



VERBA **M** HISPANICA

MANIPULACIÓN, PERSUASIÓN Y
DISCURSO

Ljubljana, 2022

VERBA HISPANICA XXX

Manipulación, persuasión y discurso

Anuario de la Sección de Estudios Hispánicos
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Ljubljana, Eslovenia

Editado por / Založila: Editorial de la Universidad de Ljubljana / Založba Univerze v Ljubljani

Para la editorial / Za založbo: Gregor Majdič, rector de la Universidad de Ljubljana / Gregor Majdič, rektor Univerze v Ljubljani

Publicado por / Izdala: Editorial Científica de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Ljubljana / Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani

Para la publicación / Za izdajatelja: Mojca Schlamberger Brezar, decana de la Facultad de Filosofía y Letras / Mojca Schlamberger Brezar, dekanja Filozofske fakultete

Directoras / Glavni in odgovorni urednici: Branka Kalenič Ramšak, Jasmina Markič

Este número XXX editado por / To številko XXX uredila: Reyes Llopis-García y / in Alejandro Rodríguez Díaz del Real

Consejo de redacción / Uredniški odbor: Ignac Fock, Marija Uršula Geršak, Mojca Medvedšek, Blažka Müller, Barbara Pihler Ciglič, Alejandro Rodríguez Díaz del Real, Gemma Santiago Alonso, Maja Šabec, Marjana Šifrar Kalan, Andreja Trenc, Vita Veselko

Consejo de redacción internacional / Mednarodni uredniški odbor: Tomás Albaladejo (Universidad Autónoma de Madrid), Clara Nunes Correia (Universidade Nova de Lisboa), Elena de Miguel (Universidad Autónoma de Madrid), Matías Escalera Cordero (Alcalá de Henares), Humberto Hernández (Universidad de La Laguna), Adriana Mancini (Universidad de Buenos Aires), Antonio Pamies Bertrán (Universidad de Granada), Andjelka Pejović (Universidad de Belgrado), Alfredo Saldaña (Universidad de Zaragoza), Jasna Stojanović (Universidad de Belgrado)

Consejo científico de este número / Znanstveni svet te številke: Carmen Aguilera-Carnerero (Universidad de Granada), Manuel Alcántara Pla (Universidad Autónoma de Madrid), Inés de la Villa Vecilla (Universidad Complutense, Madrid), Laura Filardo Llamas (Universidad de Valladolid), Marija Uršula Geršak (Universidad de Ljubljana), Ilinca Ilian (Universidad de Timisoara), Branka Kalenič-Ramšak (Universidad de Ljubljana), Reyes Llopis-García (Universidad de Columbia, Nueva York), Ana Mancera Rueda (Universidad de Sevilla), Jasmina Markič (Universidad de Ljubljana), María del Carmen Méndez Santos (Universidad de Alicante), Javier Muñoz-Basols (Universidad de Oxford), Miriam Palma Ceballos (Universidad de Sevilla), Barbara Pihler Ciglič (Universidad de Ljubljana), Alejandro Rodríguez Díaz del Real (Universidad de Ljubljana), Iván Rodríguez Pascual (Universidad de Huelva), Manuela Romano (Universidad Autónoma de Madrid), Gemma María Santiago Alonso (Universidad de Ljubljana), Mirjana Sekulić (Universidad de Kragujevac), Vita Veselko (Universidad de Ljubljana)

Secretaria de la redacción / Tajnica uredništva: Marjeta Prelesnik Drozg

Concepto de diseño / Oblikovna zasnova: Lavoslava Benčič

Composición / Postavitev: Irena Hvala

Tipografía / Tipografija: Espinosa Nova, Myriad Pro

Revisión lingüística / Jezikovni pregled: Rok Janežič, Jason Blake, Joseph Tackes

Impreso por / Tisk: Birografika Bori d. o. o., Ljubljana

Tirada / Naklada: 150

ISSN 0353-9660

Precio / Cena: 10 EUR

Dirección / Naslov uredništva:

Katedre za španski jezik, špansko in hispanoameriško književnost in didaktiko španskega jezika

Oddelek za romanske jezike in književnosti

Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani

Aškerčeva 2, SI-1000 Ljubljana, Slovenija

Teléfono / Telefon: +386 1 241 1456

E-mail: verba.hispanica@ff.uni-lj.si

<https://journals.uni-lj.si/VerbaHispanica>



Esta obra está bajo licencia de Creative Commons Reconocimiento-Compartir igual 4.0 Internacional. / To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons Priznanje avtorstva-Deljenje pod enakimi pogoji 4.0 Mednarodna licenca.

Número patrocinado por el Departamento de Lenguas y Literaturas Romances, la Agencia de Investigación de la República de Eslovenia y la Embajada de España en Ljubljana. / Revija izhaja s finančno podporo Oddelka za romanske jezike in književnosti, Javne agencije za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije in Španskega veleposlaništva v Ljubljani.

Índice

Reyes Llopis-García y Alejandro Rodríguez Díaz del Real
 Manipulación, persuasión y discurso 7

ARTÍCULOS

Carolina Arrieta-Castillo
 Vox y la prensa conservadora: Análisis de categorías narrativas en las coberturas de las elecciones de Andalucía 2018 y Castilla y León 2022 11

Jorge Canals Piñas
 La mirada sesgada de un periodista neutral: Juan Pujol en el frente austro-italiano (1915) 37

Ricardo Connett
 La construcción de la identidad de Vox en el discurso de Santiago Abascal. 53

Teresa Fernández Lorences y Vita Veselko
 Una forma de oscurecer la información: sujetos no agentes en posición temática 73

Alba Macías Couso
 Técnicas de manipulación en la propaganda negacionista durante la Covid-19: un acercamiento desde el análisis del discurso mediado por ordenador 101

María Amparo Montaner Montava
 Técnica interdisciplinar para analizar la construcción y perpetuación de los mitos contra la mujer en las portadas de la prensa femenina 123

Ana Pano Alamán
 La *libertad* en el discurso político español en Twitter 149

María Isabel Rodríguez Ponce
 TERF: ¿Insulto o meme? El sesgo ideológico en el análisis crítico del discurso . . . 173

Verónica Viera Izeta
 Lenguaje inclusivo en las aulas uruguayas: un abordaje glotopolítico al debate . . 195

RESEÑAS

Clara Isabel Serrano (2017)

Arte de falar e arte de estar calado. Augusto de Castro. Jornalismo e diplomacia
Coimbra: Coimbra University Press 215

Javier Muñoz-Basols y Yolanda Pérez Sinusía

Técnicas de escritura en español y géneros textuales / Developing Writing Skills in
Spanish (Segunda edición, 2022) 217

Rafael Chirbes

Diarios. A ratos perdidos 1 y 2, prólogos de Marta Sanz y de Fernando Valls,
Barcelona, Ed. Anagrama (Narrativas Hispánicas, 679), 2021
Diarios. A ratos perdidos 3 y 4, Barcelona, Ed. Anagrama
(Narrativas Hispánicas, 701), 2022 221

Manipulación, persuasión y discurso



Verba Hispanica cumple treinta ediciones. En 1992 esta revista o, según rezaba su segunda página, el *Anuario del Departamento de la Lengua y Literatura Españolas de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Ljubljana*, estaba dirigida por el profesor Mitja Skubic, su secretario era Matías Escalera Cordero y el comité de redacción estaba compuesto por Branka Kalenić Ramšak, Jasmina Markič, Juan Octavio Prenz, Nubia Zrimec y Maja Turnher, mientras que el diseño de la portada, que se mantuvo prácticamente idéntico durante dos décadas, corría a cargo de Franco Juri.

El mundo y su comunidad hispanófona e hispanófila, tanto en Europa como en Iberoamérica, han cambiado vertiginosamente desde aquellos primeros pasos. Los Estudios Hispánicos, que a principios de los años noventa experimentaban un impulso decisivo en Eslovenia de la mano de un equipo de profesores y profesoras entusiastas, también han evolucionado, pero treinta promociones de estudiantes e hispanistas sienten y sentimos un profundo y sincero agradecimiento a la dedicación abnegada de aquel equipo fundador. El presente número XXX quiere ser también un homenaje a aquellos primeros esfuerzos para apuntalar la Filología Hispánica en la Universidad de Ljubljana, de la mano del querido y ya legendario prof. Skubic en 1981. Muy pronto estaremos celebrando el medio de siglo en la Universidad, con una sección que se enriquece además con la inauguración oficial en octubre de 2022 de los Estudios de Lengua y Literatura Portuguesas, que amplían y otorgan mayor definición a los estudios culturales peninsulares e iberoamericanos.

Esta trigésima edición, cuya orientación temática propuesta y anunciada en febrero pasado gira en torno a la *Manipulación, Persuasión y Discurso*, trae a colación la manipulación lingüística desde muy variadas perspectivas: la sociológica, bien política o mediática, que es la que mayor eco ha tenido por parte de las contribuciones, la léxica, la del análisis del discurso, la pragmática, la multimodal, y también la metafórica, cubriendo todas ellas aspectos y consideraciones histórico-culturales. Junto al análisis del discurso de la prensa tienen fuerte presencia, como no podía ser de otra manera en nuestro actual universo digitalizado, las redes sociales. Igualmente, y sin que haya mediado acción alguna por parte de quienes firmamos esta introducción, dos temas

sobresalen en el contenido de los artículos aquí incluidos: discurso político, especialmente el comúnmente denominado conservador, y reacciones (a menudo violentas) ante el feminismo. Los artículos aquí compilados contribuyen a darnos una visión crítica e informada de las narrativas sociales que imperan y proliferan tanto en la prensa que leemos, como en los medios de comunicación y agentes discursivos que elegimos (o no) seguir. Es la intención de este volumen ofrecer a los lectores perspectivas de pensamiento desde el análisis del discurso en temas como la política, el feminismo, los nacionalismos o la inclusividad.

En el apartado de discursos sociales y políticos sobresalen a su vez dos temáticas. En primer lugar, la irrupción del partido Vox en 2013 en España, con representación en el sistema bicameral de la democracia española desde 2019, y cuyas características discursivas son estudiadas en el primer y tercer artículo desde ángulos diferentes. Carolina Arrieta-Castillo lo hace desde una perspectiva comparativa regional, pues estudia las diferencias de eco mediático del mismo partido tanto en el marco de las elecciones autonómicas de Andalucía en 2018, como en el de las elecciones en Castilla y León cuatro años después. Su conclusión es caracterizar a Vox más como una voz de oposición y denuncia que de propuestas reales de acción política. El punto de partida del otro artículo, firmado por Ricardo Connett, es el del análisis discursivo identitario a partir de un corpus oral del líder nacional de Vox, Santiago Abascal. Las conclusiones aquí confirman la adscripción del líder político al discurso populista de derechas.

Jorge Canals Piñas, que ya co-inaugurara aquel memorable primer número de la revista a principios de los noventa con el estimulante artículo «*El coloquio de los perros* a la luz de la *Poética* del Pinciano», nos regala esta vez una interesante contribución sobre la Primera Guerra Mundial y el caso específico de un corresponsal del diario ABC de Madrid, Juan Pujol, que informó desde las filas del frente durante buena parte del año 1915 y dejó patente su apoyo a las Potencias Centrales a través de sus discursos periodísticos. Canals estudió, a partir de un nutrido corpus de artículos, las vivaces representaciones metafóricas de las que Pujol se servía para persuadir acerca de la superioridad austrohúngara en la *Gran Guerra*.

En otro frente discursivo más actual, Alba Macías Couso propone reflexionar sobre el fenómeno del negacionismo durante la reciente pandemia de Covid-19, partiendo de la crucial relación de manipulación que se establece entre mensaje e imagen en medios multimodales, y demostrando que las estrategias

de dicha manipulación son análogas a las que se establecen tanto en la publicidad como en el discurso político. El análisis se centra en la emocionalidad y las consecuentes reacciones sociales que generan en el público meta sentimientos como el temor y la incertidumbre.

Tan de rabiosa actualidad como las narrativas negacionistas son hoy día los canales de comunicación por los que esas narrativas circulan, y no podíamos ignorar el papel fundamental que juegan las redes sociales para su difusión. Ana Pano Alamán se focaliza en una de ellas, Twitter, estudiando de manera detallada y exhaustiva el uso y el abuso del concepto de *libertad* en diferentes líderes de formaciones políticas españolas. Especial atención desde este artículo merece el discurso de Vox y su uso de *libertad* como elemento de polarización y de la construcción del *otro* frente al *nosotros*.

Otro de los temas sociales de gran impacto y vigencia que se reflejan en este número de *Verba Hispanica* es la defensa de los derechos de las mujeres y su presencia explícita en narrativas sociales, por ejemplo frente a los ciberataques. Tal es el caso del artículo «*Terf*, ¿Insulto o meme? El sesgo ideológico en el análisis crítico del discurso», de María Isabel Rodríguez Ponce, quien denuncia la falta de atención de las instituciones sociales y políticas en España acerca de los discursos de odio sexista, *gendertrolling* y ciber-antifeminismo que el propio término *TERF* (siglas de *trans-exclusionary radical feminist*) condensa y cuya agresividad rampante en redes sociales queda patente a través de una minuciosa revisión del estado de la cuestión en el análisis crítico del discurso.

Dentro del mismo campo de análisis de discurso relacionado con el feminismo, María Amparo Montaner Montava nos invita a observar la evolución o falta de ella de algunos mitos misóginos a través de las portadas de las publicaciones dirigidas al público femenino. De nuevo la imagen se yergue aquí como elemento de manipulación de los mensajes subliminales (y no tan subliminales) en el proceso persuasivo de domesticación de la mujer en torno a un modelo concreto e intachable de comportamiento y categorización social.

En un viraje suave desde el feminismo, y desde Uruguay, Verónica Viera Izeta nos informa sobre los aspectos y conflictos, actualísimos en todo el mundo occidental, del lenguaje inclusivo en las aulas escolares uruguayas. Su análisis supone un pormenorizado estudio sobre cómo las élites simbólicas, de alto nivel socioeconómico e ideología conservadora, operan para influir en la opinión y el debate público mediante concepciones ideológicas determinadas de carácter nacionalista y esencialista. El objetivo: la perpetuación del lenguaje

no inclusivo y la consecuente invisibilización del colectivo femenino en discursos institucionales.

Taresa Fernández Lorences, desde Oviedo, y Vita Veselko, desde nuestra Universidad de Ljubljana, nos informan en su artículo «Una forma de oscurecer la información: sujetos no agentes en posición temática» sobre un sutil procedimiento de manipulación mediática en la prensa: el de eliminar o invisibilizar la responsabilidad de ciertos agentes sociales (gobiernos, instituciones, etc.) en los titulares de periódico mediante la colocación de sujetos no agentivos en posición de tema para difuminar o directamente hacer desaparecer a los responsables directos de problemas sociales que preocupan a todos. Se trata de un mecanismo tan aceptado y asumido en el discurso mediático que gracias a esta contribución podemos reflexionar sobre lo intrínseco o inevitable de cualquier manipulación, atendiendo siempre a todo lo que *no* se dice.

Esperamos que este volumen concite el interés de sus lectores y muestre un panorama tan rico y variado como para estimular la reflexión sobre un asunto complejo y escurridizo a veces, pero también apasionante y omnipresente en su vertiente más profunda y filosófica, como es el fenómeno al que se dedica este número especial de *Verba Hispanica*, y que no es otro que el de la manipulación y de la persuasión en los discursos orales, impresos y digitales que nos rodean. Lo contrario de decir algo podría no ser solo no decir nada, sino decirlo de otra manera, generándose así posibilidades infinitas de acometer y verbalizar un concepto, una escena o toda una narrativa social, según la óptica de quien controla la difusión del mensaje. La finitud del discurso real, sin embargo, lo circunscribe a una materialización concreta (retórica, redes sociales, memes, prensa impresa o digital) y no a una inefable e ilimitada potencialidad o pluralidad. Nos guste o no, somos quienes leemos, a quienes escuchamos o a quienes elegimos creer.

Reyes Llopis-García y Alejandro Rodríguez Díaz del Real

Carolina Arrieta-Castillo

DOI: 10.4312/vh.30.1.11-35

Universidad a Distancia de Madrid

Vox y la prensa conservadora: Análisis de categorías narrativas en las coberturas de las elecciones de Andalucía 2018 y Castilla y León 2022

Palabras clave: análisis crítico del discurso, discurso mediático, extrema derecha, medios digitales, Vox

La entrada del partido político español Vox en la Junta de Castilla y León tras las elecciones autonómicas de 2022 parece culminar un proceso de legitimación del partido de «ultraderecha» (Ferreira, 2019: 94) por parte del Partido Popular (PP), que necesita a Vox para gobernar. En este artículo se pretende comprender mejor el papel de la prensa tradicionalmente afín al PP en la construcción del imaginario social sobre Vox. Desde el análisis crítico del discurso, se examinan los niveles macro y microtextual para identificar las claves narrativas que configuran la representación de Vox en los medios *ABC*, *El Mundo* y *La Razón* tomando como referencia dos periodos: la campaña que sirvió a Vox para obtener representación en las instituciones por primera vez (las elecciones autonómicas de Andalucía 2018) y la campaña que consolidó a la formación hasta conseguir formar parte de un gobierno: el de la Junta de Castilla y León, en las elecciones de 2022. Los resultados indican que la representación de Vox ha sido más favorable en las elecciones más recientes gracias a la cesión del papel de emisor del discurso a los miembros de la formación y a la pérdida de piezas con contenido crítico, que sí aparecían con frecuencia en Andalucía 2018. Los medios con mayor difusión tienden a representar a Vox como actor de alianzas más que como promotor de medidas sociopolíticas, y *El Mundo* es, de los tres analizados, el diario digital que ofrece una representación más desfavorable de la formación.

1 Introducción

La entrada del partido político español Vox en la Junta de Castilla y León tras las elecciones autonómicas de 2022 parece culminar un proceso de legitimación del partido de «ultraderecha» (Ferreira, 2019: 94) por parte del Partido Popular (PP), que necesita a Vox para gobernar. En este contexto, cabe preguntarse cuál ha sido el papel de la prensa tradicionalmente afín al PP en ese proceso de legitimación (McCombs, 2006; Entman, 2007).

En una coyuntura en la que los medios en los que se obtiene la información pueden favorecer o mitigar la propensión de los ciudadanos a simpatizar con los partidos, los medios tradicionales generalmente han sido críticos con los discursos populistas y nacionalistas al tiempo que han servido como plataformas de difusión de sus mensajes (Esser et al., 2016: 12).

Los recursos visuales y discursivos, así como la selección de noticias y de los titulares que las encabezan, juegan un papel importante a la hora de orientar la interpretación de la actualidad de las formaciones políticas. No obstante, el discurso de los medios, como discurso persuasivo, debe encontrar acomodo en los marcos mentales de los lectores para poder tener efecto (Lakoff, 2004).

Algunos estudios en busca de conocer el tratamiento que los diarios hacen de Vox indican estrategias capaces de suscitar modelos desfavorables a la formación (Mancera Rueda y Villar Hernández, 2020: 337) o valoraciones críticas con algunas de sus propuestas (Moreno y Thornton, 2022: 36). En todo caso, no se han encontrado estudios que reflexionen sobre el papel que ha tenido el discurso mediático en la representación de Vox y su éxito entre el electorado de derechas.

En este artículo se pretende comprender mejor el papel de la prensa orientada a la derecha en la construcción del imaginario social sobre el partido de ultraderecha Vox. De este modo, se indaga en la evolución del relato construido sobre la formación en los medios *ABC*, *El Mundo* y *La Razón* tomando como referencia dos periodos: la campaña que sirvió a Vox para obtener representación en las instituciones por primera vez (las elecciones autonómicas de Andalucía de 2018) y la campaña que consolidó a la formación hasta conseguir formar parte de un gobierno, el de la Junta de Castilla y León (en las elecciones de Castilla y León de 2022).

Desde el análisis crítico del discurso se examinan los niveles macro y micro-textual para identificar las claves narrativas que configuran la representación de Vox en las elecciones autonómicas de 2018 y 2022. Para ello se plantean seis preguntas de investigación que son explicadas en el apartado metodológico.

2 Información y manipulación en los medios de comunicación

En el informe de Reuters Institute (Newman *et. al.*, 2022: 81) destaca la disonancia que existe entre los medios de comunicación españoles y sus audiencias así como la pérdida de confianza de las segundas en los primeros: tan solo un 36 % de los encuestados dice confiar en las noticias provenientes de los medios de comunicación.

En un contexto en el que cabe preguntarse si la construcción de mayorías políticas en democracia obedece a actos autónomos de los individuos o a dinámicas de propaganda y manipulación orquestadas (Romano Burgoa, 2022: 11), la información periodística es portadora de un valor estratégico fundamental. Al fin y al cabo, los medios de comunicación que producen esta información son los escenarios preferidos para las «batallas culturales» (Castells, 1998: 400).

Como indica Casero-Ripollés (2009: s. p.), la información periodística tiene un gran poder simbólico debido a su capacidad para definir la realidad, moldear significados sociales, estructurar la visibilidad pública y articular la agenda pública. Este poder o lógica simbólica (Charaudeau, 2003: 25), en la que los medios construyen representaciones y asignan valores en sus discursos, determina, a su vez, la lógica económica, según la cual los medios de comunicación son también negocios lucrativos que dependen de los espacios simbólicos que hayan conseguido transmitir y representar a la ciudadanía.

Dentro de esa lógica simbólica, se encuentran una serie de mecanismos comunicativos por los que los medios pueden manipular la realidad informativa de la audiencia. Los medios seleccionan los hechos que finalmente se convierten en noticiables, y eligen, también, la importancia que se les otorga mediante la recurrencia del tema, la cantidad de noticias que publican o dónde van colocadas esas noticias. Así, «la información dibuja los contornos de la actualidad, y no a la inversa» (Collon, 2002: 208).

A todo ello hay que sumar que las ediciones digitales de los medios tradicionales compiten por la preferencia de la audiencia en un panorama saturado de medios y noticias, lo que ha llevado a autores como Aguaded y Romero-Rodríguez (2015: 45) a hablar de «mediamorfosis», una dinámica según la cual, con el objetivo de captar la atención de los lectores, estos medios llegan a difundir noticias que no necesariamente se guían por su contenido informativo.

A pesar de que periodistas y ciudadanos comparten la percepción de que la influencia de la política es negativa para el funcionamiento del buen periodismo (Mauri-Rios et al. 2020: 304), la actividad periodística forma parte de un equilibrio complejo. Mayoral et al. (2019: 406), en un repaso por el concepto de *credibilidad periodística*, nos advierten de que lo infrecuente no es un periodismo sometido a los intereses ideológicos y comerciales, sino el modelo de periodismo informativo y riguroso sustentado con prácticas periodísticas independientes.

Este modelo de periodismo riguroso e independiente es todavía más difícil de sostener en contextos como el español: un modelo mediterráneo con una fuerte tendencia a la polarización en el consumo de medios (Hallin y Mancini, 2004: 89-142) y con noticias de contenido político habitualmente enfocadas a la representación negativa del enemigo (Baumgartner y Chaqués-Bonafont, 2015: 268-291). Esto da como resultado lo que algunos autores han llamado «audiencias partidistas» (Humanes, 2016: 48) o «ecosistemas mediáticos» (Masip et al. 2020: 10) que dificultan el sentido crítico de la audiencia hacia los periódicos afines y sus redactores.

Puesto que la orientación de la interpretación de las informaciones para representar negativamente al rival se hace —no solo, pero fundamentalmente— a través del lenguaje, el análisis del discurso puede ser útil para realizar el camino inverso: del producto discursivo a la orientación de la interpretación. Cabe preguntarse, no obstante, si toda orientación de la interpretación es también manipulación.

Para el enfoque sociocognitivo del análisis crítico del discurso (van Dijk, 2006: s. p.) la manipulación es un fenómeno que se produce en tres esferas. En la esfera social, la manipulación es el abuso de poder de quienes tienen acceso preferencial a los discursos públicos. En la esfera cognitiva, la manipulación se manifiesta en el control de los modelos mentales y las representaciones sociales que forman los individuos al estar expuestos a los discursos públicos. En la esfera del discurso, la manipulación se refleja en propiedades típicas del discurso utilizadas para influir en las mentes de los receptores (van Dijk, 2016a: 138).

Como discurso público, los medios de comunicación gozan de una posición hegemónica respecto a sus destinatarios; y en cuanto a la configuración de las cogniciones, los medios son capaces de configurar creencias y actitudes sociales (Méndez García de Paredes, 2010: 67). Por último, los discursos de los

medios no están exentos de prácticas discursivas orientadas a crear representaciones favorables o desfavorables de determinados grupos sociales (Fernández García, 2018; Grande López, 2019), colectivos (Arévalo Salinas *et al.*, 2020; González-Martínez *et al.* 2021) o partidos políticos (Peris Vidal, 2018; Vellón Lahoz, 2018).

Por todo ello, parece pertinente conocer las prácticas discursivas que caracterizan el tratamiento de los medios de comunicación hacia los partidos políticos.

3 Metodología

La metodología de este estudio sigue el enfoque sociocognitivo del análisis crítico del discurso, pues se propone llegar a conclusiones sobre el modo en que los medios de comunicación, y en concreto la prensa escrita digital, utiliza las diferentes estructuras discursivas que «representan, confirman, legitiman, reproducen o desafían las relaciones de abuso de poder (dominación) en la sociedad» (van Dijk, 2016b: 205).

El análisis se basa en cinco pasos: la observación documental para la búsqueda de información que permita contextualizar los resultados extraídos del análisis; la recolección del corpus; el análisis y sistematización estadística del corpus; el análisis cualitativo y el análisis crítico interpretativo (Pardo Abril, 2013: 91).

3.1 Selección del Corpus

Para compilar textos que representan la evolución en el tratamiento de Vox de la prensa de derechas, en primer lugar se han seleccionado tres diarios cuya editorial se considera favorable a las aspiraciones de los partidos políticos del centro-derecha. Estos tres diarios son *ABC*, *El Mundo* y *La Razón*. Los tres forman parte de importantes conglomerados de comunicación y, aunque tienen distinto arraigo en la sociedad española¹, se caracterizan por una oposición constante a los gobiernos y partidos de centro-izquierda (Vázquez Bermúdez, 2006: 254-255).

En un informe publicado por Political Watch (Martín, 2021: s. p.) que sitúa a los medios españoles en un eje horizontal o ideológico de izquierda a derecha,

¹ El diario *ABC* es el más antiguo de los tres y fue creado en 1903; *El Mundo*, en 1989, mientras que *La Razón* es el más reciente y fue creado bajo el Gobierno de José María Aznar, en 1998. *El Mundo* es, de los tres, el diario con mayor difusión: cuenta con unos 90.000 suscriptores. El diario *ABC* cuenta con 27.000 suscriptores. Se desconocen los datos de *La Razón* (Vara *et al.*, 2022).

y en un eje vertical de mayor a menor fiabilidad, se observa que los tres diarios se sitúan en el eje de la derecha para temas generalistas. *La Razón* y *ABC* aparecen prácticamente emparejados y *El Mundo*, más próximo al centro ideológico, aunque también claramente ubicado en la derecha².

Para poder examinar la evolución en el tratamiento de Vox, se estudian las piezas informativas producidas durante dos campañas a las elecciones autonómicas: Andalucía 2018, tras la que Vox se estrenaba con representación en las instituciones, y Castilla y León 2022, cuando sus 13 diputados le permitieron lograr para su candidato el puesto de vicepresidente en la Junta de Castilla y León y entrar a formar parte por primera vez de un gobierno autonómico. Por tanto, las piezas seleccionadas para el primero cubren desde el inicio de la campaña para las elecciones autonómicas de Andalucía hasta el día siguiente a la celebración de las elecciones; el segundo periodo comprende desde el primer día de campaña oficial para las autonómicas de Castilla y León hasta el día posterior a conocerse los resultados:

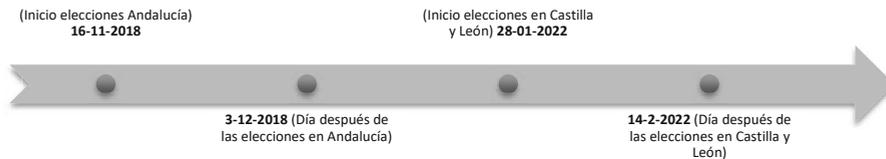


Figura 1: Línea de tiempo del inicio y fin de las elecciones autonómicas analizadas

Identificado el periodo de estudio, se realiza una búsqueda semántica en el buscador de cada diario. Se incluyen los términos *Vox* y *elecciones de Andalucía 2018* o *elecciones de Castilla y León 2022* y se acotan los resultados por las fechas indicadas. Se seleccionan solo aquellas piezas en las que el titular o la entrada incluyen los términos *Vox*, *extrema derecha*, *ultraderecha* o *derecha radical*, o hacen referencia a sus líderes o a sus palabras de forma evidente.

Finalmente, el corpus de estudio incluye 157 piezas periodísticas³.

2 Esta distancia entre los medios se acentúa cuando se atiende a las temáticas controvertidas, para las que *La Razón* sigue escorada a la derecha y *ABC*, aunque menos, también. Sin embargo, en temáticas controvertidas, *El Mundo* aparece prácticamente en el centro ideológico. En cuanto al eje vertical de fiabilidad –en el que, a mayor fiabilidad del periódico, superior es su ubicación en el eje vertical–, *El Mundo* aparece ubicado más arriba que los otros dos diarios y *La Razón* está ubicado en la parte inferior.

3 Puesto que no se ha acotado el corpus de análisis por géneros o tipos textuales, en este trabajo se utilizan los términos *pieza periodística*, *pieza informativa*, *artículo* o *noticia* indistintamente.

3.2 Preguntas de observación y categorías analizadas

Puesto que el objetivo del estudio es comprender el relato construido sobre Vox, se examinan las características macro y microtextuales de la modalidad narrativa (Charaudeau, 2003: 54) y se plantean 6 preguntas:

- P.1) *¿Qué temáticas predominan en las piezas informativas sobre Vox en las distintas elecciones?* Los temas son categorías macrosemánticas en las que se pueden encuadrar los hechos noticiosos. Todas las noticias pueden ser ubicadas bajo una temática paraguas o *umbrella topic* como son las elecciones de Andalucía y las elecciones de Castilla y León. Además, aparecen distintas temáticas que son extraídas de cada noticia y computadas en cada diario.
- P.2) *¿Qué actores sociales aparecen y qué roles se asignan a los principales protagonistas en cada temática?* Para la segunda pregunta, se examinan los actores que —nombrados explícitamente o no— protagonizan los hechos noticiosos de cada temática. A la hora de interpretar un proceso, la aparición o no aparición de ciertos personajes configura un marco actancial diferente. Por ejemplo, si se habla de un suceso pero no del actor que lo ha provocado, se diluye su *responsabilidad* (Bañón Hernández, 2002: 72). También se analizan los roles (van Leeuwen, 2008) que se asignan a estos protagonistas, para ello, se tiene en cuenta si son excluidos o incluidos en el relato; si las acciones las realizan o las reciben y si estas son cuestionadas o no por el redactor a través de recursos del plano microtextual como argumentos, asociaciones o adjetivaciones.
- P.3) *¿Qué tipo de valoración se realiza de Vox?* Los roles asignados a los actores sociales suelen conllevar una valoración positiva, negativa o neutra de acuerdo a la temática que se está tratando. Se observa también el tipo de valoración en las noticias de cada tema y se obtienen estadísticas de tipo de valoración en cada temática.
- P.4) *¿Qué voz se da a Vox?* La transcripción o no de las declaraciones de los actores influye en el tipo de representación. La traslación directa de las palabras de un actor social permite la difusión de su punto de vista al público y funciona como altavoz de sus ideas. Sin embargo, las opiniones de quienes no ejercen de emisores y únicamente son objeto de alusión no son representadas. Por otro lado, es importante observar los juicios valorativos que realizan los emisores —sean el periodista o los actantes del hecho noticioso— de las acciones

protagonizadas por los actores. Todo ello nos dará claves de la asignación de responsabilidades actantes, actoriales o locutivas. Como señala Bañón Hernández (2002: 72), mediante la manipulación de los grados de responsabilidad se puede identificar o atenuar la valoración de los actores sociales y orientar la interpretación del relato informativo.

