⁸ “Un partito coerente, che nunca ha faltado a su palabra y que siempre ha puesto a los italianos en primer lugar”. “Estamos #preparados (para la victoria) y #preparados para levantar a Italia”.

⁹ “En marcha la máquina del fango”.

¹⁰ “La campaña mistificadora emprendida por ciertos izquierdistas ha alcanzado niveles sin precedentes. Paolo Mieli demuestra en pocos segundos lo alejado que está de la realidad hablar hoy de ‘peligro fascista’. Merece la pena escucharlo”.

Lo que quizá parece más relevante es que estos discursos no tienen un efecto inocuo o inofensivo en la sociedad: antes bien la utilización frecuente y la consiguiente profusión de emociones de carácter negativo entre la ciudadanía ha dado lugar a un creciente malestar social hacia la clase política y ello ha contribuido a explicar –junto con otros factores de carácter económico y social– el auge de la extrema derecha que ha experimentado Europa Occidental en los últimos veinte años y que ha sido corroborado en las últimas elecciones al Parlamento europeo del 9 de junio de 2024.

La habilidad y éxito de la extrema derecha al apelar y movilizar el resentimiento popular se debe en gran medida a que estas organizaciones políticas se presentan ante la sociedad como una suerte de ‘catalizadores’ de la expresión del descontento y la frustración social (Bélanger, 2004), dotadas además de la capacidad suficiente para presionar a los partidos políticos del *establishment* para que estos escuchen y atiendan las demandas ciudadanas (Eatwell, 2003, 2018) o incorporen algunas de sus demandas.

Conclusiones

La tendencia *esloganizadora* está presente en el discurso político gubernamental de líderes con independencia del género, de la ideología o la lengua, tal y como se ha comprobado en el presente trabajo. Estos eslóganes condensan los principios ideológicos que vertebran las propuestas políticas de los gobiernos con vocación de hacerse virales y aspirar a una hipermilitancia por parte de sus seguidores. Desde el punto de vista formal, carecen de complejidad y no se caracterizan por el empleo de recursos persuasivos de alto nivel ni tampoco destacan por su originalidad, sí por su reiteración en torno a determinados ámbitos temáticos.

En el caso de Sánchez, se reflejan los principios de la socialdemocracia aun cuando se evidencian ausencias notables para el periodo analizado, como los referidos a la educación pública o a la cohesión social. De las tres funciones de gobierno abierto descritas en el apartado 1, solo se encuentra en Pedro Sánchez la referida a informar a las audiencias sobre las acciones en curso (transparencia) pero con la finalidad señalada por Hansson y Page (2022), la legitimación de ciertas políticas: “Among the most important discursive strategies of blame avoidance are legitimations: answers to the spoken or unspoken ‘why’ question to justify some social action” (2022, p. 3).

En el caso de Meloni, resalta la presencia de una retórica populista y negativa que hace hincapié en la inseguridad ciudadana, la inmigración y la demonización de la izquierda. A pesar de la cantidad de *likes* recibidos, no hay apenas interacción con el ciudadano ni colaboración con organizaciones ni tampoco información sobre acciones concretas de gobierno.

Referencias

- Ahmad, A. N. (2010). Is Twitter a useful tool for Journalists? *Journal of Media Practice*, 11, 145-155. https://doi.org/10.1386/jmpr.11.2.145_1
- Araujo Pinto, P., Da Silva Lopes, I. y De Ulysséa Leal, D. (2023). La comunicación de riesgos sobre la COVID-19 en América del Sur. Un análisis de las páginas web gubernamentales. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 1, 20-34. <https://doi.org/10.20318/recs.2023.7273>
- Charaudeau, P. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso y Sociedad*, 3 (2), 253-279.
- Cicres, J. y Masgrau-Juanola, M. (2021). La eslogación del discurso fronterizo: los eslóganes políticos en torno a la pandemia de la Covid-19. *Cultura, Lenguaje y Representación*, Vol. XXVI, 189-207. <https://doi.org/10.6035/clr.5704>
- Eatwell, R. (2003). The theories of the extreme right. En P. Merkl y L. Weinberg (Eds.), *Right-wing extremism in the twenty-first century* (pp.47-50). Fran Cass.
- Eatwell, R. (2018). Charisma and the radical right. En J. Rydgren (Ed.) *The Oxford Handbook of the Radical Right* (pp. 251–268). Oxford University Press.
- Gallardo, B. (2018). *Tiempos de hipérbole. Inestabilidad e interferencias en el discurso político*. Tirant Lo Blanch.
- Gallardo Paúls, B., Enguix Oliver, S. y Oleaque Moreno, J. (2018). Estilos de gestión de los perfiles políticos en Twitter: imagen y texto en las cuentas de los partidos en la campaña del 26J. *Revista de Investigación Lingüística*, 21, 15-51. <https://doi.org/10.6018/ril.21.367371>
- Gelado-Marcos, R., Navío-Navarro, M. y Rubira-García, R. (2019). Comunicando en los nuevos entornos. El impacto de Twitter en la Comunicación Política española. *Revista*

- Mediterránea de Comunicación*, 10/2, 73–84.
<https://doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.11>
- Hansson, S. y Page, R. (2022). Legitimation in government social media communication: The case of the Brexit department. *Critical Discourse Studies*, 20(4), 361–378.
<https://doi.org/10.1080/17405904.2022.2058971>
- Hodges, A. (2014). ‘Yes, We Can’: The Social Life of a Political Slogan. En C. Hart y P. Cap (Eds.), *Contemporary Critical Discourse Studies* (pp. 349-366). Bloomsbury.
<http://works.bepress.com/adamhodges/51/>
- Madrid Cánovas, S. (2007). *Los signos errantes. Estrategias de la publicidad gráfica española*. Editum/Cendeac.
- Madrid Cánovas, S. (2024). El eslogan en la comunicación política gubernamental: análisis contrastivo de las cuentas de los gobiernos de Francia y España en X/Twitter. *Cuadernos AISPI*, 24 (en prensa).
- Mancera Rueda, A. y Pano Alamán, A. (2013). *El discurso político en Twitter*. Anthropos.
- Salmon, C. (2019). *L'Ère du Clash*. Fayard.
- Salmon, C. (2008). *Storytelling: La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. La Découverte éditions.
- Sánchez Calero, M. L. y Gonçalves, G. (2023). Comunicación de riesgo y emergencias: análisis de estrategias y discursos en la era digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 29 (2), 253-257. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.84505>
- Rees, N. (1982). *Slogans*. Georges Allen & Unwin.
- Villar Hernández, P. (2021). *Retóricas negativas: la desinformación de derecha radical y su cobertura mediática*. Tirant Humanidades.
- Wukich, C. (2021). Government social media engagement strategies and public roles. *Public Performance & Management Review*, 44.1, 187-215.
<https://doi.org/10.1080/15309576.2020.1851266>

Centralidad del ethos y debates electorales. Aproximaciones teórico-metodológicas para su estudio y análisis

Claudia Colinas Cal y Mayor¹

Carlos Enrique Ahuactzin Martínez²

José Fernando Treviño Martínez³

Resumen

El estudio focaliza la construcción del ethos en los debates electorales, como una representación del sujeto enunciador, que requiere la implementación de un conjunto de estrategias discursivas para buscar la legitimación del ejercicio del poder y la dominación en contextos de competencia política. Con base en el enfoque de los estudios críticos del discurso, se reconocen las condiciones comunicativas que permiten la articulación de las prácticas sociales y políticas asociadas a los usos del lenguaje en el posicionamiento y confrontación de los candidatos en los procesos de renovación de puestos de representación por elección popular. La propuesta teórica-metodológica retoma, por tanto, los avances del análisis crítico del discurso y la categorización de unidades constituyentes en torno al ethos político e ideológico en el marco de los sistemas democráticos.

Palabras clave: ethos, debates, discurso, política, análisis crítico.

Introducción

El discurso es un concepto ampliamente usado en diversas disciplinas para referirse a los usos del lenguaje en contextos de interacción social y política. Por el discurso, conocemos la

¹ Doctoranda en Ciencias de Gobierno y Política. Investigadora asociada al Programa de Opinión Pública y Marketing Político, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7795-6391> ; correo electrónico: carlos.ahua@correo.buap.mx

² Doctor en Letras. Profesor-investigador del Centro de Estudios en Comunicación Política, del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4331-327X>

³ Doctor en Ciencias de Gobierno y Política. Investigador asociado al Centro de Estudios en Comunicación Política, del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0562-9783>

perspectiva y posicionamiento de los sujetos frente a los conflictos y la búsqueda de consensos en la vida pública. Y mediante las manifestaciones del lenguaje se construyen las imágenes o perfiles de los actores políticos ante la opinión pública. De este modo, conviene asumir la complejidad que representa para el estudio de los debates electorales la discusión en torno al discurso y, particularmente, al *ethos*, como espacio de representación de las maneras como el *yo enunciativo* se construye y se articula en el escenario de la confrontación política.

Para Fairclough (1993), ¹ el discurso, en un sentido amplio, considera “el uso del lenguaje como una forma particular de la práctica social” y, en un sentido más estricto, “el lenguaje utilizado para representar una determinada práctica social desde un punto de vista determinado”. Por otro lado, van Dijk (2004) ofrece una serie de definiciones del concepto, que comprenden desde “los objetos o muestras particulares”, lo que implica a “actores sociales específicos en un escenario y contexto particular”, hasta “un periodo, comunidad o cultura en particular, lo que correspondería con la noción igualmente general, abstracta, social y compartida de ideología”.

De igual manera, Wodak & Meyer (2001) refieren que el discurso se define como “un concepto del habla que se encontrará institucionalmente consolidado en la medida en que determine y consolide la acción y, de este modo, sirva ya para ejercer poder”. A su vez Haidar (2000) define al discurso como “un conjunto de prácticas sociales peculiares que inciden de manera determinante en la producción y reproducción de la vida socio-histórico-cultural de los seres humanos”. Esto nos lleva a reflexionar que un discurso no se limita únicamente a los actos del habla, sino también a toda actividad capaz de comunicar y que a su vez establece una relación entre los individuos en una sociedad, construyendo así elementos de su cultura e identidad.

Los analistas críticos del discurso consideran el discurso como una práctica social inmersa en otras con las cuales interacciona, pues como explica Fairclough (1993) “tanto la hegemonía como la ideología son elementos muy importantes pues fundamentan al discurso como práctica social reproducida en estructuras sociales”. De este modo, ¹ el discurso es considerado como un concepto que va más allá del lenguaje oral o escrito, como práctica social se refiere también a la manera en cómo se usa el lenguaje, las intenciones y argumentaciones realizadas por las personas en un entorno social.

Con base en lo anterior, tanto Fairclough (1995) como Wodak (1997) ¹proponen que además de ser “socialmente determinado”, el discurso es “socialmente constituyente”, puesto que conforma situaciones, objetos de conocimiento e identidades sociales y relaciones entre personas y grupos de personas, es decir, “el discurso es acción social” ¹en principio, y, en consecuencia, “el discurso político es acción política”. En este sentido, el discurso debe ser estudiado como una manifestación de la práctica social, ya que en éste se perciben las relaciones sociales y políticas, las relaciones de poder, de legitimación y de integración u oposición (van Dijk, 1999).

A su vez, el discurso puede definirse como “un principio dialéctico y generativo a la vez, que remite a una red de relaciones de poder que son histórica y culturalmente específicas, construidas y, en consecuencia, susceptibles de cambio” (Colaizzi, 1990). De este modo, puede contemplarse cualquier relación de poder entre individuos y grupos de individuos, ya sean relaciones personales, sociales, políticas, económicas o laborales. Para fines de este trabajo, las relaciones de poder que serán tomadas en cuenta serán las que se den en el ámbito político, entre partidos políticos y candidatos y el electorado.

Discurso político

El discurso político se inserta dentro de la práctica política y se da entre gobernantes y gobernados, entre partidos políticos y electorado, entre funcionarios públicos y ciudadanos. En un sentido restringido, el discurso político se refiere a “enunciados verbales (orales o escritos) producidos por políticos, que tratan de cuestiones de interés para los ciudadanos como integrantes de una sociedad organizada institucionalmente” (Fernández Lagunilla, 1999). Éste juega un papel importante en la transmisión de ideologías y representaciones sociales; su objetivo fundamental es “involucrar al receptor en el sistema de valores defendido por el enunciadador, incitar a la acción y conseguir determinada reacción en los destinatarios” (Romano, 2010).

Este tipo de discurso puede orientarse hacia distintos fines, en algunos casos, se les dará mayor fuerza a las ideas, buscando despertar un interés o una pasión por ellas; en otros, hacia la construcción de la imagen del enunciadador, para que el auditorio se identifique con su persona y se adhiera a sus propuestas; a su vez el discurso puede dirigir su objetivo hacia el auditorio mismo, buscando entrar en contacto con sus afectos (Charaudeau, 2006).

El discurso político es público, es decir, se dirige a una gran audiencia y no a una persona o grupo de personas en específico, aunque en ocasiones ciertos discursos van enfocado a un nicho de la población en especial, suelen también contener mensajes para el resto de la ciudadanía. De acuerdo con Haidar (2000), el discurso político se enfoca en lo público, “el hacer en conjunto y la manera de hacerlo”, haciendo un énfasis en la acción, lo cual es visible en el discurso de un debate político, cuando los candidatos exponen sus propuestas acerca de los temas de interés público.

Por su parte, Eliseo Verón (1996) explica que “el campo del discurso político implica un enfrentamiento, relación con un enemigo o una lucha entre enunciadores. La enunciación política es inseparable de la construcción de un adversario”. En un debate electoral los candidatos se presentan como adversarios ante una audiencia, buscando a través de su discurso político crear empatía con el electorado y ganar adeptos, cumpliendo así una función de convencimiento.

El discurso es utilizado en el ámbito político para legitimar y ejercer el poder, apoyándose de los medios de comunicación para lograr dicho objetivo; del mismo modo, el discurso político contribuye a la socialización de la ideología dominante del gobierno en funciones, es así como se transmiten los valores, ideales y posturas del gobierno a la sociedad, con el fin de construir cultura política (Canel, 1999).

El enfoque del análisis del discurso

El análisis del discurso (AD), si bien en sus inicios consideró el estudio de las reglas que rigen la producción de los textos, tanto orales como escritos, desde una visión lingüística, pronto se inscribió en el denominado “giro lingüístico” en las ciencias sociales, durante los años 60 y 70 del siglo XX, lo que permitió ampliar la función del discurso en la formación y reproducción de las instituciones que enmarcan el contexto y entorno de la humanidad (Soage, 2006).

Como refieren Charaudeau & Maingueneau (2005), el análisis del discurso es un “área de estudio que se centra en las herramientas de comunicación que expresa o informan acerca de algún suceso en particular, y hace uso del texto para llegar a su audiencia”. Por lo tanto, se puede entender al análisis del discurso como una metodología que incluye un

conjunto de procedimientos sobre un cuerpo previamente delimitado y sobre el cual se experimentan aplicaciones conceptuales y herramientas de interpretación.

El análisis del discurso es un enfoque teórico y metodológico que ayuda a entender las prácticas discursivas que se producen en todas las esferas de la vida social. “Uno de sus principales objetivos consiste en develar, describir y comprender los efectos y modos en la producción social del sentido” (Karam, 2005). Por su lado, cuando el análisis del discurso toma la vertiente del análisis crítico del discurso, se le suma la función del contexto que existe alrededor del suceso descrito en el discurso, pues se cree que el entorno influye en la producción, interpretación y entendimiento del discurso tanto en el emisor como en el receptor (Charaudeau, 2006).

Análisis crítico del discurso

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) es una “disciplina interpretativa que estudia el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (van Dijk, 1999). En este sentido, es un análisis que no se limita únicamente al estudio de la gramática, si no que a su vez contempla la relación existente entre el discurso, la sociedad y el entorno en que se desarrolla.

Para van Dijk (1999), el ACD está relacionado con el poder y el abuso de poder y cómo estos son producidos y reproducidos por el texto y el habla; como disciplina, se enfoca en los grupos e instituciones dominantes y en la forma en la que éstos crean y mantienen la desigualdad social por medio de la comunicación y el uso de la lengua. A su vez, el ACD “centra su atención en la forma en la que los grupos dominados se resisten y oponen discursivamente a dicha dominación”. Por lo tanto, es necesario tratar al lenguaje como una práctica social, ya que además de tratarse de un fenómeno social, se convierte en el medio para representar otros fenómenos sociales (van Dijk, 2004).

Desde un enfoque comunicativo, el ACD “establece las condiciones de comprensión de los fenómenos del lenguaje en el contexto social, reconociendo los roles comunicativos de los interlocutores, los espacios de la significación, la situación enunciativa y los recursos genéricos del discurso” (Ahuactzin & Meyer, 2017).

Por su parte, los estudios del ACD fueron definidos por Wodak y Meyer como “el interés por analizar las estructuras tanto opacas como transparentes de las relaciones de dominación, discriminación, poder y control manifestadas en el lenguaje”, de tal manera que tiene como objetivo “investigar críticamente la inequidad social como es expresada, constituida y legitimada por el uso del lenguaje” (Wodak & Meyer, 2001).

Considerando que el ACD toma en cuenta el estudio del discurso en contextos sociales relacionados con sucesos políticos, de poder y abuso de poder, de la vida pública y la práctica social, Van Dijk (1999) menciona que el “proceso del análisis crítico del discurso se enfoca en la estructuración de estrategias y de dominio encontradas en las relaciones sociales y desarrolladas en el discurso.” A su vez este autor propone que el objetivo principal de esta disciplina es “revelar o divulgar lo que está implícito u escondido, es decir, lo que no es obvio en las relaciones de dominación o de ideologías subyacentes”. Por su parte autores como Fairclough (1995) & Wodak (1997), proponen los principios básicos del análisis crítico del discurso:

1. El ACD trata de problemas sociales.
2. Las relaciones de poder son discursivas.
3. El discurso constituye la sociedad y la cultura.
4. El discurso hace un trabajo ideológico.
5. El discurso es histórico.
6. El enlace entre el texto y la sociedad es mediato.
7. El análisis del discurso es interpretativo y explicativo.
8. El discurso es una forma de acción social.

De esta forma dichos autores (Fairclough, van Dijk & Wodak) mencionan que la importancia del análisis crítico del discurso radica en todo lo que rodea al mismo, en su contexto y entorno, a su vez, proponen que el discurso es una práctica social, ya que mediante éste las personas actúan sobre el mundo, ocupando al discurso como un medio de representación y construcción de ideología. Reafirmando esta idea, Pardo Abril (2012) afirma que los estudios críticos del discurso “se fundamentan en la tríada de relaciones que se establecen entre discurso, cognición y sociedad, centrando su preocupación en la identificación de la configuración de las formas de dominación y el ejercicio del poder propios de un grupo”.

Con base en lo anterior, se puede afirmar que el contexto es el elemento más relevante del análisis crítico del discurso, ya que éste propicia las condiciones para la existencia de relaciones de poder y dominación de ciertos grupos sociales, por lo cual, sin el estudio del contexto, no se podrían comprender las estrategias de manipulación, legitimación, consenso, entre otras, que los gobernantes ocupan para ejercer poder sobre los gobernados.

1 **Ethos**

El concepto de ethos tiene su origen en la retórica clásica de Aristóteles. El antiguo filósofo ofrece una visión detallada sobre la retórica, la cual es entendida como una “disciplina transversal que se ocupa de estudiar la utilización del lenguaje y propone tres dimensiones de argumentación empleadas por un orador” (Aristóteles, 1951). En un principio se encuentra el logos, que representa el discurso racional, la demostración coherente, que el hablante debe poder llevar a cabo. Continúa discutiendo el pathos, que corresponde al registro de emoción y afecto que el hablante usa para convencer a su audiencia llamando en particular a sus propias emociones. Finalmente, Aristóteles identifica el ethos, dimensión que atañe específicamente a este trabajo, el cual está constituido por la imagen que el hablante busca transmitir a través de su discurso (Aristóteles, 1951).

El ethos según Aristóteles es una de las “pistas o pruebas oratorias que un orador puede movilizar para convencer, es, por lo tanto, una imagen producida en el discurso” (Aristóteles, 1951). Este antiguo filósofo también define el ethos como “los elementos que hacen más fácil confiar en un orador, más notablemente: buen sentido común, buena moral, carácter y buena voluntad” (Kennedy, 1991).

Aristóteles, ya hablaba de la división del ethos: en pre-discursivo y discursivo; el primero está formado por imágenes e ideas colectivas, tópicos y cualidades asociadas a una posición específica en la sociedad; mientras que el ethos discursivo se construye en el discurso y constituye una presentación indirecta y a menudo inconsciente de la identidad del orador (Amossy, 2010). Tanto Maingueneau (2004) como Amossy (2010) señalan que el ethos (pre-discursivo y discursivo) en el análisis del discurso se refiere a la imagen discursiva transmitida de alguien más, que a la imagen de la persona real.

Por lo tanto, la credibilidad de los mandatarios, funcionarios y candidatos se basa, en el ethos pre-discursivo y discursivo, es decir, en la “representación efectiva de uno mismo

entre el público, influenciado por los contextos genéricos y sociales del propio evento comunicativo” (Amossy, 2010). De esta manera, el concepto de ethos representa un aspecto del estilo retórico que el orador debe adoptar para captar la atención y ganarse la confianza de la audiencia, para parecer creíble y amigable. El ethos se relaciona con la reputación del altavoz, es decir, la imagen previa que se tiene del orador, aunada a la imagen que construye en el discurso. En este sentido, “el ethos no sería solo una dimensión discursiva, sino que también se referiría a elementos no discursivos y previos al discurso” (Amossy, 2010).

A través de un discurso el orador puede construir un ethos, es decir, “una imagen de sí mismo en una situación de comunicación” (Maingueneau, 1996) ante la audiencia y generar en ésta efectos posibles. En el ámbito político, los mandatarios, funcionarios públicos y candidatos electorales se presentan ante la ciudadanía a través de sus discursos buscando posicionar su imagen, sus características positivas y sus atributos dominantes, buscando generar empatía y aceptación ante la audiencia.

Continuando con esta idea se puede mencionar que el uso de la palabra de un candidato, un presidente o un funcionario en el espacio público implica una “construcción de sí mismo” (Charaudeau & Maingueneau, 2005) , es decir, la construcción de un ethos, término que es empleado en el análisis del discurso como “un concepto cualitativo utilizado para describir todas las formas de expresión explícita con las que el orador establece la credibilidad de su mensaje” (Charaudeau & Maingueneau, 2005) .

De acuerdo a Barthes (1984) a través de un discurso el orador en la búsqueda de la construcción del ethos “debe mostrar al auditorio los rasgos de su carácter (importa poco su sinceridad) para dar una buena impresión”. De esta manera, los candidatos presentan ante la audiencia información de su persona, resaltando sus características y atributos positivos, que le permitan al electorado distinguir a dicho candidato de sus oponentes políticos. En torno a esto Maingueneau (1996) menciona que “el ethos se despliega simultáneamente en el registro de lo mostrado y en el de lo dicho”. Así mismo Amossy (2010) afirma que el ethos es “una dimensión integral del discurso” y que todos los actos de discurso constituyen “la presentación del yo”, es decir, “una construcción discursiva”, en la que el locutor se posiciona y construye una identidad en y con el discurso, posicionándose también dentro de un espacio social y genérico.

En un discurso el actor político busca involucrar al receptor en su sistema de valores, incitar a la acción y conseguir determinada reacción en la audiencia; para lograr esto, “el actor político debe mostrarse como un orador autorizado y creíble” (Romano, 2010). La imagen construida previamente toma fundamental importancia para respaldar el posicionamiento político, lograr empatía y aceptación, verse legitimado ante el electorado y mantener o acrecentar el “capital simbólico” del cual habla Bourdieu y es entendido como “ciertas propiedades que parecen inherentes a la persona misma, como la autoridad, el prestigio, la reputación, el crédito, la fama, la notoriedad, la honorabilidad, el buen gusto, entre otras (Bourdieu, 1985)

Continuando con este orden de ideas, Ahuactzin Martínez (2019) menciona que “en un proceso político-electoral los candidatos de acuerdo al contexto de cada elección participan de las estrategias mediáticas para configurar un ethos que les permita establecer una relación ideológica y/o pragmática con los ciudadanos, promoviendo valores y comportamientos políticos e ideológicos como mecanismos para articular significados en la esfera social y política”. El ethos de los candidatos constituye un recurso en la campaña electoral, resulta muy conveniente para los candidatos transmitir a los electores a través de su discurso rasgos de personalidad, posturas ideológicas y valores con los que éstos se puedan identificar, por lo tanto, el ethos se adhiere a la lógica de la persuasión en tanto que “provee de condiciones discursivas de identificación y reconocimiento con los electores” (Ahuactzin Martínez, 2020)

1 **El ethos dentro del género discursivo debate**

Considerando que en un proceso electoral existen muchos escenarios para que un actor político pueda expresar discursos ante el electorado y a través de éstos construir una imagen de sí mismo, los debates electorales configuran un marco discursivo muy importante para la expresión, la argumentación y la réplica de todos los candidatos a un mismo puesto público, como lo menciona Charaudeau (2001) “un debate electoral estará condicionado por ciertas limitaciones discursivas, culturales e institucionales de este género en particular”, lo que les proporcionará a los actores políticos una plataforma electoral regulada a través de la cual tendrá acceso a gran cantidad de electores que pueden ser afines o no a su proyecto político,

lo que les dará la oportunidad de refrendar el apoyo de sus seguidores y de buscar atraer a los votantes indecisos a través de su discurso

Dentro del discurso emitido por un actor político en un debate electoral se puede apreciar que “los oradores se presentan en todo lo que dicen, en su entonación, actitud, elección de palabras, es decir, de todas las maneras posibles que puedan referirse al tema empírico que está detrás del discurso” (Roitman, 2014), de igual manera el orador que busca parecer confiable y legítimo ante el público, “llega a convertirse en el tema de su propio discurso” (Roitman, 2014), es decir, se convierte en una entidad dentro del discurso, por lo tanto, el ethos del locutor se construye en todo momento dentro del discurso y se hace de manera directa o indirecta, aunque no se presente el pronombre yo explícitamente, el orador deja huella de su persona en cada palabra, gesto y modulación de su discurso.

1 Categorías conceptuales del ethos

Considerado al ethos como "la presentación del yo" (Amossy, 2010) o la “presentación de uno mismo” (Roitman, 2014) se puede afirmar que este concepto está presente en todas las partes de un discurso. El ethos se hace notar cuando un orador hace declaraciones, afirma algo sobre sí mismo o habla de escenarios a futuro, es decir, el ethos toma distintas categorías según el enfoque que el orador le asigne.

En el artículo “Presidential candidates ethos of credibility: The case of the presidential pronoun I in the 2012 Hollande–Sarkozy debate” su autora Malin Roitman propone varias categorías del ethos, las cuales son adoptadas por el locutor en distintas partes del discurso de acuerdo a la intención que tiene al emitir cierto mensaje. Roitman (2014) enfoca su trabajo en el estudio del ethos a través de la utilización del pronombre “yo” como parte de la construcción de la imagen de uno mismo.

Dentro de un discurso se pueden observar dos tipos de “yo”: el “yo dicho” o “yo representado” y el “yo mostrado” o “yo situado”. El primero, simboliza al protagonista, tiene relación con la representación, con la imagen dicha del candidato con todas sus características y particularidades, rasgo de su personalidad, opiniones, ambiciones, visiones, etc. (Roitman, 2014). Por lo tanto, es el ethos mayormente ocupado por los candidatos, ya que es empleado al momento de presentarse ante los votantes, dar a conocer las propuestas de trabajo y expresar las características que los distinguen ante los adversarios.

¹ Por otro lado, el “yo mostrado” o “yo situado” ubica el candidato en el acto del habla, ayuda a mostrar autoridad sobre otro candidato al permitir comentar, interrumpir o corregir, y al mismo tiempo que reafirmar su propia opinión. El “yo-mostrado” desempeña un papel muy importante en los debates, donde los candidatos tienen que posicionarse, tener el control y tomar la palabra (Roitman, 2014) .

De acuerdo a lo propuesto por Roitman (2014) en el plano del “yo dicho” se destacan cuatro categorías principales, de las cuales se desprenden once subcategorías. Las cuatro categorías tienen el objetivo de demostrar liderazgo, cercanía con los ciudadanos, manifestar cualidades políticas y cualidades personales. A continuación, se describen las categorías y subcategorías del ethos en el plano del “yo dicho”.

El ethos de liderazgo se relaciona principalmente con la imagen de ser un hombre de acción, que tiene el poder de implementar proyectos concretos, teniendo visiones políticas para el futuro, pero siendo de naturaleza humilde, es decir, ser capaz de escuchar y conversar con las personas, además de respetarlas, pero también ser capaz de admitir sus propias limitaciones cuando se enfrentan con serios problemas (Roitman, 2014) ; esta categoría de ethos se divide en tres subcategorías:

- El ethos de líder respetuoso y humilde busca representarse como líder capaz de guiar un proyecto político en un país o estado siendo una persona con una personalidad respetuosa y al mismo tiempo alguien cercano a los ciudadanos, interesado en sus problemas y con la capacidad de escuchar sus necesidades y atenderlas.
- El ethos de ideólogo está relacionado con la transmisión de una ideología, generalmente siendo la ideología del partido al que el candidato pertenece, sin embargo, se debe tomar en cuenta que los posibles desacuerdos entre los miembros de un mismo partido pueden ser blanco de probables ataques por parte de otro candidato, por lo cual Roitman propone un ethos negociado, para poder contrarrestar las críticas.
- El ethos de acción y fuerza tiene que ver con la necesidad de construir una imagen que muestre al candidato como una persona de acción, dinámica, activa, con una proyección al futuro.

La categoría de ethos de cercanía con los ciudadanos puede entenderse como la proximidad y el contacto del actor político con la ciudadanía, ésta se compone de cuatro subcategorías:

- El ethos de sinceridad y lealtad busca construir una imagen del candidato como una persona honesta y con intenciones francas hacia el pueblo a gobernar, presentándose como alguien con la intención de ser un servidor público y no de servir a intereses personales.
- El ethos de compromiso emocional es clave en la construcción de una imagen empática, con preocupación por las dificultades del pueblo. Buscar mostrar el lado humano del candidato y los rasgos personales que le permitan vincularse con algún grupo de la población.
- El ethos de unidad tiene que ver con la preocupación por fomentar la unión de los miembros de un mismo grupo, ya sea nación, estado o provincia, sin importar las diferencias particulares de cada uno. El concepto de unidad tiene un carácter simbólico muy importante pues atribuye al sentimiento de pertenencia y unión de un grupo de personas.
- El ethos de responsabilidad se relaciona con la capacidad de reconocer y hacerse responsable un hecho pasado, un error cometido, un comentario mal enfocado, una decisión mal tomada en algún momento del pasado del candidato, ya sea como en algún puesto público anterior o como ciudadano.

El ethos que demuestran cualidades políticas se relaciona con las características específicas del ámbito de la política que posee un candidato que lo convierten en un buen político, con conocimientos, habilidades y aspiraciones suficientes para gobernar de la mejor manera. En este aspecto se destacan dos subcategorías de ethos:

- El ethos de autoridad que un candidato quiere transmitir está altamente ligado con la ambición de un liderazgo potente y el manejo del poder. El tipo de argumentación ocupada para referir un ethos de autoridad maneja ataques y cuestionamientos hacia los oponentes sobre hechos o situaciones negativas ocurridas en el pasado; al mismo tiempo, el candidato trata de posicionarse como una figura con más experiencia que los demás.

- El ethos de voluntad política se refiere a la voluntad de cambios positivos, de inferir en los campos problemáticos para mejorarlos, por lo tanto, el ethos de voluntad política se puede encontrar con expectativas personales referentes al cargo que se propone ocupar, utilizando verbos en tiempo presente o futuro con la intención de proyectar voluntades plurales en línea con la ideología del partido al que se pertenece, marcando así, una diferencia visible con los otros contendientes.

El ethos de cualidades personales refleja características y valores que la persona presenta y lo convierten en un buen ser humano, aquí se destacan dos subcategorías:

- El ethos de cortesía se refiere a la intención de reflejar una actitud cortés, educada y amable hacia el otro. En el caso de un debate esta cortesía se puede dirigir tanto hacia los oponentes, como hacia los periodistas presentes y a la ciudadanía.
- El ethos de indignación quiere mostrar un desacuerdo y desaprobación profunda hacia los otros candidatos. La indignación puede venir de acontecimientos pasados o ataques que se dan dentro del debate.

En el plano del “yo mostrado” Roitman (2014) habla de dos subcategorías que componen la manera en que el candidato se presenta como un individuo real.

El ethos de dominio del discurso le permite al candidato ubicarse físicamente

dentro del debate y afirmar su autoridad al demostrar su habilidad por discursar y moverse en el escenario. El manejo del discurso es fundamental para que el candidato pueda expresar correctamente sus ideas, proponer sus propuestas, contestar las preguntas de los oponentes y moderadores y refutar ante los ataques que se hagan sobre su persona, su carrera política y sus logros o errores en puestos públicos del pasado.

- El ethos de posicionamiento del poder apoya al candidato para transmitir su capacidad de ejercer poder, sobre todo cuando se ocupó o se está ocupando un cargo público, de igual manera dicho poder se puede transmitir a través de recuerdos contados o reafirmando los años trabajando para el servicio público. El posicionamiento de poder también es la capacidad de ejercer poder sobre los otros candidatos dentro del discurso, demostrando una forma de superioridad sobre un conocimiento, un recuerdo o un hecho.

Tabla 1. Tipos de ethos

Tipos de ethos		
El ethos de credibilidad de los candidatos presidenciales: el caso del pronombre presidencial “yo” en el debate Hollande-Sarkozy en 2012.		
Malin Roitman. 2014		
"Yo dicho"	Ethos de liderazgo	Ethos de líder respetuoso y humilde
		Ethos de ideólogo
		Ethos de acción y fuerza
	Ethos de cercanía al ciudadano	Ethos de sinceridad y lealtad
		Ethos de compromiso emocional
		Ethos de unidad
		Ethos de responsabilidad
	Ethos de cualidades políticas	Ethos de autoridad
		Ethos de voluntad política
	Ethos de cualidades personales	Ethos de cortesía
		Ethos de indignación
"Yo mostrado"		Ethos de dominio del discurso
		Ethos de posicionamiento del poder

Fuente: Elaboración propia con base en el libro “El ethos de credibilidad de los candidatos presidenciales: el caso del pronombre presidencial “yo” en el debate Hollande-Sarkozy en 2012” escrito por la autora Malin Roitman en 2014.

Presencia del ethos en el discurso político durante una campaña electoral

Con la intención de presentarse como un futuro servidor público “que desempeñará sus deberes, que transformará sus promesas en acciones, escuchará e intentará responder a las demandas de las personas y tendrá el poder de implementar sus proyectos” (Roitman, 2014) los candidatos a un puesto público intentan ocupar un lenguaje en sus discursos que trasmita credibilidad y que refleje liderazgo, pero al mismo tiempo cercanía y unidad con la ciudadanía. A través de su discurso el orador en la búsqueda de la construcción del ethos “debe mostrar al auditorio los rasgos de su carácter para dar una buena impresión” (Barthes, 1984). De esta manera, los contendientes se presentan ante la audiencia, dando información

de su persona, resaltando sus características y atributos positivos, lo que le permitirá al electorado distinguir a dicho candidato de sus oponentes políticos.

“El ethos, la presentación del yo, prevalece en todas partes en el discurso; siempre que los oradores hacen declaraciones, están declarando algo sobre sí mismos” (Roitman, 2014). Los aspirantes a un puesto público durante el tiempo que duran las campañas electorales buscan construir su ethos con el uso de ciertas palabras, frases y oraciones que forman parte de su discurso, así mismo, ocupan distintas formas verbales y pronombres personales que les permitieron enfatizar ciertas ideas y símbolos que contribuyen a formar su imagen ante el electorado, es así como los candidatos construyen su ethos, un ethos representativo y simbólico que les permite diferenciarse de los demás aspirantes.

A lo largo de una contienda electoral durante su discurso político los candidatos dan a conocer a la ciudadanía características de su personalidad, sus propuestas e ideas de trabajo, buscando así generar empatía y aceptación ante el electorado; a través de ciertos conjuntos de palabras, oraciones, ademanes y movimientos los aspirantes logran construir su ethos con el objetivo de posicionar su imagen y diferenciarse ante sus adversarios políticos.

Asimismo, se puede agregar que estudiar el discurso político de candidatos a puestos públicos en el marco de una contienda electoral resulta muy interesante ya que a partir de las palabras, frases, entonación, ademanes, gesticulaciones, etc. que éstos ocupan al dirigirse a los electores se puede determinar en cierta medida la imagen e idea de la persona que desean proyectar ante su público. El análisis de la manera en que un candidato hace uso de cierto pronombre y la forma en que lo acompaña de uno u otro verbo durante su discurso permite establecer el tipo de ethos que busca construir ante su audiencia y con esto entender la imagen personal y política que se planteó dar a conocer a los electores con el objetivo de obtener intenciones de voto favorables y un reconocimiento especial ante sus adversarios.

Referencias

Ahuactzin Martínez, C. (2019). Discurso, ethos y representación. Las candidatas a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México 2018. En M. Navarro Sequeira, *El proceso electoral de México 2018 ¿Y las candidatas?* (págs. 103 - 121). Puebla, México: Montiel & Soriano Editores.

- Ahuactzin Martínez, C. (2020). Política y persuasión en México. Construcción del ethos en los spots electorales de Andrés Manuel López Obrador en 2018. *Discurso & Sociedad, Vol.14(1)*, pp. 59-85.
- Ahuactzin, C., & Meyer, J. (2017). Publicidad electoral televisiva y persuasión en Puebla 2010. Una aproximación desde el Análisis Crítico del Discurso. *Comunicación y Sociedad, 29*, pp. 41-68.
- Amossy, R. (2010). *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Francia: Presses Universitaires de France.
- Aristóteles. (1951). *El arte de la retórica*. (I. Granero, Trad.) Mendoza, Argentina: Universidad Nacional del Cuyo.
- Barthes, R. (1984). *Le bruissement de la langue*. Francia.
- Bourdieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar?* Madrid, España: Akal.
- Canel, J. (1999). *Comunicación Política; Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. España: Tecnos.
- Charaudeau, P. (2001). Visiones discursivas, géneros situacionales y construcción textual. En *Análisis de discursos. Tipos y géneros*. Toulouse, Francia : Universitaires du Sud.
- Charaudeau, P. (2006). *El discurso político*. Uruguay: Contexto.
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Argentina : Amorrortu Editores.
- Colaizzi, G. (1990). Feminismo y teoría del discurso. En G. Colaizzi , *Feminismo y teoría del discurso* (págs. pp. 13 - 25). España: Cátedra.
- Fairclough, N. (1993). *Discourse and Social Change*. Reino Unido : Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (Vol. 2 Discourse as social interaction). Harlow, Inglaterra: Longman.
- Fernández Lagunilla, M. (1999). *La lengua en la comunicación política I: el discurso del poder*. España: Arco Libros.
- Haidar, J. (2000). "El poder y la magia de la palabra. El campo del análisis del discurso". En N. Del Río Lugo, *La producción textual del discurso científico* (págs. pp. 33-66). México: UAM-X.
- Karam, T. (2005). Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso. *Global Media Journal, 2(3)*.