- P.5) *¿Se observan diferencias en el tratamiento de Vox de unas elecciones a otras?* Para responder a esta pregunta se analizan las informaciones obtenidas en todas las categorías en las dos elecciones autonómicas estudiadas y se comparan los temas, personajes, roles y voces representados por los distintos diarios.
- P.6) *¿Se pueden observar estrategias que favorezcan la manipulación en el tratamiento de los medios hacia Vox?* Para responder a esta pregunta se sintetiza la información obtenida del análisis de las categorías anteriores y se reflexiona sobre ellas teniendo en cuenta el contexto social y las dinámicas comunicativas de los medios de comunicación.

4 Resultados

El primer resultado que comentar es el número de noticias por convocatoria y por diario:

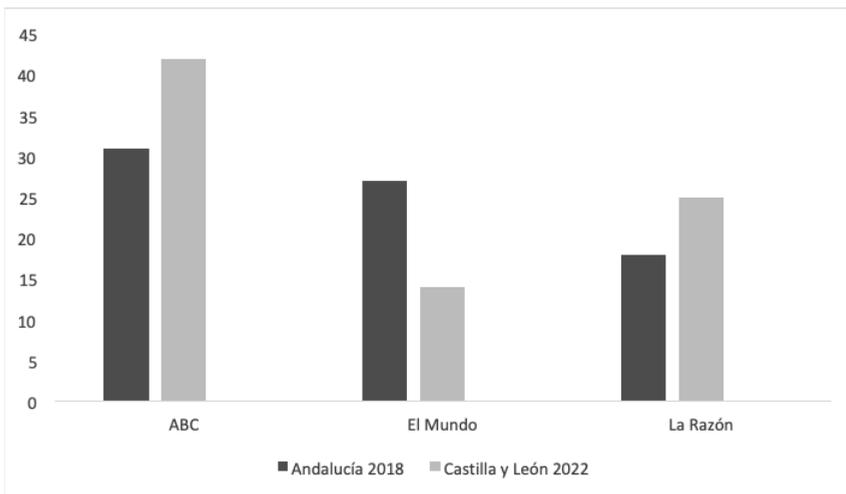


Figura 2: Número de noticias sobre Vox por diario y convocatoria electoral

Para *ABC* y *La Razón* hay un incremento en el número de noticias que llevan a Vox en el titular. En el primero, de las 31 noticias en Andalucía 2018 se pasa a las 42 en Castilla y León 2022. *La Razón* pasa de 18 a 25 artículos. En *El Mundo*, en cambio, se reduce el número de noticias, de 27 piezas en Andalucía 2018 se pasa a 14 piezas en Castilla y León 2022. Tanto *La Razón* como *ABC* producen más piezas periodísticas en el contexto de las elecciones castellano-leonesas que en el contexto andaluz, al contrario de lo que sucede con *El Mundo*, diario en el que Vox parece tener un protagonismo decreciente, al menos en sus titulares.

4.1 Plano macrotextual: las seis temáticas

El análisis de las 157 piezas informativas en el plano macrosemántico ha resultado en la configuración de seis grandes temáticas⁴ que, salvo en dos temáticas, se reproducen en los tres diarios y en las dos convocatorias electorales:

Temas	Andalucía 2018				Castilla y León 2022			
	ABC	<i>El Mundo</i>	<i>La Razón</i>	Total	ABC	<i>El Mundo</i>	<i>La Razón</i>	Total
1. Caracterización	7	8	10	25	18	7	13	38
2. Éxito	9	5	4	18	2	2	5	9
3. Rechazo	7	9	-	16	10	7	-	17
4. Pacto	5	4	1	10	10	7	5	22
5. Efecto en la política	6	4	3	13	4	1	2	7
6. Sus votantes	3	1	4	8	1	-	-	1
Total	37	31	22	90	45	24	35	95

Tabla 1: Cantidad de noticias de los tres diarios en cada temática por elección

El tema 1. *Caracterización* es sin duda el más productivo y es, también, en el que más noticias se encuadran tanto en *ABC* como en *La Razón*. El principal propósito de este tema es dar a conocer el partido, sus propuestas y sus candidatos. Suele incluir definiciones realizadas por el emisor, que puede ser el periodista o los propios actantes del suceso informativo.

4 En vista de que el contenido macrosemántico principal de algunas noticias coincide con más de una temática, estas noticias son clasificadas en distintos temas. Es por ello que el total de noticias asignadas a temáticas (185) es mayor que el número de piezas del corpus de estudio (157).

En cambio, el tema en el que más artículos se engloban en *El Mundo* es *Rechazo*. Este tema se caracteriza por hacerse eco de sucesos en los que se rechaza la existencia, el auge o la colaboración con Vox, o bien es el emisor el que reflexiona sobre ese rechazo. Es un tema en el que aparecen claros antagonistas de la formación y es especialmente interesante observar la valoración que el periodista realiza de ese rechazo y a quién se responsabiliza de la acción de rechazo.

El número de noticias de la temática *Pactos* es mayor en las elecciones castellano-leonesas que en las andaluzas en todos los diarios. En esta temática principalmente se informa sobre la posibilidad de pactar o no con Vox. Algunos artículos comparten temática con *Rechazo*, pues son varias las ocasiones en las que el tema principal es la negativa de otros partidos a pactar con Vox.

Lo contrario sucede con la temática *Votantes*, cuyo número de artículos disminuye en 2022, respecto a 2018, en todos los diarios. En este tema se produce información sobre las características de las personas que simpatizan con Vox.

Los otros dos temas, *Éxito* y *Efecto en la política*, responden a tendencias diferentes según los diarios. En el tema *Éxito*, el propósito informativo del artículo es exponer sucesos que revelan la popularidad creciente de Vox, y esto genera reflexiones sobre las claves de su éxito. Por tanto, tiene algunas noticias compartidas con el tema *Caracterización*.

En el tema *Efecto en la política* se encuentran artículos en los que se informa sobre declaraciones o movimientos políticos provocados por la irrupción o la influencia de la formación liderada por Santiago Abascal. Comparte algunas noticias con el tema *Pactos*.

No pasa inadvertido que los diarios *ABC* y *El Mundo* muestran tendencias opuestas en casi todos los temas.

4.2 Plano microtextual: roles, voces y valoraciones

En la cobertura de las elecciones andaluzas, la valoración que se realiza en los tres diarios es más bien dispar:

PERIÓDICOS	ROL		VALORACIÓN	
ABC (31 noticias)	Héroe	3	Positiva	25.8 %
	Colaborador	3		
	Víctima	2		
	Beneficiario	5	Negativa	22.5 %
	Cómplice	-		
	Malhechor	2		
	Neutro	16	Neutra	51.6 %
El Mundo (27 noticias)	Héroe	1	Positiva	18.5 %
	Colaborador	1		
	Víctima	3		
	Beneficiario	4	Negativa	51.8 %
	Cómplice	2		
	Malhechor	8		
	Neutro	8	Neutra	29.6 %
La Razón (18 noticias)	Héroe	3	Positiva	22.2 %
	Colaborador	-		
	Víctima	1		
	Beneficiario	3	Negativa	16.6 %
	Cómplice	-		
	Malhechor	-		
	Neutro	11	Neutra	61.1 %

Tabla 2: Roles y valoraciones de los actores sociales en Andalucía 2018

Mientras en *ABC* y *La Razón* dominan los textos expositivos que se hacen eco de las ideas de la formación de extrema derecha –muchas veces citando los discursos de los propios candidatos–, en *El Mundo* la valoración es mayormente negativa y los roles dominantes son los de malhechor y beneficiario. En su rol de malhechor, Vox es caracterizado como *un mal* de la política que es cuestionado por el emisor-periodista. Al Partido Socialista Obrero Español (PSOE) le es atribuida la responsabilidad del origen de ese *mal* llamado Vox y por tanto le es asignado un rol de *supermalhechor*. Tanto en el tema *Caracterización* como en *Rechazo*, se atribuye el rol de *supermalhechora* a Susana Díaz, candidata del PSOE a la Junta de Andalucía.

El Mundo es especialmente crítico cuando caracteriza a Vox como un partido *antiautonomías* y *antiinmigración*. Sin embargo, pese a que parte del rol de malhechor le es asignado por su actitud antiinmigración, ni aparecen los inmigrantes retratados como víctimas ni se reproducen sus reclamaciones; son actantes aludidos pero no emisores. *El Mundo* muestra valoraciones más favorables de Vox cuando, al informar de los orígenes lejos de los focos del partido, se le atribuyen roles de *underdog* o víctima.

El único atributo que se le da a Vox como *héroe* en este diario es cuando se tacha al entonces candidato a la presidencia de la Junta, Francisco Serrano, de referente:

- [1] (...) ejerce actualmente como abogado en muchas causas relacionadas con procesos de violencia de género o divorcio, habiéndose convertido en un referente de los colectivos de hombres *que dicen ser*⁵ discriminados en favor de sus ex parejas (López Pavón, T. 3/12/2022, *El Mundo*).

Incluso en esta noticia [1], el periodista se refiere a estos colectivos como hombres «que dicen ser» discriminados. El redactor toma distancia con la designación de dichos colectivos y, por tanto, con la causa del candidato de Vox.

A la hora de representar el éxito de Vox, los diarios *ABC* y *La Razón* tienden a elevar a titulares sucesos no relacionados con la acogida de las propuestas políticas, lo que puede haber contribuido a la sobrerrepresentación del éxito de la formación. Así ocurre en las siguientes noticias:

- [2] «Vox fue el partido más buscado en Google en la última semana» (Buitrago, J., 2/12/2018, *La Razón*).
- [3] «La prensa internacional destaca que las elecciones con una prueba para Sánchez y una oportunidad para Vox» (Redacción *ABC*, 2/12/2018).

En el tema *Rechazo*, *ABC* realiza una representación heroica y victimaria de la formación política en oposición a una serie de enemigos políticos a quienes se da voz y en cuyos discursos Vox es representado como el gran rival ideológico. Predomina la modalidad expositiva construida con citas de los discursos de otras personalidades.

En el tema *Pactos*, tanto en *ABC* como en *El Mundo* predominan las citas de cargos del PP que valoran –a veces de forma positiva y a veces negativa– la

5 La cursiva es nuestra.

colaboración política con Vox. En general, la valoración de Vox es positiva cuando se le asigna el rol de *colaborador* que ayuda a desalojar al gobierno andaluz, y negativa cuando se le asigna el de *carga* que debe soportar el Partido Popular. Se trata de uno de los temas con mayor riqueza de roles asignados a la formación.

A diferencia de lo que ocurre en *ABC*, en *El Mundo* predominan los juicios de valor del periodista (Lamet, J., 3/12/2018, *El Mundo*), que destaca “la suavización del discurso del PP” con respecto a Vox y valora que los populares “desdramatizan la radicalidad de Vox”.

En el tema de *Efecto en la política*, la representación que realizan los tres diarios es mayoritariamente neutra, aunque también se encuentran críticas sutiles a su política migratoria y centralista en el diario *La Razón*:

- [4] El partido de Santiago Abascal irrumpe por primera vez en una Cámara autonómica de España con la contradicción de querer eliminar los gobiernos regionales (González Q., M. 03/12/2018, *La Razón*).

Respecto al tema *Sus votantes*, aunque la representación mayoritaria en los tres diarios sigue siendo la neutra (Tabla 2), tanto en *ABC* como en *El Mundo* se ha observado la atribución de roles con valor negativo como *beneficiario* de un voto “de desahogo” (Camacho, I. 29/11/2018, *ABC*). Se ofrece el perfil de unos votantes hartos de la clase política y muy especialmente del gobierno socialista andaluz.

En *La Razón*, sin embargo, la caracterización de los votantes es más favorable y no hay reparo en emitir juicios negativos sobre los inmigrantes, lo que sirve a modo de argumento que justifica tanto las palabras condenatorias de Vox hacia la inmigración como la buena acogida de este discurso por parte de sus votantes (Lorente Ferrer, J. 26/11/2022, *La Razón*).

PERIÓDICOS	ROL		VALORACIÓN	
ABC (42 noticias)	Héroe	5	Positiva	19 %
	Colaborador	3		
	Víctima	-		
	Deudor	1	Negativa	19 %
	No Cómplice	1		
	Malhechor	6		
	Neutro	26	Neutra	61.9 %
El Mundo (14 noticias)	Héroe	2	Positiva	42.8 %
	Colaborador	1		
	Víctima	3		
	Beneficiario	-	Negativa	21.4 %
	Cómplice	1		
	Malhechor	2		
	Neutro	5	Neutra	35.7 %
La Razón (25 noticias)	Héroe	6	Positiva	32 %
	Colaborador	1		
	Víctima	1		
	Beneficiario	1	Negativa	4 %
	Cómplice	-		
	Malhechor	-		
	Neutro	16	Neutra	64 %

Tabla 3: Roles y valoraciones de los actores sociales en Castilla y León 2022

A la hora de caracterizar a Vox en la cobertura de las elecciones de Castilla y León 2022, los tres medios ofrecen valoraciones mayormente neutras y positivas de la formación (Tabla 3). En *La Razón*, Vox es el principal emisor del discurso y o bien no hay valoración por parte del periodista, o bien se observa un tratamiento favorable por parte de la prensa. Este tratamiento se produce por la atribución que el redactor-emisor hace al partido de acciones positivas en piezas aparentemente expositivas, como sucede en [5]:

[5] (...) Todo ello con el reto que se han marcado de llegar a lo máximo para cambiar las cosas (Conde, C. 30-01-2022, *La Razón*).

También se produce este tratamiento favorable a través del enfoque de la noticia como una réplica de Vox a palabras de otros (Santiago, F. 3/2/2022, *La*

Razón). En las piezas de carácter más opinativo, la representación es directamente favorable (Marco, J. M. 9/2/2022, *La Razón*). Tanto *ABC* como *El Mundo* dan protagonismo a las ideas de Vox, y aunque se destacan aspectos de su programa, los titulares son protagonizados por las políticas de pactos y las expectativas electorales.

En el tema de *Éxito*, de nuevo la valoración más común es la neutra. Esta vez es el diario *ABC* el que, mediante la referencia a discursos contrarios a Vox de agentes políticos y sociales, favorece una predisposición negativa a la formación de extrema derecha. En *El Mundo* predomina la valoración neutra y los emisores destacados son los miembros del PP.

En el tema *Pactos* predomina la representación neutra de Vox y la de colaborador necesario para formar gobierno, gracias a una variedad de voces de miembros del PP y de Vox y algún texto opinativo a favor de estos pactos (Carrascal, J. 8-2-2022, *ABC*). En *El Mundo* se le asignan atributos positivos en dos de las piezas, con roles como *colaborador positivo* del PP o *víctima* de los enemigos (PSOE y terroristas). Desaparecen las opiniones del redactor sobre la desdramatización o suavización de las posturas del PP respecto a Vox. A pesar de ser menos críticos con el PP, se refleja su pérdida de protagonismo: seis noticias recogen palabras de dirigentes de Vox y tres recogen palabras de miembros del PP; algo que no sucedió en el contexto de las elecciones de Andalucía. En *La Razón*, los redactores se hacen eco mayoritariamente de las declaraciones de Vox sobre posibles pactos con el PP; en ocasiones de modo expositivo, sin valoración positiva o negativa, y en otras con una representación positiva al asignarles atributos de honestidad y valor y asociando esos atributos a su éxito [6]:

- [6] Vox no tuvo que «disfrazarse» en campaña y jugó de nuevo a sus cartas ganadoras: decir lo que defienden sin cambiar el guion, guste o no; su poder de movilización en la calle, y mostrarse tal y como son convirtiéndoles en «imparables» (Macías, C. S. 13-2-2022, *La Razón*).

En *Efecto en la política*, de nuevo se observan coincidencias en los discursos de los diarios. *La Razón* y *ABC* favorecen representaciones positivas de la formación gracias a la asignación de atributos heroicos. Para ello utilizan piezas opinativas claramente favorables o se sirven de dar a Vox el lugar de emisor sin valorar los discursos de la formación. *El Mundo* también se hace eco de las declaraciones de los dirigentes de Vox. A la hora de introducir sus discursos, se observa la asignación de atributos positivos de liderazgo [7].

- [7] García-Gallardo, novato en política con poco más de 30 años, sacó sus nuevos galones y dejó claro que liderará la comisión negociadora de Vox y que se hablará en Castilla y León (Lázaro, F., 14-2-2022, *El Mundo*).

Para *El Mundo* y *La Razón* no tiene interés la temática *Sus votantes* en las elecciones castellano-leonesas y solo *ABC* produce una pieza con exposición ligeramente favorable que le asigna un rol de beneficiario positivo a Vox, como *underdog*.

Si se tienen en cuenta el global de las valoraciones de los tres periódicos y se comparan por elecciones autonómicas, se obtiene la Figura 3:

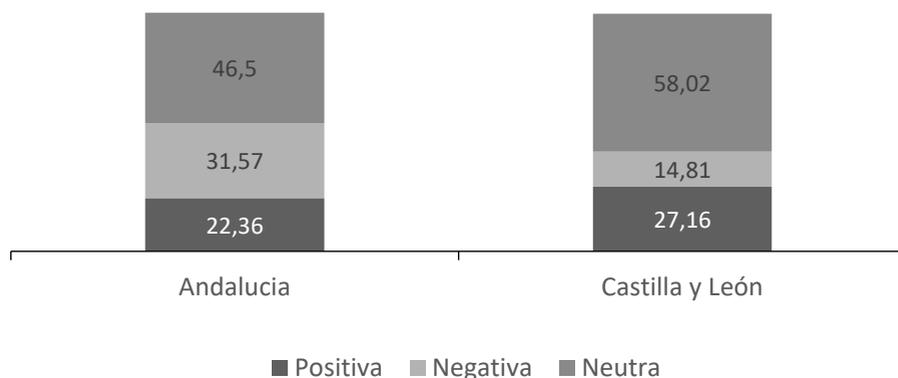


Figura 3: Porcentaje de frecuencia de valoraciones de Vox en los tres diarios

En ella se puede observar que el tratamiento de Vox por parte de la prensa conservadora es menos negativo en 2022 que en 2018. La pérdida de crítica en el tratamiento que se hace de la formación con el paso de los años coincide con una representación mayormente neutra en la campaña a las elecciones autonómicas de Castilla y León. Esta representación neutra, no obstante, se logra con la cesión del rol de emisor a la propia formación política, lo que deriva en la creación de una plataforma de difusión de sus ideas sin que estas sean evaluadas por el periodista.

5 Discusión y Conclusiones

Para conocer el tratamiento que se ha dado a Vox por parte de los diarios *ABC*, *El Mundo* y *La Razón* en dos elecciones autonómicas, Andalucía 2018 y Castilla y León 2022, se han examinado temas, valoraciones de los actores, roles asignados a estos y voces con las que se construye el relato mediático sobre el partido político.

Respecto a la P.1 *¿Qué temáticas predominan en las piezas informativas sobre Vox en las distintas elecciones?* La prensa afín al espacio de derechas parece especialmente interesada en contar a sus lectores quién es Vox y qué representa. El tema de los pactos cobra especial relevancia en las elecciones autonómicas de Castilla y León 2022, al tener al PP de coprotagonista, y no parece que ninguno de los diarios tenga especial interés por saber quiénes están apoyando a este partido que irrumpe en las instituciones.

Es importante señalar que, incluso cuando en los cuerpos de las noticias los diarios se hacen eco —a través de la figura del emisor encarnada en los políticos de Vox— de las propuestas respecto a temas como la inmigración o la unidad territorial, los titulares han dado especial importancia a la política de alianzas. En el relato de los diarios *ABC* y *El Mundo* —y en menor medida en *La Razón*— Vox es resaltado como protagonista de pactos más que como promotor de políticas socioeconómicas, lo que puede suponer un sesgo importante de la información hacia la ciudadanía.

Por otro lado, se ha observado que el tratamiento de los tres diarios tiene diferencias y similitudes. En respuesta a las preguntas 2, 3 y 4 (*¿Qué actores sociales aparecen y qué roles se asignan a los principales protagonistas en cada temática? ¿Qué tipo de valoración se realiza de Vox? ¿Qué voz se da a Vox?*) *El Mundo* ha sido el diario que ha ofrecido una representación más desfavorable del partido político, especialmente en las elecciones andaluzas de 2018. *El Mundo* tiende a cuestionar la irrupción de la formación en la sociedad y le otorga el rol de *amenaza* al considerar que radicaliza a los votantes de derechas. Con todo, la responsabilidad final no es de sus votantes (que se representan como víctimas) ni del propio partido Vox, que sería un mero beneficiario, sino de la clase política que le ha dado pábulo y, muy especialmente, de los enemigos políticos, encarnados en la figura de Susana Díaz, a la que preferentemente se le asigna el rol de supermalhechora. La formación de Abascal, en este caso, es un medio para la construcción de la macroestrategia semántica de polarización en el relato político: Ellos-malos/ Nosotros-buenos (van Dijk, 2005: 33).

La representación ofrecida sobre Vox por los diarios *ABC* y *La Razón* es más pareja, aunque se observa alguna diferencia: *ABC* prioriza a los miembros del PP como emisores del discurso cuando se abordan cuestiones como los pactos o el efecto en la política. En algunas piezas informativas sobre Vox, se han identificado valoraciones sutilmente negativas de los redactores. Por el contrario, en *La Razón* es más difícil encontrar valoraciones del periodista y, cuando estas aparecen, suelen ser favorables a la formación política de Abascal. *La*

Razón es, con diferencia, el medio que mayor altavoz proporciona a Vox en cualquiera de las dos elecciones estudiadas, pues sus noticias van destinadas a caracterizar al partido otorgando el papel de emisores del discurso a los propios miembros de Vox, lo que permite la transmisión de sus puntos de vista sin cuestionamiento por parte del diario.

Además, *ABC* y *La Razón* tienden a seleccionar titulares que pueden llevar a la sobrerrepresentación de Vox, en un claro ejemplo de «mediamorfosis» (Agueda y Romero-Rodríguez, 2015: 45). Esto no parece tener lugar en *El Mundo*, donde, por otra parte, el número de noticias que llevan a Vox en el titular disminuye en las elecciones autonómicas de 2022.

Estas diferencias en el relato de los medios son consistentes con la ubicación de los tres diarios en el eje horizontal o ideológico (Martín, 2021: s. p.). Cuanto más lejos está el diario del centro ideológico más firme es la representación favorable de Vox y más visibilidad se da a sus propuestas socioeconómicas, y viceversa: a mayor representación desfavorable, menor distancia del centro y mayor ocultación de su programa, como ocurre en *El Mundo*.

No obstante, teniendo en cuenta la P.5 *¿Se observan diferencias en el tratamiento de Vox de unas elecciones a otras?* Se ha observado que la representación tiende a ser más favorable en las elecciones de 2022 en los tres diarios analizados. La representación que la prensa de derechas arroja sobre Vox va del rol de *amenaza* que se cierne sobre el espacio de derechas al de *incentivo* capaz de forzar a reaccionar a ciertos sectores dentro del PP, algo que parece consistente con los fines de algunos miembros destacados del PP (Rubio-Pueyo, 2019: 10), más críticos con la llamada *línea blanda* del partido.

Por último, para responder a la P.6 *¿Se pueden observar estrategias que favorezcan la manipulación en el tratamiento de los medios hacia Vox?* Se observa que es la selección de la figura del emisor –más que el uso de valoraciones en las piezas expositivas– el recurso que habitualmente posibilita una representación que, si bien es mayoritariamente neutra, funciona como una plataforma para difundir los puntos de vista del partido, de manera más evidente cuanto más escorado ideológicamente a la derecha está el diario y cuanto más reciente en el tiempo es el discurso. Todo ello puede mostrar la pérdida de función crítica de los diarios hacia Vox tras su consolidación (Díaz Nosty, 2011: 18).

Para concluir, se debe admitir que este estudio pone el foco en las categorías correspondientes a la modalidad narrativa y es evidente que un análisis del resto de modalidades que intervienen en la composición del texto mediático

—fundamentalmente, la descriptiva y la argumentativa—, ayudarán a caracterizar en mayor detalle la representación mediática sobre el partido político.

Consideramos que el análisis discursivo de los artículos nos da información sobre la orientación de la interpretación que sobre el fenómeno Vox han favorecido cada uno de los diarios en su audiencia y que todo ello puede contribuir a comprender mejor el comportamiento de la sociedad respecto a la formación política. Al final, es de lo que trata el análisis crítico del discurso: asistir con el examen del lenguaje a la constitución de claves que ayuden a descifrar las prácticas sociales.

Bibliografía

- Aguaded, J. I., Romero-Rodríguez, L. M. (2015): «Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo», *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 16, 1: <https://doi.org/10.14201/eks20151614457> (13-07-2022).
- Arévalo Salinas, A. I., Al Najjar Trujillo, T., Silva Echeto, V. (2020): «Representaciones de la inmigración en los medios informativos españoles y su visibilidad como fuentes informativas», *Historia y comunicación social*, 26, 1: <http://dx.doi.org/10.5209/hics.66548> (13-07-2022).
- Bañón Hernández, A. M. (2002): *Discurso e inmigración. Propuestas para el análisis de un debate social*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Baumgartner, F. R., Chaqués-Bonafont, L. (2015): «All news is bad news: Newspaper coverage of political parties in Spain», *Political communication*, 32, 2: <https://doi.org/10.1080/10584609.2014.919974> (13-07-2022).
- Buitrago, J. (2-12-2018): «Vox fue el partido más buscado en Google en la última semana», *La Razón*: <https://www.larazon.es/elecciones-andaluzas/vox-fue-el-partido-mas-buscado-en-google-en-la-ultima-semana-CM20796325/> (13-07-2022).
- Camacho, I. (29-11-2018): «Voto del desahogo». *ABC*: https://www-abc-es.zproxy.org/opinion/abci-voto-desahogo-201811290059_noticia.html (13-07-2022).
- Carrascal, J. (8-2-2022): «De mal en peor». https://www.abc.es/opinion/abci-jose-maria-carrascal-peor-202202082242_noticia.html (13-07-2022).
- Casero-Ripollés, A. (2009): «El control político de la información periodística». *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366: <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-828-354-366> (13-07-2022).

- Casero-Ripollés, A. (2012): «El periodismo político en España: algunas características definitorias». En: A. Casero-Ripollés (ed). *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones*, La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social. <http://hdl.handle.net/10234/80553> (13-07-2022).
- Castells, M. (1998): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza editorial.
- Charaudeau, Patrick (2003): *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Collon, M. (2002): ¡Ojo con los media! Hondarribia: Hiru Argialetxea.
- Conde, C. (30-01-2022): «García Gallardo promete „patria, vida y libertad“ frente a la cultura de la muerte». *La Razón*: <https://www.larazon.es/castilla-y-leon/20220130/ylm4kxltxrbgti7jn7kzv5zknq.html> (13-07-2022).
- Díaz Nosty, B. (2011): *El libro negro del periodismo en España*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Entman, R. (2007): «Framing bias: Media in the distribution of power», *Journal of communication*, 57, 1, 163-173: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x> (13-07-2022).
- Esser, F., Stepinska, A. y Hopmann, D. N. (2016): «Populism and the Media. Cross-National Findings and Perspectives». En: T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck, y C. d. Vrees (eds.), *Populist Political Communication in Europe*. London: Routledge.
- Fernández García, N. (2018): Género, medios y política: representación de las mujeres políticas en los medios de comunicación, *Más poder local*, 36: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6784244> (13-07-2022).
- Ferreira, C. (2019): «Vox como representante de la derecha radical en España: un estudio sobre su ideología». *Revista Española de Ciencia Política*, 51, 73-98: <https://doi.org/10.21308/recp.51.03> (13-07-2022).
- González Q., M. (03-12-2018): «Vox, el quinto elemento, revoluciona el Parlamento». *La Razón*: <https://www.larazon.es/elecciones-andaluzas/vox-el-quinto-elemento-revoluciona-el-parlamento-LK2o8o38oo/> (13-07-2022).
- González Calleja, E. (2001): «Extrema derecha y fascismo en España y en Europa: elementos para un debate», *Hispania*, 61, 207: <https://doi.org/10.3989/hispania.2001.v61.i207.305> (13-07-2022).
- González-Martínez, A. M., Maribondo Albuquerque, I., da Costa Silva, K., José Luis Estramiana, A. (2021): Influencia de los periódicos españoles

- en la creación de estereotipos contra los inmigrantes marroquíes entre los años 2008 y 2016. *Huellas de la Migración*, 5, 9: <https://doi.org/10.36677/hmigracion.v5i9.12995> (13-07-2022).
- Grande López, V. (2019): «La hipersexualización femenina en los medios de comunicación como escaparate de belleza y éxito», *Communication Papers*, 8, 16: <http://hdl.handle.net/10498/21599> (13-07-2022).
- Hallin, D. C., Mancini, P. (2004): *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867> (13-07-2022)
- Humanes, M. L. (2016): «Exposición selectiva, partidismo y polarización de las audiencias de los medios en España». En: A. Casero-Ripollés (coord.), *Periodismo y democracia en el entorno digital*. Madrid: SEP.
- Lakoff, G. (2004): *Don't think of an elephant*. Chelsea: Chelsea Green Publishing.
- Lamet, J. (3/12/2018): «Pablo Casado se abre a pactar todo con Vox menos la supresión de las autonomías». *El Mundo*: <https://www.elmundo.es/espana/2018/12/03/5c05442321efa0cc3d8b46bc.html> (13-07-2022).
- Lázaro, F. (14-2-2022): «García-Gallardo (Vox): „No nos vamos a abstener. No seremos la muleta de nadie». *El Mundo*: <https://www.elmundo.es/elecciones/elecciones-castilla-y-leon/2022/02/14/620a396be4d4d8797a8b45ad.html> (13-07-2022).
- López Pavón, T. (3-12-2018): «El juez Francisco Serrano, azote del discurso de género». *El Mundo*: <https://www.elmundo.es/andalucia/2018/11/14/5bec499622601db6478b45c1.html> (13-07-2022).
- Macías, C. S. (2022): «Vox reivindica su derecho a formar gobierno». *La Razón*: <https://www.larazon.es/espana/20220213/v575g5rt7reavoqlepg5hgiena.html> (13-07-2022).
- Mancera Rueda, A., Villar Hernández, P. (2020): «Análisis de las estrategias de encuadre discursivo en la cobertura electoral sobre Vox en los titulares de la prensa española». *Doxa Comunicación*, 31, 315–340: <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/452> (13-07-2022).
- Martín, I. (2021): «Political Watch publica el primer Media Bias Chart con el análisis de 30 medios de comunicación en España», Political Watch: <https://politicalwatch.es/blog/political-watch-publica-primer-media-bias-chart-espana-2021/> (13-07-2022).

- Masip, P., Suau, J., Ruiz-Caballero, C. (2020): «Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español». *Profesional De La información*, 29, 5. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27> (13-07-2022).
- Mauri-Rios, M., López-Meri, A., Perales-García, C. (2020): «La ética profesional de los periodistas frente a los gobiernos y políticos: percepciones de los profesionales y ciudadanos en España», *Revista Latina de Comunicación Social*, 77: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1459> (13-07-2022).
- Mayoral, J., Parratt, S., Morata, M. (2019): «Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica». *Historia y Comunicación Social*, 24, 2, 395-409: <https://doi.org/10.5209/hics.66267> (13-07-2022).
- McCombs, M. (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Méndez García de Paredes, E. (2010): Lengua y manipulación en el discurso de la información periodística. En: Esteban Tomás Montoro del Arco, Juan Antonio Moya Corral (coords.). *Actas de las XV Jornadas sobre la Lengua Española y su Enseñanza*. Granada: Universidad de Granada: <https://idus.us.es/handle/11441/25418> (13-07-2022).
- Moreno, J. A., Thornton, G. (2021): «Obstrucción de la acción climática en la extrema derecha española: La enmienda de Vox a la Ley de Cambio Climático y su representación en prensa», *Ámbitos*, 55, 25-40: https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/55/Art_02.pdf (13-07-2022).
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Nielsen, R. (2020): *Digital news report*. Reuters Institute: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (13-07-2022).
- Pardo Abril, N. G. (2013): *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Peris Vidal, M. (2018): «El tratamiento periodístico del partido político Podemos en el País Vasco y Público: Un análisis desde la teoría del framing» *Vivat Academia*, 143: <https://doi.org/10.15178/va.2018.143.111-134> (13-07-2022).
- Redacción ABC (2-12-2018): «La prensa internacional destaca que las elecciones con una prueba para Sánchez y una oportunidad para Vox» *ABC*: https://www.abc.es/espana/abci-prensa-internacional-destaca-elecciones-prueba-para-sanchez-y-oportunidad-para-201812022018_noticia.html (13-07-2022).

- Romano Burgoa, R. B. (2022): Comunicación, manipulación y democracia. *Orbis Tertius*, 6, 11, 11–23: <https://www.biblioteca.upal.edu.bo/htdocs/ojs/index.php/orbis/article/view/113> (13-07-2022).
- Rubio-Pueyo, V. (2019): *Vox: ¿Una nueva extrema derecha en España?* New York: Rosa Luxemburg Stiftung.
- van Dijk, T. A. (2005): «Política, ideología y discurso», *Quorum académico*, 2, 2: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199016762002> (13-07-2022).
- van Dijk, T. A. (2006): «Discurso y Manipulación. Discusión teórica y algunas aplicaciones». *Signos*, 39, 60, 49-74.
- van Dijk, T. A. (2016a): «Estudios Críticos del Discurso: un enfoque sociocognitivo». *Discurso y Sociedad*, 10, 1, 167-193.
- van Dijk, T. A. (2016b): «Análisis Crítico del Discurso». *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30: <http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n30/art10.pdf> (13-07-2022).
- van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press.
- Vara, A., Negredo, S., Amoedo, A., Moreno, E. y Kaufmann, J. (2022): *Digital News Report España*. Reuters Institute: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022/espana> (13-07-2022).
- Vázquez Bermúdez, M. A. (2006). Los medios toman partido. *Ámbitos*, 15, 257-267: <https://idus.us.es/handle/11441/13907> (13-07-2022).
- Vellón Lahoz, F. J. (2018): «Ideología y comunicación: Metáforas orientacionales en la representación mediática de Podemos». *eHumanista / IVITRA*, 13: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/176883> (13-07-2022).

Vox and the Conservative Press: Analysis of Narrative Categories in the Coverage of the Elections of Andalucía 2018 and Castilla y León 2022

Keywords: critical discourse analysis, media discourse, far right, digital media, Vox

The arrival of the Spanish political party Vox into the Junta de Castilla y León after the regional elections of 2022 seems to have culminated in a process of legitimization of the “far-right” party (Ferreira, 2019: 94) by the Partido Popular (PP), which needs Vox to govern. This article aims to better understand

the role of the press that traditionally favours the PP in the construction of the social imaginary about Vox. Using critical discourse analysis, the macro and microtextual levels are examined to identify the key narratives that build the representation of Vox in the media *ABC*, *El Mundo* and *La Razón*, taking two pivotal moments as a reference: the campaign that allowed Vox to obtain electoral legitimacy for the first time (the regional elections of Andalusia 2018), and the campaign that solidified the party when it became an active part of a government: that of the Junta de Castilla y León in the 2022 elections. The results indicate that the representation of Vox has been more favourable in the most recent elections because the role of emitter of speech has been transferred to the party members; as well, there has been a loss of media pieces with critical content, of the type that appeared frequently in Andalusia 2018. The more mass media tend to represent Vox as an actor of alliances rather than as a promoter of socio-political measures, and *El Mundo* is, of the three analysed, the voice that offers the most unfavourable representation of the party.

Vox in konservativni tisk: analiza narativnih kategorij v poročanju o volitvah v Andaluziji 2018 in v Kastilji in Leónu 2022

Ključne besede: kritična analiza diskurza, medijski diskurz, skrajna desnica, digitalni mediji, Vox

Vstop španske politične stranke Vox v upravo avtonomne skupnosti Kastilje in Leóna (Junta de Castilla y León) po regionalnih volitvah leta 2022 pomeni vrhunec procesa legitimizacije »skrajne desnice« (Ferreira, 2019: 94) s strani Ljudske stranke (PP), ki stranko Vox potrebuje kot vladnega zaveznika. Namen članka je analizirati vlogo tiska, ki je tradicionalno blizu stranki PP, pri oblikovanju družbenega imaginarija o Voxu. S kritično analizo diskurza ter preučevanjem makro- in mikrobeseidilne ravni so identificirani narativni ključni, ki oblikujejo reprezentacijo Voxa v medijih *ABC*, *El Mundo* in *La Razón*. Pri tem sta kot referenca vzeti dve obdobji: kampanja, ko si je Vox prvič priborila zastopstvo v institucijah (avtonomne volitve v Andaluziji 2018), ter kampanja, ki je stranko utrdila tako, da je po volitvah 2022 postala del avtonomne vlade Kastilje in Leóna. Rezultati kažejo, da je bila zastopanost Voxa na zadnjih volitvah večja, saj je bila pripadnikom stranke podeljena vloga prenašalca govora, opuščena pa je bila tematika s kritično vsebino, ki se je v Andaluziji leta 2018 pogosto pojavljala. Množični mediji predstavljajo Vox kot akterja

zavezništev in manj kot promotorja družbenopolitičnih ukrepov, časopis *El Mundo* pa izmed treh analiziranih digitalnih časopisov ponuja najbolj neugoden prikaz stranke.

Carolina Arrieta-Castillo

Carolina Arrieta-Castillo es Doctora en Lingüística Aplicada por la Universidad de Salamanca. Actualmente es Profesora Ayudante Doctora acreditada por la ANECA y personal docente-investigador en la Universidad a Distancia de Madrid, donde imparte docencia en los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas y en el Programa de Doctorado en Derecho y Sociedad. También ha publicado diversos artículos académicos relacionados con el análisis de los discursos político y mediático.

Dirección: Universidad a Distancia de Madrid – UDIMA.
Carretera de La Coruña,
KM.38,500
Vía de Servicio, nº 15
28400 Collado Villalba
Madrid
España
Correo electrónico: carolina.arrieta@udima.es

Jorge Canals Piñas

DOI: 10.4312/vh.30.1.37-52

Università degli Studi di Trento

La mirada sesgada de un periodista neutral: Juan Pujol en el frente austro-italiano (1915)

Palabras clave: periodismo, Gran Guerra, propaganda, estereotipos, metáfora

En el período que se halla comprendido entre los meses de enero y septiembre de 1915, el periodista murciano Juan Pujol (1883-1967) desarrolló una intensa labor informativa desde los frentes bélicos europeos en los que los combates se estaban llevando a cabo con mayor virulencia. Sus reportajes, que se escribieron en primera línea de fuego, se publicaron en las páginas del periódico *ABC* (Madrid) y conforman un corpus total de 61 textos que el autor terminaría reuniendo, pocos años después, en tres volúmenes. La retórica bélica comporta, por lo general, ya sea la sublimación de los combatientes con los que se desplaza el reportero que, por el contrario, el retrato degradado de los adversarios, mediante estrategias redaccionales a las que nos aproximaremos tomando en consideración el subcorpus de artículos producidos en el frente austro-italiano y atendiendo a la construcción de los estereotipos correspondientes a quienes integran los bandos enfrentados. Todo ello pondrá aun más de relieve la decantación empática de los reportajes de Pujol en favor de las Potencias Centrales. Asimismo se tendrá en cuenta el recurso a imágenes y metáforas que se entrelazan con la percepción de la imagen del enemigo, lo que nos llevará a analizar su uso en la descripción de las operaciones militares en el transcurso de la campaña por la conquista de Gorizia en julio de 1915.

1 Introducción

El análisis del discurso ha demostrado ser una herramienta eficaz para afrontar una indagación crítica en torno a la carga ideológica que pueda vehicularse en todo acto comunicativo. El lenguaje no es inocente. Y mayor es dicha convicción cuando se consideran las crónicas y reportajes ligados a la información bélica, a cuya superficie textual suelen aflorar tomas de posición y un perspectivismo ideológico con los que modular la opinión pública.

Pese al desarrollo de los medios de información, observamos que los recursos redaccionales se han mantenido inalterados en el curso del tiempo y en los heterogéneos escenarios de guerra (González, 2016). A grandes rasgos, las estrategias comunicativas con que hemos tropezado al analizar correspondencias enviadas por reporteros españoles desde la primera línea de frente, en el transcurso de la Gran Guerra (Canals Piñas, 2016), siguen hoy vigentes y apuntan en dirección parecida: la imagen idealizada de las tropas en cuya compañía se desplaza el enviado especial, con deliberados intentos de realzar su extremada humanidad con respecto a la población civil inerme y también con respecto al adversario militar. A todo ello se le contrapone, en cambio, la batería de consabidos motivos redaccionales con los que una y otra vez se realza la falta de humanidad del enemigo. En la construcción de estas dos figuras antagónicas pivota el texto propagandístico.

La circunstancia de que España fuera país neutral en el transcurso de las vicisitudes de la Gran Guerra, no eximió a la prensa peninsular de tales esquematismos y estereotipizaciones. Nada sorprendente teniendo en cuenta la guerra mediática que se desencadenó en nuestro país y que enfrentó a las principales cabeceras periodísticas (Canals Piñas, 2017: 23-35). Y es que España no entró en guerra, pero nada se pudo hacer para impedir que la guerra entrara en España y escindiera el tejido social de sus metrópolis. La mayor parte de los medios de prensa más influyentes revelaban posiciones editoriales polarizadas: alineadas de la parte de las fuerzas aliadas o, por el contrario, del lado de las Potencias Centrales. Mostraron firmes posiciones editoriales que se consolidaron gracias a las inyecciones de ayudas económicas con que los servicios de inteligencia de uno y otro bando estimularon la adhesión de las redacciones a sus respectivas causas (González Calleja y Aubert, 2014: 247-265).

Desde un punto de vista cuantitativo, los órganos de prensa que tomaron partido por el bando de los aliados fueron predominantes. Y pocos fueron los medios informativos que, por su parte, ajustaron la mirada a la de los líderes políticos y militares del bando imperial o los que, cuando menos, intentaron

adoptar una actitud equidistante. Entre estos últimos descuella *ABC*, periódico madrileño de difusión nacional que, desde el momento en que las tropas alemanas invadieron el territorio belga, dio cabida en sus páginas a los artículos enfervorizados de José Martínez Ruiz “Azorín” (1873-1967), que incansablemente peroró en favor de la lucha de los aliados (Navarra Ordoño, 2014: 122-128), pero dio espacio también a artículos inequívocamente germanófilos de José María Salaverría (1873-1940) o a las crónicas enviadas por el periodista Juan Pujol (1883-1967), quien en 1915 visitó distintos frentes de guerra desplazándose junto a las tropas imperiales¹.

2 Aspectos editoriales preliminares

Fueron cuatro las misiones periodísticas en las que Juan Pujol se embarcó a lo largo de aquel año. La primera de ellas se produjo en el mes de enero y tuvo por destino el territorio belga que las tropas alemanas habían invadido seis meses antes. Entre las fechas de 27 de enero y el 3 de marzo de 1915 se publicaron en las páginas de *ABC* un total de trece crónicas de las que, al final de cada una de ellas, se nos proporciona constancia del lugar y fecha en que se redactaron. El conjunto de artículos (a los que agregó unos pocos despachos escritos en el curso de la corresponsalía que hasta entonces ocupó en Londres para el periódico madrileño) se recopiló en el volumen *De Londres a Flandes. Con el ejército alemán en Bélgica* (1915).

Replicó idéntica operación editorial tras su sucesivo desplazamiento como reportero a las líneas de combate austro-alemanas en Galitzia y contrapuestas a las zaristas. El viaje se produjo entre los meses de marzo y junio de 1915, por más que los reportajes se publicaron tan sólo entre el 6 de abril y el 26 de julio de aquel año. Acto seguido, y a lo largo del mes de julio (y con publicación en las páginas de *ABC* entre el 30 de julio y el 18 de agosto), Pujol recorrió el frente austro-italiano: desde Trieste y Gorizia hasta el corazón de los Alpes Julianos. Una y otra serie de reportajes, tanto los redactados en el frente oriental como en el frente italiano, terminaron reunidos en el volumen que lleva por título *En Galitzia y en el Isonzo. Con los ejércitos del General von Mackensen y del archiduque Eugenio de Austria* (1916).

1 Era lo que hoy denominaríamos un *embedded journalist*, el periodista profesional que marcha en las filas de uno de los bandos implicados en el conflicto (Stauber, 2013: 29-30). Inexistentes eran las alternativas: y es que en el transcurso de la Gran Guerra, y fuera cual fuera la zona de combate que los informadores pretendieran cubrir, para acceder a la primera línea se precisaba estar acreditado por los servicios de prensa del correspondiente Alto Mando militar (Canals Piñas, 2017: 55-60).

Queda, por último, consignar su viaje en septiembre de 1915 a los Balcanes y al Imperio Otomano en seguimiento, también en este caso, de las tropas de las Potencias Centrales. Los catorce reportajes que en este escenario bélico redactó hallaron espacio en las páginas de *ABC* entre el 6 de octubre y el 3 de noviembre. Fue su última misión como enviado especial a los frentes de la Gran Guerra y la cumplió, también en este caso, con plena implicación antes de hacer retorno a las rutinas profesionales de la redacción central de Madrid, dado que su creciente filo-germanismo hizo inviable que pudiera recuperar su puesto de corresponsal estable en Londres². Las crónicas balcánicas y otomanas corrieron la misma suerte editorial que las que había redactado y publicado aquel mismo año: terminaron recopiladas en «Los últimos días de Estambul (Constantinopla en 1915)», epígrafe que recibe la segunda parte de *La guerra* (1917), mientras que en la primera mitad del mismo volumen Pujol reunió algunos de los relatos con trasfondo bélico que, con periodicidad irregular, habían ido publicándose en las páginas del suplemento ilustrado *Blanco y Negro* a partir del 2 de enero de 1916.

Por lo que se refiere a las tres primeras misiones informativas (frente occidental, frente oriental y de Galitzia y frente austro-italiano), y tras haber cotejado los artículos publicados en *ABC* con las versiones que finalmente confluyeron en los citados volúmenes, advertimos que se trasvasan a la recopilación definitiva sin que apenas se hayan producido ajustes. Sólo para uno de los artículos (el que lleva por título «Impresiones de la guerra», *ABC*, 6 de agosto de 1915: 3-6) se registran variantes de envergadura, pues pasajes del mismo se ampliarán hasta constituir capítulo con entidad propia («El archiduque Eugenio» [1916: 217-225]), descartando el resto de la información que contenía. Mayor reelaboración advertimos en la compilación definitiva de las crónicas balcánicas y otomanas³.

Asimismo se respeta el orden secuencial con el que habían ido apareciendo los artículos en *ABC*. En los reportajes en los que Pujol deja constancia de su paso por el frente oriental y por el austro-italiano, consignamos tan sólo una

2 Pasó, a partir de entonces, a manos del polifacético Julio Camba (1884-1962). Olmos Baldelou (2002: 125-128) nos brinda datos preciosos sobre la labor de Pujol como corresponsal para *ABC* en Londres.

3 No pasarán al volumen los siguientes reportajes: «Lo que piensa el gobierno búlgaro», *ABC*, 10 de octubre de 1915: 3-5; «Un pueblo fuerte: Sofía», *ABC*, 11 de octubre de 1915: 3-4; «Bucarest», *ABC*, 27 de octubre de 1915: 3-4; «Lo que dice el gobierno rumano», *ABC*, 28 de octubre de 1915: 3-5; «Política rumana», *ABC*, 31 de octubre de 1915: 3-4; «M. Carp», *ABC*, 3 de noviembre de 1915: 3-5. En contrapartida se insertarán cuatro breves capítulos finales: «Recuerdo del viejo Emperador: Una tarde en Schönbrunn» (1917: 164-167); «El teatro de la guerra: Kronstadt» (1917: 168-173); «El desastre de Rumanía: Mis amigos lejanos» (1917: 174-179); «Primera marcha en la noche» (1917: 180-186).

alteración excepcional y dictada por la lógica del relato: en el libro en que recopila su labor periodística, agrupa dos reportajes que tienen por ambientación bélica las vetas y valles de los Alpes Julianos, mientras que en *ABC* había intercalado entre ambos un reportaje sobre los prisioneros rusos que se habían prestado a desempeñar tareas agrícolas en las granjas del Tirol.

La indicación de dataciones finales para cada una de las crónicas publicadas por *ABC* permite caer en la cuenta del desfase que se instaura entre el tiempo de la escritura y el tiempo de su publicación en prensa. Observando, de hecho, la periodicidad con la que se publican los artículos de Pujol la sospecha es la de que, una vez trasladado al frente austro-italiano, enviaba cada cierto tiempo una remesa de artículos por correo postal que, una vez llegada a redacción, permitía la publicación diaria de la serie que fatalmente se interrumpía hasta la llegada de la siguiente remesa. Que fuera esta la causa de estas breves interrupciones queda en parte corroborado por la nota de redacción que encabeza el reportaje «La noche de San Juan» (*ABC*, 26 de julio de 1915: 3-5; 1916: 199-205):

Este artículo es el último que hemos recibido de nuestro redactor Sr. Pujol. Sabemos por un telegrama que nos ha remitido varios más y, entre ellos, dos muy interesantes acerca de una interviú celebrada con el archiduque Eugenio, el hermano de S.M. la Reina doña María Cristina, generalísimo de las tropas austro-húngaras que luchan en el frente italiano; pero dichos trabajos, a causa de la desorganización postal que existe en toda Europa, no han llegado aún a nuestro poder.

De todo ello nos da ulterior confirmación una crónica tardía, adscrita a la serie balcánica, y en la que la consabida nota inicial de redacción advierte a los lectores: «Con gran retraso recibimos ahora el primero [de los artículos de su viaje a Constantinopla], por vía de Suiza, y nos apresuramos a publicarlo a continuación, confiando en que llegarán a nuestro poder los sucesivos» (*ABC*, 6 de octubre de 1915: 2).

Algunos de los reportajes de Juan Pujol, escritos en el frente oriental de Galitzia, aparecieron ilustrados con fotografías tomadas por Arthur Tervooren (1871-1951), uno de los periodistas que viajaban en su misma comitiva⁴. El

4 De Tervooren, al que *ABC* presenta como redactor de la publicación *Het Leven*, se publicó en las páginas del periódico madrileño un total de 17 imágenes aparecidas entre las fechas del 3 y 31 de mayo de 1915. En fecha de 16 de mayo del mismo año publicó *ABC* una fotografía en la que figura la totalidad de los componentes de dicha comitiva de periodistas, incluidos Juan Pujol y Arthur Tervooren.

colega holandés no se desplazó sucesivamente al frente austro-italiano, por lo que quedó interrumpida esta colaboración gráfica con la que se traducían plásticamente la descripción verbal de Juan Pujol. En esta segunda parte del viaje hacia el frente del Isonzo, el reportero murciano tampoco viajó solo, sino que le acompañaron «otros dos escritores: el alemán Paul Lindenberg y el doctor Hildebrand, sueco» (1916: 220). Y aunque consta que el primero de ellos llevaba cámara, según anota el mismo Pujol (1916: 241), ninguna de sus imágenes terminó ilustrando los propios reportajes. Agregamos que, en el curso de los numerosos desplazamientos del periodista murciano por los distintos frentes bélicos a lo largo del año 1915, tan sólo dos fotografías se adscriben de modo explícito a la autoría de Pujol⁵.

Destacamos, por último, la circunstancia de que la realidad observada en los desplazamientos de Juan Pujol por los varios frentes bélicos fueron a su vez reelaborados narrativamente. Para lo que el lector con curiosidad por cotejar los reportajes periodísticos con textos literarios que tienen por trasfondo aquellos mismos escenarios geográficos cuenta a su disposición con el corpus de relatos que se hallan en la primera parte del posterior volumen *La guerra* (Pujol, 1917). Tal tarea de cotejo la ha llevado a cabo, cuando menos en parte, Carmen Jurado Gómez en el estudio que lleva por título *El periodismo de Juan Pujol* (1999)⁶, si bien creemos que todavía queda espacio para ulteriores profundizaciones.

Por lo que se refiere al punto de vista y a la voz narrativa, en los textos periodísticos de Pujol la primera persona del singular monopoliza las observaciones de campo que se trasvasan al papel, con lo que la noticia informativa adopta de manera neta las marcas lingüísticas propias del reportaje. Además de confidencialidad con el lector, revela vivencia directa e implicación personal en el relato (Jurado Gómez, 1999: 122-125). Se busca insistentemente establecer contacto con todo tipo de interlocutores. Y no sólo para hacer que la lectura del texto, con la inclusión del diálogo, resulte más amena, sino también para poner en boca de otros los que son asimismo coincidentes puntos de vista. Así procederá, por ejemplo, en el transcurso de la conversación con la pareja de viajeros suizo-alemanes con los que compartirá viaje a bordo del tren expreso

5 La referencia es a dos imágenes publicadas por *ABC* en fecha de 27 de febrero de 1915 y que documentan la devastación de la villa belga de Paschendaale (hoy Passendale) causada por la acción militar de los artilleros franceses.

6 Remitimos, en especial, a las pp. 122-139 donde la investigadora pone en relación los reportajes nacidos al calor del paso del reportero por Trieste y Gorizia con el relato “La cita” (Pujol, 1917: 5-34).

que de Milán le llevará a Zúrich y que «están seguros del triunfo de las armas del Káiser» (1916: 18).

3 El bando italiano

En la crónica publicada por *ABC* el 6 de abril de 1915 (1916: 5-13), describe Pujol la navegación a bordo de la nave *Principe Umberto*, buque procedente de Argentina y en cuya escala de Barcelona había embarcado con destino a Génova. Sirvió al reportero para establecer una primera toma de contacto con el pasaje de nacionalidad italiana, constituido por emigrantes radicados en América Latina que se dirigían a su patria natal. Por lo demás Italia, tal como iba a constatar apenas puesto pie en los muelles de Génova, se hallaba inmersa en un clima de agitación política y social que prefiguraba (en la fecha de publicación de dicho reportaje, pero ya no en la de la aparición del volumen recopilatorio) el intervencionismo bélico. El cual se produjo pocas semanas después de su llegada a Génova: el 23 de mayo de 1915, fecha en que Italia declaró guerra al Imperio Austro-Húngaro.

El enviado de *ABC* observa a estos pasajeros humildes a los que describe como masa amorfa. Los despoja de personalidad, sin que les confiera carácter propio ni singular: son una «muchedumbre italiana, harapienta y sucia» (1916: 5). El sustantivo *muchedumbre*, con las consiguientes connotaciones semánticas que aporta al discurso, será insistente a lo largo de estas páginas. También cuando el reportero desembarque en el puerto ligur y allí dé en contemplar a quienes esperan en los muelles la llegada del buque o a quienes se agolpan en las callejuelas adyacentes al puerto (1916: 13-15). Sólo en un caso las connotaciones negativas que activa el sustantivo quedan apenas atenuadas con adjetivos de polaridad significativa dispar, al definirla como «muchedumbre gárrula, simpática y pintoresca» (1916: 15). Apenas atenuadas, teniendo en cuenta la sombra semántica que proyecta el adjetivo *gárrulo*, con el que se denota a esos viajeros charlatanes y ruidosos. Al tiempo que entran en juego los heterogéneos matices que canaliza, a su vez, el adjetivo *pintoresco* para el que el diccionario académico ha ido enriqueciendo su carga connotativa hasta incluir la de estafalario y chocante, que es la acepción que Pujol emplea.

Al hilo de su aserción el reportero hilvana una poderosa imagen plástica: «van dejando en la estela del buque restos de guisos colorados, cáscaras de naranja, pedazos de grasiento papel» (1916: 5). Es, de hecho, Pujol un consumado artífice de imágenes. Cuando en julio de 1915, tras haber recorrido los campos de

batalla de Galitzia, el reportero se suma a las tropas austro-húngaras que combaten en el Karst contra las tropas de Italia que aspiran a conquistar el enclave de Gorizia, de modo reiterado recurre en sus descripciones a una metáfora náutica continuada con la que traduce plásticamente el denodado esfuerzo militar: las tropas austríacas, agazapadas en puntos estratégicos clave para la defensa de Gorizia, constituyen un espigón inquebrantable contra el que se rompe el oleaje de un mar enfurecido⁷.

La primera vez que tal imagen náutica aparece en el texto es poco antes de que la pequeña comitiva de periodistas ascienda al Podgora y allí asista a la acometida de los italianos en la oscuridad de la noche. Se ve precisado Pujol a argumentar para los lectores españoles, desconocedores de las particularidades orográficas de aquel campo de batalla, el papel clave de aquel monte para la defensa de la ciudad: «En la confluencia de los dos ríos [el Isonzo y el Wippach] hay un pueblecillo y un puente, el de Rubbia: este pueblo está como en la bocana de un puerto, del que la barrera cortada de los Alpes fuera rompeolas: la ola furiosa de los ataques italianos ha llegado hasta él, y no más» (1916: 237). La cual es una imagen que ampliará sucesivamente con la finalidad de abarcar al Monte San Michele, el segundo de los puntos estratégicos en que se concentran las defensas de Gorizia («El espigón Sur del imaginario dique es un monte que se llama San Miguel» [1916: 246]).

En su ascenso a la cumbre del Podgora (o Monte Calvario) a pie desde Gorizia y al atardecer, se ha colocado el reportero en una posición panorámica desde la que poder contemplar el área urbana que tiene ahora a sus pies y que, en virtud de la imagen que introduce para dar plasticidad a su descripción, se transmuta en el rompeolas contra el que se rompen en vano las olas furiosas, con lo que el reportero configura todo un espacio imaginario en el que se contraponen fuerzas antagónicas. Procedente de la llanura del Friul, la acción militar de las tropas italianas es, por su parte, fuerza que asedia y amenaza a la tierra firme. Y si el oleaje pudiera saltar sobre el imponente rompeolas, alcanzaría fatalmente a la ciudad: «hallaríanse [los italianos], siguiendo nuestra comparación, dentro del puerto donde está Goricia» (1916: 237). Algo que no ocurrirá, pues el rompeolas es sólido, compacto y resistente a las tempestades enfurecidas que puedan desatarse contra aquella enseada segura.

Al extremo septentrional del rompeolas defensivo se halla Podgora, el lugar

7 Es ya todo un clásico el estudio titulado *Metaphors We Live By* (2003) en el que Lakoff y Johnson se aproximaron al habla cotidiana, tan permeada por la presencia de las metáforas que alcanzan incluso la lexicalización lingüística. Remitimos asimismo a Iwamoto (1996: 65).

hasta el que asciende el grupo de reporteros. Es el punto contra el que golpea el oleaje con mayor fuerza, la cuña de resistencia que mayor amenaza entraña. Es la posición hacia la que Pujol y sus compañeros de oficio se dirigen, atravesando para ello una «endiablada floresta» (1916: 237) sobre la que va cayendo la noche y en la que son los elementos acústicos los que terminan configurando un espacio inquietante. Ya no sólo el ruido del oleaje metafórico, sino también la detonación incesante de la artillería adversaria que ataca con proyectiles de gran calibre, de modo que la «tierra tiembla perpetuamente, como si un martillo gigante e incansable la golpeará» (1916: 237). Si las balas «silban como invisibles pájaros» (1916: 237), es el ruido atronador de la artillería pesada el que acaba imponiéndose: «oigo el lúgubre aullido de los proyectiles de treinta centímetros y medio [...] un ulular de esos canes nocturnos que ladran a la muerte» (1916: 239-240). Por más que llegará el momento en que el oído se acostumbre al estruendo:

Y al fin nos habituamos a ello, del mismo modo que un viajero, cansado después de caminar largo tiempo, llega de repente en la noche a un pueblo situado junto al mar tormentoso: el fragor de las olas sobre la playa asórdale al principio; luego acaba por no oírlo, y se duerme; pero hasta en sueños le persigue el rumor de unas olas que ruedan sobre otras, que se confunden, y vuelven, y retoman en una profunda, grave, abrumadora sinfonía... (1916: 240-241).

Todo es violencia irrazonable e inútil, pues ni los atacantes avanzan, ni los defensores retroceden. Es más, la acometividad del adversario, incapaz de coronar logros militares, se enfatiza de manera meramente funcional en el relato de Pujol: existe para realzar, aun más si cabe, la capacidad defensiva del ejército austro-húngaro⁸.

El enemigo italiano carece de rostro e identidad. Es masa esquiva que permanece oculta, carne que sólo sirve para un sacrificio inútil. Al recorrer Pujol, aquel mismo atardecer, las trincheras de primera línea, nada ve al principio por el periscopio que le presta un oficial para que con él pueda atisbar sin peligro las líneas del adversario que se hallan a escasos metros de distancia. Es el mismo oficial austríaco que le acompaña quien se ve precisado a guiar

8 Para ensalzar el valor y arrojo de las tropas imperiales, no duda Pujol en enfatizar la superioridad numérica del enemigo italiano; al tiempo que pondera la astucia estratégica de los austríacos que muy habilmente han dispuesto las posiciones (1916: 258). Dicha táctica estratégica sirve, de paso, para justificar que pese a los avances, el ejército italiano no ha conquistado terreno, sino que es Austria quien lo ha cedido sin oponer resistencia para así organizar mejor la defensa de Gorizia (1916: 242 y 259-260).

su mirada y quien consigue que finalmente el reportero, repare por fin en los asaltantes italianos que sucumbieron en su intento fallido para conquistar la cumbre en manos de los austríacos y que ahora se hallan diseminados en las rugosidades del terreno en que se combatió la noche anterior: «Casi no se les ve, por el color del uniforme. Pero ahora distingo las caras pálidas, los brazos revueltos, las bocas abiertas...» (1916: 244). Son apenas tierra y polvo.

4 El bando imperial

El antagonista del italiano es el combatiente germano. Desde las primeras crónicas, hay en Pujol un esfuerzo patente por dotarle de personalidad definida, de rasgos distintivos que lo realcen a ojos de los lectores como individuo inserto de modo armónico en su entorno social y tratando de contrarrestar, con la información de que se hace transmisor en sus crónicas, los estereotipos arraigados y difundidos en las páginas de la prensa rival: «Suben aquí [al expreso que se dirige a Berlín] los soldados alemanes –los *bárbaros* que ya conozco de Bélgica–. Examinan con toda cortesía nuestros pasaportes» (1916: 20), escribe Pujol no olvidando confiar al recurso tipográfico de la cursiva la dosis de ironía que juzga necesaria para minar el tópico tan del gusto de los propagandistas de las fuerzas aliadas.