- Kennedy, G. (1991). *Aristotle, on rhetoric: A theory of civic discourse*. New York, USA: Oxford University Press.
- Maingueneau, D. (1996). El ethos y la voz de lo escrito. *Versión*, 6, pp. 79 - 92.
- Maingueneau, D. (2004). ¿“Situación de enunciación” o “situación de comunicación”? *Université Paris XII*, 3(5). Obtenido de Discurso.org.
- Pardo Abril, N. (2012). Análisis crítico del discurso: Conceptualización y desarrollo. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 19, pp. 41-62.
- Roitman, M. (2014). Presidential candidates' ethos of credibility: The case of the presidential pronoun I in the 2012 Hollande–Sarkozy debate. *Discourse & Society*, 25(6), pp. 741–765.
- Romano, M. (2010). La construcción del ethos en el discurso inaugural de Cristina F. de Kirchner. *Forma y Función*, 23(2), pp. 97-125.
- Soage, A. (2006). La teoría del discurso de la escuela de Essex en su contexto teórico. *CÍRCULO de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 25, pp. 45-61.
- van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, pp. 23-36.
- van Dijk, T. (2004). Discurso y Dominación. *Universidad Nacional de Colombia*. Colombia : Grandes Conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas.
- Verón, E. (1996). *La semiosis social*. España: Gedisa.
- Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. En T. van Dijk, *Discourse Studies. A multidisciplinary introduction* (Vol. Vol. 2 Discourse as social interaction, págs. pp. 258 - 284). Londres, Inglaterra: Sage.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2001). *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. España: Gedisa Editorial .

Reflexiones sobre persuasión y cortesía verbal en la comunicación diplomática en español

Margarita Robles-Gómez¹

Resumen

Desde tiempos remotos, la diplomacia ha considerado esencial el buen uso de la lengua y la comunicación para mantener relaciones amistosas entre pueblos, ya que una mala elección de términos o tono podía enemistar a dos territorios. Kubaliya (2021) sostiene que la diplomacia tiene sus raíces en la prehistoria, fundamentándose en el lenguaje desde sus inicios, y utilizando las ciencias del comportamiento para demostrar que la cooperación y la resolución pacífica de conflictos son vitales para la supervivencia grupal. Por lo tanto, el desarrollo de habilidades comunicativas adecuadas es crucial para desempeñar eficazmente las funciones diplomáticas. A pesar de la relación entre la comunicación diplomática y política, la diplomacia se diferencia por su énfasis en la cortesía lingüística. Este trabajo tiene como objetivo analizar la persuasión y las estrategias comunicativas del lenguaje diplomático.

Palabras clave: *Comunicación diplomática, comunicación persuasiva, cortesía, lenguaje diplomático.*

Introducción

En diplomacia desde las épocas más remotas se ha tenido en cuenta el buen uso de la lengua, su cuidado para mantener buenas relaciones con los otros pueblos, ya que una mala elección del término o del tono podía desencadenar en una crisis entre reinos. Así, Kubaliya (2021) sostiene que para conocer el comienzo de la diplomacia hay que remontarse a épocas prehistóricas y, así, observar cómo surgió la proto diplomacia y cómo se fundamenta en el uso del lenguaje ya desde sus comienzos. Para llegar a esa conclusión, este autor se basa en

34

¹ Doctora en Lengua Española. Profesora Ayudante Doctor de la Facultad de Educación en el área de Didáctica de la Lengua y la Literatura, Universidad de Valladolid, Palencia, España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6255-5595> ; correo electrónico: margarita.robles.gomez@uva.es

las ciencias del comportamiento para demostrar que la cooperación y las resoluciones pacíficas de los conflictos son cruciales para la supervivencia y bienestar del grupo.

El desarrollo de una habilidad comunicativa cuidada es esencial para desarrollar satisfactoriamente sus labores y mantener relaciones amistosas con otros pueblos. Cuando se realizan investigaciones relacionadas con el lenguaje diplomático, normalmente, redirigen al lenguaje político. Sin embargo, a pesar de que la comunicación política y diplomática buscan persuadir al auditorio, la comunicación diplomática se apoya en la cortesía lingüística para lograr dicho objetivo.

Por lo tanto, el objetivo principal del siguiente trabajo es examinar el valor de la persuasión en la comunicación diplomática y las estrategias comunicativas del lenguaje diplomático. Para lograr este fin, se aplicará una metodología analítica basada en la revisión de materiales relacionados con el mundo diplomático y el análisis del discurso. El trabajo constará de varias secciones. En primer lugar, se reflexionará sobre las diferencias entre la comunicación diplomática y la comunicación política. A continuación, se repasarán las principales características del lenguaje diplomático, para, posteriormente, elaborar una sección en la que se analizarán las principales estrategias comunicativas empleadas en el lenguaje diplomático.

Comunicación diplomática vs. comunicación política

Si bien es cierto que la diplomacia es la política llevada a cabo más allá de las fronteras nacionales (bilateral o multilateral), no se debe confundir la labor y la formación de un diplomático de carrera o de un diplomático político. De hecho, Manfredi (2021) afirma que la diplomacia “es la actividad política internacional por excelencia, ejercida mediante un cuerpo profesional y burocratizado de reconocimiento internacional [...] la diplomacia es la respuesta humana a la conducción y la gestión de los asuntos internacionales conforme a un ideario político” (p. 15). Aunque la diplomacia y la política son dos labores muy próximas, los requisitos exigidos a sus profesionales son dispares. Así, en la página web del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación del Reino de España se informa acerca del proceso selectivo para acceder a la carrera diplomática. Entre los requisitos mínimos exigidos es necesario poseer la nacionalidad española, ser mayor de edad, estar en posesión de un título universitario, dominio de varios idiomas (mínimo inglés y francés) y superar con

éxito una serie de pruebas que permiten el acceso al curso de formación de diplomáticos. Sin embargo, actualmente, en España, no existen unos requisitos mínimos académicos exigidos para ejercer como político/a.

La persona diplomática de carrera posee una formación multidisciplinar propia del ámbito para realizar eficazmente su labor en contextos internacionales y nacionales. Se tiende a pensar que la labor diplomática consiste en lo que Galindo llama Diplomacia (2017), es decir, las negociaciones o reuniones al más alto nivel. Sin embargo, entre las múltiples funciones de estos profesionales también se encuentran otras labores del día a día como la de redacción de documentos, recogida y envío de información, cuestiones administrativas, organización de eventos, el contacto con autoridades y personas relevantes del país huésped (Jara Rocanti, 1989; Galindo, 2017; Manfredi, 2021), así como ayudar a los ciudadanos nacionales del país acreditante en el extranjero. Por lo tanto, ² las funciones realizadas en un ambiente diplomático se relacionan directamente con la comunicación, ya sea verbal o no verbal (Robles-Gómez, 2020). Así pues, una de las herramientas principales de este profesional es el lenguaje (Galindo, 2017), pero, a pesar de que este ocupa un papel esencial en su labor apenas existen investigaciones centradas en el lenguaje diplomático español. Se hallan artículos en los que se comenta cómo debería ser el lenguaje diplomático o la importancia de la comunicación diplomática. Sin embargo, no son muchos los trabajos que lo analizan en profundidad, ya que se equipara al lenguaje político y este sí es estudiado ampliamente. Aunque el lenguaje político y diplomático utilizan las mismas estrategias comunicativas y comparten el mismo objetivo: persuadir a la otra parte dialogante, las estrategias no se aplican de la misma manera, ya que el contexto, el perfil del receptor y los objetivos no son compartidos. La comunicación política tiene un fin electoralista, mientras que la comunicación diplomática trata de transmitir confianza, veracidad, respeto a la otra parte dialogante; es decir, una imagen positiva del país representado.

Por una parte, el contexto en el plano político se mueve en un ámbito nacional, por lo que domina la lengua en la que se ejerce la comunicación y conoce la cultura del grupo meta. Esto es, conoce el perfil del receptor del mensaje, los ciudadanos del país en el que se ejerce la función política. Por otra parte, normalmente, la labor diplomática se desarrolla en contextos internacionales en donde se debe mantener una imagen positiva del país al que se representa. En un contexto como este, las cuestiones sociopragmáticas deben tenerse en

cuenta para lograr alcanzar los objetivos. En el lenguaje diplomático destaca por ello el uso de la cortesía y las atenuaciones, incluso en situaciones extremas como es el cambio de posición en la relación con otro estado, utilizando formas como “mi país se verá obligado a considerar sus propios intereses” (Jara Rocanti, 1989, p. 197). Se acepta que en la comunicación diplomática existe un “estilo diplomático”.

Persuasión en el lenguaje diplomático

A pesar de que los primeros vestigios sobre la labor diplomática se sitúan hacia el s. XIV a. C. (García Castelblanco, 2014), la primera diplomacia europea es considerada la de la Antigua Grecia. Autores como Buono-Core (2010) afirman que los enviados a los otros pueblos eran personas entrenadas en el arte del buen hablar para comunicarse pacíficamente y llegar a un buen entendimiento; su labor no consistía en negociar, sino en persuadir a la Asamblea del Estado receptor, por lo que se requería de inteligencia y habilidad oradora. Vella (2013) define la persuasión como el resultado de un proceso por el que se consigue convencer a otro de que cierta opinión de una situación concreta es creíble y aceptable, basándose en el conocimiento de las circunstancias relacionadas, en una evaluación objetiva, sin perjuicios, en el buen juicio y en una decisión clara. Para que la persuasión sea más fácil de alcanzar es necesario que el emisor transmita integridad, respeto, experiencia y confianza a la otra parte.

Para ejercer ese poder persuasivo a través de argumentos característicos del buen orador, se centraban en los principios de la Retórica: *logos*, *ethos*, *pathos*. Esto es, el uso de la palabra razonada, la credibilidad del mensaje y la emoción (que influya en el auditorio). Estos tres elementos debían ser coordinados y ordenados de forma lógica: *inventio* (conocer los puntos a tratar), la *dispositio* (orden de elementos, de menos a más), *elocutio* (elementos, estrategias comunicativas: palabras, giros, tono de voz, gestos, etc.) y *actio* (ensayo). Elementos que todavía hoy se siguen para la elaboración de un buen discurso. El discurso diplomático sigue estos principios para crear un discurso o un texto elegante, sin embargo, sigue unas reglas propias según las que tanto lo que se dice como lo que no se dice es importante por su significado en sí. De hecho, en el s. XIX, el barón Martens afirma: “En una palabra decir bien, en el orden necesario, todo lo que debe ser dicho y nada más, he aquí el arte del diplomático” (en Robles-Gómez, 2020). Surgen entonces las preguntas de cuánto es

decir lo necesario y cómo se sabe si se ha dicho demasiado o demasiado poco. El barón continúa comentando que:

2
Jamás se puede recomendar bastante a los redactores de actas y de oficios diplomáticos, el que procuren asociar a la precisión de las ideas, la propiedad de los términos y la concisión del estilo. Las circunlocuciones, los epítetos ociosos, las expresiones rebuscadas o pretenciosas, los períodos muy largos, los episodios, los lugares comunes son, con especialidad, muy mal recibidos en escritos de ese género, en los que, siendo todo importante y grave, preciso es encaminarlos con sencillez y en derechura a su fin. (...) Antes de establecer principios, o de alegar pruebas, debe cuidarse sobre todo de examinar su exactitud. (...) Las citas son también admitidas; pero preciso es que sean muy exactas, usadas con sobriedad y evitando las apariencias de una ridícula y rebuscada erudición

Por lo tanto, el ideal de la comunicación verbal diplomática es que esta debería estar estructurada adecuadamente, de una forma sencilla y clara. Ya, en el siglo XXI el embajador José Antonio de Urbina comenta que “el que habla y el que escribe lo han de hacer de tal modo que ambos sean perfectamente comprendidos por el que escucha y el que lee lo escrito” (2005, p. 133). En cuanto a la expresión verbal eficaz, comenta que es la suma de un mensaje concreto y una dicción clara. Respecto a la expresión escrita, para que un texto sea eficaz debe seguir cuatro reglas fundamentales: el texto ha de ser claro y, para ello, se deben seleccionar palabras simples, sencillas y claras. El texto debe ser conciso, es decir, evitar palabras y frases “rebuscadas” o ideas superfluas. Otra característica es la concreción, esto es, evitar formas abstractas y el uso de la voz pasiva. Por último, la cortesía, ya que mostrar respeto, comprensión y simpatía hacia el lector permitirá transmitir una imagen positiva. De tal modo, se diría que el lenguaje diplomático sigue la teoría de la cortesía de Lakoff (1973): sea claro (inspirado en las máximas de Grice para transmitir un mensaje eficaz) y sea cortés (no se imponga, ofrezca opciones, fortalezca los lazos de camaradería). Sin embargo, si en el lenguaje diplomático deben utilizarse expresiones precisas o evitar el uso desmedido de adjetivos o frases complejas, cabe preguntarse por qué se ha descrito o se ha tenido la idea de que se trata de un lenguaje poco claro, oscuro, ambiguo.

Independientemente, el lenguaje diplomático tiene un carácter internacional basado en las tradiciones, usos y costumbres de la diplomacia. Así, desde la Asociación de Diplomáticos Escritores (2016) se refieren a este lenguaje como:

² una modalidad privilegiada de comunicación que se ajusta a la configuración con frecuencia compleja, de una red de transmisiones y representaciones que tiende a garantizar las relaciones entre los actores llamados al diálogo internacional. (...) A través de la historia se ha ido depurando y perfeccionando el denominado lenguaje diplomático que es, en esencia, una cautelosa forma de expresión que da la oportunidad de quedarse, en cierta medida, por debajo de la exacerbación cuando ese proceder conviene a los intereses del Estado que se representa. De uso imprescindible en determinadas exposiciones orales y escrita (...) el lenguaje profesional de la diplomacia ha demostrado su indispensable utilidad, por ser el único instrumento que permite, mediante cautelosas gradaciones, formular una advertencia seria a su contraparte, de conformidad con las normas de convivencia internacional.

En esa misma línea se manifiesta el embajador Manuel Morles Lama (2016), quien argumenta que el lenguaje profesional de la diplomacia es un instrumento y el único medio que permite lanzar una advertencia siguiendo las normas de cortesía internacional sin emplear léxico amenazante. Kappeler (2013) afirma que para lograr persuadir es necesario lanzar mensajes que apelen a la lógica, las emociones, la ideología, la religión, la legalidad, la economía o la política, o realizar una combinación en función del receptor; por lo que es necesario conocer el destinatario, ya sea su historia, cultura, las sensibilidades nacionales e, incluso, el idioma.

Cortesía lingüística en la comunicación diplomática

Tras tratar de la persuasión en la comunicación diplomática, se observa que el lenguaje diplomático sigue las máximas de cortesía expuestas por Leech (1983), en las que se trata de evitar el conflicto y lograr las metas del emisor a través del tacto, la generosidad, la aprobación, la modestia, el acuerdo y la compasión. Hay que saber leer entre líneas, ² conocer

este estilo para entender lo que se está comunicando, ya que puede ser susceptible de numerosas interpretaciones, esto es, “los enunciados pueden adquirir contenidos significativos que no se encuentran directamente en el significado de las palabras que lo componen, sino que dependen de los datos y la situación comunicativa” (Escandell, 2008, p. 12). La cortesía lingüística ocupa un papel relevante en esta cuestión, ya que permite lanzar una advertencia sutilmente, como en el caso de “mi gobierno interpreta estos actos como de carácter inamistoso...”. Asimismo, permite interpretar lo no dicho, por ejemplo, en el cierre de una carta, los trabajadores discriminan o entienden si el grado del receptor es superior o no que el del emisor. Así, se pueden detectar diferentes estilos de cierre según el receptor del escrito: “mi más alta y distinguida consideración” o “mi distinguida consideración”. Los profesionales de este campo saben que en la primera forma el receptor es de rango superior al emisor, mientras que en la segunda sucede lo contrario, el emisor es de rango superior el destinatario. Existen otras fórmulas entre estas dos.

Se entiende entonces que la cortesía es “un conjunto de normas sociales, establecidas por cada sociedad, que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros, prohibiendo algunas formas de conducta y favoreciendo otras: lo que se ajusta a las normas se considera cortés, y lo que no se ajusta es sancionado como descortés” (Escandell, 2008, p. 142). También puede considerarse, según la misma autora, como una estrategia conversacional “en que la comunicación verbal es una actitud intencional dirigida a lograr un determinado objetivo en relación con otras personas, resulta lógico pensar que el uso adecuado del lenguaje puede constituir un elemento determinante para el éxito del objetivo perseguido” (Escandell, 2008, p. 144). Por lo tanto, sería “un conjunto de estrategias conversacionales destinadas a evitar o mitigar dichos conflictos” (Escandell, 2008, p. 145). Aquí el lenguaje o el estilo diplomático es el que destaca, ya que se trata de un lenguaje totalmente intencional, con un propósito y unos objetivos claros, siempre sin ofender a la otra parte dialogante. Esto es, se trata de usar estrategias para mantener buenas relaciones, teniendo en cuenta las normas sociales y conversacionales para evitar al máximo cualquier conflicto. Se evita dañar la imagen de los demás, respetando a cada uno de los integrantes de la comunicación, que es, en el fondo, la idea primordial en la comunicación diplomática. De ahí que surja la necesidad de una cuidadosa y selectiva elección del léxico y de las expresiones utilizadas porque un uso descuidado de estas puede dar lugar a un choque entre Estados.

La cortesía lingüística no se centra solo en el uso de un pronombre como “usted/es” en lugar de “tú” o el uso correcto de los tratamientos “Excelentísimo/a”, “Ilustrísimo/a”, “Revenderísimo”, “Señor/a”, etc., sino también en una serie de estrategias como el uso de cultismos de origen latino para diferentes fines. Algunos ejemplos de cultismos diplomáticos de origen latino son: “*statu quo ante bellum*”, “*pacta sunt servanda*”, “*modus vivendi*” o “*quid pro quo*”, entre otras muchas. También es frecuente el uso de términos franceses como “*Tête a tête*”, “*attaché*”, “*tourneé*”, etc. Estas expresiones confieren carácter culto al mensaje y al autor de este.

El uso de atenuaciones se utiliza para reducir las tensiones creadas en la interacción por medio de unas reglas: no se imponga, ofrezca opciones, refuerce los lazos de fraternidad. Las atenuaciones son de uso frecuente, por ejemplo, a la hora de informar de la ruptura de relaciones. Es entonces habitual el empleo de fórmulas como: “Tengo el honor de poner en conocimiento/ informar/ comunicar... a Vuestra Excelencia que el Gobierno de... ha decidido poner término a sus relaciones diplomáticas con el Gobierno de...”. Un mandatario, diplomático o canciller no amenaza, sino que formula advertencias con formas personificadas, en un primer momento empleará “mi gobierno no puede permanecer indiferente...” y tras varias llamadas de atención llega el ultimátum “Mi gobierno tendrá bien en esperar su amable respuesta no después del día X a las horas X, hora local”. Otra estrategia de cortesía lingüística en este ámbito es el uso de eufemismos para evitar dañar la imagen de los actores que intervienen en la comunicación. Así, por ejemplo, para hablar de la defensa del diálogo entre naciones y evitar conflictos armados (no deja de ser en sí un eufemismo de la guerra) tienden a utilizar expresiones como “apoyar medios políticos y diplomáticos”. Cuando se llama a consultas al embajador de un país determinado se suelen emplear formas como “un aviso” o “medida fuerte/grave”.

Dentro de la comunicación diplomática se emplean otros recursos lingüísticos y literarios. Así, dependiendo de la intencionalidad del mensaje se emplearán metáforas, ambigüedades, ironía, etc., puesto que este tipo de comunicación cuenta con un amplio abanico de estrategias que permiten elaborar un discurso siguiendo los cánones de la Retórica.

Por lo tanto, en diplomacia es imperioso el cuidado del lenguaje, ya que es analizado minuciosamente. Además, una de las idiosincrasias de este lenguaje es su carácter cortés regido por la cortesía lingüística.

Conclusión

La diplomacia es considerada una de las disciplinas más antiguas del mundo. Los/las profesionales de esta afrontan situaciones comunicativas muy dispares, desde encuentros con homólogos a diálogos con personas de formación baja o básica. ² Una de las principales características de la carrera diplomática es su carácter multidisciplinar. Los/las funcionarios/as que ejercen dicho cargo deben tener una amplia formación porque ellos serán los representantes y la imagen de su país en el exterior. Para cumplir con la multitud de funciones que deben desempeñar, se aconseja que respondan a una serie de características personales y profesionales, entre las cuales destaca la habilidad comunicativa. Hoy más que nunca los encuentros cara a cara, las reuniones en organizaciones internacionales son frecuentes y la comunicación diplomática se ha ido adaptando a los tiempos. Se trata de un lenguaje caracterizado por la búsqueda de la persuasión a través del discurso bien articulado. Supone el desarrollo de una destreza comunicativa (oral y escrita) a través de la cual transmitir una buena imagen por medio del uso de la cortesía lingüística, el uso de figuras retóricas literarias como la metáfora, los eufemismos o la personificación entre otros para embellecer el discurso o el texto. Además, el uso de otras estrategias comunicativas para transmitir confianza a la otra parte dialogante, crear veracidad, credibilidad en el texto o el discurso por medio del uso de citas, datos, enumeraciones o el buen uso de los tratamientos, permiten crear una imagen positiva de la persona diplomática en cuestión, y, por lo tanto, conseguir su objetivo que es el de persuadir al auditorio a través de un discurso asentado en los principios de la retórica. Se trata de un tipo de comunicación en la que lo que no se dice adquiere tanto sentido como lo que se dice, ya que, a pesar de buscar la confianza, en muchas ocasiones se oculta información o no se dice todo lo que se sabe. Las personas diplomáticas son estrategas de la comunicación, saben qué decir, cuándo decirlo y cómo decirlo. Utilizan su propio estilo diplomático conocido entre los/las propios/as profesionales.

Referencias

- Borau Boira, E. y García García, F. (2014). Evolución de la Diplomacia y el Protocolo ante el conflicto. *ÁMBITOS. Revista Internacional de Comunicación*. 24, 1-12.
- Brown, P. y Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Escandell, M.V. (2006). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel Lingüística.
- Galindo, E. (2017). *La psicología aplicada en la diplomacia*. Barcelona: Amapsi Editorial.
- García Castelblanco, A. (2014). *Diplomacia y Diplomáticos desde la Antigüedad hasta 1919*. Santiago: RIL Editores.
- Grice, H. P. (1975). Logic and Conversation. En P. Cole y J. L. Morgan. (Eds.), *Syntax and Semantics, Vol. 3, Speech Acts* (pp. 41-58). Academic Press.
<https://www.ucl.ac.uk/lis/studypacks/Grice-Logic.pdf>
- Jara Rocanti, E. (octubre 1989) *La función diplomática*. PNUD-CEPAL.
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/239430a4-22ed-4984-8883-55c97b987d85/content>
- Kappeler, D. (2013). Why persuasion? Reflections after 50 years of practicing, teaching, and studying diplomacy. En D. Kurbalija (Ed.), *Persuasion the essence of diplomacy* (pp. 15-18). DiploFoundation y MEDAC.
- Kurbalija, J. (2021). *Prehistory: Origins of diplomacy and early technologies*. DiploFoundation. <https://www.diplomacy.edu/topics/history-of-diplomacy-and-technology/#09--radio-and-tv-broadcasting>
- Lakoff, R. (1973). The logic of politeness: Or, minding your p's and q's. En C. Corum, T. Cedric Smith-Stark y A. Weiser (Eds.), *Papers from the 9th Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society* (pp. 292-305). Chicago Linguistic Society,
- Leech, G.N. (1983). *Principles of Pragmatics*. Londres: Longman.
- Manfredi, J.L. (2021). *Diplomacia. Historia y presente*. Editorial Síntesis.
- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Carrera Diplomática.
<https://www.exteriores.gob.es/es/Ministerio/EscuelaDiplomatica/AccesoCarreraDiplomatica/Paginas/index.aspx>
- Morales Lama, M. (11 septiembre 2008). Imprescindible uso del lenguaje diplomático. Listín Diario. <https://listindiario.com/puntos-de-vista/2008/09/11/73334/imprescindible-uso-del-lenguaje-diplomatico>

- Robles-Gómez, M. (2020). *Enseñanza del español para fines específicos dirigido a la diplomacia y las relaciones internacionales*. (Tesis doctoral). Departamento Lengua Española. Universidad de Salamanca.
- Urbina, J.A d. (2005). *El gran libro del protocolo*. Madrid: Temas de hoy.
- Vella, G. (2013). Persuasion: importance of trust, relevance, for small states, and limitations of computers. En D. Kurbalija (Ed.), *Persuasion the essence of diplomacy* (pp. 11-14). DiploFoundation and MEDAC.

Lucha hegemónica en Ecuador. El discurso del Buen Vivir desde un análisis preconstituyente, constituyente y postconstituyente

Perla Marina Palacios Díaz¹

Resumen

Esta investigación tiene el objetivo de identificar las condiciones políticas que permitieron la configuración de la lucha hegemónica del discurso del Buen Vivir en Ecuador. Para lo anterior, se entiende que el Buen Vivir nace en el proceso de la asamblea constituyente del 2007 al 2008, cristalizándose como discurso político a través de tres configuraciones distintas las cuales, han generado debate y conflicto en la arena pública durante el gobierno de Rafael Correa 2007-2017. Aunado a lo anterior, el análisis del discurso del Buen Vivir exige pensarlo en un formato preconstituyente, constituyente y postconstituyente.

Palabras clave: discurso, hegemonía, signifiante, desarrollo, política.

Introducción. Una lucha hegemónica en Ecuador. Buen Vivir y discurso

Este trabajo se centra en abordar las implicaciones del discurso del Buen Vivir en Ecuador, mediante el análisis de los desafíos en las formaciones políticas, los distanciamientos, los enfrentamientos y los cambios que se presentaron en él.

Como se ha mencionado en otros trabajos de autoría propia³, el discurso del Buen Vivir puede analizarse desde el referente teórico de Chantal Mouffe y Ernesto Laclau, como una categoría de signifiante vacío⁴. El signifiante vacío es una categoría conceptual elaborada por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe en su libro *“Hegemonía y Estrategia Socialista. Hacia una radicalización de la democracia”*, publicado en 1985. Esta investigación retoma la propuesta política de Mouffe y Laclau como brújula de análisis que permita pensar y esclarecer el proceso de democratización progresista vivido en Ecuador

¹ Doctora en Sociología. Investigadora Postdoctoral en el Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, ICGDE, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-1215-3234>; correo electrónico:

durante el 2007 al 2017, con particular énfasis en la revisión del proceso de la asamblea constituyente de 2007 a 2008, con el auge y politización del discurso del Buen Vivir como categoría alternativa a postulados dominantes del concepto de desarrollo.

Los autores antes mencionados consideran que un significante vacío es un *significante sin significado*, el cual adquiere *sentido* e identidad dentro de la discursividad política. En este trabajo, es de suma importancia reconocer al Buen Vivir como parte de la narratividad política contemporánea en Ecuador, ya que permitió delimitar fronteras políticas en un proceso contemporáneo. De acuerdo con Laclau,

La presencia de significantes vacíos es la condición misma de la hegemonía (...), una clase o grupo es considerado como hegemónico cuando no se cierra en una estrecha perspectiva corporativista sino que se presenta a amplios sectores de la población como el agente realizador de objetivos más amplios tales como la emancipación o la restauración del orden social (...), desde el punto de vista de la producción social de significantes vacíos, la operación hegemónica sería la presentación de la particularidad de un grupo como la encarnación del significante vacío que hace referencia al orden comunitario como ausencia, como objetivo no realizado (Laclau, 1996: 82-83).

En síntesis, la hegemonía dentro del poder político es referida como una lucha discursiva que trata de fijar el *significado* de un *significante*. La teoría política de Mouffe y Laclau concibe a lo social como un efecto de articulación producida por relaciones hegemónicas. Por tanto, este trabajo se apoya en diversas categorías de análisis elaboradas en la filosofía política de ambos autores, con la intención de entender la conflictividad de la política contemporánea en Ecuador a través del análisis del discurso del Buen Vivir en dicho país.

En otras palabras, a lo largo del periodo de gobierno de Rafael Correa en Ecuador se presenciaron una serie de luchas discursivas entre identidades políticas clave, las cuales trataron de darle *sentido* al concepto Buen Vivir dentro de diversas narrativas. Explicar esas narrativas, desde el análisis de la hegemonía e ideología política, es fundamental para esta investigación, dado que dichas narrativas han adquirido un presunto disparador teórico y práctico, dentro y fuera del país, al considerar el discurso del Buen Vivir como un

instrumento de lucha para lo subalterno. Este trabajo considera que la palabra y el concepto original del Buen Vivir se han usado y desvirtuado para ciertos fines políticos.

Aunado a lo anterior, las demandas sociales y democráticas de principios de siglo suscitadas en Ecuador se articularon en una totalidad. Esa totalidad ocupó el discurso del Buen Vivir. Sin embargo, en medio de dicho proceso se presentaron ciertos quiebres entre diversas identidades políticas, aunque estos quiebres no impidieron que todas ellas se pronunciaran a favor del discurso del Buen Vivir y su implementación en la Constitución de Montecristi. Ya fuera como ciertas demandas desde el subalterno, como un reposicionamiento de la relación y reencuentro con la naturaleza o como un elemento de política pública. Esa lucha hegemónica marcó un cambio en la vida política de Ecuador que se intensificó con el tiempo. Es decir, esta investigación sostiene que el espacio discursivo del Buen Vivir es un lugar de confrontación entre proyectos políticos no reconciliables. En ella, están en juego voluntades colectivas con proyectos distintos en la forma organización social.

Por tanto, es posible pensar que el concepto Buen Vivir fue un elemento dinamizador e innovador en las relaciones sociales de la esfera pública del Ecuador por lo que es relevante analizar las implicaciones y los desafíos de su construcción discursiva en un esquema que analice el momento preconstituyente, constituyente y postconstituyente. Puede afirmarse que la asamblea constituyente ⁴ tomó vida propia al narrar al Buen Vivir como una contrapropuesta al sistema dominante. Esta contrapropuesta, con raíces y bases en cosmovisiones indígenas y afro-ancestrales, trató de llegar a la Constitución de 2008 como una manera de proponer nuevos caminos para la sociedad en su conjunto.

Si bien el Estado ecuatoriano es un espacio en disputa que presenta contradicciones propias e inherentes a los años de gestión política de Rafael Correa, en su conceptualización y análisis enraizado en diversos escenarios de lucha que mezclaron distintas narrativas sobre el Buen Vivir. Todas estas demandas mantuvieron diversos y profundos retos. Como, por ejemplo, el discurso del Buen Vivir y la política pública enunciada en su nombre.

No se debe perder de foco que, durante el gobierno de Rafael Correa del 2007 al 2017, Buen Vivir se utilizó como elemento movilizador y que, si se repiensa el análisis en el formato preconstituyente, constituyente, postconstituyente, los actores que este análisis presenta son controversiales, ya que su variada y heterogénea naturaleza hace pensar en cómo diseñaron,

desarrollaron e implementaron sus propias tácticas y estrategias para interactuar entre ellos durante la construcción narrativa del concepto durante esos años. Después de todo, más allá de la lucha y consenso político, la participación política de estas diversas identidades explica la historia de esa década del país ecuatoriano.

Si bien lo anterior requirió en un principio una cierta apropiación y pertenencia por parte de los actores involucrados, las acciones beligerantes del proyecto político de Rafael Correa hacia otras identidades intensificaron las contradicciones del concepto, así como su locus político y social, desdoblándose en un acumulado de disputas internas y una variedad de proyectos. Lo anterior puede verse reflejado en la disputa que se dio durante el *proceso constituyente* entre Alberto Acosta⁵ y el gobierno de Correa.

A partir de esta ruptura, el concepto Buen Vivir quedó desarticulado dentro de la asamblea. Es decir, durante el proceso constituyente, la existencia de determinados actores políticos encargados de construir el sentido legítimo del Buen Vivir se conflictuó mediante diversas prácticas discursivas. Dichas narrativas, estuvieron posicionadas por numerosas posturas teóricas para la reflexión social. Esto supuso una desarticulación de identidades y permitió la reconformación de sujetos políticos. Por lo tanto, es posible mencionar que Buen Vivir se encajonó desde sus inicios en la lucha discursiva de su propia definición y genealogía. Sin embargo, el discurso gubernamental, legitimó y definió el sentido del concepto en el orden social ecuatoriano.

De igual forma, durante el *proceso constituyente*, se desarrollaron tres separaciones claras del discurso y la cognición del Buen Vivir. Por un lado, el discurso del movimiento indígena y su teorización, el cual buscaba posicionar ciertas demandas a través de la utilización del concepto del Buen Vivir. Por otro lado, Alberto Acosta desde su postura política junto con otros intelectuales, como Eduardo Gudynas⁶ así como con diversos movimientos ecologistas, trataron de definir las claves del concepto sin distanciarse del movimiento indígena, marcando una clara separación con el gobierno de Correa.

Por último, el discurso instrumentalizado de Alianza País emanó su cognición ante el concepto y, aunque permitió ciertos postulados de la esencia del Buen Vivir en la Constitución, no dejó de alimentar la tensión al confrontar a otras identidades políticas.

Estas concepciones opuestas del Buen Vivir utilizaron al concepto como herramienta combativa, es decir, como concepto discursivo de ataque. La tensión en julio de 2008 entre

Alberto Acosta y el expresidente Rafael Correa, desvirtuó el diálogo del proceso constituyente, no solo en la cognición y teorización del concepto, sino, también, en las implicaciones futuras, ya que dicha confrontación mantuvo fuertes tensiones en torno a la discursividad del Buen Vivir.

Por lo que, en el *proceso postconstituyente*, es posible identificar que postneoliberal asentado desde Montecristi tuvo grandes transformaciones y aspiraciones derrotadas⁷. En palabras de Maristella Svampa,

“En mayo de 2007, Correa realizó una propuesta sin precedentes, que sacudió la comunidad ambientalista internacional: propuso no explotar el petróleo del parque nacional Yasuní (bloque 43), esto es, mantener el crudo en tierra, a cambio de una compensación de la comunidad internacional, “en nombre del principio de la responsabilidad ambiental diferenciada”. Vale aclarar que el Yasuní, situado en la Amazonía, al Este del Ecuador, es el bosque más biodiverso del planeta: “en una sola hectárea del bosque hay tantas especies de árboles como en todo EE. UU. y Canadá juntos.” El parque Nacional Yasuní es, además, hogar de los Huaorani y de algunos de los últimos pueblos indígenas que aún viven en aislamiento, sin contacto con otras culturas. En estas tierras se encuentran las reservas más grandes de petróleo ecuatoriano, en el bloque Ishpingo-Tambococha-Tiputini (ITT) con 900 millones de barriles. Sin embargo, a fines de 2007, el Gobierno ecuatoriano concedió la licencia ambiental a Petrobras, para la explotación de las reservas de petróleo que se encuentran en bloque 31, de Yasuní. Esta medida fue ampliamente rechazada por los sectores ambientalistas, que vieron en la misma el primer paso para la entrega del bloque Ishpingo Tambococha Tiputini (ITT) a Petrobras. (Svampa, 2008:24)

Aunado a lo anterior, esta investigación considera que una implicación del discurso del concepto del Buen Vivir en Ecuador requiere repensarlo desde la lógica de la resistencia contra la lógica de la hegemonía. Lo anterior hace referencia a que, durante las primicias del proceso constituyente, ²⁵ germinó una relación hegemónica del discurso del Buen Vivir, porque pasó a ser el significante de la plenitud comunitaria hasta ese momento ausente. Es decir, llenó los espacios vacíos de todas las peticiones y se convirtió en ese eje central de cambio homogeneizando las luchas internas en una sola voz. Esta totalidad asumió la representación

del todo. La lógica de la hegemonía, de acuerdo con Ernesto Laclau y Chantal Mouffe, es una metonimia que se desplaza para asumir la forma de una metáfora.

“El concepto de hegemonía surgirá precisamente en un contexto determinado por la experiencia no solo de la fragmentación, sino también de la indeterminación de las articulaciones entre las distintas luchas y posiciones de sujeto, y como intento de proveer una respuesta socialista en un universo político-discursivo que había asistido a la retracción de la categoría de la necesidad al horizonte de lo social” (Laclau & Mouffe, 1987:27).

Explicado con otras palabras, el punto nodal⁸ del discurso del Buen Vivir logró articular, durante el proceso constituyente y en menor medida durante el *postconstituyente*, diferentes demandas, propuestas e ideas dentro de las distintas partes de la sociedad, manteniendo, al mismo tiempo, una función política al tratar de construir identidades.

Se produjo una operación hegemónica de los ejes nodales del discurso gubernamental y teórico del Buen Vivir. La lucha por el sentido, o como se ha explicado a lo largo de este trabajo por el significado, desde la producción del orden social, trajo consigo significantes flotantes –o *significantes vacíos*–, los cuales, aunque compartidos en el orden social, se mantuvieron en permanente disputa. Esta disputa constante es la lucha por el significado del signifiicante flotante, es decir, la lucha por definir el significado del Buen Vivir.

Conclusiones

Analizar el discurso del Buen Vivir y su función en el ámbito político considera al proceso constituyente de 2007 a 2008 como un parteaguas discursivo para el Buen Vivir.

El discurso del Buen Vivir desde su germen posicionó ciertas condiciones en las que se desarrollaron disputas con discursos específicos en el orden social. Dichos discursos pueden traducirse como prácticas dado que, todo discurso tiene un contexto de referencia que se articula en distintos niveles o puntos nodales, como el nivel político, el económico, el ideológico, el cultural e incluso el legal. Estos puntos nodales permitieron la lucha hegemónica dentro de Ecuador para delimitar el concepto Buen Vivir.