Es palpable el esfuerzo por dar siempre rostro e identidad a sus interlocutores. De todos y cada uno de ellos se nos proporciona deliberadamente nombre, apellido, grado militar en el caso de que el interlocutor sea oficial, procedencia en buena parte de los casos y aun algunas consideraciones personales de carácter biográfico. Así, por ejemplo, en el transcurso de la cena de gala que tendrá lugar en el cuartel general con sede en Liubliana, hallándose presente el mariscal de campo Svetozar Boroević (1856-1920), donde el reportero entra en contacto con oficiales de la reserva de los que proporciona detallada noticia. O cuando recorre las primeras líneas y, aun hallándose en circunstancias difíciles, no deja de apuntar escrupulosamente la identidad de sus entrevistados. Y no sólo de los oficiales de alto rango, sino también de los más modestos componentes de la tropa e incluso de los representantes de la sociedad civil con los que tropieza en su camino.

Se ensalza la cohesión de las Potencias Centrales, lo que el reportero atribuye al mantenimiento, incluso en las situaciones más críticas, de una rígida jerarquía social propia de una sociedad patriótica que replica modelos castrenses: «Este no es un ejército, sino un pueblo organizado militarmente» (1916: 209).

Ensalza asimismo su unidad inquebrantable y sin fisuras, que presenta de cara al exterior una unanimidad popular en la que llega a percibir una “cohesión espiritual” (1916: 212) sin paragón en Occidente. Y de hecho, al esbozar la semblanza que nos da de Franz Conrad von Hötzendorf (1852-1925), jefe del Estado Mayor del Ejército de Austria-Hungría, no duda en conferirle un barniz monacal que poco tiene que ver con la habitual semblanza guerrera: «Sólo con observarle se adivinaba su vida laboriosa, casi ascética, y bajo su apariencia serena, el trabajo de un espíritu sometido a formidable tensión» (1916: 215-216).

En la misma línea se posiciona la semblanza que, a su vez, pergueña del archiduque Eugenio (1863-1954), general en jefe de los Ejércitos del Sur con quien se da cita en Maribor para solicitar licencia con la que poder visitar las líneas del frente austro-italiano (1916: 217-225). De este nos dará también un retrato caracteriológico que rezuma espiritualidad: «Las mujeres pueden lamentar que haya renunciado al amor femenino por el voto a que le obliga el gran maestrazgo de su Orden»⁹ (1916: 221). Es un ascetismo que irradia desde lo más alto de la cúpula militar y se trasvasa a sus hombres e incluso al entorno alpino en que tienen lugar las operaciones militares: «Tal vez en tiempo de paz están estos parajes frecuentados por viajeros, por gentes mundanas, por turistas ruidosos y frívolos; pero ahora, desiertos por la guerra, tienen una solemnidad imponente: de su soledad emana una emoción casi religiosa» (1916: 280). Nada sorprendente, pues, que en el relato bélico termine aflorando el icónico sustantivo de *cruzada*: «Organización y patriotismo. Cada hombre de cada uno de los pueblos que componen el Imperio va a esta guerra como a una cruzada» (1916: 211). Por lo demás, tales *cruzados* son incansables y resisten a las adversidades bélicas como si se hallaran ungidos por una protección divina que les permite salir indemnes de todo aprieto militar. Algo que Juan Pujol pone en boca de los prisioneros italianos a los que, hallándose en Gorizia, le es dado aproximarse¹⁰: «nosotros no creíamos ya posible que hubiese un ser viviente en la montaña [del Podgora] después del fuego de nuestra artillería» (1916: 238).

9 La referencia es a la Orden Teutónica, de la que fue el último gran maestro secular.

10 Es el único contacto personal que se producirá con el combatiente italiano. Pujol transcribe en estilo directo el testimonio desconcertado de los prisioneros que, en la víspera, han sido apresados en el frente de Podgora. No hay en el pasaje ninguna descripción de sus interlocutores, así como tampoco noticias de sus señas de identidad, salvo la indicación de que todos ellos forman parte del 129 de infantería. Se convierten así en transmisores involuntarios de las excepcionales cualidades de sus adversarios austríacos.

Los combatientes germanos sufren con resignación todo tipo de adversidades bélicas, siendo capaces de mantener la organización, la disciplina castrense y el respeto a los superiores jerárquicos. Y todo ello incluso en las circunstancias más extremas, en las que tanto estoicismo muestran. Son modelo de abnegación y de sacrificio en favor del bien común, como demuestra el ejemplo del comandante de la fortaleza de Malborghetto que vive constantemente bajo el asedio de la artillería italiana emplazada en posición ventajosa. En palabras del teniente que acompaña a Pujol hasta el punto panorámico del que avistan con plena seguridad este enclave de resistentes: «[El comandante] es un héroe, y empleo la palabra en su acepción estricta. Está condenado a morir, sin duda. ¿Cómo pensar que va a escapar a ese fuego? Fríamente se sacrifica por los demás: es decir, por la patria» (1916: 274). En pocas ocasiones, como en la referida, muestra el periodista murciano una acendrada empatía con los defensores de Austria que luchan en las líneas de frontera del Imperio y que se hallan bajo el peligro permanente del agresor italiano. Siente entonces una ansiedad y angustia que delatan el punto hasta el que se siente partícipe de la suerte de aquellas tropas condenadas a morir por un ideal.

El combatiente de las tropas imperiales es, pues, el reverso del soldado italiano, oponiendo su esencial espiritualidad y ascetismo a las acciones taimadas del soldado latino. El italiano pertenece a un Estado que ha faltado a las obligaciones que derivaban de los pactos estipulados en el marco de la Triple Entente y que supuso una traición para la que Italia ha forjado falsos y torpes pretextos. En opinión de Juan Pujol, todo es el resultado de un plan que Italia llevaba urdiendo desde mucho tiempo atrás: «Un enemigo preparado de largo tiempo y muy numeroso» (1916: 221).

5 Conclusiones

Los propósitos con los que Juan Pujol pretende guiar su labor informativa son irreprochables. Cuando, tras haber recorrido las líneas austro-italianas y observado los combates que se están llevando a cabo a orillas del Isonzo y en las altas vetas de los Alpes Julianos, se dispone a reemprender viaje hacia el frente balcánico y a Estambul, así se sincera con el lector respecto a los principios deontológicos que le llevan a afrontar este último viaje al más remoto de los escenarios bélicos:

[Nuestra tarea] consistirá en ver y anotar aquellas cosas que se ofrezcan a nuestros ojos y a nuestro espíritu, en sintetizarlas

con aquella relativa imparcialidad propia de nuestra condición humana, en ser veraces en la exposición de hechos y sinceros en la de nuestros juicios (Pujol, 1917: 111).

Aun así encarna, mal que le pese, al periodista de orientación (Josep Maria Casasús, cit. por Amat, 2014: 205), entendido este como el reportero que con sus crónicas encauza al lector hacia una clave interpretativa de la actualidad. Además de ser el reportero en estado puro que va a la caza de noticias narradas lo más novelescamente posible, deslumbrado por la aventura, aspira a decantar al lector hacia sus mismas posiciones ideológicas y progresivamente menos neutrales.

Tendemos a considerar al periodista de guerra como un espejo a través del cual nos aproximamos a la realidad. Nunca debiera olvidarse que el reportero no es, ni más ni menos, que un filtro con el que se verbaliza cuanto observa y con cuyos textos se nos lleva (como lectores pasivos que somos) a un mundo posible y que contribuye a dar resalte a un determinado ángulo de visión. A todo lo cual se agrega la elección de un léxico con el que canalizar «las actitudes y, en consecuencia, las ideologías del hablante» (Van Dijk, 1990: 122). El yo puede asomar en la superficie de la noticia periodística camuflado como un observador imparcial, como un mero mediador de los hechos, pero

las creencias y actitudes subyacentes no pueden suprimirse con tanta facilidad, y pueden aparecer indirectamente en el texto de muchas maneras: selección de temas; elaboración de los mismos; jerarquías de relevancia; uso de categorías esquemáticas, y, por último, en el estilo, en las palabras elegidas para describir los hechos (Van Dijk, 1990: 113).

La obra periodística de Juan Pujol, generada al recorrer en 1915 los frentes bélicos donde las fuerzas aliadas combatían a las tropas imperiales, es un buen ejemplo de ello. Su visión sesgada (aunque nunca panfletaria) del conflicto late en el texto periodístico, dando al lector la aparente sensación de que sus crónicas no son más que receptáculo de noticias factuales. Contienen, en realidad, la clave ideológica personal de un conflicto bélico con el que se siente comprometido. Da de sus oponentes una imagen desrealizada; e idealizada, en cambio, de los combatientes imperiales con los que solidariza. Y todo ello al servicio de una singular interpretación del mundo contemporáneo.

Bibliografía

FUENTES PRIMARIAS:

- Pujol, J. (1915): *De Londres a Flandes. Con el ejército alemán en Bélgica*. Madrid, V. Rico.
- Pujol, J. (1916): *En Galitzia y en el Isonzo. Con los ejércitos del general von Mackensen y del archiduque Eugenio de Austria*. Madrid: Renacimiento.
- Pujol, J. (1917): *La guerra*. Madrid: Librería de Viuda de Pueyo.

FUENTES SECUNDARIAS:

- Amat, J. (2014): «Gaziel, humanista ilustrado». In: Xavier Pla y Francesc Montero (eds.), *Cosas vistas, cosas leídas. La edad de oro del periodismo literario en Cataluña, España y Europa*. Kassel: Reichenberger, 199-216.
- Canals Piñas, J. (2016): «Enrique Díaz Retg and *El Diluvio*: Reportage from the Italian frontline (1916)». *Journal of Modern Italian Studies*, 21/2, 289-303.
- Canals Piñas, J. (2017): *Noticias desde el frente bélico italiano. Los reportajes de Enrique Díaz-Retg (1916 y 1917)*. Trento: Dipartimento di Lettere e Filosofia.
- González, J.R. (2016): «Visions/versions of the war: Ramón Pérez de Ayala and Juan Pujol on the Italian front», *Journal of Modern Italian Studies*, 21/2, 271-282.
- González Calleja, E., Aubert, P. (2014): *Nidos de espías. España, Francia y la Primera Guerra Mundial (1914-1919)*. Madrid: Alianza Editorial.
- Iwamoto, N. (1996): «Constructing Reality through Metaphorizing Processes in Wartime Reporting», *Edinburgh Working Papers in Applied Linguistics*, 7, 56-71.
- Jurado Gómez, C. (1999): *El periodismo de Juan Pujol*. Murcia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.
- Lakoff, G., Johnson, M. (2003): *Metaphors We Live By*. Chicago-London: The University of Chicago Press.
- Navarra Ordoño, A. (2014): *1914. Aliadófilos y germanófilos en la cultura española*. Madrid: Cátedra.
- Olmos Baldellou, V. (2002): *Historia del "ABC"*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Simpson, P. (1993): *Language, Ideology and Point of View*. London: Routledge.

- Stauber, R. (2013): «War and the Public Sphere: European Examples from the Seven Years' War to the World War I». In: *Selling War: Josef Seethaler et al. (ed.), The Role of the Mass Media in Hostile Conflicts from World War I to the "War on Terror"*. Bristol: Intellect Books Ltd., 19-35.
- Van Dijk, T.A. (1990): *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, T.A. (2003): *Ideología y discurso*. Barcelona: Editorial Ariel.

The Biased Gaze of a Neutral Journalist: Juan Pujol in the Austro-Italian Frontline (1915)

Keywords: journalism, Great War, propaganda, stereotypes, metaphor

In the period between January and September 1915, Spanish journalist Juan Pujol (1883-1967) reported from the most active European frontlines and sent his reports and stories to the newspaper *ABC* (Madrid). This journalistic material makes for a corpus consisting of 61 texts that, in the following years, were collected in three volumes by its own author. As idealized self-depiction and degraded depiction of the Other is a consequence of war rhetoric, we shall take into account articles produced on the Austro-Italian frontlines in order to analyse the reinforcement of stereotypes related to Italian and Austro-Hungarian troops and citizens. This will confirm Pujol's biased reporting in favour of the Central Powers. Recourse to metaphors and images is linked with the perception of the enemy's image and it is in this regard that we analyse its use when describing military operations in the course of the Battle of Gorizia in July 1915.

Pristranski pogled nevtralnega novinarja: Juan Pujol na avstrijsko-italijanski fronti (1915)

Ključne besede: novinarstvo, prva svetovna vojna, propaganda, stereotipi, metafora

V obdobju med januarjem in septembrom 1915 je novinar iz Murcije Juan Pujol (1883–1967) opravljal intenzivno informativno delo z evropskih vojnih front, na katerih so potekali najsilovitejši boji. Njegova poročila, ki so nastala na prvi bojni liniji, so bila objavljena na straneh časopisa *ABC* (Madrid) in tvorijo korpus 61 besedil. Avtor jih je nekaj let pozneje zbral v treh zvezkih.

Ricardo Connett

DOI: 10.4312/vh.30.1.53-71

Universidad de Zaragoza

La construcción de la identidad de Vox en el discurso de Santiago Abascal

Palabras clave: Vox, Santiago Abascal, discurso político, populismo, España

El partido político español Vox se inscribe en la denominada Derecha Radical Populista (DRP) (Mudde, 2007; Mudde 2019; Rama et al., 2021) y, desde su entrada en el Congreso de los Diputados en 2019, el discurso de sus líderes ha sido objeto de estudio de diferentes disciplinas. Partiendo de un corpus de textos orales emitidos por su presidente, Santiago Abascal, el presente estudio tiene como objetivo mostrar la forma en la que dicho líder político construye discursivamente la identidad de su partido y, por extensión, la de todo su endogrupo político-ideológico. Para ello, este trabajo se enmarca en la concepción del populismo como fenómeno discursivo (cf. especialmente, Laclau, 2005; Charaudeau, 2009, 2019; Aslanidis, 2016; Stavrakakis, 2017, Connett, 2021) y se apoya en los métodos propios de los *Corpus-Assisted Discourse Studies* (CADS) con el fin de mostrar, cualitativa y cuantitativamente, los procedimientos lingüísticos mediante los cuales Abascal configura la naturaleza de su partido. El análisis realizado revela que la identidad de Vox, tal como es caracterizada por Abascal en los discursos que conforman el corpus, no solo se ajusta a los rasgos –ideológicos y de contenido– propios de la DRP, sino también a los rasgos fundamentales –de forma– de todo discurso populista.

1 Introducción

1.1 El carácter interdisciplinar del presente trabajo

Analizar el discurso político-ideológico implica realizar una tarea interdisciplinar ante la cual el lingüista debe elegir un marco teórico que se nutra de aportaciones realizadas desde disciplinas diversas que le permitan optar por la metodología más apropiada e interpretar, así, los datos que provee el corpus de textos que somete a estudio. Por ello, el presente trabajo no puede comenzar sin una contextualización sociohistórica en torno al discurso del líder principal del partido político español Vox, Santiago Abascal Conde, cuyo contenido es aquí objeto de análisis. Esta contextualización se ofrece como *conditio sine qua non* para comprender el impacto social y el potencial persuasivo –y, en algunos casos, manipulador– de las intervenciones públicas del emisor político en cuestión.

Dicho esto, cabe aclarar que el análisis propuesto en estas páginas es fundamentalmente lingüístico y se centra en los recursos de tipo léxico-semántico y gramatical hallados en el corpus, recursos que permiten llevar a cabo el objetivo principal de este estudio: estudiar la construcción discursiva de la identidad de Vox tal como la realiza Abascal. Para alcanzar este objetivo, se ofrecen sendos análisis cuantitativos de las formas nominales designativas del endogrupo (*nosotros*) y del exogrupo (*ellos*) político-ideológicos de Vox tal como los caracteriza Abascal, así como un análisis de tipo cualitativo de ambas figuras enfrentadas por dicho emisor; todo ello siempre con base en los datos que provee el corpus.

1.2 La contextualización sociohistórica de los textos objeto de estudio

Desde establecimiento de la democracia, y tras un proceso de transición iniciado a partir de la muerte de Francisco Franco en 1975, en España se consolidó un sistema bipartidista que gozó de estabilidad hasta la segunda década del siglo XXI. Los partidos tradicionales –el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), de centroizquierda, y el Partido Popular (PP), de centroderecha– se alternaron en el poder sin mayores obstáculos y los movimientos radicales y extremistas, tanto de derechas¹ como de izquierdas², se mantuvieron en la periferia del escenario político español, actuando siempre como elementos más bien marginales.

1 Es el caso de partidos como Fuerza Nueva, España 2000 y Falange Española de las JONS (FE de las JONS).

2 Es el caso del Partido Comunista de España (PCE).

No obstante, en 2014 un partido que la bibliografía especializada (cf. Katsambekis y Kioupkiolis, 2019; Damiani, 2020) ha descrito como *populista* irrumpió con fuerza en las instituciones. Se trataba de Podemos, cuyos orígenes se hallan en el movimiento 15M, surgido en 2011 a causa de la crisis económica y de los escándalos de corrupción de actores políticos en el seno del bipartidismo. Era, no obstante, un partido populista situado a la izquierda del espectro político, un fenómeno que contrastaba claramente con aquello que sucedía en la mayoría de los países europeos, en los que el auge de movimientos populistas de (extrema) derecha se estaba produciendo de forma intensa. Los investigadores en Ciencias Políticas y en Sociología hablaron entonces del *excepcionalismo* de España –que se dio, asimismo, en Portugal (Xidias, 2020)– y diversos estudios sobre el porqué de esta particularidad comenzaron a desarrollarse (Alonso y Rovira Kaltwasser, 2015). Sin embargo, esta situación excepcional de España duró poco, dado que en las elecciones autonómicas de Andalucía en 2018, Vox –un partido político situado a la derecha del PP– tuvo un éxito electoral inesperado, alcanzando 12 de 109 escaños posibles del Parlamento de Andalucía. Así, un partido radicalmente de derechas y de corte populista había roto el *excepcionalismo* español y, por ello, llamado la atención de diversos estudiosos de las ideologías radicales en general y del caso de España en particular (Turnbull-Dugarte, 2019; Ribera Payá y Díaz Martínez, 2020). Y fue, finalmente, en las elecciones generales de noviembre de 2019 cuando Vox se afianzó definitivamente en el Congreso de los Diputados, consiguiendo 52 de 350 escaños posibles y convirtiéndose, así y hasta la presente fecha, en la tercera fuerza política del país.

Vox ha sido descrito como un partido representativo de la Derecha Radical Populista³ (DRP, a partir de ahora) por diferentes especialistas en la materia (Rama et al., 2020) y, por ello, el discurso de su líder, Santiago Abascal, ofrece interés científico.

2 Marco teórico

El estudio que en estas páginas se presenta toma como punto de partida, en primer lugar, la concepción del populismo como *discurso* (cf. fundamentalmente, Laclau, 2005; Charaudeau, 2009, 2019; Aslanidis, 2016; Stavrakakis, 2017); y, en segundo lugar, la taxonomía de las ideologías políticas de la derecha llevada a cabo por Mudde (2007, 2019), así como las aportaciones teóricas que, desde las Ciencias del Lenguaje, ha brindado Charaudeau (2011, 2019) con el fin de caracterizar el discurso en general y el discurso político populista de derecha en

3 Populist Radical Right.

particular. Se ofrece, al final de este apartado, un subapartado con aclaraciones teóricas y terminológicas con el fin de justificar el uso de conceptos y términos propios de distintas aproximaciones al estudio del fenómeno populista.

2.1 El discurso político populista

El fenómeno populista ha sido objeto de debate desde las últimas décadas del siglo pasado y continúa siéndolo en la actualidad. Dicho debate se intensificó, sobre todo, a partir del siglo XXI, cuando el surgimiento de movimientos populistas en América Latina y Europa comenzó a cosechar importantes éxitos electorales. De ahí que se retomaran las lecturas de autores como Laclau (1978) y surgieran nuevas propuestas de conceptualización en torno al fenómeno (cf. Mudde, 2004, 2007 y su teoría del populismo como *ideología delgada*⁴; Moffitt, 2016 y su concepción del populismo como *estilo político*⁵; entre muchos otros⁶). Entre ellas, la tradición de Laclau, es decir, la concepción del populismo como *discurso* aporta una perspectiva de análisis del fenómeno que permite llevar a cabo un estudio lingüístico, tal como se plantea en esta contribución. Según esta última, el populismo es un fenómeno que se manifiesta a través del *lenguaje en uso* y en *interacción social*, en tanto que los líderes que se inscriben en dicha práctica se caracterizan por presentar una serie de rasgos discursivos esenciales, entre los cuales destaca una dicotomización del campo político en dos polos enfrentados antagónicamente: un *nosotros* o endogrupo (*in-group*) ensalzado, idealizado y victimizado por el emisor y un *ellos* o exogrupo (*out-group*) deslegitimizado y criminalizado también por este. Esta narrativa obedece a una *lógica política* que, tal como explica Laclau (2005), no opone necesariamente a la derecha y a la izquierda según el espectro político tradicional, sino a los *pros* y a los *antis*, a los de *arriba* y a los de *abajo*, al pueblo puro y depositario de los más altos valores y a las elites corruptas que operan al servicio de los poderosos.

No obstante lo descrito en el párrafo precedente, es preciso advertir que estos dos entes antagónicos, el *nosotros* y el *ellos* no están definidos *a priori* en el escenario político en el que se desenvuelven los líderes de los movimientos populistas, sino que son los propios actores políticos y portavoces de dichos movimientos quienes deben *construirlos discursivamente* (De Cleen, 2019) para dotarlos de una *identidad* propia. Dichas identidades que el emisor populista construye en la

4 *Thin-centered ideology.*

5 *Political style and performance.*

6 Para una síntesis completa sobre las perspectivas de estudio, análisis, concepciones y teorías del populismo, cf. De Cleen (2019).

propia praxis discursiva responde a una matriz ideológica (Charaudeau, 2019) y, por ello, varía considerablemente en función de las ideas que predica. El discurso populista posee, en definitiva, un lenguaje que incita a la confrontación, a la polémica y a la polarización, en tanto presenta ante el mundo un antagonismo irreconciliable entre dos sectores de la sociedad: el de aquellos que están con el pueblo y aquellos que se perciben como enemigos de este.

2.2 La Derecha Radical Populista

Bajo el rótulo de DRP se engloba un conjunto más o menos homogéneo de líderes, partidos y movimientos políticos que comparten una serie de elementos en común, entre los cuales se destacan los siguientes: i) se inscriben en la democracia y participan en esta; ii) no recurren a la violencia, al menos en principio, para alcanzar sus fines; y iii) presentan un discurso fuertemente nativista y, por tanto, antiinmigración, con fuertes rasgos ultraconservadores (Mudde, 2004, 2007, 2019). Estas características permiten a la moderna bibliografía politológica hacer una distinción entre la DRP y la extrema derecha clásica, pues esta última reniega de la democracia y recurre a medios violentos para alcanzar sus objetivos.

Fuera de la perspectiva politológica, Charaudeau (2019) opta por hablar del populismo como un fenómeno discursivo en el que se llevan al paroxismo las características de todo discurso político y en el cual se puede apreciar más nítidamente, a causa de tal exceso, las matrices ideológicas de los emisores. Con respecto al populismo de derecha, el autor explica que dicha matriz ideológica tiene como pilares los siguientes valores: i) el valor trabajo; ii) el valor familia; iii) el valor nación; y, además, la concepción de un pueblo *etnos*⁷, esto es, el pueblo concentrado en un determinado territorio, unido por la homogeneidad y por la pureza étnica, religiosa y lingüística de sus miembros.

2.3 El populismo como discurso y su relación con la DRP: aclaraciones teóricas y terminológicas

La presente contribución se nutre de dos tradiciones claramente diferenciadas y, en determinados aspectos teóricos y metodológicos, opuestas, tal como el lector

7 Esta concepción de un pueblo *etnos* se opone a la concepción de un pueblo *demos*, propia de la matriz ideológica de la izquierda, como expone Charaudeau (2019). Esta idea guarda relación con el concepto de *populismo excluyente* de Wodak (2015), quien, desde una perspectiva de análisis –Análisis Crítico del Discurso (ACD)– muy diferente a la aquí propuesta, marca una distinción entre el mencionado tipo de populismo (que la autora asocia a la derecha) con el *populismo incluyente o inclusivo* (que la autora asocia a la izquierda).

habrá advertido. Ello no impide, sin embargo, que ambas puedan complementarse y servir de punto de partida para el análisis de un fenómeno tan complejo y controvertido como el *discurso populista*. Si bien la concepción del populismo como *discurso* iniciada por Laclau (1978) contrasta con la visión del populismo como *ideología delgada* expuesta inicialmente por Mudde en 2004, es preciso distinguir entre la *forma* y el *contenido*. La *forma* del discurso populista se manifiesta de forma análoga en emisores políticos de izquierda y de derecha (Charaudeau, 2009; 2019; Moffitt, 2016; Connett, 2021), esto es, que las estrategias discursivas a las que recurren unos y otros son fundamentalmente las mismas. El *contenido*, por otro lado, depende del lugar exacto en el que el emisor se sitúa en el espectro político, es decir, depende de su ideología. De esta argumentación teórica se deriva que el populismo es un discurso cuyo contenido está al servicio de la ideología, pero no constituye la ideología en sí misma. Así, se opta por emplear *Derecha Radical Populista* como término caracterizador y definitorio de la naturaleza ideológica del partido Vox y de su líder Santiago Abascal en un análisis que concibe el populismo como un fenómeno discursivo.

3 El corpus

El corpus a partir del cual se realiza el análisis está constituido por diez textos de compilación propia, pronunciados por Santiago Abascal en diferentes etapas de su trayectoria como líder y presidente de Vox, concretamente, entre los años 2018 y 2020. Contiene un total de 71,013 palabras. El siguiente gráfico permite apreciar cómo se distribuyen dichas palabras según el tipo de evento de habla al cual pertenecen:

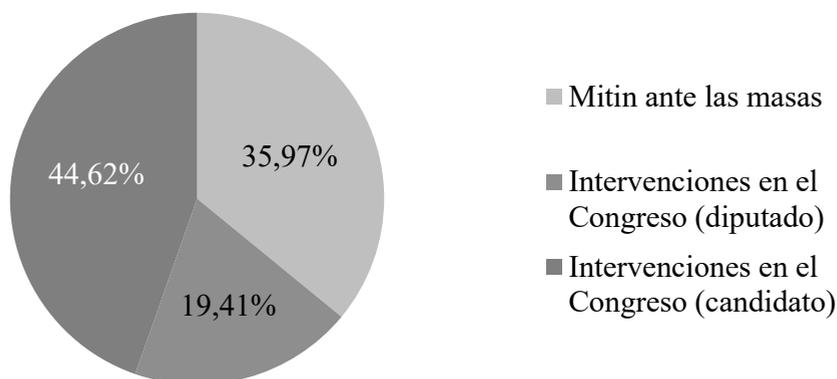


Figura 1: Distribución del número de palabras del corpus según el tipo de evento de habla

Los textos que componen el corpus se encuentran en las referencias, al final de este trabajo, y fueron escogidos con el objetivo de mostrar el comportamiento discursivo de Santiago Abascal en diferentes momentos y contextos comunicativos. No pocos estudiosos del discurso político han advertido que el discurso parlamentario se diferencia del mitin ante las masas en que el primero es un discurso formal y formulario en el que existe una dinámica interaccional fijada, un texto escrito que sirve de soporte y posibilita algunas improvisaciones, mientras que en el segundo las improvisaciones y la espontaneidad son la regla y no la excepción (cf. Fuentes Rodríguez, 2018). En vista de lo anterior, cabe aclarar que, dentro del discurso parlamentario, el corpus contiene contextos comunicativos y sociohistóricos heterogéneos entre sí, puesto que las intervenciones registradas por Santiago Abascal en el Congreso de los Diputados son, algunas veces, en calidad de diputado y, en otras, de diputado y candidato a la presidencia del Gobierno de España como líder de una moción de censura que, como es sabido, fue presentada en 2020 por su partido, Vox, al gobierno de Pedro Sánchez (PSOE), sin éxito.

4 La metodología

Con el propósito de integrar de forma efectiva el análisis cuantitativo y el análisis cualitativo del corpus descrito en el apartado precedente, este trabajo se enmarca en la metodología propia de los *Corpus-assisted Discourse Studies* (CADS), cuyo objetivo principal es «the uncovering, in the discourse type under study, of [...] non-obvious meaning, that is, meaning which might not be readily available to naked-eye perusal» (Partington et al., 2013: 11).

El gestor de corpus utilizado para el manejo de los datos y su análisis es Sketch Engine (Kilgarriff et al., 2014), dado que constituye una herramienta que permite no solo cuantificar clases de palabras o sintagmas, sino observar con nitidez el contexto en el que fueron emitidas y su relación con el co-texto (concordancias). Para la elaboración de cada uno de los gráficos ha sido empleado el software de análisis cuantitativo *Power BI*.

5 Análisis cuantitativo de las formas nominales designativas del *nosotros*

En esta contribución se parte de la idea de que una de las formas que permite apreciar más claramente la búsqueda de la identidad del endogrupo político-ideológico de un emisor político es la observación de las formas

nominales mediante las cuales este lo designa. En principio, la forma nominal designativa del *nosotros* por excelencia corresponde a una clase concreta de palabra: el sustantivo. En vista de ello, el gráfico circular y la tabla que a este acompaña recogen los sustantivos de uso más frecuente en el corpus de discursos de Abascal para designar dicho ente, como se puede apreciar en la Figura 2.

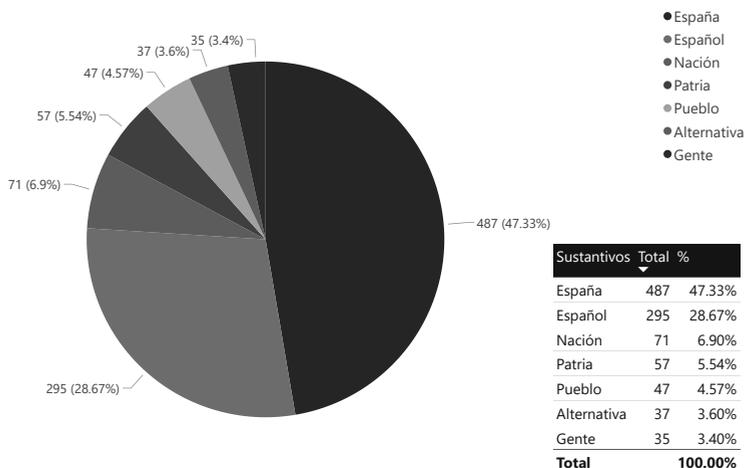


Figura 2: Sustantivos designativos del «nosotros»

Teniendo en cuenta las características del partido Vox ya señaladas, resulta esperable, *a priori*, la alta frecuencia de las voces «España» y «español». Por una parte, es preciso advertir que, al tratarse de discursos políticos emitidos en España y ante ciudadanos españoles, dichas voces son esperables incluso en líderes políticos considerados no populistas o en emisores representativos del populismo de izquierda⁸. Pero, por otra parte, el hecho de que el segundo sustantivo más empleado en el corpus por Abascal sea la voz «español» sí que sugiere que se trata de un líder político representativo de la DRP⁹. Las proporciones entre el uso de los dos primeros sustantivos de la tabla y del gráfico

8 Cf. los trabajos de índole lingüística, basados también en corpus, del discurso de los líderes de Podemos en España, p. ej. Casado Velarde (2019), Ruiz-Sánchez y Alcántara Plá (2019) y Connett (2021).

9 En Connett (2021) queda de manifiesto que en el discurso de Pablo Iglesias (exlíder principal del partido Podemos), por ejemplo, la voz «español» aparece, en un corpus de características similares a las que presenta el que aquí es analizado, apenas en unas pocas ocasiones, y esto responde a motivos claramente ideológicos.

respecto de los demás son abismales, como refleja la Figura 2. La presencia de los nombres «nación» y «patria» también sugieren que Abascal busca dotar de rasgos identitarios nacionalistas o nativistas su discurso.

Sin embargo, lo que provee realmente más información acerca de la búsqueda de la identidad de Vox en el discurso de Abascal son las palabras que acompañan con mayor frecuencia a dichos sustantivos, como se observa en el gráfico de red de la Figura 3.

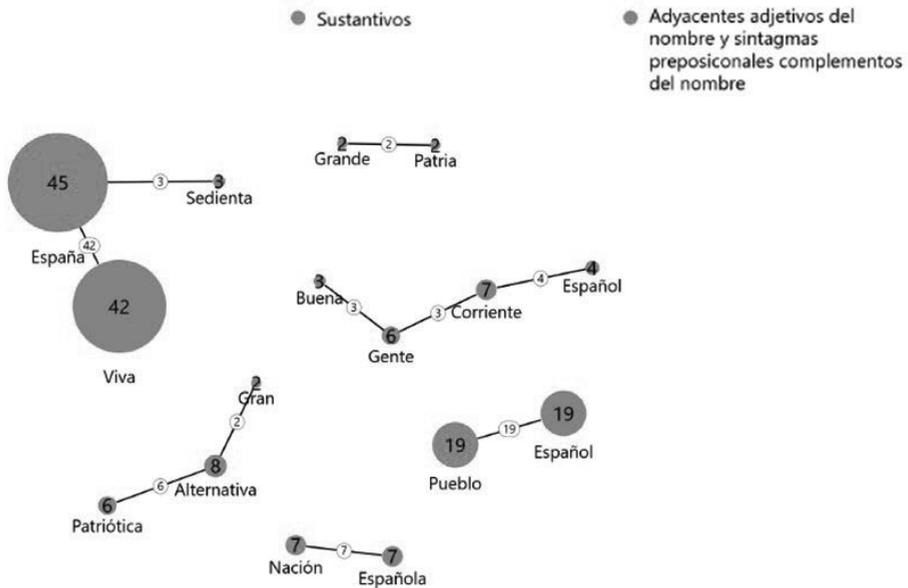


Figura 3: Formas nominales designativa del «nosotros»

En concreto, el gráfico de red muestra en color turquesa los sustantivos vistos en el gráfico circular y en color rosado dos elementos modificadores que resultan altamente reveladores de la identidad del *nosotros* en cuestión: los adyacentes adjetivos del nombre y los sintagmas preposicionales complementos del nombre. El número que aparece en cada línea refleja la cantidad de veces en las que ambos elementos léxicos se combinan.

Así, se aprecian las combinaciones de palabras que constituyen las formas nominales predilectas de Abascal para designar su *nosotros*.

Sobresalen, por su alta frecuencia absoluta, combinaciones como «España viva» que, como es sabido, ha sido un sintagma nominal popularizado por los miembros de Vox en su propaganda y en sus campañas electorales, sirviendo también

como eslogan. Destaca también que el *pueblo* es siempre el «pueblo español»; que la *nación* es siempre la «nación española» o que la *patria* es siempre la «patria grande». La *alternativa*, por su parte, suele ser «patriótica» y «grande». La *gente* suele ser «buena» y «corriente» y los *españoles* son siempre «corrientes».

A esta visión del *nosotros*, cargada de lo nacional, de lo autóctono, de lo patriótico, de lo propio y de infinitas bondades se opone, naturalmente, la visión del *ellos*, como se muestra a continuación.

6 Análisis cuantitativo de las formas nominales designativas del *ellos*

Partiendo de la idea de que el discurso político populista y sus efectos se inscriben en una *problemática de la influencia* fundamentada, entre otros principios, por el de *alteridad*, es decir, que «la conciencia de la existencia de sí mismo depende de la percepción de la existencia del otro y de su mirada» (Charaudeau, 2011: 111), se sostiene que es imposible construir discursivamente la identidad de un endogrupo sin construir discursivamente la identidad de un exogrupo de manera simultánea.

Así, y siguiendo los pasos del apartado anterior, el gráfico circular y la tabla que lo acompaña (Figura 4) hacen posible ver cuáles son los sustantivos predilectos de Abascal para la designación del *ellos*, esto es, de su exogrupo político-ideológico.

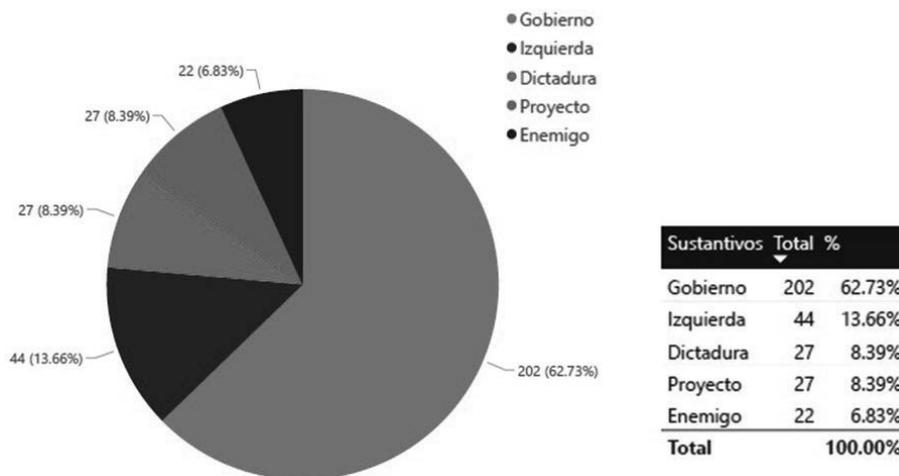


Figura 4: Sustantivos designativos del «ellos»

Tal como se ofrece el corpus de discursos de Abascal, se aprecia la voz «gobierno», esperable, naturalmente, en un discurso que se emite desde la oposición, como es la condición de dicho emisor. Llamativo podría ser lo que sugiere el segundo sustantivo que más veces emplea Abascal para designar al exogrupo: «izquierda», una palabra con alta carga doctrinal, concretamente ideológica. Se presenta, pues, la identidad de Vox, según Abascal, como la de un partido que, si bien no parece declararse tanto de derecha como patriótico, sí que se muestra explícitamente opuesto a la izquierda. Usual es también la presencia de «proyecto» en discursos políticos, y no tanto el de la voz «dictadura» y «enemigo», pues el contexto español es un contexto democrático.

El gráfico de red que muestra las formas nominales designativas del *ellos* en el corpus de textos de Abascal (Figura 5), como se puede percibir, es bastante más heterogéneo en su configuración identitaria.

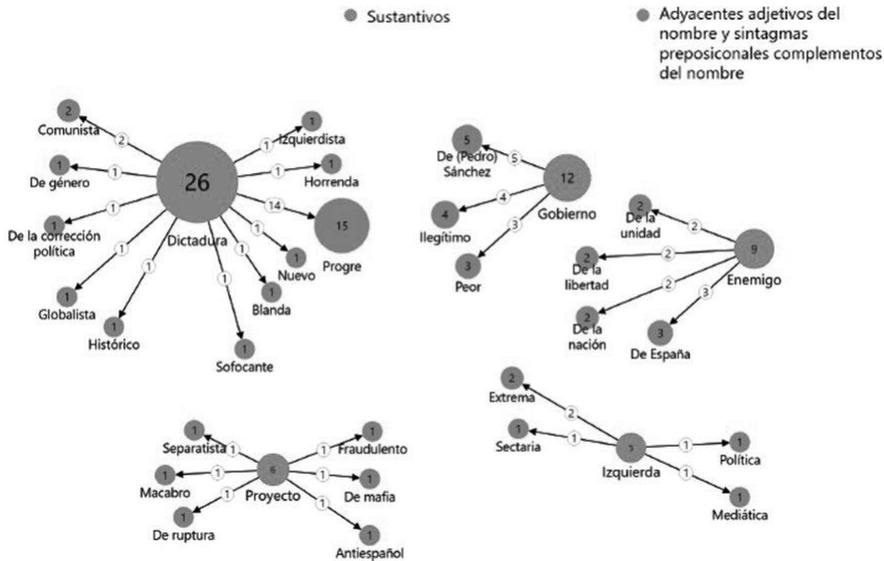


Figura 5: Formas nominales designativa del «ellos»

Sobresale aquí el sintagma nominal «dictadura progre», una forma que emplean continuamente los miembros de Vox para referirse al consenso social-demócrata que gobierna España. Para Abascal, la *dictadura* no solo se asocia a dicho consenso, sino además al *comunismo*, a la *izquierda*, al *género*, a la *corrección política*, al *globalismo* y es para él, entre otras cosas, «horrenda» y «sofocante».

Algo similar es para Abascal el *proyecto* político de sus adversarios: es, entre otras cosas, «antiespañol», «macabro» y «fraudulento». El *gobierno*, parece tenerlo claro Abascal, es el «Gobierno de Sánchez», y es «ilegítimo» y es el «peor». La *izquierda*, por su parte, es asociada por Abascal, entre otras cosas, con el «extremismo» y con el «sectarismo». Mientras tanto, el *enemigo* es, ante todo, un «enemigo de España», «de la unidad», «de la nación», pero también «de la libertad».

Se trata, pues, de un *ellos* que es la antítesis del *nosotros* de Abascal y que tiene, sobre todo, una identidad más explícitamente ideológica que la de este último.

7 Análisis cualitativo de las formas nominales designativas del *nosotros* y del *ellos* en contexto

En este último apartado se ofrecen algunos fragmentos discursivos extraídos del corpus con el fin de apreciar el uso de dichas formas nominales designativas del *nosotros* y del *ellos* mediante las cuales Abascal dota de una identidad a su partido. Se trata de ver el contexto en el que se insertan algunos de los sintagmas mostrados en los gráficos circulares y el co-texto que los rodea.

Una de las formas nominales de mayor uso en el corpus es *España viva*, un sintagma con el que Abascal presenta a su endogrupo como víctima y, a la vez, como alternativa a la catástrofe. Lo hace, en ocasiones, mediante la elección de un verbo que denota una acción moralmente repudiable como *arruinar* (1):

- (1) Impuestos, impuestos, impuestos con los que *arruinan* a la *España viva*. (DI₁)

Asimismo, en (2) se observa cómo el emisor populista o pone la *España viva* a la *España muerta*. Habla Abascal del gobierno actual refiriéndose a este como el de la España muerta.

- (2) Ese es el gobierno de la *España muerta*, pero la *España viva* tiene su genio, tiene su pueblo y tiene a su Rey. Y hoy, España, tiene también a Vox. (V₁)

En (3) la oposición se da, según Abascal, entre la *España viva* y la *anti España*, forma nominal que alterna con otras que igualmente designan el *ellos*, evocando emociones negativas: *la destrucción* o *el suicidio de España*, siendo España siempre la víctima.

- (3) El 28 de abril elegimos o la *anti España* o la *España viva*. Y no vamos a permitir ni *la destrucción* o [sic] *el suicidio de España*. (PC₁)

En segundo lugar se aprecia la forma nominal *españoles corrientes* como víctimas frente a un exogrupo designado mediante diversas formas nominales: en el ejemplo (4), Abascal habla negativamente del gobierno de Sánchez y lo relaciona con la mafia de los traficantes de seres humanos y afirma que quienes más sufren a causa de esto son *los españoles corrientes*, ente que el emisor opone aquí, explícitamente, a *grandes oligarcas*, sintagma asociado claramente al exogrupo.

- (4) La estrecha colaboración entre el *Gobierno de Sánchez* y la *mafia de los traficantes de seres humanos* ha provocado un efecto llamada cuyas consecuencias las sufren los *españoles corrientes*, aunque cuenta con el beneplácito de *grandes oligarcas* de Bruselas y de algunos ejecutivos de grandes multinacionales. (MC₁)

También en (5) Abascal sigue esta argumentación y opone *pueblo español, nuestra patria* y *España* a diversos enemigos: *de la unidad, de la libertad, de la igualdad y de nuestra soberanía*, a quienes acusa de querer *romper* o *disolver* la existencia misma de España.

- (5) Nosotros queremos el poder para proteger al *pueblo español* de sus enemigos, *de los enemigos de la unidad* que quieren *romper nuestra patria*, *de los enemigos de la libertad* que quieren imponer las mordazas progres, *de los enemigos de la igualdad* que defienden los privilegios autonómicos y *de los enemigos de nuestra soberanía* que desde sus posiciones globalistas quieren *disolver* la existencia de España en un magma multicultural. (V₂)

Y, por último, se observa la descripción explícita de la naturaleza de Vox frente a la *dictadura progre* y frente a un *gobierno ilegítimo*; son los casos de (6) y (7):

- (6) *Vox* es un *movimiento patriótico*, un *movimiento cultural*, un *movimiento de reacción* frente a la *dictadura progre* y frente al intento de romper nuestro país. (MS)
- (7) Queridos amigos, sufrimos un *gobierno ilegítimo* [...] que pretende una España débil y sumisa, con una sociedad deshecha, sin instituciones civiles fuertes, sin división de poderes. (V₃)

8 Conclusiones

El presente trabajo ha permitido comprobar, mediante el estudio cuantitativo y cualitativo de las formas nominales designativas del *nosotros* y del *ellos* tal como se presentan en el corpus sometido a análisis, que la identidad de Vox es construida discursivamente por Santiago Abascal a partir de elementos

léxico-semánticos que permiten identificarlo como un partido claramente representativo de la Derecha Radical Populista.

Desde el punto de vista del contenido, el análisis de los datos del corpus muestra una evidente tendencia –constatable empíricamente– de Santiago Abascal a identificar a su partido, a sus seguidores y, en suma, a todo su endogrupo político-ideológico con una visión de España como pueblo intrínsecamente puro, depositario de un elevado número de virtudes y de derechos que se encuentran degradados y vulnerados por la izquierda política en general y por el actual gobierno y las organizaciones que apoyan a este último en particular. Presenta, de esta manera, Santiago Abascal a Vox como el único instrumento capaz de proteger aquello que, a su juicio, está en peligro, y que figura en el ideario colectivo de las derechas españolas como un valor que tiene primacía sobre casi cualquier otro: la unidad de España.

Desde el punto de vista de la forma, el estudio llevado a cabo distingue rasgos discursivos prototípicamente populistas. Lejos de tratarse de un discurso que invita al debate y a la controversia, los textos emitidos por Santiago Abascal sitúan a Vox como un partido político que apela a la polarización y a la polémica, en tanto acentúa las diferencias entre su endogrupo y el exogrupo y presenta una visión de la realidad que se reduce a un antagonismo entre un *nosotros* y un *ellos* que se muestra irreconciliable.

Los datos analizados en esta investigación reflejan, asimismo, que la construcción discursiva de la propia identidad de Vox requiere de la simultánea construcción discursiva del oponente político-ideológico por parte del emisor que habla en su nombre, Santiago Abascal, pues es a partir de las diferencias que se crean las identidades antagónicas que todo discurso político populista necesita.

Asimismo, y por último, es preciso destacar que la configuración discursiva de la identidad del partido Vox a través de los textos de Santiago Abascal muestra un maniqueísmo propio de los emisores populistas y, por ello, posee un gran potencial manipulador en tanto propone una visión simplista de la sociedad y ante la cual el ciudadano no tiene más que dos opciones políticas radicalmente opuestas e irreconciliables, es decir, una situación en la cual parece no haber el diálogo.

Bibliografía

Textos

- Abascal, S. (2018): Vistalegre I. [en línea], disponible en < https://www.youtube.com/watch?v=t_ClfZ5amIE> [20-02-2022] (Se cita en el trabajo como V1)
- Abascal, S. (2019). Mitin de campaña electoral en Sevilla. [en línea], disponible en < <https://www.youtube.com/watch?v=bk-KjsAd32E>> [20-02-2022] (Se cita en el trabajo como MS)
- Abascal, S. (2019). Cierre de campaña en Plaza Colón 1. [en línea], disponible en < <https://www.youtube.com/watch?v=i6Fwxu8zSjk>> [20-02-2022] (Se cita en el trabajo como PC1)
- Abascal, S. (2019). Debate de Investidura. [en línea], disponible en < https://www.congreso.es/public_oficiales/L13/CONG/DS/PL/DSCD-13-PL-2.PDF> [20-02-2022] (Se cita en el trabajo como DI1)
- Abascal, S. (2019). Vistalegre Plus Ultra. [en línea], disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=zDOvL1CDZeo>> [20-02-2022] (Se cita en el trabajo como V2)
- Abascal, S. (2019). Cierre de campaña en Plaza Colón 2. [en línea], disponible en < <https://www.youtube.com/watch?v=ZXofISikHBY>> [20-02-2022]
- Abascal, S. (2020). Debate de Investidura. [en línea], disponible en <https://www.congreso.es/public_oficiales/L14/CONG/DS/PL/DSCD-14-PL-2.PDF> [20-02-2022]
- Abascal, S. (2020). Vistalegre III. [en línea], disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=dUCIfshlZbY>> [20-02-2022] (Se cita en el trabajo como V3)
- Abascal, S. (2020). Moción de censura 1. [en línea], disponible en <https://www.congreso.es/public_oficiales/L14/CONG/DS/PL/DSCD-14-PL-55.PDF> [20-02-2022] (Se cita en el trabajo como MC1)
- Abascal, S. (2020). Moción de censura 2. [en línea], disponible en <https://www.congreso.es/public_oficiales/L14/CONG/DS/PL/DSCD-14-PL-56.PDF> [20-02-2022]

Monografías y artículos

- Alonso, S. y Rovira Kaltwasser, C. (2015): «Spain: No Country for the Populist Radical Right?» *South European Society and Politics*, 20 (1), 21-45.
- Aslanidis, P. (2016): «Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective». *Political Studies*, 64 (1), 88-104.
- Casado Velarde, M. (2019): «El discurso político de Podemos: la construcción de una identidad». *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 80, 177-190.
- Charaudeau, P. (2009): «Reflexiones para el análisis del discurso populista». *Discurso y Sociedad*, 3 (2), 253-279.
- Charaudeau, P. (2011): «Las emociones como efectos de discurso». *Cultura y Discurso, Versión* 26, 97-118.
- Charaudeau, P. (2019): «El discurso populista como síntoma de una crisis de los poderes». *Rétor*, 9 (2), 96-128.
- Connett, R. (2021): *Contribución al estudio del discurso político populista en Venezuela y en España. Análisis contrastivo de un corpus de discursos de Hugo Chávez y Pablo Iglesias*. Tesis Doctoral de la Universidad de Zaragoza: <https://zaguan.unizar.es/record/110631> (16-07-2022).
- Damiani, M. (2020): *Populist Radical Left Parties in Western Europe*. Nueva York: Routledge.
- De Cleen, B. (2019): «The populist political logic and the analysis of the discursive construction of ‘the people’ and ‘the elite’». En: Jan Zienkowski, y Ruth Breeze (eds.), *Imagining the Peoples of Europe. Populist discourses across the political spectrum*. Ámsterdam: John Benjamins Publishing Company. 19-42.
- Fuentes Rodríguez, C. (2018): «El discurso parlamentario: acercamientos metodológicos y perspectivas de estudio», en: Carmen Llamas Saíz (ed.), *El análisis del discurso político: géneros y metodologías*. Pamplona: EUNSA, 43-77.
- Katsambekis, G. y Kioupkiolis, A. (2020): *The Populist Radical Left in Europe*. Nueva York: Routledge.
- Kilgarriff, A. et al. (2014): *The Sketch Engine: ten years on. Lexicography*, 1(1), 7-36: www.sketchengine.eu (21/09/2022).
- Laclau, E. (1978): *Política e ideología en la ideología marxista*. México: Siglo XXI.
- Laclau, E. (2005): *La razón populista*. Londres: Verso.

- Moffitt, B. (2016): *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Mudde, C. (2007): *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudde, C. (2019): *The Far Right Today*. Cambridge: Polity Press.
- Norris, P. (2020): «Measuring populism worldwide». *Party Politics*, 26 (6), 697–717.
- Partington, A et al. (2013): *Patterns and Meanings in Discourse. Theory and practice in corpus-assisted discourse studies (CADS)*. Ámsterdam: John Benjamins.
- Rama, J. et al. (2021): *Vox. The Rise of the Spanish Populist Radical Right*. Nueva York: Routledge.
- Ribera Payá, P. y Díaz Martínez, J.I. (2020): «The end of the Spanish exception: the far right in the Spanish Parliament». *European Politics and Society*. Online First: [https:// doi.org/ 10.1080/ 23745118.2020.1793513](https://doi.org/10.1080/23745118.2020.1793513).
- Ruiz Sánchez, A. y Alcántara Plá, M. (2019): «Us vs them: polarization and populist discourses in the online electoral campaign in Spain». En: Encarnación Hidalgo-Tenorio, Miguel-Ángel Benítez-Castro y Francesca De Cesare (eds.), *Populist Discourse: Critical Approaches to Contemporary Politics*. Londres: Routledge. 103-119.
- Turnbull- Dugarte, S. et al. (2020): «The Baskerville’s dog suddenly started barking: voting for VOX in the 2019 Spanish general elections». *Political Research Exchange*, 2(1). Routledge: 1781543.
- Vampa, D. (2020): «Competing forms of populism and territorial politics: the cases of Vox and Podemos in Spain». *Journal of Contemporary European Studies*. Online First: [10.1080/ 14782804.2020.1727866](https://doi.org/10.1080/14782804.2020.1727866).
- Wodak, R. (2015): *The Politics of Fear. What right-wing populist discourses mean*. Los Angeles, Londres, Nueva Dehli, Singapur, Washington DC: Sage.
- Xidias, J. (2020): «Vox: The Revival of the Far Right in Spain». *CARR Research Insight*. Londres: Centre for Analysis of the Radical Right. [https://www. radicalrightanalysis.com/wp-content/uploads/2020/12/Xidias-2020-CA- RR-RI-Final.pdf](https://www.radicalrightanalysis.com/wp-content/uploads/2020/12/Xidias-2020-CARR-RI-Final.pdf) (21/09/2022).

The Construction of the Identity of Vox in the Discourse of Santiago Abascal

Keywords: Vox, Santiago Abascal, political discourse, populism, Spain

The Spanish political party Vox belongs to the so-called Populist Radical Right (PRR) (Mudde, 2007; Mudde 2019; Rama et al., 2021); since they became part of the Spanish Congress in 2019, the speech of its leaders has been the subject of study in various disciplines. Using a corpus of oral texts delivered by its president, Santiago Abascal, as a starting point, this study aims to show the way in which the political leader discursively constructs the identity of his party and, by extension, that of his entire in-group political ideology. This work is framed in the conception of populism as a discursive phenomenon (cf. especially Laclau, 2005; Charaudeau, 2009, 2019; Aslanidis, 2016; Stavrakakis, 2017, Connett, 2021) and it is based on the methods of Corpus-Assisted Discourse Studies (CADS) in order to show, both quantitatively and qualitatively, the linguistic procedures through which Abascal defines the nature of his party. Our analysis reveals that the identity of Vox, as characterized by Abascal in the speeches within the corpus, not only adjusts to the ideological and content features of the PRR, but also to the essential forms of populist discourse in general.

Konstrukcija identitete Voxa v govoru Santiaga Abascala

Ključne besede: Vox, Santiago Abascal, politični diskurz, populizem, Španija

Španska politična stranka Vox je del tako imenovane Populistične radikalne desnice (PRD) (Mudde, 2007; Mudde, 2019; Rama et al., 2021). Od njenega vstopa v španski kongres (spodnji dom) leta 2019 je bil govor njenih voditeljev predmet proučevanja različnih disciplin. Izhajajoč iz korpusa ustnih besedil, ki jih je izrekel njen predsednik Santiago Abascal, želi pričujoča študija analizirati način, s katerim omenjeni politični voditelj diskurzivno oblikuje identiteto svoje stranke in posledično svojo celotno politično-ideološko endoskupino. Zato je članek uokvirjen v razumevanje populizma kot diskurzivnega fenomena (prim. zlasti Laclau, 2005; Charaudeau, 2009, 2019; Aslanidis, 2016; Stavrakakis, 2017; Connett, 2021) in temelji na metodah Corpus-Assisted Discourse Studies (CADS) s ciljem, da kvalitativno in kvantitativno prikaže jezikovne

postopke, s katerimi Abascal oblikuje naravo svoje stranke. Opravljena analiza razkriva, da se identiteta Voxa, kot jo označuje Abascal v svojih govorih, ne le prilagaja ideološkim in vsebinskim značilnostim PRD, ampak tudi temeljnim značilnostim populističnega govora.

Ricardo Connett

Ricardo Connett es Doctor en Lingüística Hispánica por la Universidad de Zaragoza. Actualmente es investigador postdoctoral Margarita Salas en dicha Universidad. Sus principales líneas de investigación son el Análisis del Discurso, la Gramática y la Pragmática del Discurso en español con especial aplicación al ámbito del Lenguaje Político, y la Fraseología y la Paremiología del español de Venezuela.

Dirección: Universidad de Zaragoza
Calle Tomás Bretón 34
Esc. 2, 2ºA
50005, Zaragoza
España

Correo electrónico: rconnett@unizar.es

Teresa Fernández Lorences

DOI: 10.4312/vh.30.1.73-99

Universidad de Oviedo

Vita Veselko

Univerza v Ljubljani

Una forma de oscurecer la información: sujetos no agentes en posición temática

Palabras clave: estructura informativa, manipulación periodística, tema, sintaxis, pragmática

El presente estudio se centra en una forma particular de oscurecer la información: situar en posición temática sujetos no agentes. El hecho de adjudicar a sustantivos inanimados un verbo de acción proporciona indefensión al receptor, que considera el hecho inevitable si se oculta al agente que la realiza. A ello se suman otros verbos con sujetos no agentivos, con que se oscurece al que de una u otra manera controla el proceso. Esta estrategia se debe a que la información que se coloca en posición temática se da por presupuesta y no tiende a cuestionarse. Por eso, es susceptible a albergar no sólo datos que no son realmente compartidos, sino también los que pueden resultar polémicos o hasta falsos (Núñez y Teso, 1996). De ahí que quepa suponer que la posición temática se presta también a la ocultación o incluso a la manipulación informativa, y más cuando acoge sujetos no agentivos.

Buscando investigar cómo funciona esta estrategia, se examinan diversas muestras de la prensa española, dando prioridad a los titulares, y se presta especial atención a aquellos fenómenos que afectan seriamente a la situación económica de la población, que son los que se muestran especialmente propensos a tal ocultación. En el análisis, se siguen las pautas del análisis crítico del discurso, de la pragmática y de las aportaciones hechas desde la gramática funcional del español de la escuela alarquiana de Oviedo sobre la división

informativa entre tema y rema (Fernández Lorences, 2010 ; Gutiérrez Ordóñez, 1997).

1 Introducción

El discurso periodístico es un caso inherentemente representativo de la comunicación informativa, una comunicación «volcada hacia el destinatario» en que se busca «aumentar, recordar, actualizar... el caudal de conocimientos» del receptor (Gutiérrez Ordóñez, 1997: 17). En este proceso, se firma «un contrato tácito» que obliga a los participantes a colaborar, y asegura que ambas partes sean conscientes de cuál es la posición del otro: «la posición del periodista dedicado a informar, y la del lector dispuesto a aceptar con buena fe aquello que se le cuenta» (Grijelmo, 2012: 410). Sin embargo, al encontrarse en una posición más vulnerable, el lector se expone, quiera o no, a distintas infracciones del contrato preestablecido, y es por ello más susceptible a la manipulación.

Uno de los recursos que necesariamente utiliza el discurso periodístico para cumplir con su propósito de informar es la estructura informativa de la oración, que le permite canalizar, distribuir y dosificar la información y con ello moldearla no sólo según las necesidades del receptor, sino también acorde con sus intenciones comunicativas. De ahí que quepa suponer que los diferentes recursos de estructuración informativa también puedan prestarse a distintas estrategias de oscurecimiento u ocultación de la información.

En el presente artículo examinaremos un procedimiento en particular que permite eludir o incluso hurtar cierta información, con lo que ocasiona desamparo a los lectores. Nos referimos a situar en posición temática¹ entidades no animadas, que sintácticamente desempeñan la función de sujeto, pero que no constituyen el agente de la acción denotada en el núcleo del predicado. Para ello, se analizarán una serie de titulares periodísticos que abordan cuestiones relevantes para la situación económica de la ciudadanía.

1 Por *posición temática* nos referimos a aquellos términos que ocupan el primer lugar de la cadena sintagmática y a la división informativa de la oración entre *tema/remas*, *tema/predicado*, *soprote/aporte* o *tópico/comentario*, según la terminología empleada por autores como Bosque y Gutiérrez-Rexach (2009), Fernández Lorences (2010), Gutiérrez Ordóñez (1997), Leonetti y Escandell-Vidal (2021) o Reyes (1985).

La investigación se sustenta en los estudios sobre la estructura informativa de la oración², que analizan aquellos recursos que permiten organizar la información en conocida y nueva, así como en los postulados del análisis crítico del discurso y, sobre todo, de la pragmática, que dan cuenta del efecto que producen estos mecanismos en la comunicación. Como discurso fundamentado en la transmisión de la información, el texto periodístico es particularmente susceptible a tal análisis, ya que ha de recurrir al uso de las formas de estructurar la información para garantizar una asimilación de la misma que se adecue a sus fines comunicativos, cualesquiera que sean.

2 El control del discurso

Las noticias en la prensa deberían reunir tres criterios fundamentales: claridad, sencillez (concisión) y naturalidad. Así se recoge en una frase ya clásica, difundida por Jack Limpert (jacklimpert.com, 14/03/2017), editor de *The Washingtonian*, que aconsejaba escribir de manera que un lechero de Kansas City pudiera entenderlo. En el mismo sentido se pronuncian Joseph Pulitzer (*apud* Lyon, 2014: 45-46): «preséntales la información de manera concisa para que la lean, clara para que la entiendan, amena para que la recuerden y, sobre todo, con precisión para que su claridad les guíe», o Íñigo Domínguez (*apud* Muñoz, 1994, *apud* Grijelmo, [1997] 2014: 276): «una frase periodística tiene que estar construida de tal forma que no sólo se entienda, sino que no se pueda entender de otra manera». Además, estos mismos principios de la profesión, con un fuerte componente ético, están recogidos en algunos códigos deontológicos, así como en los libros de estilo de los diferentes diarios de la prensa escrita.