A continuación, se ejemplifica el análisis del Discurso del Buen Vivir como una lucha de hegemonía en un formato preconstituyente, constituyente y postconstituyente:

Tabla 1. Una lucha de hegemonía. El discurso del Buen Vivir

Proceso Preconstituyente	Proceso Constituyente	Proceso Postconstituyente
Ausencia de un discurso articulador de demandas colectivas.	Presencia de un discurso articulador de demandas colectivas. Construcción de una visión postneoliberal en la asamblea constituyente. Posible panorama de asentamiento de demandas colectivas transformadas en demandas democráticas ⁹ . Fragmentación y ruptura en la asamblea constituyente. La Constitución de Montecristi nace con dos regímenes opuestos: Régimen del Buen Vivir y Régimen del Desarrollo.	Aprobación de la Ley Minera en 2008 ¹⁰ Aspiraciones y transformaciones derrotadas de la visión postneoliberal. Creación de la Secretaría ¹¹ del Buen Vivir en Ecuador Proyecto Yasuni

Fuente: Elaboración propia utilizando las entrevistas semiestructuradas aplicadas durante el trabajo de campo para la tesis doctoral en la ciudad de Quito, Ecuador de septiembre a diciembre de 2017.

Por tanto, el discurso del Buen Vivir durante estos diez años nos hace concluir ⁴ que la disputa entre actores va más allá del plano teórico de su enunciación. Así esta investigación postuló la necesidad de entender al concepto como un significante vacío, un significante flotante que ⁴ flota entre la ideología dominante del progreso y desarrollo y la búsqueda de alternativas. Este desplace, entre la frontera de significados, logró desbordarse, posibilitando altercados entre los actores políticos en Ecuador.

Asimismo, este trabajo considera ⁴ necesario situar el estudio del Buen Vivir en Ecuador desde el análisis del discurso y la lucha por la hegemonía política. Con lo anterior, se quiere hacer referencia a que el concepto fue utilizado como una narrativa política con tintes ideológicos claros, los cuales son útiles a modelos desarrollistas, por lo que no es posible enfatizarlo como alternativa desde las lógicas gubernamentales ⁴ a causa de todas las contradicciones previamente explicadas, además de igual forma, desde las narrativas de

sujetos políticos que retomaron estas acciones en el espacio social. El análisis crítico de la existencia de estas alternativas, y la correlación de fuerzas desde su nacimiento, permite dar luces para explicar la tensión social vivida en Ecuador durante esa década en torno al discurso del Buen Vivir.

Referencias

- Acosta, A.; Martínez, E.; Sacher, W. (2013) Salir del extractivismo: una condición para el Sumak Kawsay Propuesta sobre petróleo, minería y energía en el Ecuador. En Lang, M.; López, C. & Santillana, A. (compiladoras). Fundación Rosa Luxemburgo & Editorial Universitaria Abya-Yala. Universidad Politécnica Salesiana Ecuador.
- Acosta, A.; & Martínez, E.; (2014). Desarrollo, Postrecimiento y Buen vivir. Debates e Interrogantes. Abya Yala. Fundación Rosa Luxemburgo.
- Gudynas, E. (2010). Si eres tan progresista ¿Por qué destruyes la naturaleza? Neoextractivismo, izquierda y alternativas. Ecuador Debate No. 79.
- _____ (2009). Diez Tesis urgentes sobre el nuevo extractivismo. Contextos y demandas bajo el progresismo sudamericano actual. En Extractivismo, política y sociedad. Centro Andino de Acción Popular y Centro Latino _____ (2011). Debates sobre el desarrollo y sus alternativas en América Latina: una breve guía heterodoxa, en Grupo Permanente de trabajo sobre alternativas al desarrollo: Más allá del desarrollo. Fundación Rosa Luxemburgo.
- Laclau, E. (1996). Emancipación y Diferencia. Ariel.
- _____ & Mouffe, C. (1987). Hegemonía y estrategia Socialista. Hacia una radicalización de la democracia. Siglo XXI.
- Mouffe, C. (1999). El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical. PAIDOS.
- Palacios Díaz, P. M. (2018). La Doxa del Desarrollo: los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Buen Vivir como significativo vacío en Ecuador. *Revista Internacional De Cooperación Y Desarrollo*, 5(1), 124–137. <https://doi.org/10.21500/23825014.3599>
- Palacios Moreno, D.; Palacios Díaz, P. M. (2020). Márgenes al Capitalismo: ¿Buen Vivir como Gobernanza Global? en: Fonseca López, M.; Rodríguez Escobedo, F, J. (Coords). Teorías y usos de la gobernanza. Contexto y globalización. Porrúa.

- Svampa, M.; (2008). La disputa del desarrollo: territorio, movimientos de carácter socio ambiental y discursos dominantes. FLACSO, Biblioteca Digital de Vanguardia para Investigación en Ciencias Sociales Región Andina y América Latina. Disponible en: https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1316464759.lflacso_2008_svampa.pdf
- _____ (2013). Consenso de Commodities y los lenguajes de valorización en América Latina. En revista Nueva Sociedad No. 244, marzo-abril 2013. Disponible en http://www.unesco.org.uy/shs/redbioetica/fileadmin/shs/redbioetica/Consenso_de_Commodities.pdf
- _____ (2011). Modelos de desarrollo. Cuestión ambiental y giro eco-territorial. En Alimonda, H. La naturaleza Colonizada. CLACSO.

Algunas claves para una lectura ideológica del texto literario

Maria Ayete Gil¹

Resumen

Partiendo de la noción marxista de *ideología* y, por lo tanto, considerando la naturaleza ideológica de todo discurso, este capítulo tiene como objetivo explicitar las claves para leer los artefactos literarios como productos ideológicos, es decir, como herramientas de reproducción ideológica. Tras asentar unas bases teóricas centradas en el concepto de *inconsciente ideológico* de Juan Carlos Rodríguez, el texto ejemplifica la praxis de este tipo de lectura, una puesta a prueba que se realiza, aunque brevemente, analizando ideológicamente una novela española publicada en el año 2024.

Palabras clave: *Ideología, inconsciente ideológico, literatura española, La seca.*

Introducción

Desde que en 1801 el aristócrata francés Destutt de Tracy empleara por primera vez la noción de “ideología” como estudio de las ideas y de su formación, al término no han dejado de sumársele acepciones². Dada esta multiplicidad, de la que es fácil que se deriven confusiones u oscilaciones en su significado, resulta obligatorio explicitar –aunque sea una labor pocas veces acometida en la crítica actual– de qué hablamos cuando hablamos de ideología o, en otras palabras, qué noción de ideología se manejará en las páginas que siguen³. Con objeto

¹ Doctora en Literatura Española. Contratada posdoctoral Juan de la Cierva en la Universidad de Alcalá, España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6638-3281> ; correo electrónico: maria.ayete@uah.es

² En *Ideología. Una introducción*, Terry Eagleton cifra en dieciséis las definiciones empleadas actualmente del término (1991, pp. 19-20).

³ Lo ideal sería retomar a los orígenes históricos del término y clarificar su interpretación tanto en su vertiente epistemológica como política. Las dimensiones del presente texto, no obstante, impiden la tarea, por lo que se señalará que pensadores marxistas como Lenin, Williams, Althusser o Balibar (por no hablar del propio Marx) son pilares de la concepción tradicional y moderna de la categoría de ideología, a pesar de no ser la teoría social marxista donde esta se origina. A este respecto se recomienda atender al capítulo segundo del ya citado *Ideología. Una introducción* (1991, pp. 93-126), así como al capítulo decimocuarto del texto de Jameson *Valencias de la dialéctica* (2013, pp. 259-414), al punto cuarto del primer capítulo de *Marxismo y literatura*

de establecer ciertas claves para una lectura ideológica del texto literario, se parte aquí de la noción de “inconsciente ideológico” del marxista español Juan Carlos Rodríguez, para quien, *grosso modo*, todos los discursos –entre ellos, el literario– son ideológicos por cuanto están atravesados por el inconsciente ideológico dominante de su momento de producción. Desde esta perspectiva, cualquier pretensión de inocencia, objetividad o neutralidad del relato literario se desvanece: la ideología aflora como síntoma en lo dicho y en lo no dicho, pero también en la forma de decir y de callar.

Este texto persigue establecer con la mayor claridad posible algunos puntos de apoyo básicos para el análisis del nivel ideológico de las obras literarias. Su división es tradicional: de un lado, las herramientas teóricas, del otro, su aplicación. Esto es: el primer apartado del presente capítulo está dedicado a las relaciones entre ideología y literatura, prestando atención al ya citado concepto de Rodríguez, en tanto que el segundo pone en práctica el aparato teórico a través de un análisis ideológico *muy* breve de la novela *La seca* (2024), de Txani Rodríguez. El resultado es una suerte de guía rápida, para nada exhaustiva, del modo de aproximación a la radical historicidad de la literatura a través del inconsciente ideológico capitalista y de su forma histórica de individualidad.

Ideología y literatura (o el inconsciente ideológico del texto)

Atender a la noción de “inconsciente ideológico” de Juan Carlos Rodríguez implica asentarse en unas coordenadas específicas: en la intersección althusseriana entre marxismo y psicoanálisis. La ideología ya no es la falsa conciencia que enmascara la relación real del individuo con sus condiciones materiales de existencia ni un ideario elaborado e introducido por ideólogos en el plano consciente de los individuos. La ideología es algo que opera en el plano del inconsciente, y lo hace para legitimar unas relaciones sociales dadas⁴. Esa es su función, mientras que su origen es el modo de producción de una formación histórica concreta.

(Williams, 1977, pp. 71-89) y a la introducción de Becerra Mayora *La novela de la no-ideología* (2013, pp. 9-41).

⁴ “Si la ideología es el inconsciente propio de unas relaciones sociales se trata de un inconsciente que luego se tematiza en discursos objetivos o en prácticas vitales de comportamiento y que así, tematizado, regresa a las relaciones sociales para legitimarlas” (Rodríguez, 2022, p. 19).

Rodríguez habla de “inconsciente ideológico”, en lugar de “ideología”, para mostrar cómo esta atraviesa y configura el inconsciente. No es tanto que la ideología sea inconsciente, sino que el inconsciente es ideológico (y, con él, nosotros mismos)⁵. La distinción que establece el español entre el “yo” y el “yo-soy” ayuda a entender esto último. El “yo” – realidad transhistórica– está compuesto por distintas pulsiones sin configurar (de hambre, de sexo, de supervivencia...), una suerte de vacío que llena la ideología dominante de una época histórica concreta (Rodríguez, 2016, p. 167). Se llama “yo-soy”, entonces, al “yo” relleno ideológicamente o, dicho de otra manera, a las pulsiones configuradas por la ideología que emana del sistema de producción de cada situación histórica. Nuestro registro psíquico es, así pues, histórico, por cuanto está configurado ideológicamente (y la ideología, de nuevo, emerge de un sistema de producción concreto, luego histórico), así que el “yo-soy” no es sino una forma histórica de individualidad. Cuando decimos “yo”, lo que se está diciendo en realidad es “yo-soy” aquí y ahora.

El inconsciente ideológico es “el diagrama que nos pigmenta la piel, desde el que surge todo (del beso al vestido) y que determina todas nuestras acciones” (Rodríguez, 2002, pp. 37-38). La ideología lo abarca todo –va “del beso al vestido” –; no hay un afuera ni grado cero; somos nosotros, la ideología nos conforma. ¹⁷ Ni hablamos, ni pensamos, ni escribimos, ni miramos en/desde el vacío, sino en/desde un lleno, que es el de nuestra configuración ideológica, el del inconsciente ideológico que configura nuestras pulsiones y que nos empuja a identificarnos con la imagen que de nosotros mismos refleja el espejo que el capitalismo nos coloca delante. ¿Cuál es esa imagen con la que nos identificamos? (¿cuál es nuestra construcción como “yo-soy”, la forma histórica de nuestra individualidad?). Una construcción basada en la libertad capitalista.

El capitalismo necesita dos condiciones para funcionar: la primera, liberar de su sujeción al siervo ¹⁷ es decir, convertirlo en sujeto libre, pero no solo libre para acudir al mercado y actuar acorde con sus deseos o intereses (y no con los de Dios o su señor feudal),

⁵ Althusser habla de “ideología inconsciente” en tanto que Rodríguez apela a un “inconsciente ideológico”. El cambio es significativo, porque el desplazamiento del término “inconsciente” desde la posición adjetival a la sustantiva supone “un zoom [...] sobre la manera en que [la] ideología conforma la psique del sujeto y, por consiguiente, también de una colectividad” (Giordano, 2018, p. 120). Es decir, se trata de un cambio desde una ideología inconsciente que hace que los sujetos actúen de una forma determinada *sin saberlo* (inconscientemente), hacia un inconsciente ideológico que supone nada más y nada menos que la construcción o conformación del sujeto.

sino “*libre de todo*, o sea, carente de todo” a excepción de su fuerza de trabajo (de su vida), que intercambia por un salario tras la firma de un contrato (Rodríguez, 2022, p. 41)⁶. La segunda, que ese nuevo sujeto libre *se crea* de verdad su libertad y, como tal, participe en las relaciones de producción; esto es, creyendo que la firma del contrato es entre dos sujetos iguales (libres) y que está trabajando a cambio de dinero, en lugar de ser explotado al vender lo único que posee, su vida, que es su fuerza de trabajo. Ese convencimiento es fruto del inconsciente ideológico, en virtud del cual el individuo se concibe a sí mismo libre e igual, en vez de sujeto explotado o explotador desde el momento en el que es introducido en el modo de producción de la matriz histórica que lo produce. El sujeto es radicalmente histórico, porque sujeto es siempre el “sujeto libre” necesario para el funcionamiento del capitalismo y, por ello, producido por su ideología dominante. (Querer) decir “yo-soy” –y estamos programados ideológicamente para (querer) decirlo– es (querer) decir “yo-soy-libre”; yo soy (me concibo) un ente autónomo, particular, hecho a sí mismo, capaz de fijarse unos objetivos y de luchar por cumplirlos. YO-SOY-LIBRE. ¿Qué ocurre? Que esta libertad del yo-soy es una libertad con doble filo: es real por cuanto no somos siervos, pero es imaginaria ante la realidad de la explotación capitalista. Rodríguez lo dice con mucha claridad: “el capitalismo tiene la habilidad de explotarnos diciéndonos que somos sujetos libres” (2016, p. 57). Y así es, porque el sistema produce al sujeto de tal modo que quiera decir “yo-soy” (proclamarse autónomo, pleno e individualizado), mientras en ese querer decir se reprime o desplaza lo real de la explotación, dándose como resultado la reproducción del sistema (me creo libre, luego la explotación es cuando menos una imagen en blanco y negro). De no encubrirse o desplazarse la explotación, el sujeto dejaría de reconocerse en la imagen *libre* que el capitalismo le proyecta de sí mismo y se rebelaría, deteniéndose la operación ideológica que garantiza la reproducción del sistema. Es en este último sentido en el que la libertad es imaginaria, pero que lo sea no implica que no exista, sino que solo son visibles sus efectos (la reproducción del sistema). El “yo-soy” es, por ende, en realidad un “yo-soy-explotado” y no podemos hablar desde otro lugar; es más, nos dice Rodríguez “no hay otro ‘lugar’ posible: *aunque dudosamente se sea consciente de tal realidad*” y, por ello, sea más bien “*opaco y –casi– imposible* hablar desde él, pensar desde él” (2013, p. 15).

⁶ Cursivas en el original a no ser que se indique lo contrario.

El inconsciente ideológico actúa en el inconsciente de los sujetos invisibilizando la naturaleza real de las relaciones sociales (la explotación) y dando visibilidad únicamente a sus efectos: yo soy libre de decidir sobre mi vida y sobre mi futuro, y con esa libertad desplazo la realidad de –por ejemplo– unas condiciones materiales que me impiden llegar a fin de mes con dignidad. Si –otro ejemplo– mi vida no mejora y el desclasamiento hacia arriba no se produce, ¡yo soy libre!, así que la responsabilidad del fracaso es solo mía (no de la desigualdad fruto de un sistema de extracción feroz de plusvalía en beneficio de unos pocos).

Pareciera que no hay salida, ni una grieta en el muro. No es así: el inconsciente ideológico no es puro, tampoco liso ni homogéneo. Es rugoso, y en él viven, tensionadas, varias ideologías (una es la dominante)⁷. Hay, por lo tanto, contradicciones, instantes donde la realidad de la explotación se hace patente y el cuerpo nos duele; leves resquebrajamientos, fracturas que abren resquicios desde donde mirar para vernos de otra manera (explotados). Ahora bien, el cambio en la hegemonía ideológica no puede ocurrir sin el cambio previo del modo de producción: no habrá un inconsciente ideológico *otro* (sin explotación) si no hay un modo de producción a su vez *otro* del que emerge. Pero hay que comenzar por el principio o por lo pequeño, trazando lentamente el camino, porque las contradicciones entre el yo-libre y sus condiciones reales de existencia son múltiples, y porque, como constata Rodríguez que dijera Althusser, “para cambiar el mundo de base (y junto a otras muchas cosas) es preciso cambiar, de base, nuestra manera de pensar” (2013, p. 14). Por ahora, empecemos cambiando nuestra manera de leer.

Los textos literarios están atravesados por el inconsciente ideológico del momento histórico en el que se producen, por eso puede decirse que la escritura capitalista es la plasmación del intento de decir “yo-soy” de quien escribe. En el texto literario no hay una subjetividad “desnuda o vacía” que, haciendo uso de un lenguaje propio, se expresa libremente en la página, “sino que se escribe desde un lleno ideológico del que no somos conscientes en absoluto o del que sólo lo somos hasta cierto punto” (2016, p. 203). La literatura, como cualquier otro discurso, no es inocente, ¡simplemente no puede serlo!,

⁷ “La existencia de una geografía ideológica hegemónica no significa que todos sus mapas estén perfectamente delimitados y ordenados” (Rodríguez, 2002, p. 35).

porque es ideológica, y en cuanto que tal, opera como la ideología; esto es, como máquina de reproducción/legitimación del sistema.

Pero que la literatura sea una máquina ideológica no significa que (1) el/la autor/a sea un genio maligno que conscientemente crea un universo de ficción para mistificar nuestra relación con la realidad (la reproducción ideológica como efecto de lectura opera en el plano inconsciente), ni que (2) la literatura contrahegemónica sea imposible (el inconsciente ideológico no es puro)⁸. Sintetizando al extremo: como toda ficción, las novelas tienen la capacidad de crear mundos diegéticos (sociedades) que celebren o discutan (toleren o problematicen) la visión dominante de la realidad. En este sentido, hay textos de consenso y textos que instauran el disenso; textos aproblemáticos y suturadores (relatos que desplazan las contradicciones radicales del sistema), y textos que intentar hurgar en lo opacado del relato oficial, en lo silenciado del discurso. Todos los relatos reproducen ideología, pero hay algunos que pugnan por separarse, en lo posible, de la dominante. Leer ideológicamente un texto literario implica atender a lo que el texto dice y a cómo lo dice, pero también (y, a menudo, sobre todo) a lo que no dice, a lo que por omisión esconde. La simplificación es fuerte, pero baste decir que la literatura mayoritaria forma parte del primer grupo, o de lo que David Becerra Mayor (2013) ha denominado “novela de la no-ideología”, textos donde cualquier forma de cuestionamiento directo del sistema se ha borrado para presentar mundos aconflictivos (o de conflictos privatizados) en los que, desaparecidas las contradicciones radicales, ocupan su lugar otras conciliables con la ideología hegemónica.

La seca, de Txani Rodríguez, es un ejemplo de este tipo de literatura, y el apartado que sigue defiende la afirmación anterior a través del análisis del nivel ideológico del relato.

El cómo: un ejemplo

Tres trazos argumentales, para comenzar: Nuria y su madre, Matilde, viajan desde Llodio al pueblo familiar, en la serranía de Ronda, cerca del Parque natural de Los Alcornocales, para pasar el verano. Allí llegan también Milo, un amigo de Llodio, y su padre.

A pesar de los paratextos que componen la contracubierta de la novela, *La seca* no es tanto un relato sobre un medio rural en crisis ni sobre la problemática entre oriundos y forasteros: es un relato sobre el *yo*. El hábitat rural aparece, sí, pero casi como decorado,

⁸ Léase a este respecto Ayete Gil, M. (2023). *Ideología, poder y cuerpo*.

puesto que sus problemáticas ni conducen la trama ni se colocan en el centro de la narración. Nos encontramos ante un relato sobre el *yo*, un *yo* –el de Nuria– que vive la tragedia de la incapacidad de decir “yo-soy” (de proclamarse autónomo y plenamente individualizado). Nuria es un *otro* frustrado por el fracaso, y es el *otro* por cuanto es perdedor en la batalla social entre sujetos *libres* que pugnan para constituirse como individualidades plenamente configuradas. Por eso vive en la inestabilidad: angustiada, con ansiedad, amargada; esa es la respuesta del *yo* ante lo que desearía ser y no es (porque no puede o porque no le dejan). Por eso está radicalmente sola, y la soledad es el gran fracaso, la prueba irrefutable de la debilidad en el mercado erótico capitalista de las relaciones sociales.

En el pueblo andaluz donde se ubica la trama hay muchos alcornocales e individuos que se dedican a la extracción de la corcha; un río en el que aparecen unas excavadoras; plantaciones de aguacates; turistas y sequía. Estos elementos aparecen, están ahí, pero su posición es secundaria. Los descorchadores de *La seca* son “pájaros gigantes” con capacidad de trepar por los árboles armados con un hacha; una imagen, la de estos hombres, “poderosa y antigua” (p. 30; 32), sin duda, fruto de un cuerpo y de un conocimiento admirables. El problema de esta imagen es su mitificación y el subsecuente proceso de desmaterialización de la actividad laboral, porque el trabajo como tal (el trabajo *en sí*, con sus condiciones materiales y físicas, con sus cicatrices y su precariedad) está ausente. La dureza de la vida en el campo se barre, aquí, en pos de la construcción de una estampa romantizada de un sector, en realidad, en vías de desaparición no solo debido al cambio climático, sino también a la falta de mano de obra especializada, aunque la novela apenas apunte en esta dirección⁹. En cuanto al río, el sitio preferido de la protagonista desde pequeña es un enclave que aún conserva su encanto: “el agua clara, la vegetación frondosa [...], las montañas en segundo plano, el rumor de las hojas, el olor a tierra” (2024, p. 33). El paisaje, no obstante, se ve pronto trastocado por unas máquinas que talan árboles y remueven la tierra. Las razones de las obras en el río nunca se aclaran, quedando así irresueltas: el relato desplaza las causas para narrar únicamente las consecuencias. Nuria es un personaje sin agencia: una veraneante en el fondo solamente preocupada por que el paisaje se mantenga tal como se mantiene en su memoria. Lo mismo ocurre con las plantaciones de aguacates que se multiplican en los alrededores del pueblo. Los aguacates necesitan grandes cantidades de agua, por lo que su

⁹ Véase el filme *Suro* (Gurrea, 2022) y compruébense las diferencias en el tratamiento de la cuestión.

plantación en tierras afectadas por la sequía es problemática. Ahora bien, la novela, en lugar de indagar en dicha problemática –compleja, como poco–, le dedica un espacio anecdótico a la cuestión: un diálogo entre Nuria y Montero, propietario de los aguacates, basado en un mero intercambio de opiniones al respecto (no exento de la superioridad moral de la forastera).

Sostiene Becerra Mayor que “cuando no hay nada contra lo que luchar allá fuera [...], cuando el mundo exterior es concebido como perfecto y acabado, toda problemática no puede sino localizarse en el *interior* del sujeto” (2013, p. 44). *La seca* es un texto interesantísimo en este sentido, y lo es porque demuestra que sí hay cosas que contar (el cambio climático y sus efectos tanto en la fauna como en el modo de vida del trabajador rural; las contradicciones entre el discurso ecológico, las acciones llevadas a cabo por las instituciones públicas y la precariedad de la vida en el campo, o entre la turistificación de los pueblos y la necesidad del dinero foráneo), pero apenas las enuncia. Y por eso es un ejemplo excelente de texto de transición: en él asoman los síntomas del cambio (la aparición de esos elementos problemáticos), pero su articulación interna –el inconsciente ideológico del texto– desplaza enseguida las contradicciones que su textualización supone para sustituirlas por otras más fácilmente armonizables por la ideología (los problemas del *yo*-Nuria). Estas cuestiones contra las que sí habría que luchar se tratan, así pues, de manera superficial, desactivándose la potencia política de la novela, pues en ella nada se articula social o políticamente. Aquí, la problemática desplegada no se deriva desde el exterior hacia el interior del *yo*, sino que se ubica desde el inicio en su interior, lo cual es sorprendente, dado que la novela sí capta las turbulencias ideológicas del presente, anunciando con ellas tal vez una lógica cultural en proceso de cambio: las contradicciones son tan evidentes ya –la crisis ecosocial– que incluso el discurso literario dominante tiene dificultades para saturarlas, por eso aparecen como síntomas de lo real en el relato.

La seca trata de Nuria, una mujer de mediana edad con problemas de sociabilidad –sin pareja ni amigos–, ataques de ansiedad y exhausta tras meses de cuidados a la madre. La relación entre ambas mujeres es conflictiva: hay una dependencia de la hija hacia la madre, pero no es tanto que Nuria luche por individualizarse –por decir “yo-soy”– y una madre represiva y autoritaria se lo impida, es que Nuria vive entre el impulso inconsciente hacia la deseada enunciación del “yo-soy” (independizarse, afianzarse, competir) y la comodidad del

saberse reverso del triunfador (el trauma fruto de la marginación sufrida por los amigos, la excusa de la madre para no enfrentarse al reflejo en el espejo: la derrota). La radical incomodidad que surge del choque entre ambos extremos se traduce en inestabilidad psicológica, de ahí unos vínculos afectivos siempre problemáticos para el sujeto protagonista. Nuria es un personaje sin identidad trazada, incapacitada para constituirse como individualidad triunfante, y ese es el conflicto central de *La seca*: un conflicto del *yo* y su imposibilidad de decir “yo-soy-libre”.

Si la articulación interna del relato está basada en el desplazamiento permanente de toda forma de conflicto social y político en favor de otros conflictos de corte interior, referentes al *yo*, el conflicto planteado solo puede interpretarse de manera intimista/psicologista. Las páginas finales de la novela dan la clave: Nuria emprende el camino de vuelta a Euskadi junto con sus tres acompañantes (Matilde, Milo y el padre de este), y allí, en el coche, se resuelven repentinamente sus problemas (incluso los del campo, porque empieza a llover). Tras recibir la noticia de que Montero –amante veraniego de la protagonista, descorchador, dueño de una plantación de aguacates y asesino del gato de Matilde– ha tenido un accidente con su hacha y jamás volverá a trabajar en las corcheras, Nuria comprende “con la rotundidad de las revelaciones” (2024, p. 269), que su liberación –su constitución como “yo-soy-libre”– pasa por dejar a Matilde rehacer su vida. En tanto en cuanto los conflictos planteados en el texto están desvinculados de cualquier realidad objetiva o material, desplazando de la ecuación contradicciones radicales (precariedad, desigualdad, explotación), su explicación solo puede debilitar la conflictividad que produce el texto: el personaje resuelve su situación personal y se resarce –por decirlo de alguna manera– de las problemáticas del pueblo tan pronto como se aleja de él. La desactivación política es evidente.

Conclusión

Como la novela dominante del capitalismo avanzado de Becerra Mayor, *La seca* es un texto que borra contradicciones radicales y las sustituye por otras de más fácil digestión. En busca de la enunciación de su *yo-soy*, los conflictos presentados se articulan en el interior del sujeto (el *nosotros* no existe, por eso Nuria es un *yo* solo e inadaptado, incapaz de una comunicación eficiente con el otro) y, desaparecido lo social y político del horizonte, sus

causas/resoluciones solo pueden ser morales o intimistas. Y (querer) decir “yo-soy-libre” supone desplazar lo real de la explotación (en todas sus facetas, también la medioambiental).

La desproblematización de la crisis ecosocial, apartada en beneficio de la formación de conflictos del *yo* por encima de los colectivos, puede dar pie a que el lector del relato minimice su importancia, cuando no infiera la imposibilidad de la acción. Y no es solo que la novela barra bajo la alfombra la conflictividad del presente climático, sino que, en un plano más evidente, Nuria es un personaje radicalmente *inagentivo*, y la parálisis es siempre cómplice (además de cómoda). En el exterior, apenas nada, en realidad, aunque ahí estén los descorchadores, el río y la sequía como síntomas textuales de lo real desplazado por un inconsciente ideológico con problemas para suturar las grietas de una crisis ecosocial ineludible. No hay discusión con el presente: los problemas radicales quedan soterrados por el inconsciente ideológico o, lo que es lo mismo, por la ideología dominante actuando a través del aparato de reproducción literario.

Referencias

- Ayete Gil, M. (2023). *Ideología, poder y cuerpo: la novela política contemporánea*. Bellaterra edicions.
- Becerra Mayor, D. (2013). *La novela de la no-ideología. Introducción a la producción literaria del capitalismo avanzado en España*. Tierradenadie.
- Eagleton, T. (1991). *Ideología. Una introducción*. Paidós.
- Giordano, C. (2018). La teoría del inconsciente ideológico de Juan Carlos Rodríguez: una línea de fuga entre marxismo, psicoanálisis y estudios literarios. *Romanica Olomucensia*, 30(1), 111-124.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6736567.pdf>
- Jameson, F. (2013). *Valencias de la dialéctica*. Etema Cadencia.
- Rodríguez, T. (2024). *La seca*. Seix Barral.
- Rodríguez, J. C. (2022). *Freud: la escritura, la literatura (inconsciente ideológico e inconsciente libidinal)*. Akal.
- Rodríguez, J. C. (2016). *Pensar la literatura. Entrevistas y bibliografía (1961-2016)*. Los libros imposibles.
- Rodríguez, J. C. (2013). *De qué hablamos cuando hablamos de marxismo*. Akal.

Rodríguez, J. C. (2002). *De qué hablamos cuando hablamos de literatura*. Comares.

Williams, R. (2000). *Marxismo y literatura*. Ediciones Península.

Repertorio simbólico e iconográfico feminista en Italia y España: de lo local a lo global

Carlota Coronado Ruiz¹

Resumen

Este capítulo se plantea como objetivo estudiar las prácticas de construcción de la simbología del movimiento feminista en Italia y España. Se hará un estudio comparativo del repertorio iconográfico y simbólico asociado al feminismo en ambos países, mostrando las coincidencias existentes. A pesar de los contagios simbólicos internacionales consecuencia de la globalización y del uso de las tecnologías digitales, cada uno cuenta con una historia y una memoria colectiva diferente que trae connotaciones, significaciones e imágenes distintas.

Para este trabajo se analizan los diferentes recursos expresivos utilizados en las movilizaciones italianas y españolas en fechas clave como el 8 de marzo (Día Internacional de las Mujeres) desde el inicio de sus actuales democracias. En este estudio cronológico y comparativo se han analizado las imágenes, lemas, pancartas y demás producción simbólica asociada al activismo feminista en ambos países para ver cuáles son las especificidades de cada uno. Este periplo por estas diferentes significaciones del feminismo y sus símbolos permite entender mejor el imaginario colectivo asociado a este movimiento social y político, en el que se mezcla la herencia del pasado con los nuevos referentes de la cultura de masas de las generaciones más jóvenes.

Palabras clave: Feminismo, 8M, Día Internacional de la Mujer, Símbolos, Italia, España

Introducción

“Somos las nietas de las brujas que no pudisteis quemar”, dice uno de los eslóganes feministas españoles más famosos. Esta frase recupera en el siglo XXI el símbolo de las brujas utilizado por el feminismo estadounidense en los años sesenta. El grupo activista

¹ Doctora en Ciencias de la Información. Profesora Titular de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6997-0206> ; ID'Scopus: 36115172100 ; correo electrónico: carlotac@ucm.es

conocido como WITCH (bruja) –Women's International Terrorist Conspiracy from Hell– eligió este símbolo para identificarse con todo lo que a lo largo de la historia habían representado las brujas.

Este ejemplo pone en evidencia el trasvase simbólico que se ha producido a lo largo del tiempo y de una geografía a otra. Las imágenes, eslóganes, cánticos o colores con los que se asocia el feminismo a nivel global tienen distintos orígenes, pero conforman un todo común al movimiento: una identidad colectiva transnacional.

Sin embargo, a pesar de existir un imaginario feminista a nivel global, cada país tiene su propia historia, lo que ha derivado en una iconografía y simbología feministas específicas. También se han dado procesos de asimilación de ideas, imágenes y eslóganes, que se han adaptado a las características intrínsecas de cada país. Estos contagios simbólicos entre distintas geografías a lo largo de las diferentes olas del feminismo se aprecian especialmente en las manifestaciones relacionadas con el 8 de marzo, el Día Internacional de las Mujeres.

El presente trabajo se centra en la producción simbólica en torno al 8 de marzo en España e Italia para identificar los rasgos comunes. En este estudio cronológico y de corte comparativo se han analizado las imágenes, lemas, pancartas y demás recursos expresivos asociados a esta fecha en ambos países para ver cuáles son las especificidades de cada uno y reconocer los contagios simbólicos internacionales que se han producido. Con ello, se pone en evidencia diversidad y riqueza del repertorio iconográfico, así como la mezcla entre la herencia del pasado y las influencias externas. El resultado es un imaginario colectivo feminista global y a la vez también local.

Metodología y recursos empleados

El repertorio simbólico asociado al 8 de marzo se visibiliza en las distintas formas de activismo que se ponen en marcha en esta fecha: desde la difusión de la convocatoria de actos a través de cartelería, hasta las diferentes formas de reivindicación plasmadas en pancartas, eslóganes, *performances*, vestimenta o accesorios; y las imágenes que posteriormente se publican en prensa o en redes sociales. Para llevar a cabo esta investigación ha sido necesario limitar el objeto de estudio para no hacerlo inabarcable. Por ello, se ha centrado en una fecha (8 de marzo) y en una serie de recursos: los carteles sobre el Día Internacional de las Mujeres

en ambos países y las fotografías más emblemáticas sobre esta fecha publicadas por dos periódicos: *Il corriere della sera* y *El País*.

Para configurar el corpus documental de análisis se han establecido los siguientes parámetros. En primer lugar, un marco temporal: en el caso de Italia abarca desde 1946 hasta 2024; en España desde 1977 hasta 2024. El punto de inicio de este marco cronológico lo marca el año en que comienzan los actuales regímenes democráticos en cada país, a partir de los cuales se extiende la celebración del Día Internacional de las Mujeres como cita anual para el feminismo. Este marco tan amplio permite ver la evolución de la producción simbólica en torno a esta fecha, así como las influencias y recontextualizaciones de los mensajes y representaciones visuales del feminismo.

En segundo lugar, se han delimitado las fuentes para centrarse tan solo en dos tipos de recursos expresivos: los carteles que difunden los actos reivindicativos de esta jornada y la fotografía de prensa que ha documentado estas manifestaciones anualmente. Para configurar el corpus de análisis, se ha realizado el vaciado de documentos presentes en archivos digitales centrados en la historia del feminismo en cada país. En el caso de Italia, se han integrado en la muestra los carteles sobre la *Giornata Internazionale della Donna* presentes en el *Archivio Digitale della Unione Donne Italiane* (UDI), compuesto por 1.560 carteles relacionados con la historia de las mujeres en Italia desde la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad. El archivo consultado para los materiales españoles ha sido la Biblioteca de las mujeres, que guarda 350 carteles en formato digital, y que han sido donados al archivo digital del Instituto de las Mujeres. Se ha analizado un total de 336 carteles italianos y 184 españoles. Los primeros proceden de las distintas sedes de la UDI en Italia, así como de sindicatos (CGIL), partidos políticos (PCI) y grupos femeninos de partidos (PCI, PSI, PSDI); y están centrados en la publicidad de los actos y manifestaciones desarrollados anualmente cada 8 de marzo en Italia. Los carteles españoles tienen diferente procedencia: institucional (Instituto de las Mujeres y sus distintas sedes regionales); sindical (CCOO, UGT y CNT); y asociaciones y grupos políticos feministas (Plataforma mujeres feministas, Asamblea de mujeres, Comisión feminista 8 de marzo, Movimiento feminista de Madrid, entre otros).

Para completar la muestra de análisis, se incorporaron las 27 fotografías (entre 1946 y 2017) publicadas por *Il corriere della sera* en el monográfico especial titulado *8 Marzo, le donne in lotta: le foto storiche*. Para hacer la comparativa con España se eligió otro

monográfico de fotografías en este caso del diario *El País*, titulado *Un recorrido fotográfico por la historia del 8-M en España*, y compuesto por 25 imágenes (del 1978 al 2020).

A partir de este corpus documental se ha llevado a cabo un análisis textual e iconográfico que ha permitido identificar los símbolos, ideas e imágenes presentes y que forman parte de los parámetros ideológicos y paradigmas de representación asociados al feminismo en cada país y que generan unos rasgos identitarios locales, pero también compartidos a nivel transnacional. En este análisis se han buscado los elementos iconográficos y simbólicos de cada uno de los dos países que han construido la identidad colectiva del movimiento feminista; se han identificado los procesos de recontextualización y adaptación simbólica que se han producido a lo largo del tiempo; y, finalmente, las influencias de la cultura de masas en los discursos y representaciones del feminismo.

Repertorio simbólico feminista: de la *Festa della Donna* al 8M

En el archivo digital de la *Unione Donne Italiane* se conservan 336 carteles sobre la *Giornata Internazionale della Donna*. Del total, 150 incluyen fotografías o ilustraciones y el resto (un 55% del total) son manifiestos o programas de actividades sin imágenes. De los 150 diseñados con algún tipo de imagen, el 43% contiene como elemento visual la mimosa. Esta flor se convirtió en símbolo del movimiento feminista italiano desde la Segunda Guerra Mundial. Existen distintas versiones sobre el origen de la elección de esta flor para celebrar el 8 de marzo. Algunas fuentes dan la paternidad al dirigente comunista Luigi Longo, quien instó a las mujeres a llevar el 8 de marzo de 1945 una mimosa a las tumbas de los partisanos caídos por el nazi-fascismo. Otras, sin embargo, atribuyen la autoría a la parlamentaria comunista y expartisana, Teresa Mattei, quien convenció a Luigi Longo para usar la mimosa, puesto que el líder comunista prefería la violeta, ya usada en Francia por el Frente Popular. Su elección se debía principalmente a razones prácticas más que simbólicas: la flor se encontraba en gran cantidad en primavera y se podía coger del campo sin coste alguno.

La UDI difundió su uso el 8 de marzo: se utilizaba como elemento decorativo en todas las sedes de la asociación, se distribuía por las calles junto al periódico *Noi Donne* o se decoraban los escaparates de las tiendas. Este símbolo aparece en la mayor parte de los carteles analizados de diferentes formas: como ramillete decorativo en alguna parte de la composición del cartel, como fondo, en fotografías donde las mujeres llevan ramos de

mimosa en manifestaciones, en dibujos de rostros de mujeres con la flor colocada detrás de la oreja, en ilustraciones más abstractas donde se colocan estas flores como elemento visual. Aunque la mimosa no esté presente, el color de esta flor suele ser dominante en muchos de los carteles: bien en los fondos, las letras u otros elementos gráficos o compositivos. Sin embargo, comienza a desaparecer de los carteles a partir de los años 90.

En las fotografías de los años 50, los ramilletes de mimosa están presentes en los ojales de los abrigo o como ramos en las manos. En las manifestaciones recogidas por las imágenes de mediados de los 60 y la década de los 70 se aprecia una disminución del uso de estas flores. A partir de los 90 y el nuevo milenio, son otros los elementos simbólicos y colores que tiñen las manifestaciones.

En el uso de esta flor se aprecia una evolución de su lectura simbólica. Comienza siendo una flor subversiva, relacionada con el antifascismo y con la lucha por los derechos de las mujeres en las primeras décadas de democracia, para convertirse en un elemento decorativo regalado por los maridos, pero falto de connotaciones políticas. Las polémicas mimosas que la policía requisaba a las mujeres de la UDI o de la CGIL cuando en los años 50 las regalaban por las calles por considerarse subversivas, pasaron a ser leídas a modo de regalo de San Valentín por parte de los hombres.

Las lecturas negativas de esta costumbre popular de regalar mimosas el 8 de marzo se hacen evidentes en las pancartas o eslóganes utilizados por las activistas en las manifestaciones de la última década. Así se aprecia en eslóganes como “Siamo ribelli, siamo scontrose, tienitele pure le tue mimose”. En el feminismo más joven el regalo de la mimosa se asocia a un gesto caballeresco y no a la tradición partisana de lucha. Aun así, hasta en las convocatorias actuales del 8 de marzo, la mimosa sigue siendo un elemento simbólico presente en la mayor parte de las imágenes que se difunden en redes o que se publican en prensa.

En el feminismo español no se asocia el 8 de marzo a ninguna flor, pero sí a un color: el morado. En el 40,8% de los carteles analizados se identifica algún elemento gráfico morado (letras, vestimenta, fondo). Además, este color se utiliza para resaltar: por ejemplo, el cartel del 8 de marzo de 2014 del Instituto Vasco de las Mujeres presenta una fotografía de un paso de peatones por el que cruzan varias mujeres y las dos líneas centrales están en morado para destacar el símbolo de igualdad. También se viran a este color algunas

fotografías de mujeres originariamente en blanco y negro que componen la imagen central de los carteles. El morado está presente en los carteles de todas las décadas y se hace más recurrente en el siglo XXI. Este color también es el dominante en la ropa, carteles y pancartas que se ven en las fotografías de las manifestaciones del 8M español.

El uso de este color simbólico no es específico de España. Se trata de un trasvase del feminismo anglosajón. A principios del siglo XX, las sufragistas británicas ya utilizaron el morado entre los colores con los que se identificaba su lucha. Las siglas usadas por estas mujeres eran GWN (*Give Women Votes*) y su significado iba más allá del eslogan, ya que hacía referencia a los colores: el verde (*green*) por la esperanza en un nuevo comienzo; el blanco (*white*) simbolizaba la pureza y honradez en la vida privada y en la política; y el violeta (*violet*), la libertad y la dignidad (Tidele, 2021, p. 32) El feminismo de los años 70 retomó el morado como emblema para distinguirse de otros colores marcados políticamente y por ser más enérgico que otros con los que se identificaba lo femenino como el rosa o el malva. Ya en el siglo XXI, el violeta o morado se vincula a la idea de empoderamiento y autoestima.

Aunque el uso del color lila/violeta/morado se ha consolidado internacionalmente como símbolo del feminismo, en Italia se ha difundido más el fucsia, en especial en la última década. Frente al lazo morado, elemento simbólico muy presente en los actos reivindicativos feministas en España a partir de mitad de los años noventa, en Italia es el pañuelo fucsia el usado por colectivos feministas como *Non una di meno*. En homenaje a las Madres de Plaza de Mayo, se elige el pañuelo en forma triangular, pero en color fucsia, como símbolo de lucha, liberación y rechazo de la violencia estructural sobre los cuerpos de las mujeres, así como de la sororidad.

Además del uso de los colores simbólicos para el feminismo en cada país, los carteles tanto italianos como españoles tienen como elemento recurrente el triángulo feminista o símbolo del útero. En ocasiones aparece el propio gesto hecho con las manos y en otras se convierte en un elemento geométrico que forma parte de la composición del cartel. El origen de este gesto escandaloso y rebelde no está claro, aunque parece deberse a una activista italiana llamada Giovanna Gala. Había visto el símbolo en la portada de la revista francesa *Le Torchon Brule* y se quedó impactada por la inmediatez y la fuerza del mensaje. Para ella, la forma de la vagina representaba desafío, orgullo y placer, de ahí que lo usara por primera

vez en un congreso sobre violencia contra las mujeres en París, en 1971 (Deaglio, 2018, p. 593). Poco tiempo después, la revista *L'Espresso* publicó en portada una foto de Giovanna Gala con el famoso gesto, lo que supuso el traspaso de fronteras de este símbolo. La UDI, en un cartel para la convocatoria del 8 de marzo de 1987 representa las manos en forma de vagina junto al mazo de mimosas. Se mezclan así dos símbolos feministas de origen propio, pero de dos generaciones distintas. En España se ha utilizado a lo largo de las distintas décadas como imagen central de los carteles.

Este símbolo se asocia en ambos países con lemas relacionados con el cuerpo de las mujeres: “nosotras parimos, nosotras decidimos” o “en mi útero mando yo” en España; y “L’utero è mio, lo gestisco io”, en Italia. Además del poder femenino del gesto, se reivindica la idea de que las mujeres son patronas de su propio cuerpo, de su sexualidad y de sus propias decisiones.

La fuerza del movimiento feminista y de las mujeres está representada en numerosos carteles y fotografías de ambos países a través de gestos o imágenes como puños alzados, mujeres con capas de superheroínas o reproducciones del cartel de J. Howard Miller “We can do it”. El puño es un poderoso símbolo para mostrar connotaciones de resistencia, solidaridad y orgullo: una forma de indicar que una persona se siente ligada a otras en la lucha contra un estatus quo opresivo. El símbolo de Venus, muy usado en carteles y pancartas de ambos países, incorpora ya desde los años 70 el puño dentro del círculo.

Este empoderamiento que en el siglo XX se representa a través de gestos, cánticos o lemas, en el siglo XXI se traslada a imágenes de mujeres que son referentes universales del feminismo y del poder femenino. Algunas de ellas proceden del mundo del arte como Frida Kalho; otras de la cultura popular más *mainstream*, como Hermione de *Harry Potter*, la Princesa Leia, Mulán o la Uma Thurman de *Kill Bill*.

Los carteles del siglo XXI se hacen eco de las nuevas reivindicaciones del feminismo y se adaptan a las nuevas realidades mostrando un movimiento más inclusivo, diverso e integrador. Sin embargo, estas recontextualizaciones de iconos de la cultura popular no aparecen en los carteles, dado que proceden de instituciones o movimientos políticos y buscan un mensaje más serio. El uso del humor o las influencias de Internet son más evidentes en las fotografías de las manifestaciones de la última década analizadas, donde las activistas

más jóvenes buscan romper con los estereotipos sexistas a través del uso del chiste o los juegos de palabras.

Junto al poder, también la rebeldía de las mujeres y la idea de feminismo como revolución son recurrentes en los mensajes presentes en pancartas o cánticos, así como en las vestimentas. Como señala Tidele (2021, p. 35), el vestido es un símbolo cargado de significados y un verdadero instrumento de protesta y de empoderamiento. Así se muestra en algunos carteles como el realizado por la Comisión feminista del 8 de marzo en 1996 donde se veía una fotografía de mujeres obreras levantando las faldas y mostrando los pololos, a modo de subversión. El subir el vestido y mostrar pantalones es un gesto de poder, ya que, como señala Bard (2012, p. 19), el pantalón simboliza lo masculino y los poderes y las libertades de que gozan los hombres.

Otro icono de rebeldía de las mujeres es el arquetipo de las brujas. Las feministas de los años 70 dieron la vuelta a un insulto para apropiarse del término, darle valor positivo y convertirlo en “un símbolo de poder femenino, conocimiento, independencia y martirio” (Heller, 1993, p. 55). Los aquelarres simbólicos y los vestidos negros se trasladaron pronto a otros países. A mediados de los 70 en Italia se popularizó como lema feminista “Tremate, tremate, le streghe son tornate”, que parecía deberse al éxito de varios libros publicados en estos años que relacionaban la persecución histórica de las brujas con la represión sobre las mujeres.

Esta asociación entre el movimiento feminista y la brujería se ha mantenido en el tiempo y también ha traspasado fronteras. En España, el recurso a este icono es más tardío y comienza a verse en las manifestaciones feministas del siglo XXI, cuando se popularizan lemas, carteles o camisetas donde se puede leer “Somos las nietas de las brujas que nunca pudisteis quemar”. Para las generaciones más jóvenes, la brujería significa rebelión.

La unión y solidaridad entre mujeres también está muy presente en todas las imágenes y carteles analizados. Con lemas como el italiano “Insieme partite siam, insieme torneremo: non una di meno, non una di meno” no solo se subraya la idea de hermandad entre mujeres, sino también la denuncia de los feminicidios. La sororidad se manifiesta en España con eslóganes como “Escucha, hermana, esta es tu manada”, apropiándose la palabra en positivo a partir del mediático caso de violación grupal de La manada. Esta unión se materializa en los carteles a través de representaciones de mujeres que se abrazan o se dan la mano; juntas

en las plazas con ramilletes de mimosas; o través de fotografías grupales a las que se añaden textos donde se subraya la idea de la fuerza de la unión: “Unite conquistiamo i nostri diritti”, “facciamo insieme la nostra lotta”, o “diverse ma unite, troviamoci”.

El movimiento feminista de ambos países insiste también en su diversidad. En especial, a partir de los años 90 se observa la tendencia de mostrar a mujeres de diferente origen, raza, edad, orientación sexual o clase, con la idea de subrayar la interseccionalidad del feminismo, así como las dobles discriminaciones. Tanto en los carteles como en las fotografías de ambos países es evidente esta diversidad e inclusión: mujeres afrodescendientes junto a otras con *hiyab* o mujeres indígenas y latinoamericanas se mezclan con italianas y españolas. Se hace evidente así la ruptura con el feminismo blanco occidental y la apertura hacia otros feminismos y una mayor inclusividad y diversidad. Esto se evidencia en las imágenes de los carteles acompañadas de eslóganes como “todAs iguales, todAs diferentes” o “La differenza colora il mondo”.

Estas coincidencias en los símbolos, mensajes o iconografía feministas se dan también en otras geografías. Aunque cada país tenga su propia herencia simbólica transmitida entre las diferentes generaciones, se ha producido una difusión internacional de símbolos visuales y lemas en las manifestaciones del Día Internacional de las Mujeres y en los medios de comunicación que ha contribuido a dar al movimiento feminista visibilidad y una identidad colectiva a nivel mundial.

Conclusión

El feminismo ha utilizado la cartelería como una herramienta de trabajo fundamental para difundir la agenda feminista. El análisis de los carteles del corpus documental de este estudio revela que las temáticas planteadas a lo largo de las diferentes décadas en cada uno de los dos países son similares. La evolución de la agenda feminista y de los grupos a los que representa y a quienes se dirige es visible a través del recorrido visual y discursivo por la cartelería generada tanto en Italia desde 1946, como en España desde 1977. Las cuestiones relacionadas con la familia, la maternidad, el trabajo y la paz están presentes en los carteles de los años 40 y 50 en Italia. A partir de mediados de los años 60 la idea de “emancipación” o “liberación” de las mujeres es constante. Estos mensajes acompañan a imágenes de mujeres más jóvenes y modernas respecto a las presentes en la cartelería precedente, donde las madres

eran las protagonistas. La diversidad de las mujeres, la denuncia del patriarcado y sus consecuencias, en especial la violencia de género, y la idea de empoderamiento femenino, dominan la cartelera de las últimas dos décadas. Esta evolución se aprecia también en el repertorio iconográfico español analizado. Se hacen evidentes las conquistas democráticas logradas en España desde los años 70 a la actualidad, así como las concepciones del feminismo sobre los roles de género, el cuerpo de las mujeres, su sexualidad y otras temáticas relacionadas con el concepto de ciudadanía y los derechos de las mujeres.

En estos procesos de construcción de unas señas de identidad colectiva compartidas no solo por las activistas de un país, sino en muchos casos por las de tantos otros lugares, se producen fenómenos de “re-enmarcado” con la apropiación de conceptos o símbolos procedentes de un marco ajeno y redefiniéndolos desde un marco propio (Lakoff, 2002).

También se genera una intertextualidad dentro de los discursos presentes en las pancartas o carteles del movimiento feminista, al hacer alusión a eslóganes históricos recontextualizados o determinadas imágenes del pasado que adquieren nuevos significados y valores en el presente. Es el caso, por ejemplo, del uso del cuadro de Eugène Delacroix, *La libertad guiando al pueblo*, como imagen central de cartel de 1994 de la Comisión 8 de marzo junto al texto “Viva la lucha de las mujeres”, así como de fotografías de las sufragistas o referentes históricas del feminismo.

A partir del siglo XXI se observa una retroalimentación entre calle/red. Determinados mensajes o imágenes pasan de Internet a las calles y a la inversa, lo que favorece el enriquecimiento del repertorio simbólico y discursivo. También, como señala Castells (2012), desafían la dominación al crear conexión; comparten indignación y construyen propuestas. El uso de las tecnologías y los medios de comunicación en los movimientos sociales hace que se promuevan determinadas prácticas ajenas a lo local, lo que genera imaginarios alternativos para las prácticas de resistencia (Chenou y Cepeda-Másmela, 2019). Los productos culturales viralizados en la red (iconos, ilustraciones, retratos o memes) viajan a la calle dando lugar a un repertorio simbólico con un gran potencial (Hernández-Conde et al., 2021, p. 51).

Pero la influencia de Internet y los medios en el discurso político feminista y su representación simbólica no es unidireccional: la red refleja las acciones reivindicativas que se producen en la calle y las hace visibles, de tal manera que los mensajes y símbolos se

difunden en otros contextos, que los adoptan y adaptan a la realidad local. En este sentido, se genera un modo hegemónico de representar el feminismo que se comparte a nivel global y que convive con realidades nacionales con una producción simbólica propia que se perpetúa mezclándose con formas de representar el activismo feminista más *mainstream*: una mezcla continua entre herencia y modernidad.

Referencias

- Bard, C. (2012). *Historia política del pantalón*. Tusquets Editores.
- Castells, M. (2012). Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet. Alianza Editorial.
- Chenou, J. M. y Cepeda-Másmela, C. (2019). #NiUnaMenos: Data Activism From the Global South. *Television and New Media*, 20(4), 396-411.
<https://doi.org/10.1177/15274764198289>
- Deaglio, E. (2018). *Patria 1967-1977*. Feltrinelli Editore.
- Heller, E. (2004): *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.
- Hernández-Conde, M., Arencón-Beltrán, S. y Sola-Morales, S. (2021). Narrativas transmedia feministas. El caso del movimiento 8M español durante el 2019. *Dixit*, 35, 51-70. <https://doi.org/10.22235/d35.2610>
- Lakoff, G. (2002). *Moral politics: How liberals and conservatives think*. University of Chicago Press.
- Tidele, J. (2021). Moda y feminismo: la vestimenta como símbolo de protesta. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, 100, 27-40.
<http://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi100.3983>

La representación de las subjetividades masculina y femenina en la novela *Cápac cocha* de Zoila Vega Salvatierra

Carlos Arturo Caballero Medina¹

Resumen

El presente artículo se propone analizar comparativamente las subjetividades de los personajes masculinos y femeninos representados en la novela *Cápac cocha* de Zoila Vega Salvatierra. En lo concerniente a los sujetos femeninos protagónicos, se sostiene que existen dos representaciones contrastantes y complementarias sobre el sujeto femenino en la novela *Cápac cocha* de Zoila Vega Salvatierra. Por un lado, se encuentra la mujer bruja personificada por Antonia de Bermejo; por otro lado, está la mujer detective, personificada por Rosa Francisca Ureta. Ambas representaciones del sujeto femenino destacan por las rupturas y continuidades que mantienen con la representación estereotípica de la mujer en la sociedad colonial peruana del siglo XVII y siglo XIX. En este trabajo, se empleará la propuesta metodológica desarrollada por Cándida Vivero, las contribuciones de la narratología feminista de Susan Lanser y la teoría de la performatividad del género de Judith Butler.

Palabras clave: clase, género, historia, sujeto, subjetividad.

Introducción

Cápac cocha (2006) es una novela que relata las investigaciones emprendidas por Rosa Francisca Ureta, una joven señora arequipeña que integra una distinguida familia de la ciudad, y su viejo médico personal, el Dr. Mario Alcántara, quien la atiende debido a su precaria salud. Ambos investigan las circunstancias que rodean el incendio de la Catedral de Arequipa ocurrido a finales de 1844. La estructura de esta novela la conforman tres líneas argumentales alternadas: el diario de Rosa Francisca Ureta, quien relata sus pesquisas y

¹ Magíster en Literatura Hispanoamericana. Profesor auxiliar en el Departamento de Literatura y Lingüística, a Maestría en Lingüística del Texto y en Maestría en Artes, Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de San Agustín, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5420-7117>. ID Scopus: [57471721200](https://orcid.org/0000-0002-5420-7117); correo electrónico:

3
aprovecha sus influencias para acceder a información confidencial y al lugar de los hechos; las investigaciones del Dr. Alcántara, también registradas en un diario, cuyos conocimientos sobre medicina y su agudeza racional lo ayudan a vincular hechos y personas, así como a arribar a una hipótesis sobre los extraños sucesos que rodean el incendio de la catedral; y las cartas de Antonia de Bermejo, cuya trama –fundamental para la resolución del caso– se sitúa dos siglos antes, entre abril de 1649 y diciembre de 1651. El presente artículo se propone analizar comparativamente las subjetividades de los personajes masculinos y femeninos representados en la novela.

Metodología

En este trabajo se empleará la propuesta metodológica desarrollada por Cándida Vivero, quien explica cómo los estudios de género y la teoría literaria feminista contribuyen a un acercamiento social desde la literatura (2016, p.124). También serán relevantes los aportes de la narratología feminista de Susan Lanser (1996). Vivero los utiliza para fundamentar la correspondencia entre estructuras narrativas y el cuerpo sexuado, lo cual evidencia una centralidad androcéntrica en la organización de la trama evaluada positivamente, en tanto hazañas, conquistas y poder, y negativamente si carece de estas cualidades. Además, utilizará la teoría de la performatividad del género de Judith Butler para analizar la representación de los personajes femeninos en *Cápac cocha*. Al respecto, en *Deshacer el género*, Butler señala: “Si el género es performativo, entonces se deduce que la realidad de género misma está producida como un efecto de la actuación de género” (2006, p.3 08). En *El género en disputa*, precisa, además, que la performatividad del género explica que su supuesta esencia es producto de una actuación sobre el cuerpo, de modo que lo que se ha entendido como un rasgo esencial del género es un discurso materializado sobre actos corporales (2007, p.17).

Las subjetividades de los personajes masculinos

3
3
Los personajes femeninos en *Cápac cocha* son más cautivantes que los masculinos debido a sus personalidades contrastantes. Rosa Francisca Ureta es joven, persistente, sensible, vivaz y despreocupada ante la infidelidad de su marido. Hay un contraste entre su personalidad inquieta y el progresivo deterioro de su salud, producto de una maldición, según lo entiende ella, recibida durante la revisión de unas cartas secretas halladas entre los escombros de la

Catedral de Arequipa devastada por un incendio. El relato de Rosa Francisca Ureta se ambienta en la Arequipa de 1844, periodo convulso en el cual tuvo lugar la Guerra Civil Peruana (1843-1844), también denominada revolución constitucional, que enfrentó a las fuerzas del general Ramón Castilla contra las del general Manuel Ignacio de Vivanco, y que terminó con la victoria de Castilla en la batalla de Carmen Alto en Arequipa. En la novela se hace referencia a estos acontecimientos históricos como marco para el desarrollo del relato de Rosa Francisca, por ejemplo, la mayoritaria adhesión de Arequipa a favor de Vivanco y el rechazo a Castilla, que, a fin de cuentas, es una extrapolación sobre las disputas ideológicas entre conservadores y liberales. No obstante, las reflexiones de Rosa Francisca no se inscriben dentro de estas contiendas ideológico-políticas. Más bien, desde el inicio de la novela, se aprecia que ella asume la responsabilidad de su propia narración, trazando una frontera entre la historia oficial y el relato personal, de manera que se aleja de la convención propia de la voz masculina que construye historias totalizantes y con una patente voluntad de verdad. Por el contrario, Rosa Francisca sincera sus objetivos señalando que no le interesa la constatación documental de los hechos, sino relatar el proceso de sus indagaciones personales.

No voy a narrarte, lector, cómo fue ni de qué porte se veían las llamaradas, ni cuánto humo salía por los ventanales cuyos vidrios saltaron en pedazos, ni cómo ardían las hermosas balaustradas ni se fundían los arabescos de plata, primero porque no estuve allí y segundo porque otros lo narrarán mejor que yo. (Vega, 2006, p.12)

No es una mirada totalizante sobre la historia pasada protagonizada por “grandes hombres” la que Rosa Francisca desea relatar, sino una mirada fragmentaria sobre la historia pasada y reciente de la ciudad, focalizada en las historias privadas de personas comunes. Es decir, la Historia con mayúscula ha incidido en los hechos realizados por grandes personajes, mientras que la historia con minúscula es la que atiende a los relatos íntimos de personajes sin importancia para la gran historia, pero no por ello menos decisivos en el curso de los acontecimientos: “Yo voy a hablar de lo que descubrí, de la pequeña pesquisa que hice a espaldas de los amigos, de las preguntas sin respuesta que hallé, de las cosas que imagino que pudieron ocurrir” (p.14). Más que certezas, Rosa Francisca plantea interrogantes, cuestionamientos, razonamiento opuesto al que antepone la resolución de un enigma sobre la base de una respuesta convergente, concluyente y verdadera.

Rosa Francisca es enunciativa de su propio discurso. No hay una voz masculina que medie entre ella y los lectores de su diario. Es una mujer letrada que investiga, conjetura y escribe. Frente a la amplitud documental de los textos históricos tradicionales, Rosa Francisca opone el diario, un tipo de texto íntimo cuyo valor documental suele ser relativizado por historiadores, más próximo a la consulta de fuentes oficiales. La escritura de Rosa Francisca más que documental en el sentido de registro de datos, es una escritura emotiva y analítica. La descalificación de su marido, escéptico ante los avances de sus investigaciones, no la desaniman, más bien la estimulan a emprender la investigación y la correspondiente escritura de esta: “Mi marido dice que estoy loca, que soy demasiado soñadora, que debería escribir una novela, y así lo haré” (p.11). La mirada masculina del marido la reduce a una mujer que no es realista, que no ve las cosas como son, que especula inútilmente y que pierde su tiempo en asuntos que no le corresponden. De este modo, se implica que quienes ven las cosas como son, usan adecuadamente el tiempo y no especulan sin pruebas son los varones. Este es el lugar donde el marido de Rosa Francisca se coloca por oposición ante su esposa, pues desestima que esta tenga sus propios planes, que la llevan a ocupar gran parte de su tiempo en investigar lo que sucedió en el incendio de la Catedral, no en organizar recepciones en su casa o a conducirse como una grácil anfitriona ante visitantes distinguidos. Rosa Francisca no cree en la versión dada por el obispo de Arequipa, quien atribuye el incendio a un accidente. De otra parte, en la época en la que se ambienta el relato de Rosa Francisca, el protagonismo histórico, político, militar y religioso estaba dominado por varones.

La representación hegemónica sobre la mujer en las artes y las letras estuvo signada por la doncella o mujer angelical, para el romanticismo, o la mujer madre, combativa, abnegada y sacrificada, para el realismo. No obstante, la mujer bruja, la mujer diabólica y la mujer loca, si bien fueron construcciones discursivas masculinas, tenían en común el que constituyeron una expresión de rechazo a los modelos deseables de mujer. Estas subjetividades transgresoras eran temidas por impredecibles e incontrolables (Moi, 1988, pp.70-71).

La función detectivesca de Rosa Francisca también amerita un análisis. *Cápac cocha* se deja leer como un ³relato policial: asesinatos violentos, uso del método científico (observación, análisis e inferencias), revelación final del culpable y su *modus operandi*, y

exposición de la psicología del asesino. La trama policial comprende las pesquisas de Rosa Francisca y el Dr. Mario Alcántara, quien encarna al típico protagonista de este género: un investigador acucioso, culto e inteligente. El valor agregado reside en el protagonismo de Rosa Francisca, la cual complementa las indagaciones de su viejo médico de cabecera desde una mirada mágica-mítica. Ella focaliza la narración principal, inclusive las peripecias del Dr. Mario Alcántara se cuentan en sus diarios. En el policial clásico, los personajes principales, protagonista y antagonista, han sido varones: Charlie Chan, de Earl Derr Biggers; ³⁷ Sherlock Holmes, de Arthur Conan Doyle; Hercules Poirot, de Agatha Christie; Auguste Dupin, de Poe, y un largo etcétera contrastan cualitativamente con la presencia de mujeres detectives, que, si bien cuantitativamente no son inferiores, no han sido destacadas como sus pares masculinos dentro de la tradición policial. El perfil del detective masculino es la agudeza mental, la observación minuciosa, la parsimonia, la racionalidad y un trajinado recorrido vital que los ubica a finales de la adultez madura, en pleno esplendor de su madurez vital e intelectual. Sobre el perfil de las mujeres detectives, Susana Martín Gijón señala que “siguen de forma bastante fiel el modelo preestablecido de detective masculino tradicional. Es decir, lo que cambia es el sexo del personaje, pero actúa de forma muy parecida”. No obstante, precisa que las mujeres detectives más jóvenes “se liberan del estereotipo del detective clásico, si bien no lo hacen de las cadenas sociales que conlleva su sexo; no escapan estas mujeres modernas del sufrimiento por amor, ni de la preocupación por su estética” (2015, p.1028). En el caso de nuestro personaje, esto se constata parcialmente. Rosa Francisca es transgresora de los roles de género, pero no es confrontacional; es analítica, racional y sensata, pero también sensible y emotiva; es muy joven en comparación con su compañero de investigación, el Dr. Mario Alcántara, verdadero soporte científico de la investigación de Rosa Francisca. Ella no realiza trabajo de campo, sino que más bien conjetura y articula lo examinado por el Dr. Alcántara.

Las subjetividades de los personajes femeninos

³ Antonia de Bermejo es una mujer madura, autosuficiente, vengativa y cruel, envuelta en un aura de locura y pasión semejante a las representaciones del sujeto femenino estudiadas por Sandra Gilbert y Susan Gubar en *The Madwoman in the Attic* (1979) sobre las obras de escritoras anglosajones del siglo XIX: la loca, la revolucionaria, la mujer monstruo y la mujer

demoniaca, todas ellas reverso de la mujer angélica o “ángel del hogar”, construida y sostenida desde un discurso machista.

³
Rosa Francisca y Antonia subvierten la representación de la mujer sumisa trocándola por una mujer que desafía la autoridad masculina. Es el caso de Antonia de Bermejo, quien combate el estereotipo masculino sobre la mujer: rechaza la maternidad, a la que considera un instrumento de dominación patriarcal; a los pretendientes que le desagradan; y es sumamente racional. No obstante, asume en varios aspectos la performance del sujeto masculino –ella misma declara ser un hombre atrapado en un cuerpo de mujer–, pues traslada ese estereotipo hacia otras mujeres a las que menosprecia, abandona la racionalidad cuando se apasiona desenfrenadamente con el hombre que ella elige y, tal cual el hombre engañado, actúa emotivamente para saldar la afrenta. Pese a sus diferencias, ambas mujeres son autónomas en su vida privada: Rosa Francisca no ve en la infidelidad de su marido una desgracia, sino una oportunidad para concentrarse en sus pesquisas; Antonia ignora los prejuicios sociales y decide enamorarse de un alarife, socialmente ubicado en un estrato inferior al suyo, por lo cual no siente que la viudez la condene a ser una muerta en vida, por el contrario, le brinda la ocasión para ejercer a plenitud su voluntad: “como creo más en el infierno de la tierra que en el del otro mundo, me resisto a pasar los años que me quedan en penitencia y desprecio públicos y me niego a dejar que sobre mí caiga la reprimenda de un sacerdote que nada entiende mis motivos” (p.21).

La actitud devota de Antonia, cuyos textos son cartas dirigidas a su confesor, coexiste con un frío análisis de su propia personalidad, donde también se da tiempo para cuestionar la autoridad de su confesor para juzgarla. Este cuestionamiento se puede entender, además, como una interpelación a la autoridad masculina, o sea, desafiante y rebelde. En vez de resignarse a ser una viuda “muerta en vida” o a rehacer su vida casándose nuevamente, Antonia es autónoma en sus decisiones. No acepta que la viudez sea una condición para ser víctima de pena o culpa. No permite que ningún hombre, ni siquiera su confesor, tenga algún grado de injerencia sobre ella. El tiempo de Antonia precede en dos siglos al tiempo de Rosa Francisca, pero es igualmente una mujer transgresora de los estereotipos de géneros. Antonia subvierte la relación comunicativa entre ella y su confesor. El contenido de sus cartas es la sincera confesión de todas las atrocidades que fue capaz de urdir para vengarse de un amor

no correspondido y para exponer resueltamente sus pasiones. En vez de mostrarse compungida y arrepentida, se muestra desafiante y hasta orgullosa de su actuar:

Mi esposo, Federico Enrique Agustín de Lizalde y Salazar de Sotomayor era un imbécil, pero agradecí a mi padre darme un marido tan dócil y tan viejo...

Lizalde falleció hace poco, después de algunos años de matrimonio, sin darme hijos, cosa que le agradecí, porque no he nacido para dar vida o sostenerla. Habría hecho cosas peores y siempre es preferible no desear lo que se maldecirá si se tiene. (pp. 22-23)

Extrapolando lo acotado por Susan Lanser en relación con la sexuación masculina dominante en las estructuras narrativas (1996, pp.282-283), la mayoría de las novelas históricas posee una trama androcéntrica, en la cual el protagonista y/o sus pares masculinos son los protagonistas de grandes acontecimientos; asimismo, son representados con atributos característicos del hombre patriarcal: liderazgo, valentía, fuerza, heroísmo, sacrificio, vitalidad, juventud. El sustrato de esta caracterización es la disputa androcéntrica por el poder. La lucha de las mujeres por conseguir un trato igualitario ha sido muy larga en toda la historia. Toril Moi dice: "A las mujeres se les niega el derecho de crear sus propias imágenes de feminidad y se ven, en cambio, obligadas a conformarse con los modelos machistas que imponen" (1988, pp. 68).

Antonia se refiere a sí misma diciendo "Yo no caigo todavía en esa ridiculez, pero trato con toda cortesía a este mocito... pero, aunque me esfuerzo por sonreír... no puedo evitar que la carne se me encrespe" (2006, p. 90). Mantiene sus asuntos en privado para guardar las apariencias, Antonia en sus cartas y Rosa Francisca en su diario. Como características opuestas se encuentran la obsesión, crueldad, cinismo e hipocresía de Antonia, quien tiene siempre una justificación para sus fechorías: "No puede culpárseme de la debilidad de los demás, aunque eso convenga a mis intenciones" (p. 33). Llega incluso a asesinar a Alonso de Zarate, a quien procuraba su amor; y a la desdichada inocente que le impidió conseguirlo. Todos estos aspectos son felizmente carentes en Rosa, quien demuestra empatía, amabilidad y buena moral.

Antonia es una mujer que tiene claras sus prioridades. Es mujer, pero piensa como hombre, lo cual, a su criterio, le otorga una ventaja en una sociedad patriarcal. Hace creer a los hombres que ellos tienen el poder. Tiene fuertes convicciones religiosas las cumple, pero

también las discute. No está interesada en cultivar su belleza, no hace gala de su belleza, sino de su inteligencia, sensatez y arrogancia. Es como un varón ermitaño. Mujer de pocas palabras, autónoma, que disfruta el trabajo. Ella misma se procura su propio sustento; no es una viuda desvalida que esté esperando a un pretendiente que se haga cargo de ella e incremente su patrimonio:

Soy mujer de belleza modesta, pero tengo una cabeza de hombre bien puesta sobre un vestido de mujer y por eso creo difícil entender a mi sexo o dejarme engañar por el otro como ocurre a menudo en el mundo. Me gusta el trabajo, mas detesto la sociedad, cosas que aprendí en el convento. A Dios lo tengo por testigo que soy arrogante, lo admito. Que este pecado me sea perdonado el Día del Juicio. (p.22)

Antonia asume en su *performance* social una actuación masculina. Ella es quien decide conquistar a al hombre que ella misma ha elegido. Se respalda en su alcurnia y distinción social para refrendar su derecho a seducir al hombre que desea, quien según estas prescripciones no debería tener mayores reparos, sino sentirse afortunado de que alguien como ella se fije en él. Nos referimos al alarife Alonso de Zárate.

De inmediato me vi sorprendida por la singular hermosura de aquel joven, la intensidad de su mirada, su rostro abierto y desafiante, y sobre todo el dominio de su oficio. Pero vuestra paternidad me conoce bien y sabe que aunque soy sensible a la belleza, no basta para sacarme la cabeza de su lugar. (p. 44)

Es un hombre no muy alto, de piel blanca, dorada por el sol, cabellos negros y ojos marrones, muy grandes. La nariz aguileña, con el tabique ligeramente desviado. (p. 45)

La aparición de Alonso de Zárate provoca un giro radical en Antonia. Lllaman la atención las cualidades que ella aprecia en el forastero recién llegado. Es un hombre que tiene una apariencia ruda, de estatura baja, piel bronceada, hábil con las manos y trabajos físicos, un especialista en su labor. Para Antonia, Alonso de Zárate es excepcional respecto a la mayoría de los hombres que conoce, ya que parece que tiene “algo más que aire en la cabeza”. En su fuero íntimo se entrega a la pasión y se lo revela a su confesor, pero en el ámbito público guarda las formas y no se muestra enamorada sino más bien formal y distante. Es decir, realiza un esfuerzo consciente para doblegar la pasión que la atribula internamente. La

dureza de sus primeras cartas ha cedido a una intensidad y vibración emotivas que no se le conocía anteriormente.

Conclusión

Cápac Cocha es una narración histórica relatada desde la óptica de dos sujetos femeninos, Antonia de Bermejo y Rosa Francisca Ureta, quienes exponen asuntos más privados que públicos. Son mujeres autónomas, libres y transgresoras del canon femenino vigente en la Arequipa colonial y los primeros años de la república, pero que, debido a sus diferencias de pensamiento, utilizan sus facultades de maneras opuestas: Rosa Francisca llena de moralidad, amor y sentido de justicia; y Antonia, plena de obsesión, cinismo, hipocresía y crueldad. Una heroína frente a una villana. Finalmente, *Cápac cocha* ofrece un *thriller* histórico donde dos mujeres transgresoras, aunque favorecidas por su extracción social, cuestionan la hegemonía masculina a nivel microsocial (familia, amistades, relaciones afectivas) y en el cual la delimitación de la frontera entre la historia y la literatura, o la supeditación de la novela a la historia no son las cuestiones medulares, sino la reactualización de viejas herencias coloniales contadas en clave policial (Caballero, 2018).

Referencias

- Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Paidós.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa*. Paidós.
- Caballero Medina, C. (04 de marzo del 2018). Historia, mujeres y novela. *Náufrago digital*. <http://blog.pucp.edu.pe/blog/naufago/2018/03/04/historia-mujeres-y-novela/>
- Gilbert, S. M. y Gubar, S. (1979). *The madwoman in the attic: The woman writer and the nineteenth-century literary imagination*. Yale University Press.
- Martín Gijón, S. (2015). Tras la pista de la detective: mujeres protagonistas en la novela negra. En M. Martín, M. González de Sande, D. Cerrato, E. M.^a Moreno Lago (Eds.), *Locas, escritoras y personajes femeninos cuestionando las normas: XII Congreso Internacional del Grupo de Investigación Escritoras y Escrituras* (pp. 1018-1029. Alciber. <https://idus.us.es/handle/11441/55899>
- Moi, T. (1988). *Teoría Literaria Feminista*. Cátedra.

- Lanser, S. S. (1996). La posibilidad de una narratología feminista. En E. Sullà (Coord.), *Teoría de la novela: antología de textos del siglo XX* (pp. 276-283). Crítica.
- Vega, Z. (2006). *Cápac cocha*. Banco Central de Reserva del Perú.
- Vivero, C.E. (2016). Género y teoría literaria feminista: herramientas de análisis para la aproximación social desde la literatura. *Sincronía*, 70, 114-134.
<https://www.redalyc.org/journal/5138/513852522006/513852522006.pdf>

El subalterno y la comunidad en algunos ejemplos de la literatura contemporánea en español

Claudio Moyano Arellano¹

Resumen

Partiendo del hecho innegable de que en la literatura en español se ha producido un giro político, en este trabajo se analizan las novelas *Existiríamos el mar*, de Belén Gopegui, y *Facendera*, de Óscar García Sierra, con el propósito de analizar las propuestas discursivas de ambos escritores, en las que ética y estética aparecen perfectamente coligados en aras de conseguir un fin subversivo, aunque el hecho de que los autores pertenezcan a generaciones distintas implica que sus textos narrativos presentan, también, peculiaridades que merecen la pena ser estudiadas con detenimiento.