Sin embargo, no es menos cierto que estas normas (éticas) se vulneran a menudo y que, de forma más o menos sutil, la información que se transmite al lector no se escapa a la intervención del periodista, que no sólo la elige y filtra, como sugiere Grijelmo ([1997] 2014: 53), sino que busca dirigirla de manera conveniente o interesada en función de la ideología política del medio, o incluso de un entramado ideológico más amplio. Examinando la producción periodística española, se documentan numerosos ejemplos de estrategias de

2 Desde las investigaciones iniciales de Weil (1844) y la Escuela de Praga (con Mathesius, Firbas o Daneš, entre otros) se han ido publicando numerosos estudios cuyo recorrido hasta la actualidad, dada su extensión, se escapa al propósito del presente trabajo. Para un estudio preciso sobre las corrientes surgidas en torno a la estructura informativa y su evolución véase *Aproximación al estudio de las funciones informativas* (1986), de Jiménez Juliá, o *Gramática de la tematización en español* (2010), de Fernández Lorences, en que se da cuenta también de cómo conciben diversos autores las nociones relacionadas con la estructura informativa.

manipulación³ que de una u otra manera infringen los principios clave del periodismo.

Una de las más eficaces consiste en construir un escenario en el que se mueva la información, la así llamada «agenda informativa», que «no conduce tanto a sugerir qué es lo que hay que pensar, sino preferentemente sobre qué asuntos y cuestiones hay que pensar» (Grijelmo, 2012: 61), y sobre cuáles no. Es evidente que tanto los medios como las agencias de información de las que se nutren ponen de relieve determinado hecho o realidad y ocultan otros. Tal como sostiene Grijelmo (*ibidem*, pág. 19), el valor del silencio se extiende también a «qué conviene callar y qué interesa decir», y el periodismo se sirve con frecuencia de ello. De hecho, en la información, el silencio puede consistir precisamente en omitir aquellos datos que alterarían la percepción de la realidad tal como se quiere transmitir, construir o manipular (*ibidem*, pág. 66).

Los receptores no sólo tienden a aceptar lo que les transmiten aquellas fuentes que consideran de confianza, sino que con frecuencia ni siquiera pueden recurrir a discursos alternativos, así que en general no suelen desconfiar de la información que reciben (van Dijk, 1999: 29). Si a ello se suman las estrategias que canalizan la atención hacia un determinado temario y silencian otra información, se puede entender más el gran poder social que acumula la comunicación periodística, pues controlando el discurso, se puede condicionar el

3 Un buen recuento de tales estrategias lo constituye el texto «Las 10 estrategias de manipulación mediática», cuya autoría ha sido atribuida tanto a Noam Chomsky, pues el texto parece extraído del libro *Armas silenciosas para guerras tranquilas*, como a Sylvain Timsit. Sobre el mismo asunto tratan también Chomsky y Ramonet (1999). Una de las estrategias más llamativas que hemos examinado corresponde a la denominada «estrategia de la gradualidad», esto es, preparar al público para que acepte una decisión polémica o una medida inaceptable, proporcionándole información (a veces controvertida) poco a poco. Así, a lo largo de los años 2020-2022, la prensa ha ido presentando noticias sobre Juan Carlos I, rey emérito de España. Pueden verse algunos ejemplos de titulares recogidos en su momento: «El Gobierno respeta la decisión de Juan Carlos I y valora la “ejemplaridad” de Felipe VI» (cadenaser.com, 03/08/2020); «El rey Juan Carlos quiere volver a España antes de Navidad» (lavanguardia.com, 07/10/2021); «Ponen fecha al regreso a España del emérito Juan Carlos» (superdeporte.es, 11/10/2021); «El rey Juan Carlos quiere volver a España con un sueldo y vivir de nuevo en La Zarzuela» (lasexta.com, 07/12/2021); «El Gobierno deja manos libres a Felipe para decidir si el rey Juan Carlos vuelve a España» (elpais.com, 14/12/2021); «¿Va a volver a España el rey emérito?» (canalsur.es, 15/12/2021); «Juan Carlos I quiere volver para su cumpleaños el 5 de enero y pasar “una temporada” en España» (elmundo.es, 16/12/2021); «El rey emérito Juan Carlos I vuelve a España y se salta la cuarentena» (moncloa.com, 28/12/2021); «El rey emérito prepara un regreso inminente a España» (es.ara.cat, 13/05/2022). La sucesión de noticias culminó en mayo de 2022: «El rey emérito ya está en Galicia» (farodevigo.es, 19/05/2022).

pensamiento de sus receptores (*ibidem*, págs. 26, 30; Grijelmo, 2012: 61). Este control discursivo se sirve de determinados recursos formales, cuya elección puede estar motivada precisamente por fines ideológicos⁴ (Fairclough, 1995: 74). Y es en la transmisión de estos fines, que en ocasiones incluso sobrepasan los límites de cualquier pensamiento político, en los que resulta esencial el uso de los mecanismos de estructuración informativa.

Considerando que uno de estos usos consistiría en la colocación de sustantivos inanimados en función sintáctica de sujeto en posición temática, se aborda a continuación el valor informativo de esta posición, así como la noción de agentividad, para pasar a examinar después cómo da lugar a una estrategia de ocultación que parece haberse generalizado en determinados contextos, independientemente de la orientación política del medio. Se persigue así ante todo un análisis de influencia metapragmática, es decir, se busca

analizar hechos lingüísticos teniendo en cuenta en el análisis la intervención de los hablantes en su propio discurso, sea esta intervención explícita o no, consciente o menos consciente. Dicha participación es reflexiva: implica decisiones, evaluaciones y preferencias lingüísticas que se reflejan en la estructura del texto, en cómo se distribuye y evalúa la información transmitida, en qué se dice y qué se deja implícito, en qué elecciones gramaticales, léxicas, fonológicas, gráficas, se hacen, en qué recursos estilísticos se ponen en movimiento, en cómo se reproducen otros textos. Estas actividades muestran la conciencia que tienen los hablantes de cómo usan la lengua o de cómo deberían usarla, y las preferencias, hábitos o prejuicios que dan forma a su propia pragmática. (Reyes, 2002: 14-15)

3 Posición temática e información presupuesta

Los recursos de estructuración informativa, que, según Leonetti y Escandell-Vidal (2021: 53-54), se manifiestan en español principalmente a nivel sintáctico –mediante el orden de palabras y distintas construcciones– y a

4 El *DLE* (s. v. *ideología*) define el término *ideología* como «conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político, etc.», de manera que se trata de una noción más extensa que no necesariamente se ciñe a una orientación política determinada. Uno de los postulados en que se sustenta este estudio es precisamente que determinados fines pueden llegar a superar las fronteras impuestas por las diferencias en el perfil ideológico político de los medios de comunicación.

nivel prosódico, permiten organizar informativamente la oración, dividiéndola en información presentada como presupuesta, compartida o conocida e información tratada como nueva. En un orden informativo canónico, el tema, que conlleva el rasgo de información presentada como consabida, tiende a colocarse en posición inicial, pues vincular la información nueva con la que se supone o se presenta como conocida reduce el esfuerzo de procesamiento y facilita la asimilación de la información que se trata como nueva (Fernández Lorences, 2010: 90; Reyes, [1995] 2017: 56-57). Por eso, tratar como presupuesta información no compartida puede hacer fracasar la comunicación, y es lo que se revela en la siguiente situación comunicativa: si alguien dice a su madre «Mi amante ucraniano me abandonó», lo esperable es que la madre sepa que su hija o hijo tiene un amante ucraniano. En caso de no ser así, es decir, si la información en posición temática no es realmente compartida, la comunicación falla: «Pero... ¿qué amante ucraniano tienes tú?», se sorprendería la madre.

Sin embargo, si se le presenta como presupuesta y se introduce a continuación información nueva, el interlocutor no tiende a cuestionar la información en posición temática (Grijelmo, 2012: 269, 504). Así lo muestra Gutiérrez Ordóñez ([2002] 2015: 41) al dar cuenta de un experimento en el que preguntó a sus estudiantes «¿Cuántos animales de cada especie metió Moisés en el Arca?», y casi todos se centraron en la información nueva o remática diciendo que eran dos. Sin embargo, pocos repararon en el hecho de que el constructor del arca era Noé, y no Moisés (*idem*). El experimento muestra que el interlocutor no tiende a detenerse a cuestionar la información que se le presente como temática⁵, sino que la asume como cierta, centrando su atención en la información nueva.

Asimismo, dando por supuesto que será asumida de manera acrítica, puede colocarse en posición temática información con que se pretende influir en la opinión del receptor para que, aun pasando desapercibida, consiga algún efecto pretendido, como en (1) o (2):

- (1) *El caradura de Pedro Sánchez*⁶ quiere pasta de la UE sin condiciones, sin hombres de negro, sin rescate (Willy Toledo, twitter.com, 28/03/2022).

5 En un enunciado interrogativo, se considera temática o presupuesta aquella información que viene proporcionada por la pregunta, ya que revela cuál es la información de la que ya dispone y que da por consabida el que la formula (Gutiérrez Ordóñez, 1997: 20).

6 En los ejemplos reproducidos, la cursiva es nuestra.

- (2) *La mascarada de Sánchez* en Ermua, junto *al caradura del PNV*, produce arcadas (*Periodista Digital*, <https://www.youtube.com/watch?v=rvjyaZKsWhs>, 11/07/2022).

Como puede apreciarse, al anteponer adjetivos sustantivados como *caradura* se está realizando una predicación valorativa sobre el sujeto⁷, y tildar un acto de *mascarada*, que, según el *DLE* (s. v. *mascarada*), puede emplearse como sinónimo de *farsa*, evidencia claramente una actitud subjetiva. Pero, aun tratándose de una valoración personal, al no presentarse como punto informativo central del enunciado, no tiende a someterse a discusión, sino que se suele asumir de manera acrítica.

En (3), se pone de manifiesto que una valoración tiene mucho mayor impacto si se presenta como punto informativo central del enunciado:

- (3) *El triunfo de la libertad taurina en Bogotá* frente a *la violencia animalista* [título]. *La violencia de los antitaurinos, alentada por sectores de la política y la prensa radical*, no hace sino mostrar su verdadera cara y subrayar el mérito de los profesionales y aficionados colombianos. (En un país tan castigado por la guerrilla, resulta chocante que se desate ahora la furia por una corrida de toros.) [subtítulo] *Pese a la violencia animalista*, triunfó la libertad con la apertura de la plaza de toros de Bogotá. [cuerpo del texto] (abc.es, 22/01/2017).

En este caso se contraponen dos calificaciones opuestas y el hecho se presenta como una lucha entre la libertad taurina y la violencia animalista. Así, colocándose en el título aquello que se presenta como enemigo en posición remática, se resalta su negatividad y se potencia lo que se considera el triunfo de la libertad taurina. A continuación, en el desarrollo del texto, las referencias a lo que se califica como violencia animalista se ubican ya en posición temática, con lo que se busca presentar su valoración negativa como un hecho que queda fuera de discusión.

Todos estos casos muestran que, al presentar determinada información como presupuesta, la posición temática es susceptible de albergar contenidos falsos o simplemente inaceptables porque

7 En grupos sintagmáticos nominales como *el caradura de Pedro Sánchez* constituidos por el núcleo y un adyacente introducido por *de*, la inclusión de este último en lo que denota el primero puede ser «producto de una visión subjetiva del hablante» (Alarcos Llorach, [1970] 1980: 253). Entre ambos componentes se establece una relación predicativa que da lugar a una lectura valorativa con que se atribuye una cualidad positiva o negativa al referente, como en *Pedro Sánchez es un caradura* (Fernández Leborans, 2002-2004: 391-394; Gutiérrez Ordóñez, 1997: 38). Para más información sobre esta estructura véase también Gutiérrez Ordóñez (1978), Lapesa (1962) o Martínez (1999).

El contenido de una presuposición, al no formar parte de lo afirmado o negado por la secuencia, tiende a ser aceptado sin reflexión ni crítica. El receptor concentra su interés en lo que se le afirma, niega o pregunta, no en el fondo que se presupone. (Núñez y Teso, 1996: 82)

Por otra parte, al tratar la frontera entre el trasfondo (tema) y la novedad (rema), Núñez y Teso (*ibidem*, pág. 97) señalan que «el emisor puede contravenir esta norma cuando quiere transmitir un cierto dato sin delatar que ese dato es precisamente el que quiere transmitir o cuando quiere que el receptor asuma una cierta información con el menor grado posible de juicio».

Así pues, si el tema puede buscar engañar al interlocutor o influir en él, es de esperar que también pueda prestarse a silenciar determinada información, haciendo en ambos casos que algunos hechos «pasen inadvertidos, o no se enjuicien o no se les otorgue la importancia que tienen, para que sean asumidos de forma acrítica o, cuando menos, distraída» (Grijelmo, 2012: 196). Por tanto, el tratamiento temático de un elemento es una estrategia útil en la manipulación de la información, que puede realizarse silenciando determinados aspectos, pues, tal como sugiere Grijelmo (en Grosso, 01/07/2014), «es más fácil manipular mediante el silencio, porque lo que se calla no se puede comprobar».

A continuación, se examina cómo se aprovecha esta estrategia en la prensa española, en particular en los titulares, colocando en posición temática sujetos no agentivos, sobre todo aquellos que implican un impacto económico en la población. El propósito de este estudio no es realizar una investigación cuantitativa, sino analizar la eficacia de un procedimiento gramatical e informativo frecuentemente utilizado que evidencia la intervención del emisor en la transmisión y el tratamiento lingüístico y comunicativo de determinada información. Partiendo de estas premisas, se han seguido en el análisis los siguientes criterios de selección: (a) se analizan sustantivos inanimados –los que hacen referencia a cosas o entidades inmateriales que no tienen vida– que asumen la función sintáctica de sujeto y se colocan en posición temática; (b) se examinan aquellos casos en que estos sustantivos se presentan como agentes, aun sin tener realmente la capacidad de controlar el evento; (c) se han elegido los sustantivos que aparecen frecuentemente en titulares tratando cuestiones relacionadas con la economía de la población, entre ellos *las pensiones*, *la luz* o *la inflación*; (d) la selección de los titulares se ha basado exclusivamente en su contenido, es decir, en temas que afectan a la situación económica de la población, y no en el perfil político del medio, para comprobar si se trata de un

fenómeno de uso general que sobrepasa cualquier marco ideológico. Al final del artículo, se estudia otro caso, el de los verbos *morir* y *fallecer*, para intentar mostrar que el mecanismo tiene arraigo por su rendimiento comunicativo también en el tratamiento de otras áreas temáticas.

4 Sujetos no agentes en posición temática

Tradicionalmente, se consideraba que en la función de sujeto confluían tres nociones: la concordancia en persona y número con el núcleo del predicado, el hecho de que designa al que realiza la acción del verbo y el de que establece la persona o la cosa sobre la que se dice algo (Bosque y Gutiérrez-Rexach, 2009: 675; Rojo, 1983: 77). De esta manera, coincidían en él una función sintáctica, una semántica y una informativa. En cuanto a la función informativa, teniendo en cuenta que el enunciado suele abrirse con información conocida, tal caracterización pone de manifiesto que en un orden de palabras canónico es el sujeto preverbal el que tiende a interpretarse como temático (Fernández Lorences, 2010: 106-107). A ello se suma que habitualmente se le atribuye la función semántica de agente, aunque en principio solo admitan sujetos agentivos aquellos verbos que denotan acción, pues el agente se caracteriza por «designar una entidad animada con intención o voluntad» que «realiza o instiga la acción expresada por el predicado» (GTG, s. v. *agente*).

Pero ni todos los verbos que denotan acción llevan sujetos realmente agentivos ni pueden obviarse los verbos de proceso ni los de estado, que no suelen admitir agentes. En el presente estudio se examinan aquellos casos en que, colocando en posición temática un sujeto no agentivo, se busca ocultar al verdadero agente de la acción, y se toman en cuenta tanto usos transitivos como usos intransitivos de una amplia variedad de verbos. Si bien la Real Academia (*idem*) considera que «son posibles los agentes inanimados», cabe preguntarse si los sustantivos como *la luz* o *la economía* pueden entenderse como agentes efectivos, incluso cuando se les trata de asignar a primera vista esta función semántica; es el efecto que produce tal elección lo que se pretende analizar en este estudio. A los verbos de acción se suman los de proceso, como *perder* o *crecer*, que aun sin implicar un agente, también pueden participar en estrategias de ocultación.

En estos casos, se tratará de mostrar que se persigue dejar oscurecida la entidad que en realidad toma las decisiones, lo cual da como resultado que la acción o el proceso se presente como inevitable y al albur de las circunstancias. En el análisis, se abordarán en particular determinados fenómenos que afectan severamente a la

población más desfavorecida, como la inflación o el precio de la electricidad, entre otros. Además, en el último apartado se tratarán verbos como *morir* o *fallecer*, que, al situarse en posición temática al comienzo de la oración, también contribuyen a estas estrategias de ocultación, para comprobar que el fenómeno no se limita a temas de economía ni a la función de sujeto, y abrir así nuevas vías de investigación.

4.1 Las pensiones

Según el informe del Instituto Nacional de Seguridad Social (2022), el 1 de julio de 2022 había en España más de nueve millones de pensionistas. En un país donde el envejecimiento de la población es cada vez más acusado y se observa un pronunciado aumento del costo de vida, resulta comprensible que los pensionistas se preocupen por la cantidad que van a percibir, si esta va a ser mayor o menor... y de quién depende tal decisión.

Pues bien, al examinar cómo los medios proporcionan esta información encontramos una avalancha de titulares como el de (4) en los que se sitúa en posición temática a *las pensiones*:

- (4) *Las pensiones* perderán siete puntos de poder de compra en 10 años, según la Airef [título]. El supervisor fiscal calcula que el déficit de la Seguridad Social de 2017 será del 1,7% del PIB [subtítulo] (elpais.com, 08/02/2017).

A diferencia de la claridad que imponen las normas del periodismo, este titular resulta escasamente informativo para los lectores. ¿Quién es la Airef? ¿Qué supone el 1,7 % del PIB? Pero lo esencial, a nuestro parecer, es la colocación temática de *las pensiones* como sujeto léxico. Se puede entender que si «las pensiones perderán siete puntos de poder de compra» resulta difícil encontrar al agente (o agentes) que tome(n) tal decisión.

El mismo patrón se observa en titulares como (5) o (6):

- (5) *Las pensiones* bajarán⁸ un 30% hasta 2050 [título] (cincodias.elpais.com, 11/02/2016).

8 Son frecuentes en estos usos los verbos de movimiento, como *subir* o *bajar*. Aunque el hecho de ‘desplazarse’, en el tiempo o en el espacio, es una acción que precisa de un agente animado –así lo destaca Galán Rodríguez (1994: 14) señalando que «es indiscutible que todos los verbos de movimiento exigen un sujeto activo (esto es, un Agente que ejecute el desplazamiento)»–, solo figuradamente pueden estos verbos construirse con entidades inanimadas. De esta manera, parece atribuírseles una acción que en realidad no controlan e imponérseles así la función de agente para oscurecer al que realmente realiza o instiga la acción.

- (6) *Las pensiones* perderán casi 519 millones de poder adquisitivo en 2017 [título] (eleconomista.es, 03/01/2017).

Al colocar *las pensiones* en posición temática como sujeto no agentivo, este hecho se presenta al lector como inevitable y tiende a ser asumido.

En algunos otros titulares aparece, sin embargo, como sujeto temático un sustantivo animado, pero en este caso tampoco se trataría de un sujeto agente sino paciente, pues la circunstancia de la pérdida (esto es, el predicado o rema) se atribuye, como si se les estuviera imponiendo –y no sólo el proceso en sí, sino también la correspondiente responsabilidad– a los propios pensionistas (7):

- (7) *Los jubilados* perderán poder adquisitivo en 2017 por primera vez en cuatro años [título] (eleconomista.es, 21/11/2016).

Aunque muy poco frecuente, en ocasiones puede presentarse un sujeto agente (8), aunque de nuevo sin apuntar al responsable:

- (8) *El PSOE* advierte de una pérdida del 50% del poder adquisitivo de las pensiones si no se cambia la ley [título] (eldiario.es, 09/02/2017).

4.2 La electricidad, la luz, el gas y los carburantes

Otro asunto que ocupa frecuentemente una posición temática en función de sujeto no agente son los precios de la electricidad, la luz, y, actualmente, también los del gas y los carburantes. En resumen: las distintas fuentes de energía que pueden provocar la llamada «pobreza energética», y están, además, estrechamente vinculadas con la economía, que también se tratará en el estudio.

Esta información se traslada a los consumidores del siguiente modo:

- (9) *La electricidad* alcanzará esta tarde su precio máximo en plena ola de frío [título] (elpais.com, 18/01/2017).
- (10) *El precio de la luz* se disparará todavía más mañana y el Gobierno cifra la subida en 100 euros al año [título] (elmundo.es, 18/01/2017).
- (11) *El precio de la gasolina* sigue subiendo y vuelve a batir récord histórico sin contar el descuento [título] (rtve.es, 19/05/2022).

Como se puede comprobar, se coloca como tema un sustantivo en función de sujeto no agente, proporcionando de este modo una circunstancia inevitable para el ciudadano al dejar oscurecido el dato de quién provoca la subida o la bajada de los precios. Así, estos titulares informan únicamente adjudicando a

«la electricidad», a «el precio de la luz» y a «el precio de la gasolina» las acciones de *alcanzar*, de *dispararse* y de *subir* y *batir*, respectivamente. Haciéndolo, les están dando vida propia, así como la consiguiente capacidad de realizar estas acciones.

Al igual que en muchas otras noticias de prensa, el reportero (o el redactor) construye los titulares mediante la información proporcionada por una única fuente. En (10) está claro que reproduce una declaración del Gobierno y redacta la noticia mediante dos oraciones coordinadas copulativas: en la primera hay un sujeto no agente, mientras que la segunda sí cuenta con uno agente, que es el que constituye la fuente de la información. Según Grijelmo ([1997] 2014: 32), en un texto noticioso no solo importan el quién, el qué, etc., sino también el «según quién» –que en este caso se expresa ya en el titular–, con lo cual la fuente pasa a formar parte del hecho noticioso y sirve, además, para justificar la información que se transmite. Pero el hecho es que su papel se limita en este caso únicamente a transmitir información estimando la subida del precio, como si no tuviera capacidad ni responsabilidad alguna de intervenir o tomar medidas que contrarrestaran el alza.

En otros casos, sí se indica al responsable de la subida del precio, pero este también puede ser inanimado⁹, como «la ola de calor» (12) o «el calor» (13):

(12) *La ola de calor* duplica la dependencia del gas y dispara el precio de la electricidad en el verano más caro de la historia [título] (elmundo.es, 03/08/2022).

(13) *El calor* multiplica la dependencia del gas y la electricidad se encarece hasta niveles históricos [título] (telemadrid.es, 04/08/2022).

En (12) y (13) el sujeto inanimado puede entenderse como la causa de la subida del precio, pero, al mismo tiempo, sigue ocultando al verdadero agente, que es el que ha realizado la acción de subir el precio del gas y la electricidad.

A continuación, reproducimos otro título en el que esta vez aparece un sujeto animado. Se alude al entonces presidente del Gobierno, Mariano Rajoy. Como hemos dicho arriba, el periodista traslada la noticia basándose en una única fuente, cuyas declaraciones sobre un tema de actualidad reproduce:

9 En otras ocasiones, se responsabiliza a sustantivos como «el verano»: este, presentándose en «*El verano* deja sin ayuda alimentaria al 95% de los niños en situación de pobreza» (elperiodico.com, 04/08/2022) como la causa de la pérdida o retirada de la ayuda alimentaria, permite encubrir al que ha reducido los fondos correspondientes.

- (14) Rajoy confía en que llueva para bajar el precio de la luz [título]. El presidente del Gobierno descarta adoptar medidas extraordinarias para bajar la factura eléctrica [subtítulo] (elperiodico.com, 26/01/2017).

Tal como se transmite la información, no puede dejar de resultar contradictoria; es decir, el presidente del Gobierno podría adoptar medidas extraordinarias para disminuir la factura eléctrica; sin embargo, confía «en que llueva» para no hacerlo¹⁰. En definitiva, la mayoría de la población no sabe cómo funcionan las tarifas eléctricas, ni por qué en algunos casos *suben* y en otros *bajan*. ¿Se debe al mal tiempo o hay quien tiene el poder de establecerlas?

El hecho de hacer entender a la población cómo funcionan las tarifas eléctricas (y las compañías que las deciden) ha llevado a publicar algún artículo de opinión interesante, aunque su alcance es muy inferior a las noticias que publican los diarios más vendidos:

- (15) La subida de la luz explicada a mi hija [título]. Déficit tarifario, subastas marginalistas, peajes... Un intento por hacer comprensible el mercado eléctrico [subtítulo] (eldiario.es, 19/01/2017).

En este artículo (15), la hija hace preguntas al hilo de la explicación: «Entonces, papá, ¿por qué las compañías españolas son las que más beneficios tienen en Europa y las que más dividendos reparten? ¿Y por qué la tarifa española es siempre de las más caras de Europa? ¿Hay alguna relación?» (Rosa, 19/01/2017). En efecto, la desinformación es absoluta si no se indaga en otras páginas de los diarios, en concreto en la sección de economía, donde puede encontrarse información sobre los que se beneficiarían de la subida (16):

- (16) Iberdrola¹¹ gana 2.041 millones, un 6,4% más, por la buena marcha de los negocios [título] (efe.com, 26/10/2016).

10 Por razones de espacio, nos limitamos aquí a dar cuenta de los titulares. Sin embargo, el cuerpo de la noticia resulta muy ilustrativo al respecto. Nos permitimos reproducir un párrafo: «El presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, ha descartado este jueves adoptar medidas extraordinarias para rebajar el precio de la luz y ha fiado el descenso del coste a que llueva. “Va a llover”, ha asegurado Rajoy, quien ha recordado que generar energía hidráulica ayudará a bajar el precio de la luz. Rajoy ha asegurado que el precio de la luz se encuentra en niveles del 2015, y aunque ha subido respecto al 2016, el Gobierno no contempla en este momento aprobar ninguna medida, tampoco bajar los peajes, que están congelados» (Martín, 26/01/2017).

11 Iberdrola es una de las compañías eléctricas que operan en España, y se describe como «un líder energético global» y «una de las mayores compañías eléctricas por capitalización bursátil del mundo» (iberdrola.com, 30/10/2022).

Si a este modo de (des)informar se añaden, además, algunos «consejos» para el consumidor (en una especie de guía de autoayuda), el resultado aboca en el hecho de hacerle el único responsable de lo que gasta. Así lo ilustran los cuatro siguientes ejemplos, que, no obstante, no se limitan a la prensa española, sino que proceden también de otros diarios del mundo hispano, y que apenas nos merecen comentarios (destacamos la frase «corregir malos hábitos»):

- (17) Precio de la luz hoy: las horas más baratas para poner los electrodomésticos [título] (diariovasco.com, 12/08/2022).
- (18) Faltan cubitos de hielo en los sùpers de España: trucos para hacerlos en casa a toda velocidad [título] (lavanguardia.com, 04/08/2022).
- (19) Subsidio a la luz y el gas: cómo bajar tu consumo para no perderlo [título]. Claves para hacer un uso más consciente de electrodomésticos y sistemas de calefacción. Tips *para corregir malos hábitos* y no pagar de más [subtítulo] (clarin.com, 10/08/2022).
- (20) Tarifas de la luz: cómo ahorrar electricidad y qué aparatos consumen más [título] (diarioconvos.com, 06/08/2022).

4.3 La pobreza energética

Igual que las pensiones, el precio de la electricidad, de la luz, del gas y de los carburantes afecta a una gran parte de la población española, tanto particulares como pequeñas y medianas empresas, agricultores, etc. Sin embargo, la denominación de «una gran parte de la población» puede resultar poco precisa (21):

- (21) *Más del 40% de la población española* sufre pobreza energética [título] (elpais.com, 20/02/2019).

Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (2022), la población española se situó en 47,4 millones en el año 2021. Eso quiere decir que, si nuestros cálculos no están equivocados, casi diecinueve millones de habitantes sufren de pobreza energética, lo cual implica que no pueden cocinar, disponer de agua caliente o elevar la temperatura del domicilio más de nueve grados (López Morales, 20/02/2019).

Ahora bien, resulta bastante difícil de comprender para un ciudadano a qué se debe esa situación y, una vez más, quiénes constituyen lo que, probablemente, es un entramado de responsables. En los últimos tiempos, se culpabiliza del problema energético a la guerra (22) o a la pandemia (23):

(22) *La guerra* eleva a 170 euros la factura energética media mensual de los hogares españoles, un 30% más [título] (elmundo.es, 09/03/2022).

(23) *La pandemia* agrava todavía más la pobreza energética de los españoles [título] (elconfidencial.com, 17/02/2022).

Aunque no cabe duda de que la guerra entre Rusia y Ucrania ha tenido repercusiones en el abastecimiento del gas en Europa y, probablemente, en la subida de los combustibles en general, ni de que la pandemia ha tenido impacto negativo en la situación económica de la población, tratándose de sustantivos inanimados no pueden ser ni la guerra ni la pandemia las que decidan cuál será su incidencia. Pero haciéndolas aparentar que sí pueden agravar estos problemas por su cuenta, parece esconderse quién es el que de verdad regula los precios y quién es el que mide el impacto de la guerra o la pandemia.

Sin embargo, no es menos cierto que los Gobiernos disponen de alguna capacidad para paliar la situación de los sectores más desfavorecidos, tal como muestra el siguiente título (24) —aunque no siempre la aprovechen—:

(24) Castelló concede ayudas a las familias más vulnerables para combatir la pobreza energética [título] (actualitatvalenciana.com, 07/08/2022).

De todos modos, también existen en el periodismo voces críticas contra esta avalancha de noticias y la manera en que se difunden. Pero han de buscarse en otros géneros periodísticos, en particular en los de opinión, como los dos ejemplos que mostramos a continuación:

(25) “La pobreza energética ya existía, y no es por la guerra” [título] (elperiodico.com, 18/03/2022).

(26) Basta ya de tanta tontería [título]. Intervenir en el mercado energético debe ser objetivo prioritario de un Estado que quiera reforzar positivamente las condiciones materiales que sustentan la democracia, y ha ocurrido [subtítulo]. Cuando nos dijo tontos, muy tontos, Ignacio Sánchez Galán¹² podía hacerlo. Tiene sus razones y lo sabe. Sabe que llevamos meses pagando más y más caro lo que comercializa —la electricidad— y sabe también que la mayoría de los ciudadanos no sabremos nunca ni remotamente por qué [cuerpo del texto] (elpais.com, 22/05/2022).

12 José Ignacio Sánchez Galán es un empresario y ejecutivo español que actualmente es presidente y consejero delegado de Iberdrola (es.wikipedia.org, 09/08/2022).

4.4 La economía y la inflación

Otros de los sintagmas que suelen colocarse en posición temática son *la economía* y *la inflación*. Entender cómo funciona la economía no deja de ser un asunto extremadamente complejo, fundamentalmente para los ciudadanos. Según la Wikipedia, la economía «es un área de la producción, distribución y comercio, así como el consumo de bienes y servicios por parte de los diferentes agentes económicos». Generalmente, se define como «a social domain that emphasizes the practices, discourses and material expressions associated with the production, use and management of resources» (James, 2015: 52).

Ahora bien, si indagamos en quiénes son los agentes económicos, encontramos que el término hace referencia a «el sujeto que interviene en la actividad económica, bien como agentes de producción o agentes de consumo», y es en esta unidad básica «donde se generan y toman decisiones respecto a la actividad económica» (Escobar Gallo, Cuartas Mejía, 2006: s. v. *agente económico*). Los que se mencionan en la teoría económica tienden a ser tres: (a) las personas o familias, (b) las empresas y (c) el Gobierno (*idem*). Como «demandantes de trabajos y oferentes de bienes o servicios» (*idem*), son las empresas las que «toman decisiones relativas a la producción y la distribución de los bienes y servicios» (Pintado, 2016). Sin caer en la simplificación, parece que son las empresas las que deciden sobre el entramado económico, y las familias las que las sufren (o, en algunos casos, las disfrutan), mientras que el estado tendría una intervención más compleja.