Palabras clave: Belén Gopegui; Óscar García Sierra; Novela española contemporánea; Capitaloceno.

Introducción: panorama de la narrativa contemporánea en español

Pocos meses separaron la publicación de dos textos muy interesantes en cuanto a la relación entre política y literatura se refiere. Belén Gopegui publicaba en septiembre del 2021 la que es, hasta la fecha, su última novela: *Existiríamos el mar*, una novela que orbita alrededor de las vivencias de cinco adultos que se ven obligados a compartir piso debido a sus precarias condiciones económicas. La madrileña, nacida en 1963, es seguramente una de las novelistas más interesantes que presenta el panorama narrativo español hoy. Es, además, una relevante teórica y, así, ha reflexionado intensamente a lo largo de su carrera sobre cómo la literatura se relaciona con la sociedad y cómo puede intervenir en ella. Gran parte de sus escritos sobre esta temática fueron recopilados en el libro *Rompiendo algo. Escritos sobre literatura y política* (2019).

13

¹ Doctor en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada. Profesor en la Universidad Isabel I, Burgos, España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6581-0237> ; correo electrónico:

El segundo de los textos referidos es *Facendera*, la primera novela de Óscar García Sierra (1994), joven leonés que se había dedicado exclusivamente a la poesía. Para este trabajo, dicha novela resulta interesante por dos motivos esenciales: por constituir una muestra clara de la vuelta a lo político desde la narrativa y por el tratamiento que realiza del ambiente rural.

El objetivo que pretende este trabajo es analizar las propuestas narrativas de ambos textos y confrontar las posiciones de dos autores que entienden la literatura como un discurso ético, y no solo estético, pero a los que les separa una generación y, se presupone, poseerán diferentes cosmovisiones acerca, también, del propio hecho literario.

Se parte de la constatación de que en la literatura en español se ha producido una indudable vuelta al interés por tratar asuntos políticos y sociales, es decir, textos en los que, contra el marco ideológico del neoliberalismo, se abordan las condiciones de vida de los trabajadores actuales, la salubridad de las nuevas formas de vida que se están produciendo, la propia noción de comunidad. Una literatura cuyo auge se produce después de la crisis económica del 2008 y que se presenta tanto como forma de resistencia a la situación del momento, como constructora y descriptora de “la realidad cognitiva en la que nos inscribimos social e intelectualmente” (Valdivia, 2016, p. 22).

La nómina de autores es extensísima: además de los que protagonizan este trabajo, puede mencionarse a Marta Sanz, Cristina Morales, Javier López Menacho, Isaac Rosa, Rafael Chirbes, etc. De este fenómeno no solo da cuenta la numerosa creación literaria existente, sino también la reflexión teórica que se ha realizado sobre ella, y así diferentes tesis doctorales han abordado este fenómeno, aunque con distintas perspectivas, que oscilan entre el marxismo más actualizado según la órbita de Juan Carlos Rodríguez, y el entendimiento de que estas novelas son discursos sociales con intención de persuasión, según los presupuestos de la Retórica Constructivista. Entre estas tesis, pueden señalarse las de Cristina Sanz Ruiz (2019), Albert Jornet Somoza (2019), Cristina Somolinos Molina (2020), Maria Ayete Gil (2021), y Claudio Moyano Arellano (2023).

Lo fundamental en este “giro político” de la literatura contemporánea en español es que también ha conllevado un “giro estético” y, así, los textos más interesantes comprenden que la propia materialidad de la narración, y no solo el tema narrado, también es determinante para el fin político buscado. El propio discurso de la narración es solidario en ese resultado

final de intento de subversión. La experiencia de lectura que ofrecen los textos de los que se está hablando es molesta para el propio lector, incluso a veces angustiante, obligándole en muchas ocasiones a detenerse para tomar aire. Lo definió bien Alberto Santamaría (2017) cuando postuló que la narración, si quiere transformar la sociedad, muchas veces debe confundir al lector.

Francisca Nogueroles ha agrupado estos textos bajo el membrete de “escrituras subversivas”, con el que se refiere a escrituras generalmente fuera del canon literario, rupturistas formalmente y que temáticamente se oponen frontalmente al Capitaloceno vigente (2022, p. 208).

A continuación, se presenta un análisis de las novelas ya comentadas en relación con los presupuestos vistos en este breve marco teórico.

De Existiríamos el mar (2021) a Facendera (2022): la comunidad ante el neoliberalismo

El argumento de la novela de Belén Gopegui es sencillo. Un grupo de personas, por vicisitudes de la vida, han terminado compartiendo el tercero C del número 26 de la calle Martín de Vargas. Son Lena, de cuarenta y dos años, que trabaja como investigadora en un laboratorio; Ramiro, de cuarenta y tres años, que trabaja en una “cadena especializada en construcción, decoración y bricolaje” (2021, p. 13); Camelia, de cuarenta y un años, responsable administrativa en una empresa constructora y, además, delegada sindical; Hugo, de cuarenta años, desarrollador web en una gran empresa, de las llamadas “cárnicas porque van triturando a la mano de obra” (2021, p. 52); y Jara, que ha decidido marcharse del piso sin dar ninguna explicación.

Se trata de cinco adultos, que terminan siendo cinco amigos, que han recalado en este piso y que, aunque admiten que si la vida lo promoviera y posibilitara se irían de esa casa – por ejemplo, si alguno de ellos comenzara una relación sentimental con otra persona y decidieran irse a vivir juntos–, han encontrado en ese “piso colectivo” un refugio. Porque, como se descubre a través de los pensamientos de Lena, está cansada de que, ante los comentarios de algunas personas que señalan que es un horror compartir piso con cuarenta años, tenga que justificarse, y afirmar que es verdad “que comparten piso porque el sueldo no llega, pero no es el único motivo” (202, p. 22). Tampoco lo habían decidido ninguno de ellos –tanto la libre elección como la meritocracia son ideas muy cuestionadas en la obra de

Gopegui–, sino que se habían “ido moviendo hacia lugares donde vivir no exigiese estar compitiendo todo el rato” (2021, p. 23).

Ciertamente, en la novela se reivindican otras formas de vida, otras maneras de habitar la casa y construir comunidad, rompiendo con la necesidad imperiosa de formar una familia nuclear, pero no es menos cierto que en toda la obra late la defensa de que tales formas de vivir debieran ser decididas por la persona, no impuestas por la vida. No se trata de idealizar una forma precaria de vivir impuesta por la imposibilidad de permitirse otra cosa, sino que, incluso pudiendo permitírselo, se opte por explorar otras formas de vida.

La novela comienza con la decisión de Jara de irse del piso, sin decir nada a nadie, después de dejar su móvil en su cuarto, su tarjeta de crédito y doscientos noventa euros, el precio que ella pagaba por su habitación, pues “al estar en paro ella pagaba menos que los demás” (2021, p. 15). Porque el “vivir en común” implica eso: que, si uno no puede afrontar todos los gastos derivados del piso, pueda seguir viviendo. Así, se afirma que la casa que han construido entre los cinco “no iba a ser una máquina sin excepciones, sino un refugio donde la excepción no se penaliza y un refugio que, quizá, muestra que la regla que rompe no es adecuada” y que, si Jara no podía pagar su parte de alquiler, ayudaba a los demás pagando en especie, realizando algunos arreglos, tareas o ayudándoles con otros trabajos (2021, p. 32). De Jara se afirma que:

Es una perseguida y le persigue el paro, y le persiguen sus dificultades, y el paro hace que las dificultades crezcan, y los trabajos que ha tenido y que no ha podido soportar, también. Como todo el mundo, Jara persigue cosas. Y [...] a ratos le gustaría no perseguir ni que la persiguieran (2021: 36).

Véase cómo este fragmento se construye en torno a la derivación del verbo *perseguir*, y, con ello, se crea, efectivamente, la sensación persecutoria dentro del texto. Importante, también, esa última frase, porque se insiste en la necesidad de detenerse, algo que ha trabajado bien, en esta época, Remedios Zafra (2017; 2021).

En algunos momentos de la novela se insinúa que la salud mental de Jara no es muy estable, seguramente debido a las propias condiciones materiales que ocupa y que le preocupan. En este sentido, se podía poner en relación con la protagonista de *La trabajadora*, de Elvira Navarro. No obstante, ni el personaje de Jara, ni ninguno de los demás protagonistas son personajes que sufran los designios de un malévolo destino, ni están “en manos de los

injustos mecanismos de, pongamos, el *statu quo* estadounidense” (2021, p. 31). Son sus pequeños y torpes miedos los que los llevan a aceptar, por ejemplo, trabajos cuyas condiciones se vuelven contra ellos. Y, en verdad, no hay grandes dramas en la novela. En el propio texto se lee una sentencia que reza así: “Que las cosas pueden ser serias y graves, pero no dramáticas. Que el drama solo debilita” (2021, p. 36).

Gopegui, pues, construye una novela en la que el enemigo no está exagerado, sino que elabora un discurso en donde sus protagonistas son cinco seres humanos cotidianos de cualquier ciudad, que se enfrentan a los problemas diarios, no a grandes corporaciones sin rostro, y sin caer en el dramatismo ni la sentimentalidad.

No obstante, el hecho de que se afirme que los personajes no sufren no significa, lógicamente, que estén riendo todo el día, sino que no se dejan embargar por su sufrimiento, apelan a la razón e intentan encontrar salidas racionales a sus problemas. Confían en la razón para poder entender los problemas, las causas y sus consecuencias, en un claro análisis marxista de la sociedad. Empero, es evidente que las condiciones de vida afectan hasta lo más intrínseco de la intimidad del individuo, las relaciones amorosas con otra persona. Y es que, a veces, se llega a la cama tan cansado y somnoliento “que ni siquiera te queda energía para arder en otro cuerpo”. A veces, todas esas complicaciones de vida, que no están fuera de lo que implica la relación amorosa, pueden ahogar y apagar el amor (2021, p. 57). Esta era, de hecho, la tesis de la novela *Feliz final*, de Isaac Rosa.

En verdad, hay elementos en la vida de los personajes que no funcionan debido a lo que la voz narradora denomina “chapuza vital”, que se explica por la propia materialidad de la vida y de los cuerpos: la enfermedad, el accidente, la soberbia, la propia muerte, pues “lo ideal necesita de la materia para ejercerse y la materia tiene sus quebraduras” (2021, pp. 38-39). La fragilidad es inherente a la condición humana.

Las consecuencias pueden ser aliviadas por lo que la voz narradora denomina “impulso de justicia”, que tiene la vocación de que nadie quede desamparado, contrarrestando el hecho de que determinadas decisiones de personas y grupos complican la vida de los demás. Y, para completar esta particular trilogía ontológica, se encuentra la “llamada de lo lejano”, que a veces impulsa hacia la escapatoria, pero también ayuda a encontrar salidas, con el convencimiento de que “la vida debería ser otra cosa. Porque a veces se necesita que esta vida concreta sea otra cosa” (2021, p. 40).

Más allá de esta particular ontología que propone Gopegui, véase cómo la voz narradora interviene a veces de forma directa si quiere llamar la atención sobre algún elemento de la obra, y reflexiona sobre su propio quehacer narrativo y sobre los problemas y preocupaciones que asolan a los personajes. Se trata de un efecto de extrañamiento, que entronca con las propuestas estéticas brechtianas: como el alemán, también Gopegui busca que el lector tome conciencia de lo que está sucediendo, reflexione y no se deje atropellar por la mimesis y la fábula. La voz narradora, al hacerse presente de esa manera, descubre ante el lector que también ella tiene una ideología, algo de gran importancia, también, como medida de distanciamiento para que el lector, de forma crítica, negocie con el discurso que tiene entre manos.

Volviendo a la novela, dentro de esta convicción de que la vida “puede ser otra cosa”, y de que puede librarse una batalla, se encuentra una clara confianza en la acción de los sindicatos, aunque existe, también, una crítica al compadreo existente entre la empresa y los “sindicatos oficialistas” (2021, p. 26).

Así, Ramiro señala cómo “desde que es delegado sindical las cosas son diferentes” pues, aunque reconoce más presiones, “ahora tiene instrumentos para que algunas [de esas presiones] no se produzcan y para frenar muchas de las que reciben sus colegas” (2021, pp. 25-26). También existe el convencimiento de que las luchas por los derechos no deben ser individualistas, porque lo que se pide no se pide para uno mismo, “sino para algo más grande que cada persona por separado” (2021, p. 41). Es evidente la llamada a la solidaridad que debe existir entre el proletariado, entre los/las trabajadores/as, y la defensa de la comunidad frente al individuo aislado.

Finalmente, Lena, Hugo, Camelia y Ramiro encontrarán a Jara trabajando de camarera en Calatayud, tratando de buscar una salida a su situación y temiendo que sus compañeros intenten convencerla para que regrese. Sin embargo, constituirse comunidad implica, también, respetar su decisión, entendiendo que el lazo que los vincula a todos es más fuerte que la distancia que se ha impuesto entre ellos (“A mí no me parece que Jara haya roto nada. Está buscando, y se nos ha llevado un poco allí, y nos la hemos traído un poco aquí”, dirá Camelia [2021, p. 286]). Al final de la novela, en Martín de Vargas, los restantes compañeros hacen planes pensando en Jara, por lo que se entiende que el vínculo continúa.

La novela termina con ese, *a priori*, agramatical título: “existiríamos el mar”. El mar aparece como símbolo de un destino al que llegar, como un futuro que supondría el poder vivir de otra manera, la posibilidad de abandonar la rueda. Y ese *existiríamos* consigue conjugar la certeza de que exista ese mar, de que tenga que existir, y la posibilidad de que se pueda habitarlo. Por tanto, el mar se erige como condición de posibilidad, como acicate para estimular al ser humano que, en último término, tendrá que decidir construir en comunidad ese mar que Gopegui deja abierto.

Porque debe ser posible vivir de otra manera, aunque para ello el ser humano deba huir del conformismo y reaccionar, meterse de lleno “en el barro” para intentar, cada persona en el nivel que pueda –no hay grandes héroes ni épicas en la novela, como no las hay en la vida– cambiar las condiciones materiales del mundo, objetivo que lleva cultivando Gopegui en toda su literatura. Porque, precisamente, el hecho de que la narración se articule en torno a problemas diarios y no ante grandes tragedias permite elaborar un discurso de corresponsabilidad entre la ideología del texto y el lector que la recibe, en relación con el compromiso que tiene el ser humano, en su día a día, para con los otros.

La articulación discursiva que se crea en torno a Jara hace entender al lector que ella también es un ejemplo de ese subalterno de Spivak (2009), del *homo sacer* de Agamben (2006) o de los “sin-parte” de los que habla Rancière (1996)², sobre todo a raíz del sentimiento de anulación que la invade al estar en paro. De hecho, algo interesante en la novela, y que resulta un acierto discursivo de Gopegui, es que en la primera parte no se escucha la voz de Jara nunca, pues no aparece. Así, quien lee tiene que configurarse su visión del personaje a partir de las conversaciones que mantienen el resto de los compañeros de piso.

También son subalternos los personajes que recorren *Facendera*, la novela de Óscar García Sierra. En este texto, a diferencia de la impostura que denunciaban Vicente Luis Mora (2018) y Teresa Gómez Trueba (2020) acerca de muchas novelas neorrurales actuales que son, en puridad, novelas urbanas, el elemento rural sí es determinante para la trama.

En *Facendera* se suceden cuatro capítulos, que son cuatro historias que le narra un chico a Aguedita en la fiesta que se está celebrando en una casa, sin que existan marcas

² A pesar de la analogía y de una posible relación, los tres conceptos aludidos tienen particularidades distintas en sus distintos teorizadores.

tipográficas ni espacios que separen los momentos narrados de los momentos de las fiestas, en una recreación moderna de la historia de Sherezade, aunque el narrador no lo hace para salvar su cabeza, sino para impresionar a la muchacha.

En la primera de las historias, el narrador describe la historia de ³³ El hijo de la farmacéutica y La hija de El de los piensos, su novia. Ambos viven en un pueblo en el que la mina, la central térmica y las fábricas habían cerrado y en el que “la mayoría de las casas [...] tenían más carteles de “Se vende” que ventanas”; de este modo, “todo el pueblo estaba sumido en un silencio artificial como el de un bar nada más abrir” (2022, p. 22). El hijo de la farmacéutica es uno de esos jóvenes encerrados en el pueblo, sin expectativas laborales y sin posibilidad de escapar. Se cuenta cómo vive para los domingos, el único día de la semana en el que, al menos durante diez segundos de la tarde, es el que más alto puede poner la música en los altavoces del coche que tiene, cuyo dueño es su abuelo.

Ya desde el principio de la novela aparecen planteados los grandes temas de esta, narrados a través de un discurso literario que desestabiliza la experiencia lectora del receptor. En primer lugar, una juventud que solo puede dedicarse a tunear sus coches, y cuyo futuro ha sido arrebatado. Una juventud que tampoco encuentra su camino a través del estudio, porque el ascensor social está gravemente golpeado (“Mira tú dónde están los que se fueron del pueblo al acabar el colegio. Comiéndose ladrillos, igual que yo” [2022, p. 19]). Una juventud alienada incluso cuando se reúnen para distraerse: todos llevan la misma ropa, lo que le hace pensar a El hijo de la farmacéutica que se encontraba “de fiesta en una cadena de montaje” (2022, p. 47). Véase la comparación entre el sitio de alienación laboral por excelencia y los momentos que les sirven a estos jóvenes de línea de fuga.

En segundo lugar, aparece el problema de la *sobremedicamentación*, el abuso que existe en el pueblo de los “ladrillos”, término que sirve para simbolizar los ansiolíticos a cuyo consumo se han visto obligados los vecinos. El diagnóstico es, en verdad, desolador. Se dice que “en el pueblo todo el mundo comía ladrillos desde los tiempos en que los mineros se zurraban con los antidisturbios, y todo el mundo se avergonzaba de comerlos” (2022, p. 10). Además del excesivo consumo, también aparece la vergüenza y la culpa por tomarlos. En este sentido, se hace hincapié en que todos aquellos que comen “ladrillos” tiran los botes por la calle, para que nadie los encuentre en las basuras. Cuando El hijo de la farmacéutica confiesa a su novia que él también los toma, ella resalta la vergüenza que implicaría que

alguien se enterara de ello, además de la cobardía que demuestra el chico al refugiarse en las pastillas. Se verá, en definitiva, cómo los personajes de *Facendera* no encuentran otra salvación que refugiarse en el consumo excesivo de “ladrillos”, cuyo auge va aparejado al cierre de la mina, lo que implica la condena laboral, y vital, de los habitantes del pueblo.

La primera de las historias termina con la muerte de El hijo de la farmacéutica en un accidente de coche. En el resto de la novela, se profundiza en la relación entre el narrador y La hija de El de los piensos, que después de perder a su novio en el accidente, también ha comenzado a consumir pastillas.

Aparecen, a lo largo de la novela, dos importantes temas más. El primero es la denuncia más o menos velada de las malas condiciones laborales que se daban en los trabajos del pueblo. Así, se cuenta cómo el padre del último minero había muerto después de que en la fábrica de cementos en la que trabajaba le hubiera caído una carretilla (2022, p. 20); en otro momento de la novela, se hace alusión a una mujer cuyo hijo se había matado en la mina (2022, p. 77).

El otro tema interesante es la apelación al consumo, por parte de los personajes, de una ficción plácida, que no moleste al consumidor. Así, el joven narrador reconoce que sin tener ladrillos que consumir, “estar enganchado a una pantalla viendo un partido o una carrera me parecía de repente una forma bastante eficaz de distraerme y de no pensar en las cosas en las que tenía que pensar” (2022, p. 118). Se defendía en la introducción de este trabajo que la ficción puede transformar la realidad, pero no se debe perder de vista la existencia de otras ficciones, queridas por el Capitaloceno reinante, que pretende a los ciudadanos alienados y tranquilos.

Al igual que en la novela de Gopegui, el título de este otro texto también es significativo. Con él, se hace referencia a “un trabajo comunitario típico de León al que tenía que ir todo el pueblo [...], daba igual que fuesen niños o viejos, y entre todos lo apañaban en un momento” (2022, p. 12). Se pone de manifiesto cómo, en contra de lo que vende el neoliberalismo, la salvación siempre se encuentra en el encuentro con el otro, en la comunidad.

Conclusiones

En los dos textos analizados en este trabajo, *Existiríamos el mar*, de Belén Gopegui, y *Facendera*, de Óscar García Sierra, se ve clara la vuelta a la política de la narrativa contemporánea en español. Las dos novelas están protagonizadas por subalternos que terminan defendiendo la fortaleza de una comunidad como modo de resistencia ante el Capitaloceno imperante.

En *Facendera*, novela neorrural a caballo entre la lírica y la narrativa, se percibe una enorme potencia formal: en ella se construye, a veces con un discurso que roza el delirio, una historia que reflexiona sobre la España vacía –o vaciada–, el futuro cercenado de la gente joven, el abuso de los ansiolíticos, la angustia vital, etc. Por otra parte, en la novela de Gopegui, que aborda el hecho de las nuevas formas de vida a las que se ven abocados los seres humanos hoy, el hecho de que la voz narrativa apele directamente al lector lastra, en ocasiones, el proceso de lectura, y si es un claro efecto de extrañamiento que busca hacer que el lector reflexione, también con dicha técnica se corre el riesgo de que la capacidad persuasiva del discurso literario elaborado se difumine.

En cualquier caso, ambas son dos ejemplos de la narrativa con vocación política que se está produciendo en español en estos momentos, configurada a través de distintas técnicas que también prueban las diferentes cosmovisiones de quienes las escriben, que mantienen una defensa férrea de la necesidad de la comunidad.

Referencias

- Agamben, G. (2006 [1998]). *Homo sacer. El poder soberano y la nuda vida*. Pre-textos.
- Ayete Gil, M. (2021), *Ideología, poder y cuerpo. La repolitización de la narrativa española en castellano (2011-2020)*. Tesis Doctoral. Universidad de Salamanca.
- Becerra Mayor, D. (2013). *La novela de la no-ideología*. Tierradenadie Ediciones.
- García Sierra, O. (2022). *Facendera*. Anagrama.
- Gómez Trueba, T. (2020), Castilla glocal: pulsiones desmitificadoras en la última narrativa neorrural. En N. Álvarez Méndez (Ed.), *Relatos de viajes y novelas (Literatura actual de Castilla y León, 1)* (pp. 123-138). Fundación Instituto Castellano y Leonés de la Lengua.
- Gopegui, B. (2019). *Rompiendo algo. Escritos sobre literatura y política*. Debolsillo (Penguin Random House)

- Gopegui, B. (2021). *Existiríamos el mar*. Penguin Random House.
- Jornet Somoza, A. (2019). *Un pensar vulnerable. El ensayo de la precariedad en el campo intelectual español de la crisis económica (2008-2018)*. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona.
- Mora, V. L. (2018), Líneas de fuga neorrurales de la literatura española contemporánea. *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 4, 198-221.
- Moyano Arellano, C. (2023). *La ficción literaria y sus consecuencias: aproximación al problema de la literatura desde Platón hasta la retórica constructivista y análisis de algunas subversiones narrativas españolas contemporáneas*. Tesis Doctoral. Universidad de Valladolid.
- Navarro, E. (2014). *La trabajadora*. Penguin Random House.
- Noguerol, F. (2022). Sobre las escrituras subversivas en la narrativa del siglo XXI: entrevista con Francisca Noguerol Jiménez (por Sebastián Saldarriaga y Carlos Andrés Cazares). En S. Saldarriaga Gutiérrez y L. Valentina Ruiz (Eds.). *Desacuerdos, crisis y movimientos* (pp. 207-215). Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Rancière, J. (1996). *El desacuerdo. Política y filosofía*. Ediciones Nueva visión.
- Rosa, Isaac (2018). *Feliz final*. Seix Barral.
- Santamaría, A. (2017). *Narración o barbarie. Fragmentos para una lógica de la confusión en tiempos de orden*, Sans Soleil.
- Sanz Ruiz, C. (2019). *Recuperación del testimonio crítico. La narrativa española en tiempos de crisis (1998-2018)*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Somolinos Molina, C. (2020). *Mujer, trabajo y escritura. Representaciones culturales en la narrativa española contemporánea*. Tesis Doctoral. Universidad de Alcalá.
- Spivak, G. C. (2009). *¿Pueden hablar los subalternos?* Museu d'Art Contemporani de Barcelona.
- Valdivia, P. (2016). Narrando la crisis financiera de 2008 y sus repercusiones. *452°F. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 15, 18-36. Valdivia, P. (2016). Narrando la crisis financiera de 2008 y sus repercusiones. *452°F. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 15, 18-36.
- Zafra, R. (2017). *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Anagrama.

Zafra, R. (2021). *Frágiles. Cartas sobre la ansiedad y la esperanza en la nueva cultura.*
Anagrama.

Ideologías lingüísticas, subalternidad y dialectos. Usos y opiniones de alumnos universitarios de español avanzado

Teresa Fernández-Ulloa¹

Resumen

Las ideologías lingüísticas son creencias y actitudes que reflejan y refuerzan relaciones de poder, vinculando el lenguaje con identidad, autoridad y prestigio. Según Woolard y Schieffelin (1994), estas ideologías naturalizan jerarquías entre lenguas y variedades, justificando históricamente procesos como el colonialismo y la marginación de lenguas indígenas. Esto se cruza con la subalternidad, que describe cómo los grupos periféricos son silenciados, incluidas sus prácticas lingüísticas (Gramsci, 1971; Spivak, 1988).

En el ámbito educativo, como en el caso que se presenta de la California State University, Bakersfield, los cursos de español buscan deconstruir estas ideologías. Por ejemplo, el alumnado de herencia hispana en cursos como Spanish 3000 (español avanzado) y Spanish 4230/6230 (dialectología) trabajan para superar prejuicios hacia sus propias variedades lingüísticas, promoviendo una mayor valoración de la diversidad lingüística en contextos académicos y sociales.

Palabras clave: Ideologías lingüísticas, Subalternidad, Enseñanza del español, Variedades del español

Introducción

Según Woolard y Schieffelin (1994), las ideologías lingüísticas son creencias culturales sobre el lenguaje que reflejan y refuerzan relaciones de poder y valores sociales. Estas ideologías naturalizan jerarquías entre lenguas y variedades, vinculándolas con identidad, autoridad y prestigio, lo que históricamente ha justificado procesos como el colonialismo, la consolidación de estados nacionales y la marginación de lenguas indígenas. Es decir, las

¹ Doctora en Lengua Española y Lingüística. Catedrática en el Departamento de Lenguas y Literaturas Modernas de la California State University, Bakersfield, Estados Unidos. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5146-4516> ; correo electrónico: tfernandez_ulloa@csub.edu

ideologías lingüísticas son contextuales, pero también están afectadas por dinámicas globales, como el imperialismo cultural y económico. De ahí la importancia de analizar los usos lingüísticos como prácticas sociales en contextos históricos y políticos (y también educativos) concretos, observando las desigualdades que pueden darse entre diferentes hablantes ya que, según las mismas autoras, “la desigualdad entre grupos de hablantes y, de manera ejemplar, los encuentros coloniales, resaltan de manera evidente las ideologías lingüísticas” (p. 56; la traducción es nuestra).

Dado que las ideologías lingüísticas influyen en cómo se perciben y valoran las diferentes lenguas y dialectos, esto puede llevar a la marginalización de algunos o a su condición subalterna. La subalternidad, el concepto desarrollado por estudiosos como Antonio Gramsci (1971) y profundizado por teóricos poscoloniales como Gayatri Spivak (1988), describe la posición de los grupos sociales que se encuentran en la periferia del poder hegemónico y cuyas voces son sistemáticamente silenciadas o desvalorizadas en ciertos contextos sociales, políticos y culturales. En el ámbito lingüístico, esto se manifiesta cuando las lenguas o dialectos de grupos subalternos son deslegitimados o considerados inferiores frente a lenguas dominantes.

La intersección entre las ideologías lingüísticas y la subalternidad revela cómo las percepciones y valoraciones sobre la lengua se vinculan con relaciones de poder y con la marginalización de ciertos grupos sociales, hablantes o formas de hablar. Estas ideologías favorecen las lenguas y variedades prestigiosas (a menudo las del poder hegemónico, como las variedades consideradas “estándar¹” o el idioma dominante) mientras que degradan o invisibilizan otras lenguas o dialectos, posicionando a sus hablantes en una condición de subalternidad.

Ya que estas ideologías parecen fundamentales a la hora de enseñar una lengua, en este trabajo se observarán y compararán las ideologías lingüísticas del estudiantado del curso inicial del grado de Español y de dos cursos de nivel más alto (grado y máster, respectivamente, y que se enseñaban en modo combinado, es decir, juntos, pero de forma que el alumnado de máster tenía actividades extra más avanzadas en algunos módulos) en la California State University, Bakersfield. Se trata, en el caso del primero, de Spanish 3000-Habilidades Lingüísticas Avanzadas, un curso obligatorio para el grado y que está compuesto, fundamentalmente, por estudiantes que hablan el español como lengua de herencia (llegaron

a Estados Unidos en la niñez o nacieron aquí de padres hispanos, mexicanos, principalmente). Este alumnado continúa en otros cursos, entre ellos el otro que se compara aquí, Spanish 4230-Dialectología hispánica, que en este caso se combinaba, como se ha dicho, con el mismo curso pero en nivel posgrado (máster), Spanish 6230. Se espera que tras varios cursos en el programa de español y, en concreto, durante la clase de dialectología se eliminen algunas de las ideologías que dan prioridad a ciertas variedades o prácticas lingüísticas y que posiblemente se observen en el curso más bajo.

Ideologías lingüísticas que generan subalternidad y cómo se manifiesta esta en la clase de lengua

Las ideologías lingüísticas se pueden definir como conjuntos de creencias y valoraciones acerca de la lengua que articulan quienes hablan para justificar o racionalizar sus percepciones sobre la estructura y el uso de una lengua. Este concepto se desarrolló en la antropología lingüística, especialmente a partir de los trabajos de Silverstein (1979), quien indica que son “conjuntos de creencias sobre la lengua que los hablantes articulan como una racionalización o justificación de la estructura y el uso lingüístico que perciben” (p. 193; la traducción es nuestra). Subraya que las creencias sobre la lengua no son neutras, sino que están profundamente influenciadas por contextos culturales, sociales y políticos. Estas ideologías son fundamentales para entender cómo se perciben y se utilizan las lenguas en diferentes contextos sociales.

Según Irvine (1989), las ideologías lingüísticas son representaciones culturales de cómo se relaciona la lengua con la vida social. No se trata simplemente de creencias abstractas sobre la lengua, sino que están profundamente imbricadas con las relaciones sociales, cargadas de moralidad y política, y por ello sirven para vincular las prácticas discursivas con los intereses de ciertos grupos, naturalizando jerarquías sociales y legitimando desigualdades. De este modo, la lengua no es solo un reflejo de la sociedad, sino que también actúa como un medio para reproducir estructuras de poder y valores culturales.

Es evidente, por lo tanto, que las ideologías lingüísticas son complejas y multidimensionales, ya que pueden manifestarse tanto en discursos explícitos como en creencias implícitas y naturalizadas sobre el lenguaje, influyendo en decisiones y políticas

lingüísticas, así como en actitudes hacia diferentes lenguas y dialectos, lo cual puede ser muy contraproducente en la enseñanza de lenguas.

Si se presta atención a lo que ocurre en el mundo hispano y se tiene en mente que las ideologías lingüísticas refuerzan la idea de que ciertas lenguas o variedades son más “correctas” o “civilizadas” que otras, se da como resultado que estas ideologías crean una jerarquía lingüística, reflejo y refuerzo de otras jerarquías sociales, culturales y económicas. La valoración superior del castellano frente a otras variedades dialectales se ha consolidado históricamente a través de procesos políticos y culturales. Desde la unificación lingüística impulsada por la monarquía en España, el castellano se impuso como la lengua oficial y de prestigio, relegando otras lenguas y dialectos a una posición subordinada. Según Del Valle y Gabriel-Stheeman (2002), esta preferencia por el castellano se vincula con su papel en la construcción de una identidad nacional unitaria, mientras que las otras variedades fueron vistas como obstáculos para esa unidad.

Asimismo, Woolard (2004) destaca que las ideologías lingüísticas han naturalizado la superioridad del castellano, asociándolo con poder, educación y modernidad, mientras que otras variedades, como el andaluz o el gallego, han sido estigmatizadas como “incorrectas” o “inferiores”. Esta jerarquización perpetúa desigualdades y refuerza estereotipos culturales que afectan tanto a los hablantes como a la percepción de sus lenguas en contextos educativos y sociales.

Se puede indicar que la misma situación se da en relación con el castellano frente a las variedades hispanoamericanas. Por ejemplo, en América Latina, el español estándar (el que se parece más al mexicano y que se ha usado, por ejemplo, en doblajes de películas de otras lenguas durante años, tal como también se observaba en España al importar los dibujos animados doblados²) se asocia con el poder político y económico, mientras que las lenguas indígenas y otras variedades regionales del español (sobre todo aquellas donde no hubo un virreinato y que son vistas como menos conservadoras) han sido históricamente vistas como inferiores o carentes de prestigio. Esta disparidad en la valoración lingüística tiene consecuencias directas para quienes hablan lenguas y variedades no hegemónicas, que enfrentan la exclusión de espacios educativos, laborales y políticos.

Volviendo al caso de España, se sigue observando, en opiniones de hablantes y de los medios, que sigue habiendo ciertas variedades más aceptadas. Por ejemplo, esto puede verse

en las quejas hacia la serie *La peste*, porque hablaban en andaluz, en concreto la variedad sevillana:

A algunos de los espectadores parecía molestarles que los personajes hablaran con acento andaluz. ¿Por qué? Porque “no se les entiende”, han dicho.

“No puedes seguir el ritmo de la serie, es imposible entender un 70% lo que dicen”, “Voy a ver si la encuentro doblada al inglés porque en castellano no se les entiende un pijo”, o “Estoy por ponerle subtítulos. La serie es buenísima pero tiene el problema de siempre: que no se entiende la mitad de las frases que dicen”, son algunos de los comentarios que se han compartido en Twitter. [...]

Las críticas a este acento han llegado hasta oídos andaluces, que han señalado la doble moral de quienes alegan no entender a los actores de 'La Peste', pero que cantan las alabanzas de 'Narcos'. (Cantó, 2018; se han eliminado las negritas en esta y las de más citas del artículo).

Y sigue:

“El acento andaluz se usa en televisión para alguien que socialmente está un poco más abajo”.

Algunos de los personajes más conocidos que han sido reducidos a tópico humorístico son la Juani de ‘Médico de Familia’ o Gazpacho, de ‘Los Fruitis’. Ellos han regalado carcajadas cargadas de estereotipos que ahora chirrían. “El acento andaluz se usa en televisión para alguien que socialmente está un poco más abajo y se ha creado una asociación: no se acepta que, por ejemplo, un catedrático de universidad vaya a hablar con este acento” señala Diz [Jorge Diz, lingüista]. Tanto es así que se elimina en personajes que, en la vida real, tenían raíces andaluzas. En la exitosa serie ‘El Ministerio del Tiempo’ veíamos cómo los andaluces Velázquez y Picasso hablaban con el acento mesetario considerado neutral.

El filólogo andaluz y miembro de la Real Academia Española Antonio Rodríguez Almodóvar, en el mismo trabajo, indica sobre la serie:

“Entre las opciones posibles se ha optado por las más cercanas al castellano estándar”. Pone de ejemplo el personaje de Paco León, que, explica, mantiene la “r” final en los verbos para no distanciarse demasiado. “Solo desde la mala fe se puede decir que no se entiende”. Diz, por su parte, resalta la función de visibilización que ‘La Peste’ puede tener: “Estamos acostumbrados a que en los medios se hable con un acento concreto. Que los personajes principales de ‘La Peste’ tengan un acento que hasta ahora no hemos oído en esas posiciones puede ayudar a normalizarlo”.

Es conveniente dedicar, en las clases de dialectología y otras del grado y máster de español (por ejemplo, en las de didáctica, además de en las de lingüística y sociolingüística) tiempo

a reflexionar sobre polémicas de este tipo y tratar de los prejuicios y “mitos” existentes hacia las variedades y la enseñanza del español, como se verá más adelante, y en los que se hacen patentes las ideologías lingüísticas.

En cuanto a cómo se manifiestan estas ideologías en los libros de texto de enseñanza de la lengua española, pueden observarse en la selección y representación de lenguas y dialectos. Estas ideologías pueden influir en la percepción de las lenguas, afectando así al alumnado y a su identidad lingüística (sobre todo porque, en el caso aquí estudiado, ya traen una variedad hispana a la clase al ser hablantes de herencia). Estas ideologías lingüísticas también se manifiestan en cómo se construyen las identidades culturales en los mismos libros, pues estos, en muchos casos, reflejan una visión homogenizada de la cultura hispánica, ignorando las ricas diversidades culturales. Moya (2015) argumenta que “la falta de representación de la diversidad cultural en los textos puede llevar a los estudiantes a desarrollar una percepción limitada de lo que significa ser hispanohablante” (p. 87) y en Fernández-Ulloa y Soler Gallo (2024: 6) se indica también que “es importante recalcar que la cultura no es monolítica. No toda la comunidad hispana, por ejemplo, comparte las mismas experiencias y no usa ni interpreta igual símbolos culturales como gestos, posturas, maneras, etc., por lo que debe enseñarse la diversidad cultural mediante la reflexión”.

Lo cierto es que, en muchos contextos educativos, no solo al enseñar lenguas extranjeras, las políticas lingüísticas no hacen sino reforzar esta subalternidad o marginación al imponer un idioma o una variedad estándar³ sobre las lenguas minoritarias o no hegemónicas. Esto se puede ver en muchos países donde los sistemas educativos promueven una única lengua de instrucción (generalmente la lengua de las élites), mientras que otras son ignoradas o desvalorizadas, lo que pone a quienes las hablan en una situación de desventaja. Por ejemplo, el caso de México, donde muchas escuelas rurales imparten clases únicamente en español, a pesar de que el alumnado habla lenguas indígenas, es un ejemplo de cómo las políticas lingüísticas pueden perpetuar la subalternidad de ciertos grupos. Quienes hablan lenguas indígenas no solo enfrentan barreras lingüísticas, sino también barreras ideológicas que consideran sus lenguas como inferiores o no aptas para la educación formal.

Volviendo al caso de la enseñanza del español como segunda lengua/lengua extranjera/lengua de herencia, en un análisis de los manuales de 136 centros que lleva a cabo Rubio-Hignett en Los Ángeles, se indica que “promueven la valoración y el reconocimiento

de las variedades diatópicas, pero no la producción/aplicación” (2023). La subalternidad en este contexto educativo se relaciona con cómo ciertos dialectos o variedades del español son marginados o deslegitimados en comparación con el español estándar.

Un material muy interesante para emplear en las clases es el de Moreno Fernández (2010: 197-226), quien trata de los mitos sobre las variedades y el aprendizaje, en un capítulo muy pertinente para discutir con alumnado de dialectología y de clases de didáctica, entre otras, para que lo tengan en cuenta en sus clases futuras (la mayoría de estudiantes del grado y máster serán docentes). Este trabajo tiene en cuenta otros anteriores, como el de Moreno Cabrera (2000) o el de Preston (2004: 40-66), según el cual hay que considerar a) las características lingüísticas que juegan el papel más importante en desencadenar actitudes y b) las creencias (teorías, explicaciones populares) que las personas tienen sobre la variedad, estructura, adquisición y distribución de la lengua, que sirven para apoyar sus respuestas actitudinales.

Preston destaca cómo las percepciones sociales influyen en los juicios sobre variedades y acentos lingüísticos. Según su investigación, las personas tienden a considerar su propia forma de hablar como “neutra” o sin acento, mientras que marcan otras como diferentes. Estos juicios están cargados de connotaciones sociales, como asociar ciertos acentos con inteligencia, prestigio o amabilidad, y otros con características negativas (como se ha ejemplificado con lo que ocurre en España). Este tipo de actitudes refuerza jerarquías lingüísticas y estereotipos, perpetuando desigualdades sociales.

Los mitos y prejuicios de la gente (también profesores y lingüistas), tal como los clasifica Moreno Fernández (2010: 198-224) pueden agruparse en tres apartados principales: a) mitos sobre la corrección lingüística (“para hablar una lengua, hay que seguir la norma correcta de los nativos” o “las palabras que no están en el diccionario no existen”, por ejemplo); b) mitos sobre la variación y las variedades (“un dialecto es una lengua mal hablada”, “el español de España es el más puro”, “el espanglish es una degradación del español”...), y c) mitos sobre la enseñanza y el aprendizaje de la lengua y sus variedades. Dentro de estos últimos, puede señalarse, entre otros, el de “hay que enseñar un español neutro”.

Los mitos y tipos de prestigio en torno a una lengua, dialecto o forma de hablar son variados, como sucede en España, por ejemplo, donde, según la teoría sociolingüística del

prestigio abierto (variedades consideradas correctas en contextos formales, según Trudgill, 2000) se da prioridad al castellano del norte-centro, pero para ciertas cosas, por ejemplo, en las citas románticas (según el prestigio encubierto asociado a variedades no normativas que evocan cercanía, identidad cultural o afecto, en el caso de variedades que destacan por su vínculo emocional y solidaridad comunitaria, Labov, 1972) triunfa, por ejemplo, el canario (García, 2024).

En cuanto a los libros de texto, como se ha comentado, es frecuente observar que promueven una versión estandarizada del español que tiende a favorecer las variedades habladas en contextos urbanos y en países de mayor prestigio cultural. Como señalan Otheguy, García y Reid (2018: 301), la enseñanza del español a menudo se basa en un modelo monolingüe y estandarizado que excluye las variaciones dialectales:

La enseñanza de lenguas se ha centrado en enseñar una versión de una lengua determinada, conocida como estándar. Estos estándares no abarcan todas las características que se asocian convencionalmente con la lengua mencionada, sino que dejan lugar únicamente a aquellas características que indican prestigio social, es decir, únicamente aquellos rasgos idiolectales que se encuentran en el habla de quienes comparten una pertenencia a una clase superior, poder político y, en muchos casos, una identidad étnica. El canon lingüístico que rige la enseñanza de lo que las escuelas llaman artes lingüísticas nativas, segundas lenguas, lenguas adicionales, lenguas extranjeras y educación bilingüe ha sido moldeado por actos de legitimación selectiva que solo autorizan características lingüísticas asociadas con hablantes y estados poderosos. (La traducción es nuestra).

El incluir en la clase diferentes variedades lingüísticas del español y prácticas como el translenguaje, del que trata el artículo mencionado de Otheguy, García y Reid (2018), es fundamental para desafiar las jerarquías lingüísticas y promover una educación inclusiva. Tal como se argumenta en el fragmento citado, la enseñanza tradicional del lenguaje ha privilegiado las variedades estándar asociadas con grupos socialmente dominantes, ignorando las formas de hablar de comunidades marginadas. Esto refuerza desigualdades, ya que legitima únicamente las características lingüísticas vinculadas al poder político, social y étnico. Al incorporar variedades regionales y prácticas como el translenguaje, se reconoce la diversidad lingüística como un recurso, no como un déficit. Esto no solo empodera al alumnado cuyas prácticas lingüísticas han sido históricamente desvalorizadas, sino que también enriquece la comprensión de todos sobre cómo el lenguaje refleja y moldea

identidades culturales, sociales y políticas. Es importante incluirlas y explicarlas, siempre acorde al nivel de la clase. De lo contrario, puede haber un impacto negativo en el estudiantado. Según García (2019), la falta de reconocimiento de su variedad lingüística puede afectar la autoestima del alumnado y su conexión con su identidad cultural (p. 201).

Se enfatiza en sus trabajos la importancia de valorar la diversidad lingüística en la educación, un enfoque que se relaciona estrechamente con su defensa del translenguaje, una práctica pedagógica que integra los repertorios lingüísticos completos del estudiantado, promoviendo tanto su desarrollo cognitivo como su validación cultural (como se explica y se aplica en el aula en Fernández-Ulloa, 2024a y 2024b).

Es conveniente, por lo tanto, incluir la explicación de las variedades, aunque no sea de manera muy profunda, desde los primeros niveles de español, incluyendo materiales de ellas, también presentando variedades diastráticas y diafásicas, para que la persona docente pueda dedicar un pequeño espacio de la clase a comentarlas, para luego profundizar en ellas en clases posteriores, como la de dialectología. De lo contrario, puede conducirse a las variedades a la subalternidad, como se ha explicado.

Cuestionario realizado al alumnado

En el semestre de otoño de 2024 se administró un cuestionario al alumnado del curso de Spanish 3000 (español avanzado, prerrequisito para las otras clases del grado) y también al del curso Spanish 4230/6230, una clase combinada de estudiantes de grado y máster sobre dialectología hispana. Se esperaba que, en general, este último tuviera menos prejuicios hacia el uso de diferentes variedades del español y también a prácticas como el translenguaje (esto último se explica en Fernández-Ulloa 2024a y 2024b).

Cuestionario previo

Después de dos meses de clases desde que empezó el curso, se les administró un cuestionario usando Qualtrics con preguntas que permitían explorar los usos y actitudes/opiniones lingüísticas hacia variedades y usos de la lengua. En lingüística, la actitud se refiere a las valoraciones o juicios que quienes hablan tienen sobre ciertos aspectos del lenguaje, como sus variedades, dialectos o la forma en que se usa en determinadas situaciones. Se consideran reacciones subjetivas basadas en factores sociales, culturales o personales. Por otro lado,

la opinión es un juicio o creencia que también puede estar relacionado con el lenguaje, pero tiende a ser más explícita y razonada, a menudo vinculada a criterios específicos sobre su uso o normatividad. En resumen, la actitud es más emocional y general, mientras que la opinión suele ser más consciente y argumentada. Se intuye que el alumnado del curso introductorio del grado tenderá más a expresar actitudes, pues carece aún de ciertos conocimientos, mientras que quienes están en el curso de dialectología (grado y máster) desarrollarán ya opiniones, es decir, argumentando a partir de lo que han estudiado durante el curso.

De todas las que se les hicieron se han seleccionado algunas preguntas para mostrar aquí. Participaron un total de 29 personas en el curso 3000 y 14 en el curso combinado 4230/6230. Conviene destacar que el alumnado de cursos superiores suele ser de más edad y, además, algunas personas son docentes de español y muestran más uso de la lengua, a la vez que sienten más orgullo hacia su herencia hispana, como se pudo observar.

Todo el alumnado del curso 4230/6230 indico que el español es su primera lengua; 90% en el Spanish 3000.

En cuanto al uso del español en casa, el curso superior lo usaba “siempre” en un 64% de los casos y el 3000 en un 62%.

Fuera de casa era usado, en el curso superior, “siempre” en un 29% de los casos (otro 29% “a menudo”, un 36% “a veces” y un 7% rara vez). En el 3000, 21% “siempre”, 48% “a menudo”, 24% “a veces” y 7% “rara vez”.

En relación con la herencia hispana, el curso alto se sentía en un 86% muy orgulloso (y en un 14% orgulloso). En el curso 3000, 76% de las personas se sentían muy orgullosas, 14% orgullosas, 3% neutras y 7% marcaron “otro” ya que no se consideraban hispanas, por ejemplo: “No soy latina ni hispana. 3 de mis hijos son Americanos Mexicanos y uno es Mexicano Americano”.

Se les preguntó también sobre si mezclaban español e inglés y en qué situaciones y su actitud hacia ello, pero, dado el espacio de este capítulo, no se detalla aquí (véase Fernández-Ulloa, 2024b para el curso de español avanzado).

Hubo también otras preguntas que atendían después a qué son los dialectos y cómo se valoran y sobre las ideologías lingüísticas. Evidentemente, el alumnado de la clase de dialectología sabía que los dialectos son variedades geográficas de la lengua (100%), frente al 93% del curso 3000, en el que algunas personas (una para cada respuesta) eligieron otras

opciones como “son versiones incorrectas de la lengua” (3%) o “carecen de reglas gramaticales” (3%). En el curso superior solo hubo una persona que no sabía qué eran las ideologías (marcó “la práctica de aprender nuevas lenguas por curiosidad”); el porcentaje de respuestas erróneas aumenta en el curso Spanish 3000, donde un 7% del alumnado creía que se refieren a “la creencia de que todas las lenguas son iguales” y 4% a “la creación de nuevas lenguas artificiales”.

En el curso superior, un 100% consideraron que las ideologías influyen en la percepción del español “estándar” en contraste con los dialectos, frente a un 62% en el 3000 (y 38% marcaron “no sé” en ese mismo curso). También, ante la pregunta de si hay relación entre poder, identidad e ideologías lingüísticas, el alumnado del 4230/6230 dijo que sí en un 86% (7% contestaron no y 7% no sabían). En el 3000 decreció la certeza, pues un 66% dijo que sí, un 10% que no y un 24% que no sabían.

En cuanto a si la preferencia por ciertas formas de hablar perpetúa desigualdades sociales, un 93% de personas en la clase de dialectología dijeron que sí (y un 7% que no sabían, es decir, una persona). Los resultados son similares en el curso Spanish 3000, con un 90% que dijeron que sí, un 3% que no y un 7% que no sabían.

Sobre si, aunque invisibles, las ideologías afectan a cómo se juzga el habla de las personas, en la clase de dialectología dijeron que sí un 79%, que no un 7% y no sabían un 14%; en el curso de español avanzado un 83% dijeron que sí y un 17% no sabían.

El 100% del curso 4230/6230 indicó sin dudar que las ideologías lingüísticas pueden influir en cómo se enseña la lengua en la escuela, frente a las dudas de dos personas en el español 3000, que contestaron “no sé”.

En cuanto a si el español “estándar” es una variedad neutra que no refleja ninguna ideología, el estudiantado del curso superior dijo que sí solo en un 21, no sabían el 21%, con el 57% indicando que no; mientras, en el 3000 un 48% indicaron que no sabían, 24% que sí y 28% que no. Por tanto, de nuevo el curso superior parece estar más cerca de lo correcto.

A partir de tales resultados, es evidente que hay que trabajar sobre los dialectos un poco más desde cursos anteriores al Spanish 3000 (en la universidad o en la secundaria) y no dejarlo solo para la de dialectología o didáctica. Aunque los libros de texto incluyen materiales sobre ellos, se requiere una explicación y reflexión más profunda en la clase.

Hubo, además, preguntas en las que tenían que contestar en modo abierto. Aquí se han seleccionado algunas de las más interesantes, incluyendo algunas respuestas (se mantienen tal y como las escribieron):

En algunos contextos, se promueve la idea de que es importante “hablar bien”. ¿Qué piensas sobre esta afirmación? ¿A qué se refieren con “hablar bien” y quién define lo que es correcto?

Opiniones del alumnado de Spanish 3000 (Habilidades Lingüísticas Avanzadas). Resulta interesante señalar que varias personas mencionaron también las variedades diafásicas y el hecho de que la lengua evoluciona y por ello “hablar bien” es un concepto cambiante:

cuando dicen “hablar bien” se refieren a hablar un idioma bien sin mezclar dos idiomas cuando uno platica. Esto hace que las personas que aprenden otro idioma no hablenm tanto con personas que solo hablan un idioma.

Pienso que esta afirmacion esta en lo correcto, hay un lugar y un momento para todo. En un lugar de trabajo se hablaria de forma profesional usando una sola lengua, mientras tanto cuando estas en una conversacion con un amigo no necesitas hablar bien.

En mi opinión, cuando una persona te indica que hables bien es que emplees las palabras correctas y formales en vez de palabras informales o muy coloquiales

El “hablar bien” es una frase ambigua. “Bien” se ve diferente en diferentes culturas y regiones. Lo que yo piense que esta bien, una persona de alta clase social lo veria como incorrecto. Es importante saber como cambiar de codigo “code-switch” dependiento en el entorno o situacion en la que estemos. No voy a hablas con mi pastor igual que como le hablo a mis amigos. No hay un habla “buena/mala” pero si ayuda poder cambiar de codigo para mantener profesionalismo y nuestra identidad.

No creo que hay una forma de “hablar bien” un idioma ya que un idioma puede ir evolucionando. “Hablar bien” creo que se refiere a usar la gramáticacorrecta cuando se habla un idioma.

La lengua ha evuelto desde siglos. Hay quienes han puesto los standars como la religion o los paises que han tratado de conquistar a otros, Hubo y sigue un “hablar bien” para poder comunicarse unos con tros. Parece que hoy en dia las palabras que son positivas ahora son negativas y vise versa. Ejemplo: brat (en ingles) una persona que no tiene escrúpulos ni le interesa las emociones de otros. Ahora brat hoy en dia significa algo bueno como los jovenes la llaman a kamala harris.

No estoy de acuerdo con esta frase. Esta frase se refiere a la capacidad de comunicarse de forma clara y efectiva según ciertos estándares lingüísticos establecidos. Creo que uno mismo elige cuándo algo se define como correcto o incorrecto.

Todo depende de el contexto, toda legua tiene reglas gramaticales que deben seguirse y si el hablante lo hace, pues habla bien. El problema es que eso requiere educacion, y la educacion no es siempre disponible para todos o impartida baja los mismos estandares; de ahi que algunos hablan bien y otro no. Esa determinacion la tiene la sociedad, que hacepta o rechasa los cambios al lenguaje.

el concepto de “hablar bien” es relativo y, cuando se usa de manera rígida, puede llevar a prejuicios y exclusión. Más allá de ajustarse a una norma, “hablar bien” debería significar hablar con claridad, eficacia y respeto, promoviendo un respeto por la diversidad lingüística y cultural en lugar de imponer una visión homogénea del lenguaje.

Opiniones del alumnado de Spanish 4230/6230 (Dialectología):

En la actualidad ese concepto de “hablar bien” ya no es aplicable a las nuevas generaciones, no hay una manera correcta de hablar, la lengua al no ser estática es cambiante y por lo tanto surgen innovaciones. Entiendo que para algunos grupos el hablar bien es asimilarse a la real academia, por ejemplo, sin embargo, hasta este instituto acepta nuevas palabras en su acervo.

Existen los lingüistas o personas conservadoras en el aspecto del lenguaje que creen que el idioma deberia de utilizarse de una cierta manera, “culto”, pero la existencia de la mayoría de las lenguas se ha dado por una mezcla o por usar la lengua de forma “vulgar” como fue el caso del espanol, proveniente del latin.

El hecho de “hablar bien” es muy ambiguo y depende de cada persona. En este sentido, el quien define lo que es correcto son las expectativas de la ciudad porque el hecho de “hablar bien” típicamente es visto en el habla formal, habla mas lento que rapido y en gente de clase social alta.

Esto se refiere a usar un español “correcto” o “formal” este español se considera sofisticado y aceptable porque es el que usarías en un trabajo y no el que usas con tus amigos. También por que la sociedad tiene estándares de que todo tiene que ser de cierta forma y si no lo es mal visto. La sociedad define que es correcto y que no por los estándares que nosotros mismos ponemos, tenemos que entender que no todo el mundo habla igual, aunque vivan en el mismo país o ciudad.

Antes yo pensaba lo mismo porque crecí con el español “correcto” pero después de estudiar español en CSUB me di cuenta que en realidad lo que importa es que nos podamos comunicar. Aunque alguien según no lo hable bien todavía entiendo lo que quieren decir y eso es el punto de los idiomas. Creo que la gente que se cree mejor o de clase más alta es quien lo define.

Creo que este es un error muy común que existe en nuestra sociedad, la normativa prescriptiva estipula lo correcto y culto. Entonces ahí donde se cae en el error de juzgar por la manera de hablar, bien o mal. Personalmente, todas las maneras de hablar son correctas se entiende, sin embargo depende en que contexto se haga esta conversación es de una manera formal o informal.

En muchos casos, la expresión “hablar bien” se asocia con el uso del idioma estándar o normativo, que se imparte en las escuelas y se encuentra en los medios de comunicación. Se piensa que “hablar bien” conlleva una pronunciación, gramática y vocabulario que se ajustan a las normas establecidas por instituciones académicas o por las élites culturales y económicas de una comunidad.

Estoy de acuerdo dependiendo de la situación. Por ejemplo, si mis amigos van a tener una conversación con mis padres, yo creo que deben de tratar de hablar más formal y usar palabras que son socialmente aceptables. Yo creo que cuando dicen que deben “hablar bien” se refieren a un español estándar.

¿Por qué crees que algunos dialectos son percibidos como superiores?

Opiniones del alumnado de Spanish 3000 (Habilidades Lingüísticas Avanzadas):

Por la ideología lingüística que existe sobre las maneras que las personas deben hablar. creo que es por la importancia que tienen las personas que lo hablan.

Los contextos sociales comienzan porque los individuos creen ser mejor que otros y porque hay creencias de clases. Puede haber diferentes factores que los dialectos tengan o no tengan, que hagan el dialecto ya sea inferior o superior cuando es comparado a otros dialectos.

Yo pienso que algunas comunidades pueden valorar su dialecto como un símbolo de identidad y cultural, lo que puede llevar a una percepción positiva dentro de ese grupo, incluso si es visto de manera negativa por otros.

Algunos dialectos son percibidos como superiores o inferiores en diferentes contextos sociales depende de muchos factores. Puede ser por estereotipos culturales, diferencias de regiones, normas, creencias, etc.

Depende. Algunos dialectos están romantizados, por lo que se ven como superiores. Y luego, por supuesto, la mayoría de las veces se pensaba que las personas con un estatus social más alto tienen mejores habilidades para hablar

Creo que no deberían de clasificar los diferentes dialectos de esa manera pero la sociedad si ha determinado que algunos son superiores a otros. Esto se debe a que las lenguas son relacionadas a las clases sociales. Si un grupo de personas de clase social alta habla cierto dialecto, ese dialecto se convierte automáticamente en "superior". Lo mismo con la clase baja.

Creo que eso responde mas a niveles gerarquicos derivados de construcciones sociales de raza, genero o estatu socioeconomico.

la percepción de "superioridad" o "inferioridad" de un dialecto se debe más a factores sociales que a características lingüísticas, y estas jerarquías reflejan desigualdades y prejuicios profundamente enraizados en las sociedades.

Creo que algunos dialectos son más fáciles de entender que otros. En mi experiencia, la gente de la República Dominicana y Puerto Rico habla muy rápido y a veces me cuesta entender de qué están hablando, a pesar de que es el mismo idioma.

Opiniones del alumnado de Spanish 4230/6230 (Dialectología):

Dependiendo de la región algunos dialectos gozan de prestigio debido a que se asocian con el nivel intelectual, clase social, etc. Por el contrario, algunos dialectos carecen de prestigio debido a que se asocian con niveles intelectuales bajos, clase social baja, etc.

Porque los hablantes provienen de países pobres o de alto nivel. Hay dialectos/variaciones que solo se hablan con ciertos tipos de personas y no con otras dependiendo de las clases sociales (trabajadoras/profesionales).

Algunos dialectos se pueden considerar inferior según sus rasgos, se le puede considerar arcaico como en algunos lugares en América. También esto sucede según la zona geográfica y situacional del usuario, por ejemplo, en la Ciudad de México podemos encontrar dos dialectos o estilos, uno considerado inferior sería el “Tepiteño”, o superior comparado a un dialecto de alguien que vive en Polanco. Esto debido y señalado por el nivel de educación y económico de ambos usuarios.

La percepción de algunos dialectos como “superiores” o “inferiores” suele estar influida por factores sociales, históricos y económicos.

También se les pidió que elaboraran sus respuestas sobre si el “español estándar” era una variedad neutra que no reflejaba ninguna ideología. En el curso de español avanzado indicaron, entre otras cosas: “El español ‘estándar’ refleja la idea que es superior a los dialectos de español. Esta idea afecta las ideologías lingüísticas detrás de los dialectos del español, la mayoría de las veces, negativamente”; “Spanish has been spread across the world and has changed so much that I don't think that there is one 'correct' Spanish”; “El español estándar ha sido construido por instituciones académicas, medios de comunicación y políticas

educativas. Esto implica que hay decisiones sociales y culturales detrás de lo que se considera correcto”.

En el curso de dialectología presentan más profundidad de conocimientos en sus respuestas, como era de esperar: “El español es una variedad que si refleja una ideología lingüística a través de el se transmiten creencias, valores, actitudes, formas de expresión (acentos, registros, etc.) que se pasan de generaciones pasadas y hacen eco en las nuevas”; “Pienso que es la variedad que se usa para enseñar el español como segunda lengua en ciertas metodologías”; “El español estándar se considera formal, lo cual se usa en situaciones formales y por lo tanto no es neutra. Pero, creo que es la manera más adecuada para enseñar el español”; “El español estándar puede depender al lugar geográfico”. “Es un ideología que piensa que hay un español puro y un incorrecto”.

A partir de los resultados se realizaron varias explicaciones adicionales y discusiones en clase sobre la diferencia entre lengua y dialecto y las principales variedades dialectales del español, además de diversas actividades sobre el translenguaje (en Spanish 3000, que era el curso inicial del grado; algunas se detallan en Fernández-Ulloa, 2024a y 2024b). En el curso de dialectología, Spanish 4230/6230 (curso combinado de grado y máster), se trabajó con el tema de los mitos, que también se usa en los cursos de didáctica, y se introdujo un pequeño ejercicio acerca del translenguaje y cómo usarlo en la enseñanza del español. Se buscaba fomentar la reflexión crítica sobre la diferencia entre el concepto lengua/dialecto, promover el reconocimiento de la diversidad lingüística y el uso del translenguaje, y desafiar las posibles ideologías monolingües o de privilegio de una lengua o variedad presentes en el aula.

Conclusión

Las ideologías que privilegian ciertas lenguas o variedades sobre otras refuerzan las dinámicas de exclusión y subalternización de grupos minoritarios. Sin embargo, también se observa que las lenguas y variedades subalternas pueden ser un espacio de resistencia, siendo el centro educativo el mejor lugar para empezar con esa afirmación.

La relación entre ideologías lingüísticas y subalternidad es compleja y está interconectada con cuestiones de poder, identidad y resistencia. La reflexión sobre estas dinámicas, tal y como se llevó a cabo en las dos clases aquí presentadas, es fundamental para

entender cómo se configuran las identidades culturales y las luchas por el reconocimiento y la justicia lingüística, y más en clases de lengua extranjera/de herencia, lugar donde se interrelacionan y configuran las identidades lingüísticas y culturales del alumnado. La inclusión de diversas variantes lingüísticas y la representación de la diversidad cultural son esenciales para promover una educación más equitativa y representativa.

Las teorías raciolingüísticas, desarrolladas por investigadores como Rosa y Flores, que proponen que la lengua no es simplemente un medio de comunicación, sino un marcador social que, al igual que la raza, puede ser utilizado para marginalizar o privilegiar a ciertos grupos, al igual que el translenguaje, desafían la idea de que el monolingüismo o las variedades “estándar” son la norma y valoran la riqueza de las identidades lingüísticas y culturales de los hablantes. En entornos bilingües como el de California, esto implica no solo reconocer las diferentes lenguas y variedades, sino también las experiencias raciales y sociales que influyen en las prácticas lingüísticas del estudiantado. De ahí que en clase también resulte interesante incorporar actividades que tienen que ver con la raza, la identidad y cómo se relaciona con la lengua.

Como se observó, el alumnado usa la lengua española, valora su cultura hispana y tiene ideas más o menos claras acerca del “estándar” y de las ideologías lingüísticas, pero necesita reforzar lo que sabe acerca de qué son los dialectos y que no son algo inferior a las lenguas, sino solo la manifestación geográfica de estas. Aunar estas explicaciones, junto con la diferenciación entre lo que son las variedades diafásicas y diastráticas parece necesario, no solo ya en clases más avanzadas, como las de lingüística, sociolingüística, dialectología o didáctica, sino ya desde el primer curso requisito del grado, e incluso, en forma más sencilla, desde los primeros cursos de español, en la universidad o la escuela.

Referencias

- Cantó, P. (2018, 20 de enero). ¿Por qué molesta que se hable con acento andaluz en ‘La Peste’? *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/cultura/2018-01-20/la-peste-movistar-acento-andaluz-subtitulos_1507595/
- Del Valle, J., y Gabriel-Stheeman, L. (Eds.). (2002). *The Battle over Spanish between 1800 and 2000: Language Ideologies and Hispanic Intellectuals*. Routledge.

- Demonte, V. (2003). Lengua estándar, norma y normas en la difusión actual de la lengua española. *Circunstancia: Revista de ciencias sociales del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset*, 1. <https://digital.csic.es/bitstream/10261/13074/1/Documento1.pdf>
- Fernández-Ulloa, T. (2024a). "I refuse to let go of my cultura". El sujeto subalterno en la clase de español como lengua de herencia: desafiando las ideologías lingüísticas a través del translenguaje de la *slam poetry*. En T. Fernández-Ulloa y C. Carlos Enrique Ahuactzin Martínez (Eds), *Sujetos y discursos: ideologías, acción social y propuestas críticas en la cultura y la educación contemporáneas* (pp. 321-340). CSUB e Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Fernández-Ulloa, T. (2024b). "My heart beats en dos idiomas". ²⁰ El translenguaje y su relación con las ideologías lingüísticas en una clase de español como lengua de herencia. Creación y valoración de discursos subalternos. *Rétor*, 14(2). [En prensa].
- Fernández-Ulloa, T., y Soler Gallo, M. (Eds.) (2024). *Cultura e interculturalidad en las clases de lengua y literatura españolas e hispanoamericanas. Materiales y reflexiones*. Peter Lang.
- García, L. (2024, 30 de abril). El acento canario triunfa en las primeras citas: es el más sexy. *Cadenaser*. <https://cadenaser.com/canarias/2024/04/30/el-acento-canario-triunfa-en-las-primeras-citas-es-el-mas-sexy-radio-club-tenerife/>
- García, O. (2019). *Translanguaging: Language, Bilingualism and Education*. Palgrave Macmillan.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. Editado y traducido por Q. Hoare y G. Nowell Smith. Lawrence and Wishart.
- Irvine, J. T. (1989). When Talk Isn't Cheap: Language and Political Economy. *American Ethnologist*, 16(2), 248-267. http://blog.wbkolleg.unibe.ch/wp-content/uploads/Irvine1989_When-talk-isnt-cheap.pdf
- Labov, W. (1972). *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*. University of Pennsylvania Press.

- Mazzitelli, C., y Garrido Domené, F. (2019). Las variedades del español a través del doblaje cinematográfico. *Anuario de Letras. Lingüística y Filología*, 7, pp. 63-82. <https://doi.org/10.19130/iifl.adel.7.2.2019.1549>
- Moreno Cabrera, J. C. (2004). *La dignidad e igualdad de las lenguas. Crítica de la discriminación lingüística*. Madrid. Alianza Editorial.
- Moreno Cabrera, J. C. (2008). *El nacionalismo lingüístico. Una ideología destructiva*. Barcelona: Península.
- Moreno Fernández, F. (2010). *Las variedades de la lengua española y su enseñanza*. Arco Libros.
- Moya, P. (2015). *Cultura e identidad en la enseñanza del español*. Ediciones Síntesis.
- Otheguy, R., García, O., y Reid, W. (2018). Clarifying the Relationship between Translanguaging and Bilingual Education. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 21(5), 570-581. <https://ofeliagarciadotorg.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/02/otheguyreidgarcia.pdf>
- Preston, D. R. (2004): Language with an Attitude. En J. K. Chambers, P. Trudgill y N. Schilling-Estes (eds.), *The Handbook of Language Variation and Change* (pp. 40-66). Blackwell.
- Rubio-Hignett, C. (2023). D.E.I. y E.L.E. La enseñanza de las variedades diatópicas en Los Ángeles. ¿Nuestros alumnos aprenden la rica diversidad del español? Comunicación presentada al *III Seminario de Experiencias Prácticas en Didáctica del Español como Primera Lengua, Lengua Extranjera y de Herencia*. “C/K/cultura e intercultura en el aula de lengua/literatura en español”, 9-11 de noviembre, 2023. Instituto Cervantes, Los Ángeles y online. Organizado por la CSUB, Universidad de Salamanca y Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Grabación disponible en <https://www.merlot.org/merlot/viewSite.htm?id=9166165>
- Rosa, J., y Flores, N. (2015). Undoing Appropriateness: Raciolinguistic Ideologies and Language Diversity in Education. *Harvard Educational Review*, 85(2), 149-171. https://jgregorymcverry.com/readings/FloresRosa2015Undoing_Appropriateness_Raciolinguistic.pdf

- Silverstein, M. (1979). Language Structure and Linguistic Ideology. En P. R. Clyne, W. F. Hanks, y C. L. Hofbauer (Eds.), *The Elements: A Parasession on Linguistic Units and Levels* (pp. 193-247). Chicago Linguistic Society.
- Spivak, G. C. (1988). Can the Subaltern Speak? En C. Nelson y L. Grossberg (Eds.), *Marxism and the Interpretation of Culture* (pp. 271–313). University of Illinois Press.
- Trudgill, P. (2000). *Sociolinguistics: An Introduction to Language and Society*. Penguin Books.
- Woolard, K. A. (2004). Is the Past a Foreign Country? Time, Language Origins, and the Nation in Early Modern Spain. *Journal of Linguistic Anthropology*, 14(1), 57-80.
- Woolard, K. A., y Bambi B. Schieffelin (1994). *Language Ideology. Annual Review of Anthropology*, 23, pp. 55-82.

Las finalidades discursivas

Un acercamiento a los malentendidos y el humor

Guillermo Carrera García¹

Resumen

Este trabajo es una reflexión en torno a un aspecto especial del análisis del discurso. En especial nos detendremos en lo que se da por llamar la *finalidad discursiva* o mejor dicho, los fines discursivos y los procesos de interpretación. Algunos autores la denominan la intencionalidad. Específicamente trataremos de analizar qué es la finalidad discursiva, centrada en algunos casos en especial como son las presuposiciones y el conocimiento compartido, los malentendidos y quizá el humor. El campo de interés, optaremos por acercarnos a los estudios del análisis discursivo. Este estudio particular es una especie de vorágine porque dentro de esta área disciplinar existen muchos temas y problemas que se deben analizar y que pueden ser motivo de reflexión y discusión: desde la construcción primera de entender qué es discurso hasta todas las unidades de análisis del discurso, es decir, todo aquello con lo que se relaciona el análisis discursivo.

Palabras claves: *discurso, malentendidos, humor; finalidad discursiva.*

Introducción

La lingüística es un campo del conocimiento que posee tantas aristas que es fácil perderse en todos los caminos donde, como investigadores, andamos. El resultado de la búsqueda es heterogéneo y complejo, pues las temáticas nos llevan a descifrar de muchas formas las interacciones entre los sujetos participantes. Muchas de esas interacciones se dan entre los miembros de una comunidad. Es más, las interacciones sabemos crean la idea de comunidad.

¹ Doctor en Ciencias del Lenguaje. Secretario Académico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4099-9704> ; correo electrónico: guillermo.carrera@correo.buap.mx

Desde el ámbito de lo filosófico hasta el estudio del léxico y de los conocimientos denominados, actualmente, como Ciencias Cognitivas, encontramos varios problemas y algunas soluciones. Hay tantas cosas por describir. Es importante describir el fenómeno para dejar claro lo que estamos por analizar.

Las ciencias del lenguaje tratan de encontrarle forma a lo que entendemos como eso, como lenguaje y todo lo que tenga relación con esta concepción del mundo que es a partir del mismo lenguaje, es decir, esa forma que parece extraña en que los seres humanos se relacionan y logran comunicarse de una mejor manera.

El campo de interés, optaremos por acercarnos a los estudios del análisis discursivo. Este estudio particular se vuelve a su vez en una especie de vorágine porque dentro de esta temática existen muchas temas y problemas que se deben analizar y que pueden ser motivo de reflexión y discusión: desde la construcción primera de entender qué es discurso hasta todas las unidades de análisis del discurso, es decir, todo aquello con lo que se relaciona el análisis discursivo.

El interés por el análisis del discurso ha aumentado a lo largo de muchos años. En los años modernos donde, el uso de sistemas de significación basados en discursos es imprescindible que cada sociedad o individuo se han dedicado a crear su propio discurso para darle significación al mundo en que está viviendo. Lo anterior es una de las razones por las que el análisis del discurso ha tenido un auge a lo largo de varias décadas. Esta atención al uso lingüístico contextualizado ha generado interés en muchos campos que no necesariamente es el académico porque, el trato profesional de las nuevas actividades requiere habilidades en el hablar y escribir bien definidas.

Los estudios del discurso constituyen investigaciones en relación entre la forma y la función de la comunicación verbal. En este trabajo hablaremos de interacciones verbales que es una situación compartida entre los escuchas y los hablantes. Estas interacciones verbales, es decir, finalidades discursivas se transmiten a través de medios que, no necesariamente son el lenguaje. Esos medios son la entonación, los gestos, la postura, entre otros. Todos estos medios crean finalidades discursivas. De este modo, siempre los hablantes se manifiestan más rápido a las reacciones no verbales de los que escuchan.

La creación de los medios de comunicación modernos, han provocado la existencia de sociedades donde el trato interpersonal se vuelve cada vez más necesario y esto hace que

la lengua, el lenguaje, tome mayor validez en los estudios de análisis, ya que, como veremos nos interesa saber cómo es que se construye el discurso en distintos medios y contextos.

Metodología

Este trabajo es una reflexión en torno a un aspecto especial del análisis del discurso. En especial nos detendremos en lo que se da por llamar la *finalidad discursiva* o mejor dicho, los fines discursivos y los procesos de interpretación. Algunos autores la denominan la intencionalidad. Específicamente trataremos de analizar qué es la finalidad discursiva, centrada en algunos casos en especial como son las presuposiciones y el conocimiento compartido, los malentendidos y quizá el humor.

Para llevar en buen orden, primeramente, haremos algunas consideraciones acerca de lo que entenderemos como discurso y análisis discursivo, después nos adentraremos a fondo en los temas propuestos junto a pequeñas muestras que puedan servirnos de ejemplificación.

Marco conceptual-teórico

Al parecer toda actividad humana está relacionada ²⁶ con el uso de la lengua. Este uso se lleva a cabo en forma de enunciados que pueden ser orales o escritos y cada uno de ellos pertenece a una esfera determinada de la interacción humana. Este tipo de interacción humana es posible rastrearla porque los enunciados hacen posible la identificación de rasgos temáticos y el estilo verbal en que son pronunciados, es decir, los recursos léxicos y gramaticales que se utilizan, así como su estructuración o composición. Bajtín es más claro al respecto:

Los tres momentos –el contenido temático, el estilo y la composición – están vinculados indisolublemente en la totalidad del enunciado y se determinan, de un modo semejante, por la especificidad de una esfera dada de comunicación. Cada enunciado separado es, por supuesto, individual, pero cada esfera del uso de la lengua elabora sus tipos relativamente estables de enunciados, a los que denominamos *géneros discursivos* (Bajtín, 1982, p.248)

El análisis del discurso es un dominio de investigación acerca de los distintos *discursos* visto desde diferentes ángulos. En el análisis del discurso nos fijamos cómo es que éste mismo opera en distintas comunidades sociales. No se trata de analizar lo que se dice, sino que deseamos saber cómo es que se dice.

Obviamente esto nos lleva a aclarar que el significado no está en las palabras sino en la construcción de textos, discursos. Al modificar cada uno de los elementos y si logramos vincularlos con un sistema de valores de mis interlocutores, es de este modo, se logra un texto comprendido.

En los procesos de interpretación, así como el proceso de interacción y de saber que está haciendo en ese proceso es donde hallamos lo que entendemos el análisis del discurso. Es decir, todo discurso es heteroglósico lo que lleva a pensar que todo discurso conlleva discursos.

El análisis del discurso es un dominio de investigación interdisciplinaria. El punto de partida del análisis es que centra su atención en la lengua en uso; la vinculación indisoluble con situaciones de interacción social. Los cambios sociales sólo se dan en los hábitos sociales. Utilizamos la lengua para interactuar, -para establecer, mantener y romper relaciones interpersonales- para mantener o modificar el orden social que les da sustento. Con este fin construimos interpretaciones y representaciones del mundo que pueden ser intercambiadas. A todo esto, le llamamos discurso. Helena Calsamiglia, lo refiere de este modo:

Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del *uso lingüístico contextualizado*, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el contexto (lingüístico, local, cognitivo y sociocultural). Nos referimos, pues, a cómo las formas lingüísticas se ponen en funcionamiento para construir formas de comunicación y de representación del mundo –real o imaginario-. (Calsamiglia, 2002, p. 15)

La lengua es la ¹¹ materia primera del discurso, ofrece a quienes la usan una serie de opciones, que pueden ser fónicas, gráficas, morfosintácticas y léxicas, de entre las cuales hay que elegir en el momento adecuado de interactuar discursivamente. Esta elección, sujeta o no a un control consciente, se realiza de acuerdo con unos parámetros contextuales que incluyen la situación, los propósitos de quien la realiza y las características de destinatarios.