Pues bien, el sujeto temático de muchos titulares es *la economía*, que, como en otros casos señalados anteriormente, parece que crece o cae por su cuenta:

(27) *La economía española* creció un 5 % en 2021, la mayor tasa en 21 años [título] (efe.com, 28/01/2022).

(28) *La economía española* cae en cuatro meses de pandemia casi tanto como en cinco años de crisis financiera [título] (publico.es, 23/06/2020).

De esta manera, parece que el periodismo se aprovecha del entramado sistema de la economía para no tener que exponer al que la rige y decide cómo incidirá en la población.

Si al referirnos a la economía consignábamos la incomprensión que acarrea este concepto entre los ciudadanos, más aún puede sostenerse acerca de la inflación. No parece equivocado pensar que la mayoría de la población al oír el término *inflación* piense en una subida de precios inevitable de los productos básicos. Un breve rastreo del término en Google informa de las preguntas de

los usuarios: «¿Qué es la inflación?»; «¿Qué es la inflación y un ejemplo?»; «¿Qué es la inflación y cómo se produce?». Así, este segundo término suele aparecer asimismo como sujeto no agente en los titulares:

(29) *La inflación* cerró en julio en el 10,8% pese a la caída del precio del combustible [título]. El dato definitivo del INE, publicado este viernes, constata que la electricidad y los alimentos mantienen el aumento del coste de vida [subtítulo] (elpais.com, 12/08/2022).

(30) *La inflación* amenaza con comerse toda la subida del salario mínimo de la legislatura [título] (elconfidencial.com, 12/08/2022).

En (30) en particular, se presenta la inflación como una amenaza, pese a no ser realmente el agente de la acción. Este queda encubierto, y exento de responsabilidad, gracias a la colocación del sujeto no animado, y por ello no realmente agentivo, en posición temática.

En algunos casos, se presentan como sujetos no agentes grupos sintagmáticos como los de los dos ejemplos que siguen:

(31) *La luz y los alimentos* disparan la inflación al 10,8% en julio [título] (lasprovincias.es, 12/08/2022).

(32) *La cesta de la compra* dispara la inflación: leche y huevos suben más de un 22%, los cereales un 20,4% y las legumbres, un 15,5% [título] (2ominutos.es, 12/08/2022).

Aunque el dato, desde un punto de vista estrictamente económico, puede ser cierto, no lo es menos que tal como se presenta induce al consumidor a recortar en la luz o en la cesta de la compra —algo que efectivamente ha sucedido en los últimos años en España—, ya que se exponen como culpables del encarecimiento, aunque no sean los que realmente lo imponen a la población.

Así, colocando un sustantivo no animado en posición temática, y haciendo que se perciba como agente de la acción, parece constituir efectivamente una verdadera estrategia de ocultación, y con ello de manipulación, también en el discurso periodístico. Dándoles de esa manera vida propia, y haciendo que tal información se asimile de manera indiscriminada, no sólo se obliga al lector a asumir el hecho correspondiente, sino que se busca que este ni cuestione su papel ni se plantee quién es el agente efectivo y verdadero responsable del hecho. Un efecto similar se produce con los verbos de proceso, que precisamente por no implicar un agente no solo permiten ocultar quién es el que controla el proceso, sino que dan a entender que ni siquiera cabe buscarlo.

4.5 Más allá de lo económico: los verbos del tipo *morir* y *fallecer*

Aunque hasta aquí nos hemos ocupado fundamentalmente de los titulares que presentan en posición temática un sujeto no agentivo con el fin de oscurecer la información, abordamos en este apartado otro aspecto no menos perverso a la hora de trasladar algunas noticias, el empleo de los verbos *morir* y *fallecer*, para comprobar la rentabilidad manipulativa de la posición temática. La Real Academia (*DLE, s. v. morir, fallecer*) consigna el significado de *morir* como «llegar al término de la vida», haciéndolo equivalente a *fallecer*. En el uso habitual de la lengua, estos verbos se emplean para designar la muerte producida por un accidente o una enfermedad. El orden de palabras, en estos casos, tiene en cuenta la división entre información conocida o presupuesta frente a información nueva, de manera que el sujeto no agente, que codifica un referente nuevo, va en posición postverbal, pues la novedad de la noticia es quién muere o fallece, como se puede constatar en los siguientes ejemplos:

- (33) Muere *Francisco Calvo, hermano de la diputada socialista Carmen Calvo* [título]. Francisco Calvo Poyato, hermano de la exvicepresidenta del Gobierno y diputada socialista Carmen Calvo, ha fallecido este jueves, según han informado fuentes parlamentarias. El hermano de la diputada ha fallecido a los 67 años en su casa de Cabra, en Córdoba. Era el menor de tres hermanos y según informa *Cadena Ser* llevaba varios años luchando contra el cáncer [cuerpo del texto] (20minutos.es, 12/05/2022).
- (34) Muere *Cristina Mariño, directora de Marca de Roberto Verino e hija del diseñador* [título]. Cristina Mariño, directora de Marca de Roberto Verino e hija del diseñador ourensano y fundador de la firma homónima, ha fallecido este domingo a los 52 años [cuerpo del texto] (cincodias.elpais.com, 01/07/2022).

Solo en los casos en que el referente esté activado en la mente del receptor, se invierte el orden de palabras y se coloca en posición temática. Un ejemplo ilustrativo lo constituyen las declaraciones del entonces presidente del Gobierno de España, Carlos Arias Navarro, cuando el 20 de noviembre de 1975 pronunció las famosas palabras: «Españoles: Franco ha muerto». En efecto, desde mediados de 1974 el dictador llevaba padeciendo enfermedades graves. Durante el mes de noviembre de 1975 se daban, a través de los medios, partes médicos casi diarios informando de su estado de salud. Por consiguiente, la cercana muerte de Franco estaba anunciada prolijamente, por lo que la

población española la esperaba en cualquier momento: todo el mundo sabía quién era Franco y en qué situación se encontraba.

Los ejemplos (33) y (34) se adecuan al patrón básico: en el título se coloca como información nueva el referente al que alude la noticia: «Muere *Francisco Calvo*» y «Muere *Cristina Mariño*». Pero una vez que se presenta como ya identificado, a continuación, puede colocarse como tema. De igual modo, en los siguientes titulares aparece el orden de palabras esperado:

(35) *Muere un niño de 12 años* al caer de un cuarto piso en Valencia [título] (diariosur.es, 12/05/2022).

(36) *Muere el dueño de El Chipirón* en un accidente de tráfico en Asturias [título] (elnortedecastilla.es, 12/05/2022).

Estos ejemplos vienen a mostrar cómo se establece el orden de palabras y se presenta la información en los casos en que la muerte acontece por accidente o enfermedad.

Sin embargo, no deja de ser llamativo el hecho de que determinadas comunidades mueran sin que medien enfermedades o accidentes indeseados. Y es que entre *morir* y *matar* o *asesinar* existe una diferencia sustancial. El *DLE* (s. v. *matar*, *asesinar*) define así estos dos términos: «quitar la vida a un ser vivo» y «matar a alguien con alevosía, ensañamiento o por una recompensa», respectivamente. Pues bien, son abundantes las noticias en que, aunque uno no pierde la vida, sino que se la quitan, la muerte se presenta ocultando este hecho:

(37) *Mueren* dos palestinos en operaciones de Israel, que derriba la casa del responsable de un atentado en marzo (europapress.es, 02/06/2022).

(38) *Muere* una periodista palestina de Al Yazira por un disparo durante una redada israelí (publico.es, 11/05/2022).

En este caso, se sitúa en posición temática el verbo, con un sujeto no agentivo, con el que se busca ocultar información. Aunque se alude (indirectamente, eso sí) al agente (Israel), los términos *operaciones*¹³ y

13 El *DLE* (s.v. *operar*), además de otras acepciones, define *operar* como «ejecutar sobre el cuerpo animal vivo, con ayuda de instrumentos adecuados, *diversos actos curativos* [...]» (la cursiva es nuestra). De ahí que la acción de «llevar a cabo acciones de guerra, mover un ejército con arreglo a un plan» (*idem*) pueda hasta presentarse como justificada si su propósito es eliminar un mal, y así se transmite por la prensa. A ello se suma el hecho de que se relacione a las víctimas con el responsable de un atentado, que también puede entenderse como una justificación para matarlas, o para que mueran.

*redada*¹⁴ oscurecen, o quizá justifican, el hecho.

En otros casos se invierte el orden de palabras colocando en posición temática un sujeto que se presenta como supuesto agente (del verbo *morir*), pues es esta la interpretación que tiende a asociarse con el sujeto, y puede dar a entender que fue la víctima la que provocó su propia muerte:

(39) *Cinco palestinos* mueren por disparos del Ejército israelí en Cisjordania (elperiodico.com, 14/04/2022).

(40) *Tres palestinos* mueren en otra redada violenta en el campo de Yenín (efe.com, 17/06/2022)

Con más o menos fortuna, se añaden en la noticia las causas de la muerte, pero, tal como se construye, no se pone de relieve al agente causante del suceso. Sin embargo, no todas las noticias presentan la información de este modo. Contrástense con los siguientes titulares, que, a diferencia de los anteriores, sí exponen el hecho tal como sucedió:

(41) *Asesinada* otra periodista palestina a manos del ejército israelí (es.euronews.com, 01/06/2022).

(42) Una investigación de la ONU confirma que Israel *mató* a la periodista palestina (huffingtonpost.es, 24/06/2022).

No cabe duda de la diferencia que en el uso habitual de la lengua existe entre los verbos *morir* y *fallecer*, por un lado, y *matar* y *asesinar*, por otro. Si ambos campos semánticos se intercambian en las noticias, habrá que pensar que, intencionadamente o no, se está ocultando al agente de los procesos. Al parecer, se prestan a tal ocultación ambos órdenes de palabras, ya que tanto la elección del verbo y su colocación en posición inicial como la inversión del orden colocando al inicio al sujeto no agente permiten esconder el carácter de la acción o al que la realiza. Este hecho muestra cuán relevante es la posición temática en el silenciamiento de una parte de la información, y no sólo cuando la ocupan sujetos no agentivos.

14 Una interpretación similar puede darse también al sustantivo *redada*, definido como «operación policial consistente en apresar de una vez a un conjunto de personas» (DLE, s.v. *redada*), y más teniendo en cuenta el ejemplo con que se ilustra este significado: *La policía hizo una redada para limpiar el barrio de maleantes (ibidem)*.

5 Conclusiones

Aunque el discurso periodístico debería regirse por normas éticas, así como diferentes principios de claridad, el estudio de sus titulares pone de manifiesto que no duda en servirse de recursos de manipulación informativa. El análisis del sujeto no agente, con diferentes clases de predicados, y también de determinados verbos al inicio de la cadena sintagmática, parece haber corroborado que la posición temática muestra un alto potencial de manipulación, ya que, centrando el lector su atención en la información nueva, permite silenciar otra o manipularla a modo de lo que podría calificarse como un verdadero tráfico ilícito de parte de hechos relevantes. De esta forma, puede ocultarse quién es el que está detrás del alza de los precios o quién es el que regula el sistema económico, así como a manos de quién falleció una persona. En casos en que sí se apunta a un responsable, este tampoco tiende a ser agentivo, por lo que se sigue ocultando al que realiza una acción.

Al tratarse ya de una auténtica estrategia de manipulación informativa, la colocación de estos elementos en posición temática permite darles vida propia, con lo que se consigue ocultar al verdadero agente de la acción. El discurso periodístico se aprovecha del rendimiento de estos métodos formales de manera prácticamente generalizada, pues su potencial como táctica de ocultación parece obviar cualquier diferencia en la ideología política, todo para construir una visión del mundo que se pretende presentar como incuestionable. Así, está en lo cierto Grijelmo (en Grosso, 01/07/2014) cuando afirma que «es más fácil manipular mediante el silencio, porque lo que se calla no se puede comprobar».

Bibliografía

- Alarcos Llorach, E. ([1970] 1980): *Estudios de gramática funcional del español* (3.^a edición). Madrid: Editorial Gredos, 1987.
- Bosque, I., Gutiérrez-Rexach, J. (2009): *Fundamentos de sintaxis formal*. Madrid: Akal.
- Chomsky, N. (s/f): «10 estrategias de manipulación mediática». Disponible en https://www.revistalatinacs.org/12_causas/Tecnicas.pdf [07/08/2022].
- Chomsky, N., Ramonet, I. (1999): *Cómo nos venden la moto: información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria.
- Dijk, T. A. van (1999): «El análisis crítico del discurso» (M. González de Ávila, trad.). *Anthropos*, 186; 23-36. Disponible en: <http://www.discursos>.

- org/oldarticles/EI%20an%E1lisis%20cr%EDtico%20del%20discurso.pdf [19/10/2022]
- Escobar Gallo, H., Cuartas Mejía, V. (2006): *Diccionario Económico Financiero* (3ª edición). Medellín: Universidad de Medellín. Disponible en: <https://books.google.si/books?id=O2U5GwgjKsC&printsec=frontcover> [16/08/2022]
- Fairclough, N. (1995): *Critical discourse analysis: the critical study of language*. Londres, Nueva York: Longman. Disponible en: <https://www.felsemiotica.com/descargas/Fairclough-Norman-Critical-Discourse-Analysis.-The-Critical-Study-of-Language.pdf> [19/10/2022]
- Fernández Leborans, M. J. (2002-2004): «Notas sobre la construcción del tipo: *el pobre de Pepe*». *Archivo de filología aragonesa*, 59-60, 1; 389-404. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/ejemplar?codigo=150821&info=open_link_ejemplar [24/08/2022]
- Fernández Lorences, T. (2010): *Gramática de la tematización en español*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Galán Rodríguez, C. (1994): «Aproximación al estudio de los verbos de movimiento en alemán y en español: movimiento real y empleos figurados». *Anuario de Estudios Filológicos*, 17; 165-186. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Carmen-Galan-Rodriguez/publication/28254380_Aproximacion_al_estudio_de_los_verbos_de_movimiento_en_aleman_y_en_espanol_movimiento_real_y_empleos_figurados/links/56a880ado8aeofd8b3ff238d/Aproximacion-al-estudio-de-los-verbos-de-movimiento-en-aleman-y-en-espanol-movimiento-real-y-empleos-figurados.pdf [14/08/2022]
- Grijelmo, Á. ([1997] 2014): *El estilo del periodista* (18ª edición). Madrid: Taurus, 2017.
- (2012): *La información del silencio: cómo se miente contando hechos verdaderos*. Madrid: Taurus.
- Grosso, J. (01/07/2014): «“Es más fácil manipular a través del silencio que de la mentira”». *Télam*. Disponible en: <https://www.telam.com.ar/notas/201407/69474-alex-grijelmo-el-estilo-del-periodista-libro.html> [15/08/2022]
- Gutiérrez Ordóñez, S. ([2002] 2015): *De pragmática y semántica* (2ª edición). Madrid: Arco/Libros.
- (1997): *Temas, remas, focos, tópicos y comentarios*. Madrid: Arco/Libros.

- (1978): «Grupos sintagmáticos N de N: sintaxis y semántica». En: *Estudios ofrecidos a Emilio Alarcos Llorach*. Vol. 3. Oviedo: Universidad de Oviedo; 133-159.
- Iberdrola (2022): *El grupo Iberdrola es hoy un líder energético global*. Disponible en: <https://www.iberdrola.com/conocenos> [30/10/2022]
- Instituto Nacional de Estadística (21/04/2022): «Avance de la Estadística del Padrón Continuo a 1 de enero de 2022: Datos provisionales». Disponible en: https://www.ine.es/prensa/pad_2022_p.pdf [15/08/2022]
- Instituto Nacional de Seguridad Social (29/07/2022): «Pensionistas del Sistema de la Seguridad Social: Datos de la nómina de julio de 2022 y de las altas iniciales y bajas definitivas». Disponible en: https://www.seg-social.es/wps/wcm/connect/wss/a59fc4a1-faa7-48dd-9a0e-a20302891ae3/202207_Pensionistas.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=linktext&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_81D21J401P5L40QTIT61G41000-a59fc4a1-faa7-48dd-9a0e-a20302891ae3-096QLf9 [15/08/2022]
- James, P. (2015): *Urban Sustainability in Theory and Practice. Circles of sustainability*. Oxon, Nueva York: Routledge. Disponible en: https://www.academia.edu/9294719/Urban_Sustainability_in_Theory_and_Practice_Circles_of_Sustainability_2015_ [16/08/2022]
- Jiménez Juliá, T. E. (1986): *Aproximación al estudio de las funciones informativas*. Universidade de Santiago de Compostela: Servicio de Publicaciones.
- Lapesa, R. (1962): «Sobre las construcciones *el diablo del toro*, *El bueno de Minaya*, *¡Ay de mí!*, *¡Pobre de Juan!*, *Por malos pecados*». *Filología*, 8; 169-184.
- Leonetti, M., Escandell-Vidal, M. V. (2021): «La estructura informativa. Preguntas frecuentes». En: Leonetti, M., Escandell-Vidal, M. V. (eds.), *La estructura informativa*. Madrid: Visor Libros; 15-181.
- Limpert, J. (14/03/2017): «When the target audience was the Kansas City milkman». *About editing and writing*. Disponible en: <https://jacklimpert.com/2017/03/target-audience-journalists-kansas-city-milkman/> [24/12/2022].
- López Morales, G. (20/02/2019): «Más del 40% de la población española sufre pobreza energética». *El País*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/02/20/3500_millones/1550664003_825237.html [20/08/2022]
- Lyon, W. (2014): *La escritura transparente. Cómo contar historias*. Madrid: Libros del K.O.
- Martín, P. (26/01/2017): «Rajoy confía en que llueva para bajar el precio de la luz». *El Periódico de Catalunya*. Disponible en: <https://>

www.elperiodico.com/es/economia/20170126/rajoy-precio-luz-lluvia-5766691 [20/08/2022]

- Martínez, J. A. (1999): «La concordancia en español». En Bosque, I., Demonte, V. (coords.), *Gramática descriptiva de la lengua española. Volumen 2: Las construcciones sintácticas fundamentales. Relaciones temporales, aspectuales y modales*. Madrid: Espasa Calpe; 2695-2786.
- Núñez Ramos, R., del Teso Martín, E. (1996): *Semántica y pragmática del texto común: producción y comentario de textos*. Madrid: Cátedra.
- Pintado, J. J. (2016): «Agentes económicos». En: Berdasco, Y. (presentadora), *Diccionario económico*, [Audio en pódcast], 2 de diciembre de 2016. Disponible en: <https://www.rtve.es/play/audios/diccionario-economico/diccionario-economico-agentes-economicos-02-12-16/3818248/> [16/08/2022]
- Real Academia Española (2021²³⁻⁵): *Diccionario de la lengua española*. En: <https://dle.rae.es> [13/08/2022].
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2019): *Glosario de términos gramaticales*. Salamanca: Ediciones Universidad Salamanca.
- Reyes, G. ([1995] 2017): *El abecé de la pragmática* (10.^a edición). Madrid: Arco/Libros.
- (2002): *Metapragmática. Lenguaje sobre lenguaje, ficciones, figuras*. Universidad de Valladolid: Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial.
- (1985): «Orden de palabras y valor informativo en español». En: Fernández-Sevilla, J., López Morales, H., Molina, J. A. de, Quilis, A., Salvador, G. (eds.), *Philologica hispaniensia in honorem Manuel Alvar. Volumen II: Lingüística*. Madrid: Gredos; 567-588.
- Rojo, G. (1983): *Aspectos básicos de sintaxis funcional*. Málaga: Librería Ágora. Disponible en: https://gramatica.usc.es/~grojo/Publicaciones/Aspectos_basicos_de_sintaxis_funcional.pdf [05/07/2018]
- Rosa, I. (19/01/2017): «La subida de la luz explicada a mi hija». *eldiario.es*. Disponible en: https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/subida-de-la-luz_129_3628232.html [20/08/2022]
- Wikipedia (03/08/2022): *Economía*. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa> [09/08/2022]
- Wikipedia (14/07/2022): *Ignacio Galán*. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Ignacio_Gal%C3%A1n [09/08/2022]

A Way to Conceal Information: Non-Agentive Subjects in Thematic Position

Keywords: information structure, journalistic manipulation, theme, syntax, pragmatics

This study focuses on a particular form of concealing information: placing non-agent subjects in thematic position. Making inanimate nouns the subject of a verb of action renders the addressee defenceless and the result of the sentence inevitable, since the performative agent is obscured from action. As well, other verbs with non-agentive subject can also conceal the actual protagonist who controls the process. This strategy arises from the fact that the information placed in thematic position is taken for granted and is usually not questioned. It is therefore a technique not only to present as known facts that are not actually shared, but also to disguise those that can be controversial or even false (Núñez and Teso, 1996). It is to be supposed that the thematic position can be used to conceal or even manipulate, especially when non-agent subjects are incorporated.

In order to observe how this strategy works, this study examines various samples from the Spanish press, giving priority to the headlines, and it pays special attention to events that deal negatively with the economic resources of the population. The analysis follows the guidelines of Critical Discourse Analysis, Pragmatics and the contributions made by the Functional Grammar of Spanish from the Alarquian School of Oviedo on the division between theme and rheme (Fernández Lorences, 2010; Gutiérrez Ordóñez, 1997).

Kako zastreti informacijo: osebek nevršilec v tematskem položaju

Ključne besede: informacijska struktura, novinarska manipulacija, tema, skladnja, pragmatika

Pričujoča študija se osredotoča na poseben način zastiranja informacij, in sicer na postavljanje tistih osebkov, ki ne opravljajo vloge vršilca dejanja, v tematski ali izhodiščni položaj. S povezovanjem teh samostalnikov z glagoli dejanja naslovnika postavimo v ranljiv položaj, saj je zaradi izpuščanja pravega vršilca dejanje prisiljen sprejeti kot neizogibno dejstvo. Poleg tega lahko tudi mnogi drugi glagoli, katerih osebek ni vršilec dejanja, prikrijejo tistega, ki na tak

ali drugačen način nadzira proces. Strategija temelji na tem, da informacije v tematskem položaju obravnavamo kot predpostavke, zaradi česar vanje navadno niti ne dvomimo niti jih ne preizprašujemo. Prav zato lahko to strategijo izkoristimo ne samo za uvajanje podatkov, ki niso zares znani, temveč tudi za tiste, ki so lahko sporni ali celo lažni (Núñez in Teso, 1996). Posledično predvidevamo, da se lahko uporablja tudi za prikrivanje ali celo manipuliranje z informacijami, še posebej kadar tam stoji osebek, ki ni vršilec dejanja.

Da bi preučili, kako deluje ta strategija, v prispevku analiziramo primere rabe iz španskega tiska, predvsem naslove, posebno pozornost pa posvečamo tistim pojavom, ki pomembno vplivajo na ekonomski položaj prebivalstva. Analiza se opira na postavke kritične analize diskurza, pragmatike in prispevka funkcionalne slovnice španskega jezika šole E. Alarcosa Lloracha iz Ovieda k analizi delitve na izhodišče oziroma temo in jedro oziroma remo (Fernández Lorences, 2010; Gutiérrez Ordóñez, 1997).

Taresa Fernández Lorences

Taresa Fernández Lorences es Profesora Titular de la Universidad de Oviedo (España). Es licenciada en Filología Hispánica (Lengua Española) y doctora por la misma universidad con la tesis titulada «La tematización en español: estructura informativa y relaciones sintácticas».

Ha realizado estancias de investigación predoctoral en The University of Illinois at Chicago (EE. UU.) (2002 y 2003), junto con otras docentes en California State University, Fullerton (2007), Univerza v Ljubljani (2015 y 2019).

Ha participado en diversos congresos con comunicaciones, así como impartido conferencias por invitación en distintos organismos públicos y privados.

Ha publicado libros, capítulos de libro y artículos sobre diversos temas del español, fundamentalmente sobre los aspectos de la estructura informativa de la oración. Sus líneas de investigación se centran en la gramática del español, la filología asturiana y la sociolingüística.

Dirección: Universidad de Oviedo
Facultad de Filosofía y Letras
c/ Amparo Pedregal, s/n
33011 Oviedo
España

Correo electrónico: lorencestaresa@uniovi.es

Vita Veselko

Vita Veselko es profesora ayudante de lengua española en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Ljubljana, donde es también doctoranda en Lingüística. Sus áreas de interés principales son la sintaxis y la pragmática del español y su colaboración en el ámbito de la estructura informativa de la oración, que constituye también el objeto de estudio de su tesis doctoral. Actualmente, colabora en dos proyectos internacionales, *PRACOMUL: Pragmatic competence from a multilingual perspective* y *El Español en Europa*.

Dirección: Univerza v Ljubljani
Filozofska fakulteta
Oddelek za romanske jezike in književnosti
Aškerčeva 2
1000 Ljubljana
Slovenija

Correo electrónico: vita.veselko@ff.uni-lj.si

Alba Macías Couso

DOI: 10.4312/vh.30.1.101-121

Universidad de Cádiz

Técnicas de manipulación en la propaganda negacionista durante la Covid-19: un acercamiento desde el análisis del discurso mediado por ordenador

Palabras clave: manipulación, negacionismo, antivacunas, persuasión, análisis del discurso

La persuasión y sus diferentes manifestaciones están presentes en multitud de discursos que llegan a nosotros por vías diferentes, siendo uno de los tópicos más estudiados dentro de la comunicación. En este trabajo queremos centrarnos en un discurso que ha obtenido especial relevancia debido a la crisis social y sanitaria provocada por la Covid-19: se trata del discurso negacionista. Las redes sociales representan uno de los ámbitos de uso de la lengua en la que este discurso ha podido expandirse con bastante comodidad. Es por eso que, en este trabajo, recopilaremos un conjunto de publicaciones extraídas de diferentes medios como Facebook, Instagram y Twitter, con el objetivo de analizar cuáles son los mecanismos persuasivos que utilizan estos grupos. Mediante su análisis veremos que estas estrategias son similares a las que se utilizan en publicidad y política, ya que su finalidad es convencer al receptor apelando factores emocionales como el miedo o la incertidumbre. Precisamente, es en estos dos ámbitos donde encontramos más estudios acerca de la persuasión, y de donde obtendremos la teoría que aplicaremos a nuestro análisis, siendo novedosa su aplicación al negacionismo.

1 Introducción

Durante los años 2020 y 2021 el mundo vivió una de las mayores crisis sanitarias de la historia debido a la aparición de una nueva enfermedad, actualmente más que conocida, llamada Covid-19, que todavía sigue entre nosotros. Una de las principales consecuencias de esta crisis ha sido la aparición de miedo, inquietud e incertidumbre, emociones con las que el ser humano ha tenido que aprender a convivir. Es en estas situaciones de crisis comunitarias donde aparece, a la par, el escepticismo y, de un modo más extremista, el negacionismo. En oposición a la realidad pandémica, han surgido una serie de grupos que niegan tanto la existencia del coronavirus como las medidas para combatirlo, conocidos por el resto como *negacionistas*. Estos grupos han colonizado las redes sociales, lanzando todo tipo de mensajes y poniendo el foco, especialmente, en las vacunas, declarándose a sí mismos como *antivacunas*.

Aunque no nos detendremos a hacer una revisión sobre el Análisis del Discurso, disciplina ampliamente desarrollada desde la teoría y la práctica, debemos contextualizar este trabajo dentro del ADMO o Análisis del Discurso Mediado por Ordenador, definido por Mancera y Pano (2014: 305) como «el acercamiento a la comunicación en la Red desde la metodología del Análisis del discurso. Su principal objetivo es analizar las propiedades lingüísticas y pragmáticas de este tipo de interacciones». Y es que, como bien afirman los defensores de esta disciplina, en las redes sociales encontramos todo tipo de elementos comunicativos, lo que dota al analista discursivo de una inagotable fuente de estudio.

Partiendo de esta base, para la elaboración de este trabajo seguimos la siguiente hipótesis: estos grupos utilizan las redes sociales como medio propagandístico para lanzar una serie de mensajes que, bajo un disfraz informativo, buscan persuadir al receptor apelando al miedo. Para ello, se valen de mecanismos comunicativos presentes en el ámbito político y en el publicitario.

El objetivo de este artículo no es otro que el de realizar un acercamiento mediante el análisis del discurso hacia estos mecanismos basándonos en una serie de postulados teóricos (Roiz, 1994; Gutiérrez Ordoñez, 1997 y 1997b; López Eire, 1998; López García, 2004; De Santiago Guervós, 2017 y Fuentes Rodríguez/Alcaide Lara, 2020) sobre lenguaje publicitario y lenguaje político. De este modo, pretendemos demostrar que el discurso *antivacunas* en redes sociales comparte técnicas de comunicación persuasiva con estos dos ámbitos mencionados anteriormente, convirtiéndolo, por lo tanto, en un discurso que

disfraza de información la manipulación y que merece la atención de cualquier analista.

En el caso que aquí nos ocupa nos centraremos en analizar una serie de ejemplos extraídos entre mayo y septiembre de 2021 (fechas clave en la campaña de vacunación en España) de las redes sociales Twitter, Facebook e Instagram, tres de las más utilizadas actualmente y en las que abundan multitud de grupos y perfiles como el que aquí nos interesa¹. Para la obtención de las publicaciones, se han consultado periódicamente, entre los meses citados anteriormente, los *hashtags* #plandemia, #nomevacuno y #dictadurasanitaria, ya que son etiquetas frecuentemente utilizadas por grupos negacionistas y donde, pensamos, abundan este tipo de mensajes. Para obtener las imágenes que mostraremos hemos utilizado la técnica de la captura de pantalla. Nuestra intención fue la de alcanzar un total de cien publicaciones para luego seleccionar, de forma aleatoria, una muestra de análisis para el trabajo que aquí nos ocupa (véase 2.2.). Ya que pretendemos realizar un análisis cualitativo y no cuantitativo, hemos optado por la exhaustividad y la descripción y, por motivos de espacio, hemos limitado la muestra a trece ítems.

2 Algunas nociones sobre la argumentación, la manipulación y la persuasión

En este punto nos centraremos en comentar algunas nociones teóricas sobre tres conceptos que gozan de una relevancia especial en trabajos de esta índole: *argumentación*, *manipulación* y *persuasión*. Ya que este estudio es de carácter práctico, no nos detendremos en desarrollar a fondo toda la teoría existente sobre el tema, sino que nos limitaremos a dar unas pinceladas sobre la teoría existente para que el lector pueda situarse antes de llegar a los ejemplos.

El arte de convencer ha sido uno de los temas más estudiados dentro de la Filosofía, la Filología y la Lingüística. Esta capacidad de influenciar en las opiniones, ideas o sentimientos de las personas se sitúa entre la delgada línea que separa los tres conceptos que aquí trataremos. Tanto *argumentación* como *manipulación* y *persuasión* pueden ser habitualmente confundidos ya que expresan ideas similares, todas relacionadas con el acto de convencer al otro. Intentaremos, de la forma más breve y concisa posible, esclarecer las diferencias

1 Para respetar la intimidad y la protección de datos personales (conforme a la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales), en este artículo se omitirán datos relativos a los perfiles a los que pertenecen las publicaciones analizadas.

entre estas nociones y, además, explicar en cuál de ellas nos centramos en este documento.