El discurso es a su vez complejo y heterogéneo. Es complejo porque tiene distintos modos de organización en los cuales se manifiesta, así como en los distintos modos de construcción, es heterogéneo porque está regulado por distintas formas que van más allá de lo gramatical.

Es decir, al construir un discurso se toma en cuenta lo complejo y heterogéneo del discurso porque se construyen procesos apropiados para cada ocasión de comunicación. Este proceso de comunicación implica no solamente el proceso simple y automático del intercambio de información, sino que se vuelve complejo al ser consideradas las formas continuas de interpretación de las personas que interactúan en este proceso. Por ello, no se toma solamente en cuenta lo que se dice, sino que conjuntamente son valorados la ideología, la visión del mundo, así como sus intenciones y finalidades que utilizan cada miembro de ese complejo sistemas de comunicación.

En casi todos los ámbitos de la vida, tanto público o privados se generan prácticas discursivas, es decir, en la vida académica, los medios de comunicación, las relaciones entre nuestros distintos familiares, la venta de todo tipo de mercancías, los juicios jurídicos, las intervenciones en las cámaras de los poderes políticos; por decir algunos, hacen uso de la palabra en sus distintas formas: los libros, las conferencias, las negociaciones:

[] ...abordar un tema como el discurso significa adentrarse en el entramado de las relaciones sociales, de las identidades y de los conflictos, intentar entender cómo se expresan los diferentes grupos culturales en un momento histórico, con unas características socioculturales determinadas. (Calsamiglia, 2002, p.16)

Las formas lingüísticas se ponen al servicio de la vida social que, junto con el discurso oral y el discurso escrito, dan como resultado lo que denominamos o entendemos como formación del discurso, es decir, cada lengua, al parecer siempre vive en el discurso pues el discurso es la forma de concepción del mundo, y como mencionamos arriba, el discurso se construye con la base de otros discursos en un constante renovar de las interpretaciones y concepciones del mundo. El discurso pues nos convierte y nos caracteriza como seres sociales.

Es por lo anterior que los estudios discursivos tienen como objeto de análisis los datos empíricos ya que el uso lingüístico se da en un contexto. Por esta razón es importante la obtención de datos de manera natural, es decir, buscar en libros, periódicos, algún informe

médico, un interrogatorio, un juicio, etcétera. Es decir, es importante observar dónde aparecen esas piezas discursivas, y entender el contexto de las misma.

Los investigadores de casi todas las áreas se enfrentan a textos, lingüísticos y no lingüísticos que de muchas formas requiere ser leídos de una forma particular, es decir, “leerlos” de forma correcta para lograr una adecuada interpretación. La lectura de la que hablamos exige un análisis importante.

El crítico ruso Bajtín ya lo adelantaba, cuando se construye un discurso apelando a mi propia manera de ver el mundo sin considerar el discurso de los demás se convertía en un discurso *monológico* que tiene tintes de ser un discurso autoritario pues, al parecer, no deja que las voces se expresen. Por eso, muchos hablan de polifonía donde, siempre es tomado en cuenta el discurso del otro, o mejor dicho se toma en consideración que lo expresado por mi discurso forma parte de un entramado complejo; muchas de las veces, de otros discursos.

Hasta aquí esta pequeña disertación en torno a lo que podemos entender como discurso. Obviamente hay muchas cosas más por decir y aspectos omitidos, pero con esto que acabamos de mencionar nos podemos dar una idea de dónde nos situaremos. Un discurso, y en especial un texto es, una secuencia de oraciones conectadas entre sí a través de la cual un enunciador, enuncia al enunciatario cierta información o mensaje.

Los fines discursivos

El sistema de comunicación más simple del que tenemos noticia es aquel donde un emisor envía un mensaje al destinatario y, este acto de comunicación tan obvio se da en un determinado contexto. Es decir, la acción que transcurre entre estos dos elementos de comunicación lleva consigo información que puede ser de distintos tipos, ya sea informativa, afectiva, evaluativo, etcétera y a la par la información puede ser manifestada de tal suerte que sea comprendida o no por el resto de los participantes de ese acto de comunicación, hecho que depende en gran medida de, los *fines discursivos* de los hablantes, en el libro de John J. Gumperz, se acerca a lo que tratamos de hacer referencia:

En el curso de nuestras actividades estamos expuestos a una multitud de señales, demasiadas para poder reaccionar a todas ellas. Antes incluso de decidir si tomamos parte en una interacción, necesitamos ser capaces de inferir, aunque sea sólo de forma muy general, sobre qué trata la interacción y qué se espera de nosotros. Por ejemplo,

tenemos que ponemos de acuerdo en si estamos simplemente charlando para pasar el rato, intercambiando anécdotas o experiencias, o si la intención es explorar detalladamente determinados problemas. Una vez involucrados en la conversación, tanto el hablante como el oyente deben responder activamente a lo que sucede señalando su involucración, ya sea directamente con palabras o indirectamente con gestos o señales no verbales similares. La respuesta, además, tiene que estar relacionada con lo que pensamos que son las intenciones del hablante, más que los significados literales de las palabras usadas. (Gumperz, 1982, p.1)

En pocas palabras lo que tratamos de adivinar es lo siguiente: la forma en que se manifiestan las intenciones de quien emite un enunciado y la manera de interpretar esas intenciones de los oyentes o destinatarios.

Cuando los procesos de interpretación no se llevan a buen término o mejor dicho no corresponde a los niveles de comprensión de los participantes del acto comunicativo, es cuando se producen los malentendidos. Es decir, muchas de las veces los objetos, las escenas o lo que sea que se produzca bajo el nombre discurso no son pertinentes en un contexto esperado, es cuando se da el malentendido o, mejor dicho, es cuando no sabemos lo que se puede decir y lo que se puede interpretar. Con todo lo anterior podemos decir que estamos frente a lo que podemos llamar significado gramatical y sentido o significado discursivo o pragmático.

El significado, sin tratar de ahondar más, se rige bajo las normas de un sistema lingüístico definido, es decir, el significado así entendido le otorga un valor a un conjunto de frases, palabras u oraciones y no toma en cuenta el contexto ni ningún sistema extralingüístico. El significado es directo, explícito.

Por otro lado, el sentido o significado discursivo tiene una interdependencia ²¹ tal entre la norma lingüística y los factores contextuales. El significado discursivo apela a tomar en consideración el mundo de quien emite el enunciado y el mundo de aquel que interpreta, así como sus conocimientos previos y que normalmente son compartidos, las intenciones de la percepción y de lo percibido, en pocas palabras, se trata de averiguar todo lo que activa el intercambio comunicativo.

Entendido de este modo, el fin discursivo tiene que ver mucho entre la diferencia que existe entre lo que se dice y lo que no se dice, pero se quiere dar a entender, es decir entre el

significado explícito y el significado implícito. El primero entendido como aquellos significados que decimos directamente tomando en cuenta las experiencias compartidas. Los significados implícitos tienen que ver propiamente con lo que entendemos como presuposiciones y sobreentendido. Calsamiglia y Tusón aseguran:

El discurso siempre tiene un propósito –a menudo, más de uno-, si bien el grado de control que la conciencia ejerce sobre la producción de los enunciados y sobre la manifestación o la ocultación de nuestras intenciones es muy variable. Está claro incluso que, en ocasiones, las palabras nos traicionan porque desvelan finalidades que preferiríamos mantener en la sombra –el caso extremo de estos enunciados emitidos sin control de la conciencia sería el de los llamados *lapsus linguae*-. (Calsamiglia, 2002, p.187)

Y sí, las finalidades del habla o de la escritura son diversas, desde pasar el rato, tomar decisiones, argumentar una respuesta, enamorar, convencer a un doctor que este trabajo está bien elaborado, etcétera. Lo importante es que muchas de las veces los mensajes tienen finalidades dobles. Es decir, en cada finalidad discursiva se trata de obtener una meta particular o global de lo que se quiere dar a entender. Cada grupo o sociedad da a entender como suyas este tipo de finalidades y a sus hablantes les corresponde entenderlas como finalidades compartidas o particulares. Todo discurso tiene una finalidad o una intencionalidad, es decir, se tiene la intención de expresar algo en particular.

El lenguaje es un recurso con el que podemos construir e interpretar significados en determinados contextos, es decir, en contextos sociales. En toda la cultura, existen distintos modos o mejor dicho distintos sistemas de significado que operan con elementos que podemos llamar signos. Es decir, en cada cultura hay distintos modos de significar, basados en esos sistemas de significado que, no necesariamente tiene como base el lenguaje: lo artístico; la pintura, la escultura, el cine; otros modos de comportamiento como las cortesías, el intercambio social como subir a un camión, manejar un auto, asistir a clases, cantar en un karaoke, todo lo anterior son portadores de significado. El lenguaje tiene un lugar especial en el conjunto de esos sistemas semióticos. Ghio lo expresa mucho mejor:

... no podemos ignorar que le lengua siempre ²³ se usa y se comprende en un contexto.

Conocer una lengua implica, entre otras cosas, saber cómo usarla para comunicarse

con otros, cómo elegir las formas adecuadas al tipo de situación en que nos encontramos.

(Ghio, 2005, p.13)

El conocimiento de la lengua, el comportamiento lingüístico de la misma no deja de situarnos en preguntarnos cómo es que el hablante usa la lengua en distintos contextos para darle significado al discurso expresado. Pero lo que, si es cierto, independientemente del aspecto biológico, es que el ser humano necesita relacionarse y *comunicarse* con el otro para que el significado y sus procesos de interpretación se conecten en su constitución biológica. Es decir, siempre hacemos una adecuación para nuestro interlocutor y que, de algún modo hacemos la construcción del otro en el discurso ya que, en nuestro discurso, para que logre significar hacemos adecuaciones que toman en cuenta a ese otro a quien nos dirigimos. La palabra está destinada a un destinatario que puede ser o no miembro de un mismo grupo social. Los destinatarios no pueden ser abstractos, es decir alguien con quien no tendríamos un lenguaje común, ni en sentido literal ni en sentido figurado.

Para construir significado el hablante adecua su discurso para hacerlo inteligible y apropiado para aquellos que tiene en mente como interlocutores en las interacciones lingüísticas. Obviamente al crear un discurso que refleje una visión muy particular del mundo damos constancia de lo que se quiere significar utilizando recursos lingüísticos tan variados y la manera en que son utilizados y dónde son utilizados, nos darán la idea de lo imposible que es separar lo lingüístico de lo social.

Cuando tratamos de significar o acercarnos a eso que denominamos significado es cuando nos damos cuenta de cómo construimos categorías básicas de espacio y tiempo, cómo es que nuestra mente crea procesos de conceptualización porque la lengua no sólo funciona para hablar de cosas sino para ponernos de acuerdo de cómo haremos las cosas, es decir, de cómo conceptualizamos. Y son nuestros sentidos la base de los conceptos y de ahí partimos a construir redes conceptuales porque todo lo que producimos está en base a nuestras experiencias y, nosotros mismos debemos saber qué tipo de imagen conceptual queremos que se construya en la mente del otro y para ello utilizamos verbos, artículos, etcétera.

En fin, para lograr la construcción de lo que denominamos significado apelamos a los procesos de conceptualización y procesos de verbalización, es decir, el conocimiento se hace de manera introspectiva, pero con una forma estructurada y la gramática, nos permite

modular las conceptualizaciones y los elementos gramaticales nos proporcionan el esqueleto de las imágenes. De acuerdo con nuestra vivencialidad es como existe una percepción mental y es en el proceso de interpretación que le doy rango o categoría, es de este modo que opera la gramática cognitiva.

En pocas palabras la construcción de significado no se hace de la forma tradicional donde suponíamos que las palabras mismas denotaban el significado y que el plano horizontal y vertical, es donde se podía abrir perspectivas para significar. El significado y significar se da en un contexto determinado. El significar tiene que ver con lo que en verdad anhelo que mis interlocutores quiero que entiendan y más aún, la construcción de significado tiene una amplia gama de análisis que podemos rastrear cómo es que se construyen significados para someter a sociedades enteras.

Las presuposiciones y el conocimiento compartido

En el análisis del discurso no nos importa el análisis lógico que se le hace a presuposición porque lo que interesa, según Calsamiglia y Tusón es el conocimiento previo que se da por supuesto y compartido por las personas que participan en el acto comunicativo. Este tipo de presuposición se llama en algunos autores *presuposición pragmática* ya que depende del contexto, así como del conocimiento que se tenga del mundo. Cuando emitimos un discurso, cuando hablamos o escribimos nunca decimos todo porque tenemos en la mente que nuestros lectores tienen los conocimientos necesarios para llegar a comprender lo que hemos querido expresar.

La gramática formal se ocupó de la presuposición desde el punto de vista de la semántica lógica la cual se refiere a un tipo de información que no está muy clara pues se desprende del significado de las palabras enunciadas. Obviamente, las presuposiciones se dan también en lo educativo:

Si quien enseña presupone que los estudiantes saben más de lo que en realidad saben, éstos difícilmente podrán seguir sus explicaciones; en el caso contrario, si suponen que saben menos de lo que saben, sus explicaciones resultarán aburridas y tampoco habrá un avance en el aprendizaje. Las presuposiciones se manifiestan a través de formas lingüísticas, pero otras veces, simplemente, lo que aparecen son huecos

informativos que se supone que ha de llenar quien lee o escucha. (Calsamiglia, 2002, p.190).

Un ejemplo de lo anterior puede ser lo siguiente:

(1) Debido al cierre de la carretera, el paciente llegó una semana tarde a si cita.

Obviamente en este ejemplo se manejan una serie conocimientos que son compartidos por aquel que lo está escuchando o escribiendo. La suposición es que, *alguien* en primer lugar ha cerrado la carretera con una finalidad –exigir, inconformidad - y el que tenía que llegar en un determinado momento a *cierto lugar* ya establecido por los integrantes de este mundo cognitivo, pero, por el cierre de la carretera –hecho por personas inconformes con algo- ese paciente tuvo y de hecho fue así, llegar más tarde. Otro ejemplo es el siguiente:

(2) ... la mamá lo miró por la ventana. El sol calentaba y las calles parecían llenas de *smog*.

Las implicaturas que podemos hacer en este discurso son: saber que una mujer mira por la ventana y al hacerlo por ella, tenemos en mente, la idea de un edificio donde alguien se asoma, obviamente hacia donde dirige su mirada es a la ciudad que está *llena de autos* donde tenemos un conocimiento compartido de saber que son esos vehículos los que generan el *smog*.

Otro ejemplo que tomamos prestado porque es más claro e la idea de conocimiento compartido es el siguiente: una noticia aparecida el 3 de diciembre de 2007 en el noticiero *Hechos* de Javier Alatorre donde se afirma categóricamente:

(3) A 30 días de la tragedia, Tabasco y Chiapas, muchas personas aún esperan un poco de ayuda.

Para cualquier persona que hubiera seguido las noticias no cabe la menor duda que la *tragedia* a la que se hace referencia son las inundaciones que afectaron al estado de Tabasco y pocos días después el desbordamiento del río Grijalva en Chiapas que provocó la

desaparición de un poblado por completo. El *comunicador* presupone que quien lo escucha sabe todo lo anterior y no necesita dar más explicaciones de lo sucedido en esos estados mexicanos. Después de 30 días de esos acontecimientos uno esperaría que la población fuera menos afectada, pero se nos da la noticia de que no se han entregado todos los recursos para ayudar a la gente que está en esa *tragedia* pues, se había informado que todos tendrían ayuda en un lapso no mayor a 6 días, razón por lo que existe tal noticia.

Las presuposiciones y el conocimiento compartido se dan en todos los discursos incluso en el discurso científico pues la gran diferencia entre un discurso de especialización y uno de divulgación es que el nivel de conocimientos se da por supuesto y compartido por quien lee y por quien escribe.

Toda la acción humana de ¹³ la comunicación está necesariamente regulada por una serie de normas, máximas o principios que permiten el funcionamiento relativamente eficaz de esos intercambios entre los participantes. Las normas, máximas o principios a los que nos referimos tienen características distintas a las llamadas *reglas gramaticales*. Si en la gramática tenemos una oración como *el pizarrón vuela alto*, lo que tenemos es una secuencia agramatical que no pertenecería a la lengua. En la comunicación humana, siguiendo a Bourdeiu (1985), hay que saber que son formas habituales de comportamiento que de alguna manera pertenecen a los hábitos de las personas y de su cultura por tanto los conceptos de adecuado dependerán de muchos factores contextuales. Es decir:

... las normas se manifiestan como un conjunto de habilidades que se adquieren a través de la participación en múltiples y diversas situaciones que permiten desarrollar la **competencia comunicativa**. Ese conjunto de estrategias y de saberes hacen posible actuar de manera comunicativamente eficaz y apropiada, produciendo enunciados adecuadamente encaminados hacia nuestras metas. (Calsamiglia, 2002, p. 206)

Las normas y la identidad sociocultural de las personas, según Calsamiglia y Tusón, tienen una estrecha relación como tendencia habitual de los hablantes, de los seres humanos, estas normas pueden transgredirse. La transgresión sirve para desencadenar muchas inferencias en los discursos. La transgresión se da por desconocimiento, es decir, se actúa en un entorno que se desconoce por edad o por no pertenecer a un determinado grupo. Obviamente la transgresión de las normas se da también como forma de resistencia o ataque, como forma de construir una identidad social diferente a lo que marcan las normas.

En la elección de una lengua, los insultos, el *sentido* del silencio y en todos los demás discursos, encontramos formas de expresión y discursivas que rompen las reglas o normas y dan un efecto que podemos nombrar de distintos modos como el antisocial, la creación de tipo poética, el chiste, una actitud de resistencia o el *delito* discursivo.

Este último, seguimos a Calsamiglia y Tusón de nuevo, el punto se entiende como aquellos discursos que *están fuera* de cada grupo cultural que entienden, en su particular punto de vista, lo que es el buen uso de la lengua. Hay *delitos* que están tipificados de forma jurídica y que pueden ser, la difamación, la injuria, el plagio, entre otros; en los ámbitos religiosos, la blasfemia, las mentiras, las *groserías* son entendidos como *discursos delictivos* o, en determinados grupos sociales, culturales y religiosos se consideran *delitos* cosas como hablar de temas sexuales, la manipulación, la demagogia, entre otros.

El malentendido y el humor

El malentendido puede ser considerado como una especie ² de disfunción comunicativa. *Se produce un malentendido cuando se realiza una hipótesis interpretativa que no se corresponde con las intenciones de quien ha producido el enunciado, y, como consecuencia, se entiende otra cosa.* (Calsamiglia, 2002, p.210)

Entendido de este modo, en el malentendido no hay conciencia de que no se ha interpretado de la mejor manera o de que no se han proporcionado los elementos adecuados para que sea interpretado de la mejor manera. Las consecuencias de los malentendidos generan conflictos pues normalmente se cree, entre los participantes que se actúa de mala fe o con malas intenciones

En ocasiones los malentendidos son utilizados, por ser ambiguos, para finalidades poco éticas, sobre todo en los discursos políticos y sociales. Es decir, se dice algo y sé que se interpreta de forma X pero, se asegura que, en verdad se quiso decir Z y puedo llegar a utilizar este fin discursivo o mejor dicho, este *enredo discursivo* para obtener otros fines más allá del discursivo.

Los malentendidos suceden porque los participantes están en una interacción con estructuras ya establecidas, es decir, según la pertenencia a una determinada cultura donde hay un determinado contexto, incluido los elementos paratextuales, se le dé un sentido diferente y por ello, se malinterpreta o malentiende. Es decir, la *incomunicación* entre

distintos ámbitos culturales, son importantes porque se puede estudiar los procesos de interpretación en que se basan los malentendidos. Este tipo de incomunicación se da también entre grupos de adultos y niños, hombre y mujeres y todos los participantes de su respectiva entidad sociocultural.

Un ejemplo de malentendido, tomado de Calsamiglia y Tuón (2002, p. 184) es el siguiente, tomamos el ejemplo por la claridad en ello:

- (4) ¹⁰ Entra un joven a un bar y se dirige a la barra. El camarero se le acerca limpiando con un paño la barra, y se produce el siguiente diálogo:

Camarero - ¿Qué va a ser?

Cliente - abogado

Camarero - que qué quiere

Cliente - pues acabar la carrera, encontrar un trabajo, casarme...

Camarero - que qué va a tomar

Cliente - ay, ay, perdona ¿qué hay?

Camarero - pues ya ve, aquí, limpiando

En este ejemplo podemos distinguir fácilmente el sexo de cada personaje. Podemos inferir que cada uno de ellos pertenece a circunstancias y formas de expresión muy diferentes y nos habla de pertenencia a dos distintos tipos de cultura. Normalmente en un bar la pregunta no es **¿qué va a ser?**, salvo en algunos países como España, porque, normalmente se pregunta **¿qué va a tomar?** Obviamente, la primera pregunta le prende una serie de guiones y conceptos a los interlocutores el que contesta cree que se le pregunta por su vida.

El camarero al ver que eso no funciona decide por decir **que qué quiere** a lo que igualmente vuelve a creer que se le pregunta por su vida y decide contestar lo que quiere en su vida. El camarero al comprender que el tipo que tiene enfrente no interpreta correctamente lo que él pregunta, decide hacer la pregunta *clásica* para este tipo de situaciones: **que qué va a tomar**. Inmediatamente responde **¿qué hay?** pero, el camarero al pertenecer a un círculo cultural esa pregunta se interpreta como: qué estás haciendo o ¹² qué pasa con tu vida y es así como se da el malentendido entre ambos personajes. Es decir, **los hábitos comunicativos forman parte sustancial de los lazos que estrechan las redes sociales que constituyen las identidades de grupos de una sociedad.**

Al pertenecer a una misma lengua y sociedad, los miembros creen que llegan a entenderse, pero en realidad lo que significativo y apropiado para ciertos miembros es no adecuado para otros. Entre países de la misma lengua, los malentendidos se dan porque a las palabras y a las piezas textuales se les da un sentido totalmente distinto. Lo que puede resultar en un conflicto o en sentido del humor.

Según Calsamiglia y Tusón, el humor –el chiste- normalmente es una situación inesperada de un determinado suceso por ello, los malentendidos y el humor tiene una diferenciación muy liviana. Muchas veces se trata de distinguir entre el humor involuntario y voluntario. Es decir, si un niño dice alguna palabra o frase puede resultar graciosa sin pretenderlo y hay quienes tratan de hacer reír con situaciones poco inesperadas. Un ejemplo de humor involuntario sería el siguiente:

- 9
- (5) Al regresar una noche a su casa, un hombre se encuentra con la sorpresa de hallarla vacía, abandonada por su mujer. De pronto, descubre en el tocador un sobre dirigido a él. Febrilmente lo abre y lee el siguiente mensaje: “Christian, ya me harté de ti y de tu sucia cara. Me voy con tu amigo León. Para cenar, encontrarás ternera fría en el refrigerador”.

“¡Oh, no!, gime el desdichado. “No es posible... ¡No quiero cenar ternera otra vez!”

(Jodorowsky. 1998, 26)

Obvio, la mujer en su euforia cree provocar una reacción extraña pero lo que consigue es que de manera cómica su marido crea que es lo mismo que pasa todo el tiempo y siempre regresa para volver a hacer lo mismo y las reacciones de uno y de otro se vuelve de un humor por demás involuntario.

El humor es entendido de distintos modos: puede servir para alegrar, puede ser un comentario mordaz y burlón y, puede no tener sentido el hacer un chiste, sólo por el simple hecho de *bromear*. El humor lingüístico se da cuando se rompen o cuando hay una transgresión de normas discursivas. Así pues, el chiste es usado para situaciones sociales de relajación, para explicar algo o porque puede servir para dominar toda una estructura textual. Un chiste debe ser breve, tiene una semántica autosuficiente, sus estructuras son fijas y es usado para un acto lúdico.

Unos ejemplos de chiste sería el siguiente:

(6) Tres cristianos discuten a propósito de los milagros:

- ¿Qué es un milagro? –pregunta el primero.
- ¡Pues bien! –contesta el segundo-. Un milagro ocurre cuando Dios hace exactamente lo que nuestro sacerdote le pide.
- ¿En verdad? –interviene el tercero-. Yo creo que un milagro ocurre cuando nuestro sacerdote hace exactamente lo que Dios le pide.

(Jodorowsky: 1998, p. 54)

Ciertos recursos proporcionados por lo que denominados humores verbales, nos ayudan a explicar fenómenos como el *retruécano* que da origen a juegos de palabras. Es decir, esperamos una alteración del orden sintáctico de una frase que nos proporcionará un significado. Éste nos guiará hacia una frase que posee un significado totalmente diferente. Una estrategia más es la *ambigüedad*, es decir, se emplean ciertas formas incorrectas o se juega con el significado de las palabras. Con el discurso, creamos también humor involuntario al usar la *paronimia* que son palabras parecidas a nivel fónico pero que no son idénticas, por lo tanto, se escriben de forma diferente y tienen significado distinto. Creemos que podemos ahondar en este tema, sin embargo, no es la intención, en este momento profundizar en la temática, más bien es abrir la posibilidad de una investigación específica sobre los procedimientos del humor.

Siguiendo a Calsamiglia y Tusón, la mayoría de las veces en las finalidades globales sociales se esconden finalidades particulares o mejor dicho, muchas veces las finalidades particulares dan origen a las finalidades globales, es decir, siempre que comenzamos una interacción comunicativa tenemos una meta. Para que esta interacción sea adecuada, nosotros y nuestros interlocutores debemos estar “en el mismo canal”.

En muchas ocasiones, nuestras intenciones comunicativas se desarrollan de forma muy diferente a lo planeado en un principio. Debido a ello, cuando no existe un, llamémosle así, “acuerdo”, realizamos una negociación para lograr que nuestros fines discursivos se materialicen.

Conclusión

El tema de análisis del discurso tiene aristas múltiples que pueden ser estudiadas desde perspectivas distintas. Al hacer un análisis del discurso podemos llegar a construir toda una significación acerca de determinados temas. Cada texto, cada discurso tiene sus características especiales.

Los fines discursivos son un tema en especial que tiene tantas unidades de análisis que no alcanzaría la vida para estudiarla de forma correcta. Este comentario es reflejo de ese interés por saber cómo es que se interpreta y malinterpreta un discurso y cómo es que lo llevan a un buen término. Cada sociedad, cada país, cada grupo social construye sus propias significaciones que se basan en la interpretación de acuerdo con múltiples factores tanto sociales, culturales y todo ese contexto que funciona cuando se crea un discurso.

Al parecer los malentendidos se deben precisamente a los *delitos* discursivos que cada hablante utiliza en su lengua. No debemos de apresurarnos. El tema de finalidad discursiva da tanto material de análisis que se esperaría para un próximo trabajo se puedan recabar datos filmicos que pueden tener una mayor relevancia. Todo esto nos acerca mucho a lo que entendemos como actos de habla que, de hecho, existe toda una Teoría de los actos de habla pues es aquí como nos podemos dar cuenta de los usos de la lengua por parte de los hablantes. No hay mejor manera de analizar la lengua que ésta misma en uso. Podemos hacer análisis de este tipo tratando de agregarle a este tipo de finalidades discursivas un apartado de la construcción de los interlocutores que son los que, al final, construyen esos discursos para poder ser interpretados. Es decir, esa construcción de los hablantes u oyentes podría ser una parte profunda del mismo análisis y sus finalidades discursivas pueden ser un nivel superficial. Nos parece que las finalidades discursivas, los malentendidos y el humor no ha sido analizado en discursos políticos, sociales, culturales desde el punto de vista de las ciencias del lenguaje. Es quizá este intento un primer acercamiento a dichos estudios y hacer del estudio de discursos más lingüísticos para saber cómo funcionan sus estructuras y por ende trazar una línea de cómo se verían sus interpretaciones, significaciones y sentido que se les otorgue. En fin, una temática compleja y apasionante. Les corresponde a los nuevos estudios acercarse a las formas e intencionalidades modernas del discurso como el internet, los medios masivos, el uso exagerado del discurso visual, entre otros. Por esta vez, hasta aquí, en este punto.

Referencias

- Bajtín, M. M. (1999). *Estética de la creación verbal*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- (2003). *Problemas de la poética de Dostoievski*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- (1994). *El método formal en los estudios literarios*. Madrid: Alianza.
- Barthes, R. (2000). *El placer del texto y lección inaugural*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Bernárdez, E. (1995). *Teoría y epistemología del texto*. Madrid: Cátedra.
- Bourdieu, P. (1985) *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios verbales*. Madrid: Akal.
- Calsamiglia Blancafort, H. et al (2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Dijk, T. van (1998). *Texto y contexto (semántica y pragmática del discurso)*. Madrid: Cátedra.
- Fernández González, A. R. (1984) *Introducción a la semántica*. Madrid: Cátedra.
- Ghio, E. y Fernández, M. D. (2005). *Manual de lingüística sistémico funcional: el enfoque de M. A. K. Halliday y R. Hasan. Aplicaciones a la lengua española*. 1ª ed. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse Strategies*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Jodorowsky, A. (1998). *La sabiduría de los chistes*. Ciudad de México: Grijalbo.
- Lozano, J. et. al. (1999). *Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.
- Martínez Fernández, J. E. (2001). *La intertextualidad literaria* 1ª ed. Madrid: Cátedra.

Didáctica de las *cosas* del decir: confluencias ecología del aprendizaje y análisis crítico del discurso

Juana Rosa Suárez-Robaina¹

Resumen

Partiendo de la confluencia entre el Análisis crítico del Discurso y las Ecologías de Aprendizaje, se analizan en este capítulo las oportunidades didácticas de los denominados *Realia con escritura (Rce)*. Con esta denominación identificamos materiales emergentes que permiten un recorrido por cuestiones lingüísticas y literarias, desde su triple fortaleza: motivacional, multimodal y metacognitiva. Se destina a profesorado en formación de la especialidad de Lengua castellana y Literatura, ávido no solo de conocer tipologías de materiales susceptibles de implementarse en la práctica docente, sino de involucrarse en enfoques didácticos que también cuestionen la lengua como elemento que configura la identidad personal y profesional.

Palabras clave: *Realia* con escritura, Análisis Crítico del Discurso (CDA), Ecologías de Aprendizaje, formación del profesorado

Introducción

El Análisis crítico del discurso o CDA permite, desde una aproximación interdisciplinar, abordar el discurso como una manifestación lingüística que, a su vez, se pone en relación directa con la sociedad que “habla”. Se analiza así cómo las relaciones sociales se dirimen también a través del uso del lenguaje. Las investigaciones desarrolladas en el campo de los estudios contemporáneos del discurso (Van Dijk, 2000), venían visibilizando las modalidades de uso del lenguaje que caracterizaban al ya viejo capitalismo frente al nuevo: informacional

¹ Doctora en Filología Española. Docente e investigadora en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Instituto Universitario de Análisis y Aplicaciones Textuales (IATEXT). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5391-7344> ; ID'Scopus: [58154571100](https://orcid.org/0000-0002-5391-7344) ; correo electrónico: juanarosa.suarez@ulpgc.es

y globalizado. Se insistía en cómo el discurso es una de las dimensiones de la vida social, si bien sin la reducción simplista de que esta última sea solo lenguaje o semiosis (Chouliaraki y Fairclough, 1999; Peirce, 1931 [editado por C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks]; Van Dijk, 2003; Wetherell, 2001).

16 Lo discursivo es un “momento” de la vida social que incide en los otros momentos o elementos no discursivos, al mismo tiempo que es modelado por estos últimos. La perspectiva del CDA, así, puede ser un importante aporte para iluminar las distintas modalidades en que el lenguaje es utilizado (registros, jerarquía, género, abuso y dominio...) por ejemplo, en los contextos empresarial, publicitario o incluso académico, sin duda, todos ellos considerados desde antaño también como espacios de poder (Stecher, 2010).

Por su parte, desde el enfoque de las ecologías de aprendizaje (Barron, 2006; Duarte y Mengual-Andrés, 2014; Estévez *et al*, 2020), se defiende que se interactúa, y por tanto se aprende, en todo tipo de contextos, con todo aquello que nos rodea (personas, artefactos, actividades...), en definitiva, con los múltiples mensajes y oportunidades comunicativas que ofrece la cotidianidad. 14 Hasta ahora se ha infravalorado el aprendizaje que tiene lugar en contextos informales y no formales. Sin embargo, las ecologías de aprendizaje posibilitan el reconocimiento e integración de todas esas formas de aprendizaje.

Sin duda alguna, uno de los escenarios más presentes, y con el que se interactúa permanentemente, es el publicitario². Los discursos propagandísticos que pueblan los objetos de uso y consumo cotidiano se revelan muy útiles para acercarnos, por ejemplo, al análisis de la “lengua en uso” (frente a la “lengua como sistema”) y a la reflexión sobre el “diálogo” directo que trazan con el consumidor-lector. Al respecto, la ya proverbial responsabilidad social de la publicidad (Pellicer-Jordá, 2017), en tanto que transmite valores, y en tanto que la lengua conecta con lo social también a través del discurso publicitario, es un argumento más, y de peso, para que su análisis haya sido, y siga siendo, de interés académico. En esta conexión de la lengua con lo social es fácil además advertir cómo el discurso publicitario (comercial) es capaz de desplazar a determinados perfiles sociales en favor de otros, unas veces opacando la presencia de unos grupos poblacionales, y otras atribuyendo a determinados sectores una identidad discursiva estereotipada y sesgada: “La invisibilidad es

² Se focaliza en la publicidad de origen comercial, no en la institucional.

quizá el ejercicio más común de violencia simbólica en la comunicación cuando se habla de grupos desfavorecidos” (De Andrés del Campo y de Lima-Maestro, 2014, p. 192).

Es en este punto donde se observa que puede confluir la perspectiva crítica del CDA con las premisas de la ecología de aprendizaje, al llevar al escenario docente y volviendo “didáctico” un conjunto de objetos portadores de información, en clave publicitaria y multimodal: los acuñados como *Realia* con escritura, en adelante, *Rce* (Suárez-Robaina, 2020; 2021; 2022a; 2022b). Se trata de poner el foco de estudio en el análisis de los mensajes que portan estos materiales y de observar, directamente, cómo se dirigen al usuario, al consumidor que es, ahora, también lector, lector transversal (Aguilar-González, 2008). El análisis detallado de sus mensajes, tanto de lo verbal o escrito como del resto de códigos semióticos presentes (color, gráficos, alternancia tipográfica, imágenes...), revelan que actúan como auténticos microeventos comunicativos, capaces de ser altamente significativos en el contexto de uso en el que se producen. Los mensajes contenidos y el útil en sí (el continente) representan, además, por su condición de objetos y por su tenencia y pertenencia, un estatus y estilo de vida (Sudjic, 2009). Analizarlos es determinar cómo estos “discursos” juegan un papel crucial en la sociedad, generan “representaciones”, impulsan identidades y hasta ² contribuyen a sostener relaciones de control y dominio de ciertos sectores y grupos sociales sobre otros (Stecher, 2010).

Con el *Rce* se amplía así el espectro de posibles materiales de aula. Una taxonomía de materiales distingue entre los que ya “nacen” didácticos (materiales didácticos *per se*, como libros de textos, cuadernillos de refuerzo o los enlaces *-links-* a plataformas académicas selectivas...), ⁵ muy generalizados en el espacio docente por representar un estilo comunicativo y educativo algo más estandarizado (Suárez-Robaina, 2022b), frente a los que “se vuelven” didácticos, especialmente los denominados materiales auténticos como la prensa, revistas, callejeros, folletos, recibos, planos..., todos ellos extraordinariamente ricos en muestras vivas de la lengua (Suárez-Robaina, 2021). También el aula puede acoger objetos o *realias* puros, entre los que destacan las frutas y flores de plástico o los peluches, valiosos soportes tridimensionales ideales para abordar aspectos simbólicos y literarios de cualquier lengua. Finalmente, el aula puede sorprenderse con la tipología seleccionada para esta contribución, los *Rce* (Imagen 1), entre ellos, los envases alimenticios (cajas de té, paquetes de galletas, botes de leche, vasos de yogur...), los medicinales, los de higiene personal,

limpieza, o las cajas y bolsas comerciales. Son todos estos ⁵ muy ventajosos por portar muestras de lengua cercanas a la realidad del aprendiz en combinación, además, con toda una compleja semiótica multimodal, que los metamorfosea en materiales altamente “plurisignificativos” (Suárez-Robaina, 2022b).

Imagen 1. Selección de materiales Realia con escritura (Rce)



Nota. Tomado de Suárez-Robaina (2022a).

Contexto de aplicación: objetivos y metodología

La explotación didáctica propuesta se desarrolla ²⁸ en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Las Palmas, España). Concretamente, se ³⁰ destina al Máster de Formación del Profesorado de Secundaria, en la especialidad de Lengua castellana y Literatura. Se trata de concienciar y formar a futuro profesorado, docentes de Secundaria, en la instrucción referida a qué materiales pueden llevarse al aula y en la reflexión sobre cómo operan los discursos cotidianos que se cuelan sutilmente, en nuestro espacio doméstico y vital, a través precisamente de esos materiales. Aunque se abordan contenidos relacionados con la reflexión metalingüística en su conjunto (que son los que habitualmente ocupan el interés de los ámbitos formales de aprendizaje), este itinerario didáctico ha puesto el foco en aspectos pragmático-discursivos, en la dimensión sociocultural, en el calado y repercusión de los mensajes “intencionados” y referidos a valores, sesgos y prejuicios. Los objetivos que se persiguen son:

- Instruir en el manejo y análisis de materiales emergentes como los denominados *Realia* con escritura.
- Promover el pensamiento crítico desde la revisión de la intencionalidad comunicativa.

- Descifrar las claves de la trama publicitaria al hilo de la perspectiva del CDA.
- Ofrecer alternativas de soportes comunicativos que permitan la reflexión de distintos saberes (saber, saber hacer y saber ser) al calor de las ecologías de aprendizaje.
- Desarrollar la empatía y el respeto hacia la diversidad en todos sus ámbitos.

La práctica experiencial desarrollada con este grupo de profesorado en formación, y dirigida al discernimiento de un banco de materiales con los que poder nutrir sus futuras situaciones de aprendizaje, y con el enfoque en la reflexión conceptual planteada, transcurrió según el desarrollo metodológico siguiente:

(1) categorización del Rce, desde la técnica de la lección magistral, a partir de una selección de 3 objetos y expuesta al gran grupo focal (GG) de discentes.

(2) Desde la técnica de la observación directa o participante, y agrupados los aprendices en pequeños grupos heterogéneos (PGH), se ensaya (y manipula) con la identificación diagnóstica (*brainstorming*) de los contenidos que portan los objetos, desde el centro de interés referido a valores, sesgos y prejuicios.

(3) Desde la técnica de la encuesta y a través del instrumento del cuestionario se analizan las percepciones individuales (I) sobre las posibilidades pedagógicas de los Rce.

(4) Desde la técnica del seguimiento se recoge el desempeño de los grupos de trabajo con la muestra seleccionada, acto materializado en una rúbrica de resolución grupal (PGH) que diagnostica cómo ha sido dicho proceso experiencial.

Y, finalmente (5), bajo la técnica de la auto observación y con el instrumento de la reflexión grupal-oral, se realiza la evaluación de cierre por parte del grupo focal (GG).

En todo momento, la participación activa de la totalidad del grupo ha redundado en beneficio del propio aprendizaje individual; emulando los procedimientos del Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), a la vista del objetivo y reto común compartido (estímulo) y desde el permanente intercambio de conocimientos (entorno colaborativo), se llega a conclusiones reveladoras que certifican la significatividad del aprendizaje logrado (Trujillo, 2015).

Explotación didáctica

Se describe a continuación la explotación didáctica concreta de los tres objetos, en correspondencia con el proceso metodológico descrito anteriormente si bien, por cuestiones de espacio, se desarrollarán únicamente los estadios 1 y 2. Corresponden estos, en la

terminología instruccional de Merrill (2002), a las fases de demostración (estadio 1) y de diagnóstico o análisis (estadio 2).

En el paso o estadio 1 se muestran los objetos (Imagen 2) con el ánimo de advertir si, tras un primer vistazo, suscitan el interés suficiente para iniciar una aproximación comunicativa en los términos descritos.

Imagen 2. Realias con escritura seleccionados



-(Rce 1) Envase (tetrabrik) YOSoy Bebida de ARROZ -(Rce 2) Envase vaso de yogur natural Sandra -(Rce 3) Bolsa comercial de Rockabilly (Burger Bar)

Nota. Elaboración propia

Se parte de una reflexión común a los tres: ¿son idóneos para abordar el conjunto de contenidos o saberes (epistemológicos, nociofuncionales y socioculturales), que afectan al estudio de una lengua? Y, en segundo lugar: ¿puede advertirse su oportunidad para ahondar en el enfoque transversal del proceso de enseñanza-aprendizaje? Se alinea este propósito con el Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA) y los nuevos marcos legislativos españoles (LOMLOE y LOSU), de ahí que se elijan muestras diferentes, cualitativa y cuantitativamente, en cuanto a su aporte y dificultad comunicativa.

Se trata de 3 objetos que el discente es capaz de reconocer y ubicar en su entorno cercano, natural, de vida. Cumplen, además, con el criterio que se precisa para ser identificados como Rce (Suárez-Robaina, 2021), junto a las premisas aquí defendidas de la ecología de aprendizaje. Por supuesto, el mensaje global que aportan es lo suficientemente

provocador para que su visualización y lectura aliente la posterior reflexión crítica, alineada con los intereses de la perspectiva del CDA.

Obedeciendo a la conceptualización del Rce ya indicada, ⁵ integran distintos códigos comunicativos: a las muestras lingüísticas (texto escrito) se une la semiótica de la imagen (Dondis, 1990; Floch, 1993; Flores, 2007), con elementos paratextuales icónicos (alternancia tipográfica y de colores, imágenes...) “que pugnan por completar la compleja narrativa que habita en muchos de estos objetos clave, además, de su funcionalidad publicitaria y mercantil” (Suárez-Robaina, 2021, p. 709).

En el estadio 2, correspondiente a la fase de diagnóstico o análisis de Merrill (2002), se identifican los contenidos relacionados con los valores, sesgos y prejuicios y desde la perspectiva del CDA.

Aunque el Rce 1 (Imagen 3) ofrece oportunidades para abordar todo tipo de contenidos³; para la dimensión que nos interesa se pondrá el foco, siguiendo el sentido de las agujas del reloj, en el frontal (1) y en la espalda (3) del envase.

Imagen 3. Caras del envase (Rce 1)



(1) Cara frontal



(2) Lateral derecho



(3) Espalda



(4) Lateral izquierdo

Nota. Elaboración propia

La imagen frontal ofrece, como elementos en posición más destacada, la denominación e identificación del producto, su marca comercial y una peculiar imagen: ¿un ramo de flores que se confecciona con granos de arroz? La mente vuela al ramo nupcial de las novias que, sumado al tono rosado (rosa y blanco, cromatismo mayoritario del envase),

³ Un análisis más completo y exhaustivo de este Rce específico puede verse en Suárez-Robaina (2021).

parece señalar un previsible perfil destinatario del producto. Persiste aún en el código publicitario la ya pretérita y sesgada distinción rosa/azul.

La referencia a la curiosa imagen del ramo⁴ se reitera en la espalda del envase (3); es justamente donde el aporte textual pone el foco en aspectos de las denominadas dimensión pragmática-discursiva (como las tipologías textuales informativa e instructiva) y sociocultural: la deixis hacia el imaginario “femenino” ahora explicitado: “Tu abuela ya sabía que el arroz siempre sienta bien porque es un cereal muy digestible sin gluten. YOSOYArroz también”.

Es en esta misma cara 3 del envase donde se concentra el segundo color destacado del tetrabrik (el tono rosado), coincidiendo con la apelación directa al consumidor (DI)GESTIÓNATE y con la relación informativa del producto (ingredientes, aspectos nutricionales, advertencias, recomendaciones de salud...).

La imagen de lo femenino se asocia (en el mismo producto), por un lado, a la visión estereotipada de la mujer como cuidadora, vigilante de la salud familiar; por otro lado, late en un contexto informativo que sugiere esta bebida para paliar las dificultades estomacales que son, sin duda alguna, una dolencia o enfermedad feminizada en la publicidad.

Finalmente, se completa esta cara con la presencia de los logos que refuerzan el compromiso “transversal” de este producto (conciencia ecológica en el reciclado, vida saludable...).

Respecto al Rce 2, el interés se centra en la peculiar y contundente manera de expresar las condiciones de vida de las vacas, productoras de la materia prima (la leche fresca), con la que se elabora el producto promocionado (yogur natural Sandra).

La construcción artificiosa de la descripción de la granja (Imagen 4) donde moran las vacas deviene, por su auténtico tono argumentativo, en una alegoría de los *resorts* más privilegiados: no en vano el producto lo tilda de “El parador de las vacas”. Ello es posible, lingüísticamente hablando, gracias a la estratégica elección del modo indicativo y el tiempo presente para los enunciados, otorgándole así el privilegio de parecer verdades absolutas, reforzadas además por el recurso estilístico de la enumeración.

⁴ Ya citábamos en Suárez-Robaina (2021) citando a Cárdenas y Palacios (2017), que no hay, en publicidad, imagen inocente.

¿Cómo no se va a consumir este yogur si las vacas productoras habitan este espacio único, idílico, sin parangón, en condiciones de vida que alejan cualquier duda o reticencia sobre el estado de la explotación ganadera y el posible maltrato a los animales?

El parador se publicita, además, como si de un destino turístico se tratase, de ahí la presencia explícita del territorio (Islas Canarias) en el fragmento en lengua inglesa, que actúa como certero reclamo y la apelación directa (invitación) del final del párrafo.

La hipérbole que lidera todo el párrafo encuentra además su culmen en el polémico *hashtag*, que metamorfosea a las vacas (símil) en señoras “disfrutonas”, fortaleciéndose así la imagen moderna y poderosa del yogur. De nuevo, se infiere a qué perfil de consumidor se dirige el producto, en este caso, a alguien especialmente atraído por esa poderosa fusión de prestigio, calidad y modernidad, no exenta de cierta trivialización con el irónico *hashtag*. Porque a estas alturas de la lectura transversal del envase ya no se está pensando en animales, sino en personas. La perversión del idioma está servida.

El discurso persuasivo de la publicidad se refuerza, finalmente, en ese mismo lado del envase, con la presencia de la segunda lengua ya comentada, y con el propio diseño de la marca (*branding*).

Imagen 4. Fragmento del vaso de yogur (Rce 2)



El Parador de Las Vacas - La alimentación y el bienestar de los animales define la calidad de nuestra leche. El agua que beben está purificada, la nutrición es equilibrada y libre de hormonas y antibióticos. Además, disponen de máquinas de masajes, aspersores para los días de calor y muchas comodidades más. Todo para nuestras #VacasComoSeñoras. **¡Ven a conocerlas!**

Fresh milk yogurt – We make the best yogurt in our own farm. Happy cows born and raised in Canary Islands provide us fresh and delicious milk.

Nota. Elaboración propia

Finalmente, con el Rce 3 se pretendía analizar la fortaleza comunicativa del eslogan pues constituye prácticamente el único elemento descriptivo del objeto, junto a la identificación de la marca del establecimiento (el Burger Bar *Rockabilly*, en Gran Canaria) y el propio y poderoso diseño (*animal print*) imitativo de la piel del tigre. En este Rce el eslogan se convierte (subliminalmente) en la propia promoción del establecimiento, y hasta en cierta categorización del destinatario (consumidor de comida rápida). En la mente de quien porte la bolsa (lectura transversal) podría colocarse, como referente quizá más inmediato, la mítica escena de la comedia musical *El taxi de los*

conflictos (1969), en la que Lola Flores canta y baila, junto a Antonio González (El Pescaílla) su versión del tema musical “Que me coma el tigre”.

Sin duda alguna, el mayor logro de este envase promocional es su enorme creatividad y provocación, apropiándose de un enunciado ya con un valor cultural, del que se parte ahora como auténtica materia prima, y que se transforma con los siguientes elementos intencionales: un “Yo” que explicita la voluntad transgresora y pícaro de quien se ofrece. Se sabe que en español no es prescriptivo (a diferencia de otras lenguas), explicitar el pronombre personal (sujeto) de primera persona; cuando se hace, es por razones enfáticas. Una expresión volitiva contundente, inmediata: “lo que quiero es”. Finalmente, una apelación al destinatario, al tú “consumidor”, en esa “s” añadida al verbo y ya destacada tipográficamente (“comas”). De la referencia musical “Que me coma el tigre” con una intención y significación diferente en el contexto del *film*, se pasa a la connotación metafórica jergal (persona muy activa en las relaciones amorosas): “Yo lo que quiero es que me comas el tigre”.

¿Se focaliza el discurso de este Rce 3 en alentar y alimentar la fantasía sexual de quien consume la comida “rápida”?

Conclusión

En este capítulo se ha propuesto una reflexión y explotación didáctica de materiales emergentes para el estudio lingüístico y literario. Los Rce se revelan como un novedoso material didáctico para articular una reflexión en la que confluyan la perspectiva del Análisis crítico del Discurso y las Ecologías de Aprendizaje. Se destina a profesorado en formación de la especialidad de Lengua castellana y Literatura, ávido no solo de conocer tipologías de materiales que puedan implementar en su próxima práctica docente, sino de involucrarse en enfoques didácticos que tomen en consideración una visión más transversal, incluso holística del proceso de e-a, máxime cuando su objeto de estudio es la propia lengua materna con la que configuran su identidad, como personas y como profesionales de la docencia.

5 La apuesta por la reflexión a partir de la lengua en uso y en contexto que permiten los Rce traza puentes con otras manifestaciones comunicativas del entorno social (no portables): escritura publicitaria (vallas, parque móvil, rótulos...) y la espontánea o reivindicativa: grafitis, mobiliario urbano, puertas de los aseos, pupitres, troncos de los árboles, arena...). Aprender es, también, interactuar con el mundo (Biggs, 2005).

Referencias

- Aguilar-González, L. (2008). Lecturas transversales para formar receptores críticos. *Comunicar*, 31, 27-33.
- Barron, B. (2006). Interest and self-sustained learning as catalysts of development: A learning ecology perspective. *Human Development*, 49(4), 193-224. <http://life-slc.org/docs/barron-self-sustainedlearning.pdf>
- Biggs, JB. (2005). *Calidad del aprendizaje universitario*. Narcea.
- Cárdenas, G. y Palacios, A. (2017). “Quiero sentir tu sabor”. Análisis de un anuncio publicitario de Coca-Cola. *Sincronía. Revista de Filosofía y Letras*, Año XXI, 72. http://sincronia.cucsh.udg.mx/pdf/72/b21_414_433.pdf
- Chouliaraki, L. y Fairclough, N. (1999). *Discourse in Late Modernity*. Edinburgh University Press.
- De Andrés del Campo, S. y de Lima-Maestro, R. (2014). Análisis crítico del discurso publicitario institucional/comercial sobre las personas mayores en España. *Comunicar*, 42, 189-197. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-19>
- Dondis, D. (1990). *Sintaxis de la imagen*. Gustavo Gili.
- Duart, J. M., y Mengual-Andrés, S. (2014). Impacto de la Sociedad del Conocimiento en la universidad y en la comunicación científica. *RELIEVE. Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 20(2), 1-12. <https://doi.org/10.7203/relieve.20.2.4343>
- Estévez, I., Souto-Seijo, A., Sande, O. y González-Sanmamed, M. (2020). Professional teacher learning through self-directed training: A qualitative analysis of learning ecologies. *New Trends in Qualitative Research*, 2, 437-447. <https://doi.org/10.36367/ntqr.2.2020.437-447>
- Floch, J-M. (1993). *Semiótica, marketing y comunicación*. Paidós.
- Flores, R. (2007). De cuerpos, brillos y transparencias. Análisis semiótico de una imagen publicitaria. *Escritos. Revista del Centro de Ciencias del Lenguaje*, 35-36, 07-40.
- Merrill, M. D. (2002). First principles of instruction. *Educational Technology Research and Development*, 50(3), 43-59.

- Peirce, C. S. (1931). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Editado por C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks. Harvard University Press.
- Pellicer-Jordá, M.T. (2017). La publicidad y su responsabilidad social. *Vivat Academia*, 139, 43-51. <https://doi.org/10.15178/va.2017.139.43-51>
- Stecher, A. (2010). El análisis crítico del discurso como herramienta de investigación psicosocial del mundo del trabajo. Discusiones desde América latina. *Universitas Psychologica*, 9(1), 93-107. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy9-1.acdh>
- Suárez-Robaina, J. R. (2020). *Realia* con escritura: motivación y reflexión metalingüística sobre la L1 en la formación del profesorado. *Educação & Formação*, 6(1), e3613. <https://doi.org/10.25053/redufor.v6i1.3613>
- Suárez-Robaina, J. R. (2021). Lengua y agua de arroz. Un estudio de caso sobre los *realia* con escritura y su perspectiva multimodal. En P. Calvo Hernández, V. Manuel Hernández Suárez y J. R. Suárez Robaina (Coords.), *La investigación acompañando a la vida. Estudios en homenaje a Emigdia Repetto Jiménez* (pp. 705-721). ULPGC Ediciones.
- Suárez-Robaina, J. R. (2022a). ¿Es posible aprender lengua con un envase de yogur, una caja de zapatos o una taza? *The conversation*, 20 febrero 2022. <https://theconversation.com/es-posible-aprender-lengua-con-un-envase-de-yogur-una-caja-de-zapatos-o-una-taza-176088>
- Suárez-Robaina, J. R. (2022b). Educar la mirada sobre las “cosas”: la conversión del *realia* con escritura en material didáctico para el aprendizaje lingüístico. En C. M. Travieso González, S. T. Pérez Suárez, J. M. Canino Rodríguez, J. B., Alonso Hernández, A. G. Ravelo García y D. Sánchez Rodríguez (Eds.), *IX Jornadas Iberoamericanas de Innovación Educativa en el ámbito de las TIC y las TAC* (pp. 231-238). ULPGC Ediciones. <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/119612>
- Sudjic, D. (2009). *El lenguaje de las cosas*. Turner.
- Trujillo, F. (2015). *Aprendizaje basado en proyectos. Infantil, Primaria y Secundaria*. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. Subdirección General de Documentación y Publicaciones.
- Van Dijk, T. (2000). El discurso como interacción en la sociedad. En T. Van Dijk (Ed.), *El discurso como interacción social* (pp. 19-66). Gedisa.

- Van Dijk, T. (2000). La multidisciplinariedad del Análisis Crítico del Discurso: un alegato a favor de la diversidad. En R. Wodak y M. Meyer (Eds.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 143-177). Gedisa.
- Wheterell, M. (2001). Debates in Discourse Research. En M. Wheterell, S. Taylor y S. Yates (Eds.), *Discourse Theory and Practice. A reader* (pp. 380-399). Sage.

Sobre los autores

Teresa Fernández-Ulloa

Doctora en Lengua y Lingüística Española por la Universidad de Deusto, Bilbao (1998), con una tesis en Sociolingüística. Es *professor* en el Departamento de Lenguas y Literaturas Modernas de la California State University, Bakersfield, donde trabaja desde 2003. Ha enseñado en la Universidad de Cantabria y en East Carolina University y sus principales áreas de investigación y publicación son el análisis crítico del discurso, la metodología de enseñanza de lengua y literatura, además de la Sociolingüística. Ha impartido cursos de lengua, lingüística, cultura y metodologías de enseñanza de la lengua, con énfasis en la interculturalidad. Entre sus publicaciones, destacan las recientes: *Cultura e interculturalidad en las clases de lengua y literatura española e hispanoamericana: materiales y reflexiones* (Peter Lang, 2024, con M. Soler Gallo); *El discurso como herramienta de control social y Cine, literatura y otras artes al servicio de las ideologías* (Peter Lang, 2023, con J. de Santiago-Guervós y M. Soler Gallo); *Mujeres y memorias: escritura y testimonio sobre la España del siglo XX* (Liceus, 2023, con M. Soler Gallo); *La identidad en el mundo hispano: igualdades y desigualdades en los siglos XIX, XX y XXI a través de diversos textos* (Academia del Hispanismo, 2019). Algunos de sus artículos y capítulos recientes son “Improving Spanish Reading and writing skills in a content and language integrated learning (CLIL) class. Outcomes and strategies”; “La desigualdad laboral entre hombres y mujeres en una clase de literatura de educación secundaria. Trabajando el ODS5 y la competencia global con un texto de Concha Linares Becerra”; “La imagen en la clase universitaria de ELE: rutinas de pensamiento visible y atlas Mnemosyne para reflexionar sobre los estereotipos acerca de la mujer hispana”.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5146-4516>

Academia: <https://csub.academia.edu/TeresaFern%C3%A1ndezUlloa>

Google Académico: <https://scholar.google.es/citations?user=0bgL6SkAAAAJ&hl=es>

Carlos Enrique Ahuactzin Martínez

Doctor en Letras por la Universidad Nacional Autónoma de México, maestro en Literatura Mexicana y licenciado en Lingüística y Literatura Hispánica por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Profesor-investigador del Centro de Estudios en Comunicación Política

del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico BUAP. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores CONAHCyT, Nivel 2, y del Cuerpo Académico "Comunicación Política y Ciudadanía en la Transición Democrática". Integrante de la International Association for Discourse Studies (DiscourseNet) y de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE). Su área de investigación y trabajo focaliza el análisis del discurso en la política, la sociedad y la cultura, el estudio de los actores políticos en las instituciones democráticas, la comunicación política y la ciudadanía, así como las redes sociales y sus procesos de significación. Entre sus libros coordinados más recientes se encuentran: Comunicación política y elecciones 2021. Retórica, discurso y confrontación (Tirant lo Blanch, 2023), Comunicación e instituciones (La Biblioteca, 2022), Comunicación digital responsable en ambientes virtuales y medios de comunicación (Tirant lo Blanch, 2022), Elecciones México 2018. Entre la comunicación y la polarización (Montiel y Soriano-CLACSO, 2019). También ha publicado como autor los volúmenes: Discurso, religión y poesía (Montiel y Soriano-CLACSO, 2022), y Poesía, discurso y comunicación (Tirant lo Blanch, 2021). Y es coautor de Alguien tiene que ceder. Interacción partidista y conformación de alianzas electorales de nivel subnacional en México (IEEPC Nuevo León, 2024).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4331-327X>

Academia: <https://buap.academia.edu/CarlosEnriqueAhuactzinMart%C3%ADnez>

Google Académico: <https://scholar.google.es/citations?user=7buYD3AAAAAJ&hl=es>

Research Gate: <https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Enrique-Martinez>

Maria Ayete Gil

Doctora en Literatura Española por la Universidad de Salamanca (España). Obtuvo un Master of Arts in Spanish en la University of Wisconsin-Milwaukee (EE. UU.) y otro en Estudios Literarios en la Universidad Complutense de Madrid (España). Es, además, licenciada en Filología Hispánica por la Universidad de Salamanca (España). Ha desempeñado funciones de docente en la Universidad de Salamanca (Teoría de la Literatura), la UNIR (Máster en Escritura Creativa), la Universidad de Burgos (Literatura Hispanoamericana), la Universitat Jaume I (Grado en Traducción e Interpretación) y la University of Wisconsin-Milwaukee. En la actualidad es contratada posdoctoral Juan de la Cierva en la Universidad de Alcalá. Ha

publicado, entre múltiples artículos y capítulos de libro, el ensayo *Ideología, poder y cuerpo. La novela política contemporánea* (Bellaterra edicions, 2023).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6638-3281>

Academia: <https://uclep.academia.edu/MariaAyeteGil>

Research Gate: <https://www.researchgate.net/profile/Maria-Ayete-2>

Celia Berná Sicilia

Doctora en Filología Hispánica (2010) y licenciada en Filología Hispánica (2002) y Periodismo (2004) por la Universidad de Murcia. Su formación se completó en diversos centros en los que transcurrió su actividad como investigadora predoctoral: *La Sorbonne* Paris IV (Francia) en 2006, *Romanisches Seminar* de la Universidad de Zúrich (Suiza) en 2007 y en el *Institut für Angewandte Linguistik und Translatologie* de la Universidad de Leipzig (Alemania). Sus ámbitos de interés investigador se centran, además de en el estudio de la incidencia que las interacciones entre léxico, sintaxis, semántica y pragmática pueden tener el desarrollo de la competencia comunicativa, en el análisis de los factores que influyen en la comunicación en distintos tipos de discurso y, especialmente, en el periodístico y el político, así como en la retórica. De entre sus trabajos más recientes sobresalen la monografía *La persuasión periodística. Retórica del artículo de opinión*, publicado en la editorial UOC (19 en el ranking SPI de Comunicación). Además, también ha publicado estudios sobre análisis del discurso y relaciones entre léxico, sintaxis y semántica. Actualmente es profesora ayudante doctora en la Universidad de Murcia en las titulaciones de Grado en Lengua y Literatura españolas y Grado en Filología Clásica, así como en el Máster de Formación del profesorado, en la asignatura de Lengua española.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5240-3978>

Academia: <https://ucam.academia.edu/CeliaBem%C3%A1Sicilia>

Research Gate: <https://www.researchgate.net/profile/Celia-Sicilia>

Carlos Arturo Caballero Medina

Magíster en Literatura Hispanoamericana por Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y Licenciado en Literatura y Lingüística por la Universidad Nacional de San Agustín. Es profesor en la Escuela Profesional de Literatura y Lingüística y de las maestrías de

Análisis de Discurso y Lingüística del Texto en la Universidad Nacional de San Agustín. Miembro de la Red Interdisciplinaria de Estudios Latinoamericanos - Perú XIX (RIEL-PUCP) y del Proyecto TransArch: Proyecto archivos en transición: Memorias colectivas y usos subalternos. Sus investigaciones se dirigen hacia la teoría literaria latinoamericana, la narrativa peruana y latinoamericana contemporánea y el análisis del discurso. Ha publicado *Teoría de la novela y pensamiento político de Mario Vargas Llosa* (2013), *La mirada virtual. Cultura y política desde la blogósfera* (2016) y *Contrateorías. Estudios de crítica literaria* (2017) y el poemario *Almendra* (2022). Ha coeditado con Juan Yufra *Teorías y discursos sobre la cultura, el lenguaje y la memoria* (2021).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5420-7117>

ID Scopus: [57471721200](https://orcid.org/0000-0002-5420-7117)

Google Académico: <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=OL66uH4AAAAJ>

Guillermo Carrera García

Doctor en Ciencias del Lenguaje por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México). Obtuvo la maestría en Ciencias del lenguaje y la licenciatura de Lingüística y Literatura Hispánica en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Se ha desempeñado como Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP y actualmente es Secretario Académico de la misma Unidad Académica. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII), Nivel 1, Miembro del Padrón de Investigadores de la BUAP y Miembro del Padrón de Investigadores del Proyecto Delfin. Ha publicado los libros *Crítica portátil, la estructura ausente en Doctor Pasavento* (una aproximación narratológica), Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades (2013), *La vida de los otros (el funcionamiento de los relatos posmodernos)*, Epyca Editorial (2020), *Comunicación para el cambio social, cultural y político*, Ediciones La Biblioteca (2021), así como diversos artículos y capítulos de libro en publicaciones nacionales e internacionales.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4099-9704>

Claudia Colinas Cal y Mayor

Doctoranda en Ciencias de Gobierno y Política por el Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México), donde también obtuvo la maestría en Opinión Pública y Marketing Político. Maestra en Marketing en Dirección y Marketing Internacional y licenciada en Comunicación por la Universidad Iberoamericana Puebla (México). Se ha desarrollado en el área de investigación de los estudios del análisis del discurso, la participación política de las mujeres, la imagen pública, así como estudios de los efectos electores de los partidos políticos y las coaliciones electores. Ha publicado el libro “Video promocional del promoss economía solidaria: Productores rurales mexicanos” (2012); el capítulo de libro: “Construcción del Ethos de las candidatas a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México 2018” (2023); los artículos “Ethos y discurso político. Debates electorales de las candidatas a la jefatura de gobierno de la Ciudad de México 2018” (2021) y “Perfiles y resultados de Va por México en las elecciones de gobernadores” (2022).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7795-6391>

Carlota Coronado Ruiz

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (2007) y licenciada en Comunicación Audiovisual (1996-2001). Es profesora titular de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Dirige desde 2013 el grupo de investigación memoria y medios de comunicación. Sus líneas de investigación se han articulado en torno al estudio de las representaciones sociales –de género, de identidades, de historia y memoria histórica–, desde un punto de vista interdisciplinar, y centrado en los medios audiovisuales (cine, fotografía y televisión). Es autora del libro *La imagen de la mujer italiana en los noticiarios Luce (1928-1943)*, Madrid, 2009; y co-autora del libro *La mirada televisiva. Ficción y representación histórica en España*, Madrid, 2009.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6997-0206>

ID' Scopus: [36115172100](https://orcid.org/0000-0001-6997-0206)

Google Académico: <https://scholar.google.com/citations?user=Ce-xiFsAAAAJ&hl=es>

Research Gate: <https://www.researchgate.net/profile/Carlota-Coronado-Ruiz>

Sonia Madrid Cánovas

Doctora por la Universidad de Murcia (España), máster en Science de la vie et la santé. Mención Fisiología celular integrada y fisiopatología, especialidad Neuropsicología por la Universidad Toulouse III - Paul Sabatier (Francia) y licenciada en Filosofía y Letras por la Universidad de Murcia. Catedrática de Lingüística General en la Universidad de Murcia imparte docencia en grado, máster y doctorado en el ámbito de la Lingüística Aplicada y actualmente es vicerrectora de Estudios en dicha institución. Su área de investigación actual es el análisis del discurso político y el impacto de las redes sociales en la comunicación política. Sobre esta temática ha publicado diversos capítulos de libro “El discurso referido en la comunicación gubernamental. El uso institucional de Twitter (X) en España y Francia”, 2022; “Densidad inferencial en la prensa: análisis de un corpus sobre la ultraderecha española”, 2021, y artículos como “Análisis del personalismo en el discurso político en redes: el perfil de Macron en Instagram”, *CLAC*, 2023; “Hablar claro. Disfemismos en la prensa española de cobertura ultraderechista”, *Pensamiento al margen*, 2022.

ORCID: <https://orcid.org.0000-0002-5948-5335>

Claudio Moyano Arellano

Graduado en Español: Lengua y Literatura (2016), por la Universidad de Valladolid, con Premio Extraordinario, Máster en Literatura española e hispanoamericana, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada por la Universidad de Salamanca (2017), Máster en Formación del Profesorado, en la especialidad de Lengua castellana y Literatura, por la UNED (2018), donde también ha cursado estudios del Grado de Filosofía. Asimismo, es Doctor Internacional, con Premio Extraordinario, en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada (2023) por la Universidad de Valladolid. Para el desempeño de esta Tesis, obtuvo un contrato predoctoral FPU durante los años 2017-2022. Actualmente, es profesor en la Universidad Isabel I (Burgos). En relación con su investigación, se ha centrado en la relación entre la literatura y la política. Ha publicado más de 20 trabajos, entre artículos, capítulos de libro, artículos de divulgación y reseñas, en revistas y editoriales indexadas. Ha participado en más de 30 congresos nacionales e internacionales, jornadas y seminarios. Es el coordinador principal de varios libros, como *Literatura y política: políticas de la literatura* (2020, Ediciones Universidad de Valladolid) y *Háblame, Musa, de la mujer de gran ingenio:*

trayectoria vital y literaria de Almudena Grandes (2023, Universidad de Valladolid / Cátedra Miguel Delibes).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6581-0237>

Academia: <https://uva-es.academia.edu/ClaudioMoyanoArellano>

Perla Marina Palacios Diaz

Doctora en Sociología por el Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades “Alfonso Vález Pliego” de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México). Obtuvo la maestría en Desarrollo Económico y Cooperación Internacional en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Es Licenciada en Relaciones Internacionales con Doble Título del Bachelor of Science in Business Administration por Walden University (EE. UU) y la Universidad del Valle de México. En la actualidad es Investigadora Postdoctoral en el Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, ICGDE de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Asimismo, es profesora de Tiempo Parcial en la Universidad Autónoma de Tlaxcala, UATX. Sus principales líneas de investigación son Desarrollo, Buen Vivir, Desarrollo Sostenible, Agenda 2030, Análisis del Discurso Político.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-1215-3234>

Academia: <https://independent.academia.edu/DraPerlaMarinaPalaciosDiazCICA>

Google Académico: <https://scholar.google.com/citations?user=pF-RZAIAAAAJ&hl=es>

Margarita Robles-Gómez

Doctora en Lengua Española por la Universidad de Salamanca (España). Ha realizado varios másteres en áreas como la enseñanza del español como lengua extranjera, programas bilingües, protocolo social y corporativo, seguridad y defensa y sobre la Unión Europea. Obtuvo la licenciatura en Filología Inglesa por la Universidad de Salamanca. Sus principales líneas de investigación se centran en la metodología de idiomas, enseñanza de lenguas con fines específicos, análisis del discurso diplomático, cortesía, comunicación intercultural, sociolingüística, etc. Ha ejercido como profesora en universidades tanto a nivel nacional como internacional. Actualmente, trabaja como profesora ayudante doctor en el área de Didáctica de la lengua y la literatura (extranjera) en la Facultad de Educación (Palencia) en la Universidad de Valladolid. Algunas de sus publicaciones más destacadas relacionadas con

el ámbito diplomático son: “Construyendo metáforas en el discurso diplomático: propuesta de actividades para un curso de español de la diplomacia”, en H. García-Cervigón (ed.), *Discurso y comunicación. Nuevas fronteras del discurso*, 2024; junto a C. Sanz ha publicado “La interculturalidad en un curso piloto de Español para profesionales de las relaciones internacionales y la diplomacia. Un caso real”, en T. Fernández-Ulloa y M. Soler Gallo, (eds.), *El español como primera y segunda lengua: didáctica de la cultura y reflexiones de aula*, 2024; “Cortesía e imagen como herramientas de persuasión en la comunicación diplomática”, en J. de Santiago-Guervós, T. Fernández-Ulloa y M. Soler Gallo (eds.), *El discurso como herramienta social*, 2023.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6255-5595>

Academia: <https://feys.academia.edu/MARGARITAROBLESG%C3%93MEZ>

Google Académico: <https://scholar.google.com/citations?user=JmODGVMAAAAJ&hl=es>

Research Gate: <https://www.researchgate.net/profile/Margarita-Robles-Gomez>

Juana Rosa Suárez-Robaina

Docente e investigadora en la Facultad de Ciencias de la Educación (FCEDU) de la ULPGC. Doctora en Filología Española (ULPGC,1999) previa licenciatura en Filología Hispánica (UNED,1988). Titular en excedencia voluntaria de Enseñanza Secundaria. Premio regional de investigación Viera y Clavijo (2000) con una monografía sobre el personaje literario femenino en el corpus romancístico. Con formación especializada en Didáctica del Español para extranjeros (2 Másteres) y *Experto en Docencia universitaria*. Sus líneas de investigación abarcan tres grandes intereses: uso de materiales didácticos, recursos y escenarios educativos y su vínculo con la variable motivacional; Hermenéutica, Educación literaria y Metaliteratura (en Textos cultos y populares); Didáctica del Español, su cultura y literatura, en contextos escolares interculturales. Es miembro del Instituto Universitario de Análisis y Aplicaciones Textuales (IATEX), del Grupo de Innovación Educativa o GIE 07 y del Programa *DELLCOS* de la Escuela de Doctorado de la ULPGC. Algunas de sus últimas publicaciones: “Prácticas literarias digitales: retos, reflexiones experienciales y matriz de verificación” (2023), “La música se hace relato: interacciones creativas para escribir (hoy) mejor y leer más (mañana)” (2023), *Palabra escrita y Aprendizaje-Servicio. Guía didáctica de la antología “Yo soy tú. Cuentos para reconocernos”* (2023). Coordinadora de la

Especialidad de Lengua castellana y Literatura del Máster de Formación del Profesorado.

Dirige desde finales del 2014 la revista científica de la ULPGC *El Guiniguada*.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5391-7344>

ID'Scopus: [58154571100](https://orcid.org/0000-0002-5391-7344)

Academia: <https://ulpgc.academia.edu/JuanaRosaSu%C3%A1rezRobaina>

Research Gate: <https://www.researchgate.net/profile/Juana-Rosa-Suarez-Robaina-2>

José Fernando Treviño Martínez

Doctor en Ciencias de Gobierno y Política, maestro en Opinión Pública y Marketing Político por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México). Licenciado en Ingeniería Electrónica en la Universidad Iberoamericana Puebla. Investigador asociado al Centro de Estudios en Comunicación Política del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, donde también se ha desempeñado como Coordinador de Educación Continua y Consultoría. Sus principales líneas de investigación versan sobre temas como la participación ciudadana, confianza política, estudios cuantitativos, entre otras. Ha publicado los siguientes productos académicos “Consumo mediático y confianza de ciudadanos mexicanos ante la dicotomía de la movilidad igualadora de oportunidades en tiempos COVID-19” (Tirant, 2021); Confianza política ciudadana y consumo de medios en México. Una aproximación a sus determinantes en el sistema democrático (La Biblioteca, 2022); Influencia de los medios de comunicación en la conformación de la confianza política de los ciudadanos durante las campañas electorales (Universidad Autónoma de Zacatecas, 2023).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0562-9783>

Academia: <https://uanl.academia.edu/FernandoTrevi%C3%B1o>

Google Académico: <https://scholar.google.com/citations?user=GMA-b88AAAAJ&hl=es>

Research Gate: https://www.researchgate.net/profile/Jose_Fernando_Trevino_Martinez

Discurso, ideología y cultura El lenguaje como acción social y política

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

ÍNDICE DE SIMILITUD

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorioinstitucional.buap.mx Internet	3580 palabras — 7%
2	hdl.handle.net Internet	623 palabras — 1%
3	blog.pucp.edu.pe Internet	579 palabras — 1%
4	maestriainap.diputados.gob.mx Internet	342 palabras — 1%
5	accedacris.ulpgc.es Internet	188 palabras — < 1%
6	ricaxcan.uaz.edu.mx Internet	176 palabras — < 1%
7	recyt.fecyt.es Internet	142 palabras — < 1%
8	digitum.um.es Internet	94 palabras — < 1%
9	docslib.org Internet	76 palabras — < 1%

10	docplayer.es Internet	67 palabras — < 1%
11	www.chubut.edu.ar Internet	62 palabras — < 1%
12	www4.ujaen.es Internet	51 palabras — < 1%
13	www.slideshare.net Internet	35 palabras — < 1%
14	feae.eu Internet	32 palabras — < 1%
15	www.researchgate.net Internet	29 palabras — < 1%
16	www.scielo.org.co Internet	27 palabras — < 1%
17	dokumen.pub Internet	25 palabras — < 1%
18	www.crapsforyou.com Internet	25 palabras — < 1%
19	plaka-logika.blogspot.com Internet	24 palabras — < 1%
20	www.aaretorica.org Internet	24 palabras — < 1%
21	bdigital.unal.edu.co Internet	22 palabras — < 1%

22	Internet	22 palabras — < 1%
23	sedici.unlp.edu.ar Internet	20 palabras — < 1%
24	www.cervantesvirtual.com Internet	20 palabras — < 1%
25	www.revistas.usb.edu.co Internet	20 palabras — < 1%
26	www.itcr.ac.cr Internet	19 palabras — < 1%
27	revistavegueta.ulpgc.es Internet	18 palabras — < 1%
28	theconversation.com Internet	18 palabras — < 1%
29	www.facpoliticas.uanl.mx Internet	18 palabras — < 1%
30	www.superprof.es Internet	15 palabras — < 1%
31	revistainclusiones.org Internet	14 palabras — < 1%
32	www.coursehero.com Internet	14 palabras — < 1%
33	public.digitaliapublishing.com Internet	13 palabras — < 1%
34	repositorio.ucv.edu.pe	

13 palabras — < 1%

35 es.wikipedia.org
Internet

12 palabras — < 1%

36 issuu.com
Internet

12 palabras — < 1%

37 leaporfavor.blogspot.com
Internet

12 palabras — < 1%

38 www.aacademica.org
Internet

12 palabras — < 1%

39 www.dissoc.org
Internet

12 palabras — < 1%

40 www.parlamento-navarra.es
Internet

12 palabras — < 1%

41 www.scribd.com
Internet

12 palabras — < 1%

EXCLUIR CITAS

ACTIVADO

EXCLUIR FUENTES

DESACTIVADO

EXCLUIR BIBLIOGRAFÍA

ACTIVADO

EXCLUIR COINCIDENCIAS < 12 PALABRAS