Remontándonos un poco atrás en el tiempo, vemos que diversos autores plantean una relación muy estrecha entre persuasión y retórica. Comencemos, por ejemplo, con dos definiciones: Knape (2003: 874-907) afirma que «el núcleo técnico de la retórica es la operación persuasiva». De estas palabras se desprende la idea de que la persuasión es la finalidad y no el medio. Si encadenamos esto con la definición sobre la persuasión que da Spang (2005: 85), «la capacidad de influir en la psique y la voluntad de los oyentes para hacerles cambiar de opinión consiguiendo también que actúen de una forma determinada», vemos, en pocas palabras, que la persuasión es el objetivo de aquel que pretende convencer a otro de algo.

Si la persuasión es una finalidad, queda preguntarnos cuáles son los medios. En este caso, la teoría nos dice que mediante mecanismos lingüísticos y no lingüísticos existen dos formas de persuadir, como son la argumentación y la persuasión. Centrémonos ahora en lo que diferencia a estos dos conceptos.

Una de las principales diferencias entre argumentar y persuadir la establecen Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2020: 17) al afirmar que la argumentación solo puede conseguirse mediante el uso de la lengua, mientras que el acto de persuadir² puede lograrse por diferentes medios, además del lingüístico³. Si bien las autoras no se detienen a analizar esos mecanismos no lingüísticos, sí que establecen una relación de usos de la lengua con fines persuasivos (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2020): a) con una argumentación para la que el receptor no tiene conocimiento y, por lo tanto, no puede analizarla; b) mediante falacias; c) sin utilizar la argumentación, solo utilizando citas de autoridad y d) reafirmado algo como verdadero.

Además de estas cuatro ideas, nos parece relevante la aportación que hace Lo Cascio (1998: 99) para clarificar un poco más la noción de *manipulación*:

La manipulación es una infracción de la norma y depende de la habilidad del decodificador valorar el grado de sinceridad examinando la naturaleza de la argumentación o comparando las afirmaciones con el conocimiento que tiene del mundo.

2 En su manual, las autoras utilizan *persuasión* como sinónimo de *manipulación*. Sin embargo, en base a lo que explicamos en este apartado, de cara al desarrollo de este estudio, nos parece necesario hacer una distinción entre ambos conceptos.

3 Como comprobaremos en nuestro análisis, el uso de imágenes es un recurso fundamental en lo que concierne a la persuasión.

En nuestra opinión, esta infracción de la norma no supone otra cosa que la violación de la veracidad de los argumentos, rasgo que los tres autores consideran propios de la manipulación.

Visto esto, para delimitar nuestra base teórica, podemos establecer algunas diferencias básicas entre persuadir, argumentar y manipular:

- 1) La persuasión es el objetivo final, un proceso que se sirve tanto de la argumentación como de la manipulación. Por lo tanto, puede lograrse mediante procedimientos lingüísticos y no lingüísticos. En este punto vale la pena destacar que Spang (2005: 87) distingue entre una «persuasión racional» (la que se logra mediante la lógica de la argumentación), y una «persuasión emocional» (la que se logra mediante la manipulación).
- 2) La argumentación se sirve de un proceso lógico en el que intervienen argumentos expresados mediante mecanismos lingüísticos, siguiendo un orden y respetando la norma comunicativa (por ejemplo, no mentir).
- 3) La manipulación se apoya en los procesos emocionales del receptor, valiéndose de una serie de infracciones comunicativas y falacias, cuyos resultados dependen de la capacidad del receptor de detectar estas infracciones.

En nuestro caso, ya que nos centraremos en la búsqueda de elementos que provoquen la respuesta emotiva del receptor basada en emociones negativas como el miedo o la incertidumbre (lo que Spang denominaba «persuasión racional»), dejaremos a un lado la argumentación y nos centraremos en la manipulación.

2.1 La importancia del receptor en la manipulación

En este apartado queremos destacar la importancia que cobra la figura del receptor en este proceso. Como hemos visto en el punto 3) del apartado anterior, es quien recibe el mensaje el que debe decidir, en base a sus conocimientos, experiencias y actitudes, cuál es el grado de verdad del texto que está recibiendo y, por lo tanto, si tratarlo como auténtico y «dejarse convencer». Ya vimos anteriormente que uno de los puntos fuertes de los mecanismos de la persuasión es, precisamente, aprovecharse del desconocimiento del receptor sobre un tema determinado.

En este caso, relacionándolo con el contexto pandémico en el que se sitúa este trabajo, traemos una serie de características del receptor de las que hablan Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2020: 172) cuando se refieren al lenguaje publicitario, como son:

- 1) El receptor individual, es decir, cada individuo cuando recibe un enunciado, con sus características y contexto propios. Si pensamos en el contexto social provocado por la Covid-19, encontramos todo tipo de perfiles: personas que no han tenido la enfermedad, personas que han pasado la enfermedad, que han perdido a algún familiar o conocido, personas vacunadas, no vacunadas, personas más o menos escépticas, etc. Todos estos factores influirán en la respuesta del receptor y en la capacidad persuasiva de cada enunciado.
- 2) El receptor virtual, formado por todas esas personas que pueden sentirse atraídas por dicho enunciado. Se encuentra aquí el receptor que no necesita ser convencido. En este caso, el mensaje puede servir para que el propio individuo reafirme sus creencias. Hablaríamos pues de aquellos individuos ya identificados como antivacunas o negacionistas.
- 3) El receptor potencial, aquella persona que todavía no ha sido convencida pero que en algún momento podría ser persuadida. En una situación como la pandemia, que provoca tanta incertidumbre, es habitual que el ser humano se sienta confundido y busque respuestas y seguridad. Es aquí donde la comunicación persuasiva puede intervenir para atraerle con mecanismos de manipulación.

En definitiva, el receptor es importante porque su valor contextual es importante. Decimos valor contextual identificándonos con la definición de contexto que da Montolío (1998) apoyándose en Sperber y Wilson (1994), por la que a 'contexto' pertenecen elementos como el entorno físico, el entorno lingüístico y también una serie de creencias, suposiciones y premisas que se corresponden con factores experienciales, personales y emocionales. Con la manipulación se busca una respuesta emocional por parte del receptor, lo más alejada posible de la lógica y lo más cercana a lo visceral. El miedo es un pilar fundamental dentro de esto y es frecuente que este sea provocado por las circunstancias que rodean al receptor, es decir, su contexto.

2.2 Mecanismos comunicativos de la manipulación

Como adelantábamos en la introducción de este trabajo, para llevar a cabo el análisis de ejemplos queremos basarnos en una serie de postulados teóricos, una relación de los mecanismos de comunicación persuasiva más frecuentes y más difundidos por distintos estudiosos sobre el tema. Estos mecanismos se encuentran, sobre todo, en el lenguaje político y en la comunicación publicitaria, ya que se trata de dos ámbitos en los que el poder de convicción del texto es fundamental.

En este apartado pretendemos sintetizar y analizar lo expuesto por De Santiago Guervós (2017) en su libro *Principios de comunicación persuasiva* y por Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2020) en *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. En estas dos obras se realiza un análisis exhaustivo de las características de la comunicación política y la comunicación publicitaria. Resumimos aquí los mecanismos que, según estos autores, forma parte de la comunicación persuasiva:

- 1) *Selección léxica* que busca una respuesta emotiva por parte del receptor. La selección de un léxico que evoque ideas que provocan miedo, inseguridad, incertidumbre.
- 2) Alusión a la *autoimagen*, concepto propuesto por Brown y Levinson (1984) en su Teoría de la Cortesía. En la manipulación, se utiliza la autoimagen del receptor para influir en la forma en la que este se ve a sí mismo.
- 3) Pertenencia a o un grupo o *gregarismo*. Pertenecer a un grupo de iguales que comparte las mismas ideas, refuerza la seguridad del individuo, disminuye el miedo y aumenta la imagen positiva de uno mismo. La comunicación persuasiva juega constantemente con la dicotomía maniquea «nosotros vs. los otros».
- 4) Oposición entre *lo nuevo vs. lo conocido*. Lo previsible aporta seguridad porque ya se conoce y se contrapone al miedo a lo desconocido.
- 5) Selección de un *léxico especializado*, normalmente desconocido para el receptor, que busca otorgar al emisor de cierta autoridad. En este sentido, podemos hablar del uso de tecnicismos y neologismos.
- 6) Uso de *preguntas retóricas* cuya finalidad es que el receptor reflexione sobre uno mismo, poniendo en duda sus creencias.

- 7) Uso de la *segunda persona del singular* como fórmula de tratamiento para apelar personalmente al receptor. De este modo se consigue romper la distancia entre emisor-receptor y crear una atmósfera cercana.
- 8) Uso de *imágenes metafóricas*. Por la naturaleza de las publicaciones que analizaremos (publicaciones en redes sociales, donde abundan las fotografías o imágenes en general), nos parece pertinente añadir este elemento. Pensamos que puede utilizarse para crear impacto visual en el receptor ya que rescata su conocimiento del mundo para crear una nueva realidad que cobra sentido dentro del contexto en el que se emite.

No podemos olvidar que todos estos mecanismos ponen el foco en la reacción del receptor, en la credibilidad que este le otorgue al texto, de ahí que destaquemos su importancia. Aplicaremos estos nueve puntos en el siguiente apartado para analizar los ejemplos.

3 Análisis de ejemplos

A continuación, comentaremos las publicaciones seleccionadas de forma aleatoria, identificando las características propias de la manipulación descritos anteriormente⁴.

FIGURA 1

En la imagen podemos ver que se hace alusión a la vacuna como un experimento, poniendo al receptor en la tesitura de alguien a quien están utilizando. Destacan en esta figura la *selección léxica* de los sintagmas ‘experimento científico’ y ‘experimento social’, palabras que pueden despertar miedo en el receptor al pensar en él mismo como en una víctima de la vacunación. Por otra parte, el *gregarismo* se hace presente bajo la contraposición «respeto tú decisión de ser un experimento, respeta mi decisión de no serlo*». A pesar de que el emisor habla de mostrar respeto, al señalar al emisor como un posible conejillo de indias, está declarando su posición de superioridad moral e intelectual, enfrentando a los que sí se vacunan (las víctimas) con los que no se vacunan (los héroes). Esto enlaza con la aparición de la *autoimagen*, ya que la percepción que el receptor tiene de sí mismo puede verse afectada al sentir que le están utilizando.

4 Algunos ejemplos han sido agrupados por su parecido en contenido y forma, con el fin de ahorrar espacio.

En esta primera figura y en las que siguen será frecuente la aparición de erratas. Aquí encontramos, por ejemplo, el uso del punto y coma («no seré parte; ni de...») cuando no es necesario y, además, la confusión entre el pronombre «tú» y el posesivo «tu» en la segunda oración.



Figura 1: Fuente: Facebook

FIGURA 2

En esta publicación se formulan una serie de preguntas para invitar al receptor a la reflexión sobre la verdadera utilidad de las vacunas. En primer lugar, podemos destacar la *pregunta retórica* en la imagen de la izquierda: «¿Te vacunaste por el miedo propagado por las campañas de márketing o por qué te has informado de lo que hace realmente esta vacuna?⁵». Esta pregunta sirve para que el receptor ya vacunado se cuestione a sí mismo, poniendo en duda sus creencias y actitudes. También encontramos una *selección léxica* en la que vemos la palabra «miedo» en una fuente de tamaño mayor al resto, recurso frecuente para atraer la mirada del receptor. Además, podemos ver el uso del *tecnicismo* «transmutación del ADN». Por último, se utiliza la segunda persona del singular para dirigirse al receptor.

5 Las publicaciones serán reproducidas de forma literal, manteniendo los errores ortográficos y las erratas que presenten.

De esta publicación también podemos destacar (aunque no se trata de un trabajo de corrección lingüística), la presencia de erratas en el texto. En la imagen de la izquierda vemos «márqueting» y un «por qué» interrogativo donde no corresponde. No cabe duda de que resulta interesante ver cómo el creador de este texto ha recurrido, como decimos en el párrafo anterior, a un tecnicismo para dotarse de autoridad y, sin embargo, a la vez comete faltas de ortografía. Para un receptor no familiarizado con la lengua, quizás esto pase desapercibido.

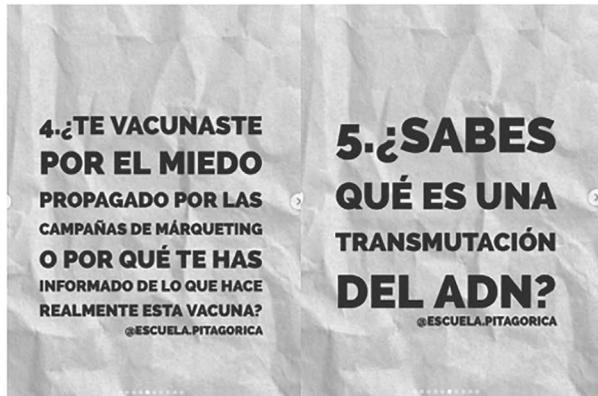


Figura 2: Fuente: Instagram

FIGURA 3

En la búsqueda de una respuesta emotiva, encontramos la *selección léxica* de los verbos «empujar» y «coaccionar», en un intento de inducir al receptor la idea de que está siendo obligado a vacunarse, en contra de su voluntad. Como en la figura anterior, vemos otro *tecnicismo* en «transgénesis experimental» que, además, se intuye que puede significar algo parecido al tecnicismo «transmutación del ADN» que veíamos en la publicación anterior. De nuevo se mantiene la segunda persona del singular como fórmula de tratamiento. Podríamos destacar también la imagen de fondo en la que aparece un individuo de brazos cruzados, en actitud defensiva, alguien enfadado que se niega a formar parte de la vacunación.

Como ya hemos visto en la publicación anterior, aquí también encontramos erratas en «medico» y «medica» sin la tilde.

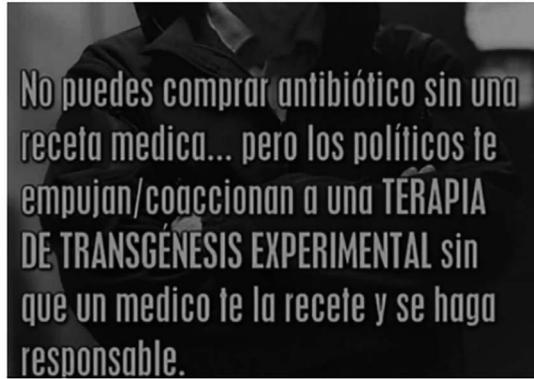


Figura 3: Fuente: Twitter

FIGURA 4

De esta figura se puede destacar la *imagen metafórica*. Esta imagen hace alusión a la película *Matrix*⁶ (Lilly Wachowski/Lana Wachowski, 1999), concretamente, a la famosa escena en la que Morfeo le ofrece al protagonista, Neo, dos pastillas a elegir. En la historia, la pastilla roja simboliza la libertad y, por el contrario, la pastilla azul representa al sistema en el que vive encerrado Neo. En este caso, vemos que la pastilla azul es la vacuna, por lo tanto, tiene connotaciones negativas. De esta manera también está representado el *gregarismo*: aquellos que eligen la vacuna (opción incorrecta si atendemos a la referencia a la película) enfrentados a aquellos que eligen la pastilla roja (opción correcta).



Figura 4: Fuente: Twitter

6 «Matrix» es, además, una palabra frecuentemente utilizada en círculos negacionistas para hacer referencia al sistema político, económico y social en el que vivimos, para esos grupos, un engaño.

FIGURA 5

Estas tres imágenes comparten la misma característica, la presencia de una *imagen metafórica* que representa a la vacuna como a un arma. En las dos primeras con forma de pistola (una de ellas apuntando directamente a la cabeza de una chica), y, en la tercera, con forma de lanzamisiles. La *selección léxica* hace referencia esta vez al ámbito bélico ya que abundan vocablos como «trampa», «balas», «arma», «someter», «rendirse» o «dictadura», frecuentemente utilizados en la jerga belicista. La búsqueda de la respuesta emotiva del receptor mediante la alusión a conceptos negativos se ve de forma especialmente clara en estas publicaciones. Resulta interesante ver cómo la palabra «vacunado» ha sido censurada en la segunda imagen mediante el uso de asteriscos, convirtiendo a la vacuna (y al vacunado) en algo que está mal, tabú, prohibido. En este sentido, podemos decir que aparece de nuevo la implicación de la *autoimagen* del receptor, que al estar vacunado se percibirá a sí mismo de forma negativa y, al no estarlo, de forma positiva. Por último, la segunda persona del singular se hace presente de forma especialmente directa, incluso agresiva, al utilizar el imperativo «despierta, despierta, despierta». Esto, más que cercanía, puede provocar cierta incomodidad en el receptor ya que implica, de alguna manera, obligación.

Podemos detectar de nuevo varias erratas en ese «fue» con tilde de la primera imagen, también en la falta de concordancia sujeto-verbo en la segunda imagen «las farmacéuticas no se hace...*» y la ausencia de la tilde en «pero si tu no estas vacunado*».



Figura 5: Fuente: Instagram

FIGURA 6

Con un simple vistazo a esta imagen podríamos imaginar que se trata de una campaña con un mensaje feminista. Es más, podemos ver que la publicación se apropia de un lema que apareció dentro de este movimiento: «no es no». De la *selección léxica* podemos destacar, sin duda, las palabras «violación» y «consentimiento», equiparando la vacunación con una agresión sexual. Al hacer alusión a dos realidades que representan un problema social de gran magnitud, el malestar que provoca en el receptor es importante. Por otra parte, vemos destacados en la publicación el sintagma nominal «presión social» y el adjetivo «obligatoria», expresiones que pueden inducir en el receptor la sensación de estar contra la pared, de estar siendo coaccionado, como hemos visto en figuras anteriores.



Figura 6: Fuente: Facebook

FIGURA 7

En esta figura solo encontramos un punto fuerte: la *imagen metafórica*. Sin embargo, en nuestra opinión, es una de las imágenes que más impacto causa, debido a la realidad a la que hace referencia. Solo tenemos la expresión «no vacunado» que, por si sola, no provoca ninguna emoción. Sin embargo, esta palabra se encuentra dentro de una Estrella de David fabricada en tela. Esto transporta al receptor de forma inmediata a uno de los acontecimientos históricos más crueles: El Holocausto judío. En esta publicación, se iguala al no vacunado con el pueblo judío, victimizando por tanto al antivacunas.



Figura 7: Fuente: Twitter

FIGURA 8

En esta imagen encontramos como único elemento la *selección léxica*, acompañada de algunos cambios tipográficos. Se relacionan las palabras «estrés», «obligado» y «enfermedad». Se trata de una sucesión de palabras por la cual la última es consecuencia de las dos anteriores. Entonces, la idea que el receptor infiere es que tener que vacunarse puede enfermar y en el contexto pandémico en el que se crea esta publicación, también puede llegar a pensar que la propia Covid-19 es provocada por la obligatoriedad de la vacunación.



Figura 8: Fuente: Instagram

FIGURA 9

Esta imagen toma forma de entrada de diccionario y encontramos una definición de «antivacunas», por primera vez, la contraposición entre *lo nuevo vs. lo conocido*: podemos leer «persona que confía más en su sistema inmune» (lo conocido, lo natural) «que en la industria farmacéutica» (la vacuna, lo nuevo). En la última frase «persona con pensamiento crítico» identificamos tanto *gregarismo* como *autoimagen*. En este sentido, podemos encontrar dos tipos de receptores: 1) el que quiera vacunarse, que se verá señalado como un ser inferior que no piensa de forma crítica y cuya imagen se verá deteriorada y 2) el que no quiere vacunarse, que reafirmará su pertenencia al grupo antivacunas y saldrá con una autoimagen reforzada.



Figura 9: Fuente: Instagram

FIGURA 10

En esta última publicación destaca, en primer lugar, la *imagen metafórica* en la que aparece un hombre portando la vacuna y disfrazado de parca, representando la muerte, por lo que se infiere que la vacuna mata. Este mensaje aparece reforzado por la *selección léxica* «enferma» y «mata». Además, de esta selección también debemos destacar «pseudo vacuna» y «veneno tóxico». Vocablos todos con una connotación negativa importante. También encontramos una serie de *tecnicismos* en el texto de la parte inferior, que hacen referencia a distintas enfermedades y demás patologías médicas, como por ejemplo «encefalomielitis diseminada aguda», «mielitis transversa», «ACV», «trombocitopenia», y un largo etc. Este léxico, habitualmente, queda lejos del receptor que no esté especializado en medicina. De esta forma, el emisor se atribuye cierta autoridad al utilizar palabras que el receptor desconoce y, además, al tratarse de enfermedades, provoca miedo.

ACCIÓN HUMANISTA REVOLUCIONARIA
Fundada por el Humanista
Dr. Juan Santa Cruz Torrez

AUR

LA VACUNA ENFERMA y MATA!

LA PSEUDO VACUNA CONTRA EL COVID ES UN VENENO TÓXICO QUE PRODUCE:

Parálisis Facial y Total - Encefalomiélitis diseminada aguda - Mielitis Transversa - Encefalitis - Mielitis - Meningitis - Encefalopatía - Convulsiones - Ataques - ACV - Narcolepsia - Catalepsia - Anafilaxia - Infarto de Miocardio - Miocarditis - Pericarditis - Enfermedad Autoinmune - Aborto Espontáneo - Trombocitopenia - Coagulación Intravascular Diseminada - Tromboembolismo Venoso - Artritis - Dolor Articular - Kawasaki - Síndrome Inflamatorio Multisistémico en Niños - Esterilidad - Tormenta de Citoquinas Mortal - Alteración Menstrual - Cáncer

Bill Gates el magnate eugenista que con su entidad Gavi regula todas las vacunas del mundo, y que tiene infinidad de demandas en la India y África por asensinar a miles de niños con sus experimentos, manifestó en varias ocasiones: "Es necesario reducir la población mundial"

CANDELA NUÑEZ 14 AÑOS
RECIBIO LA PFIZER
SE COLOCÓ LA SEGUNDA INYECCIÓN A LOS 20 MIN COMENZÓ A CONVULSIONAR DE REPENTE Y A LOS DOS DÍAS FALLECIÓ INTENSAMENTE. POR MEDICINA Y TRAO CONTROL ERICTICO SE SU SALUD.

AMBAR CATAN 3 AÑOS
RECIBIO LA SINOPHARM
TOTALMENTE SANA, EL DIA 15 DE DICIEMBRE DEL 2021 LE COLOCARON LA PRIMERA INYECCIÓN, EL DIA 16 FALLECIÓ REPENTINAMENTE JUGANDO.

GONZALO BORRELL 21 AÑOS
RECIBIO LA SPUTNIK
RECIBIÓ LA VACUNA EL DIA 15 DE DICIEMBRE DEL 2021, DESPUÉS DE RECIBIR LA PRIMERA INYECCIÓN, SE LE COMENZÓ A CONVULSIONAR Y A LOS DOS DÍAS FALLECIÓ INTENSAMENTE. POR MEDICINA Y TRAO CONTROL ERICTICO SE SU SALUD.

Entrá a nuestra red social de las vacunas - Aur y informate

DESPIERTEN PADRES! NO OFENDEN LA SALUD Y VIDA DE SUS HIJOS A LAS ÉLITES MUNDIALES Y SUS TÍTERES GUBERNAMENTALES.

Figura 10: Fuente: Twitter

Para resumir lo expuesto anteriormente, en esta tabla puede observarse de forma más global cuáles son los elementos que aparecen en cada una de las figuras:

	FIG. 1	FIG. 2	FIG. 3	FIG. 4	FIG. 5	FIG. 6	FIG. 7	FIG. 8	FIG. 9	FIG. 10
Selección léxica	X	X	X		X	X		X	X	X
Autoimagen	X				X				X	
Gregarismo	X			X					X	
Nuevo vs. conocido									X	
Léxico especializado		X	X							X
Preguntas retóricas		X								
2da persona del singular	X	X	X		X					
Imagen metafórica				X	X		X			X

Dentro de la muestra que hemos analizado, la *selección léxica* es el elemento que aparece en más ocasiones, no podemos obviar que en este tipo de discurso es fundamental el uso que se hace de las palabras y su gran capacidad para provocar una respuesta emotiva en el receptor. Con menos frecuencia, aunque también abundantes, tenemos las *imágenes metafóricas* y el uso de la *segunda persona del plural*; le siguen la *autoimagen*, el *gregarismo* y el *léxico especializado*. En el último lugar se sitúa la *pregunta metafórica* y lo *nuevo vs. lo conocido*.

Si observamos la tabla, comprobamos que, en mayor o menor medida, todos los elementos que buscábamos aparecen en las publicaciones seleccionadas, por lo que podemos afirmar que se trata de una muestra pequeña (sobre todo, teniendo en cuenta la cantidad de publicaciones obtenidas) pero representativa. Además, observamos otro rasgo presente en todas ellas, como es la creatividad, la mezcla de elementos lingüísticos y no lingüísticos para la búsqueda de un mensaje novedoso.

4 Conclusiones

En este artículo hemos realizado un breve acercamiento, a través del análisis del discurso, hacia la propaganda antivacunas en redes sociales, dando en primer lugar algunas pinceladas sobre los postulados teóricos sobre manipulación, persuasión y argumentación, que nos ayudan en nuestra investigación. Sobre estas bases teóricas hemos construido nuestro análisis, centrándonos especialmente en los efectos que provoca en el receptor.

En cuanto al objetivo principal de nuestro trabajo, nos complace afirmar que se ha cumplido de forma satisfactoria. Hemos analizado una selección aleatoria de diez publicaciones antivacunas con el fin de encontrar mecanismos de manipulación. De los nueve ítems que recopilamos, todos aparecen en mayor o menor frecuencia dentro de la muestra sobre la que realizamos el estudio.

Por lo tanto, podemos concluir este trabajo afirmando que el discurso antivacunas utiliza técnicas de comunicación manipulativa presentes en los lenguajes publicitario y político, siendo además la creatividad uno de sus principales puntos fuertes, y es que, si observamos algunas de las publicaciones, parece que estemos ante auténticas campañas de marketing. Hemos comprobado que en los supuestos analizados encontramos ejemplos que se ajustan a los mecanismos propuestos por De Guervós (2017) y por Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2020). Estas técnicas se distribuyen a lo largo de los ejemplos de forma quizá no homogénea, quizá causado por el método aleatorio a la hora de seleccionar los datos. Como hemos visto, la importancia del receptor es vital y es por eso por lo que el conjunto global de estas técnicas busca provocar miedo, inseguridad y un largo etcétera de emociones negativas en busca de una respuesta emotiva de rechazo hacia las vacunas.

Pensamos, además, que estas técnicas no se reducen a los grupos negacionistas o antivacunas. Este trabajo puede ser el punto de partida para abordar, en un futuro, cómo otras comunidades (como, por ejemplo, los grupos sectarios, los cultos religiosos, etc.) utilizan ciertos mecanismos de comunicación para persuadir y manipular al receptor. El lenguaje, verbal o no verbal, puede llegar a ser un arma muy poderosa y, como tal, merece ser estudiada para conocer las consecuencias negativas que puede implicar su uso dentro de unos ámbitos determinados.

Bibliografía

- Brown, P. y Levinson, S. (1987): *Politeness: Some Universals en Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- De Santiago Guervós, J. (2017): *Principios de comunicación persuasiva* (2ª edición). Madrid: Arco/Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. y Alcaide Lara, E. R. (2020): *Mecanismos lingüísticos de la persuasión* (2ª edición). Madrid: Arco/Libros.
- Gutiérrez Ordoñez, S. (1997): *Comentario pragmático de textos publicitarios*. Madrid: Arco/Libros.
- Gutiérrez Ordoñez, S. (1997b): «Argumentación en los textos publicitarios de la prensa escrita». En: Jacinto Espinosa García (ed.), *II Jornadas de Lingüística*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, pp. 53-90.
- Knape, J. (2003): «Persuasion». En: Andreas Hettiger, A., Kalivoda, G., Robling, F. y Zinsmaier, T. (eds.): *Historisches Wörterbuch der Rhetorik. Band 6*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, pp. 874-907.
- Lo Cascio, V. (1998): *Gramática de la argumentación*. Madrid: Alianza.
- López Eire, A. (1998): *La retórica en la publicidad*. Madrid: Arco/Libros.
- López García, G. (2004): *Comunicación electoral y formación de la opinión pública: las elecciones generales de 2000 en la prensa española*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Mancera Rueda, A. y Pano Alamán, A. (2014): «Las redes sociales como corpus de estudio para el Análisis del discurso mediado por ordenador». *Janus*, Anexo 1, pp. 305-315.
- Montolío Durán, E. (1998): «La teoría de la relevancia y el estudio de los marcadores discursivos». En: M^a A. Martín Zorraquino y E. Montolío Durán (coords.): *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*. Madrid: Arco/Libros.
- Mucchielli, A. (2002): *El arte de influir*. Madrid: Cátedra.
- Roiz, M. (1994): *Técnicas modernas de persuasión*. Madrid: Eudema.
- Spang, K. (2005): *Persuasión. Fundamentos de retórica*. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.
- Sperber, D. y Wilson, D. (1994): *La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos*. Madrid: Visor.

Manipulation Techniques in Denialist Propaganda During the COVID-19 Pandemic: A Computer-generated Discourse Analysis Approach

Keywords: manipulation, denialism, anti-vaccine, persuasion, discourse analysis

Persuasion and its different forms are present in a variety of discourses that reach us in different ways, and it is one of the most studied topics in communication. In this paper, we focus on a form of persuasion that has obtained special relevance due to the social and health crisis caused by COVID-19: the discourse of denial. Social media represents one of the spheres of language use in which this discourse has been able to expand quite comfortably. The paper thus uses a compilation of a set of publications extracted from different media such as Facebook, Instagram and Twitter in order to analyse the persuasive mechanisms used by denialist groups. Through this analysis, it will be shown that these strategies are similar to those used in advertising and politics, as their aim is to convince the receiver by appealing to emotional factors such as fear or uncertainty. It is precisely in these two areas that we find many studies on persuasion and it is from these two areas that the theory will be applied to our analysis; in terms of denialist discourse, this is a novel application.

Tehnike manipulacije pri propagandi zanikanja med covid-19: pristop z računalniško posredovano analizo diskurza

Ključne besede: manipulacija, zanikanje, proticepilstvo, prepričevanje, analiza diskurza

Prepričevanje je v različnih oblikah prisotno v množici diskurzov, ki nas dosežejo po različnih poteh, kar je ena najbolj preučevanih tem s področja komunikacije. V prispevku se želimo osredotočiti na diskurz, ki je zaradi družbene in zdravstvene krize, ki jo je povzročil covid-19, posebno aktualen: to je diskurz zanikanja. Družbena omrežja so eno od področij jezikovne rabe, na katerem se je lahko ta diskurz precej hitro razširil. Zato smo v tem prispevku zbrali nabor publikacij, pridobljenih iz različnih medijev, kot so *Facebook*, *Instagram* in *Twitter*, ter analizirali, kakšni so prepričevalni mehanizmi, ki jih uporabljajo skupine v omrežju. Z njihovo analizo smo spoznali, da so te strategije podobne tistim, ki jih uporabljajo v oglaševanju in politiki, saj je

njihov namen prepričati prejemnika s čustvenimi dejavniki, kot sta strah in negotovost. Prav na teh dveh področjih najdemo največ študij o prepričevanju. Teorijo, ki izhaja iz teh študij, smo uporabili v naši analizi, njena uporaba pri zanikanju pa je novost.

Alba Macías Couso

Estudiante de Doctorado de la Universidad de Cádiz, Graduada en Lingüística y Lenguas Aplicadas por la misma institución. Actualmente trabaja como Personal Técnico de Apoyo del Instituto de Lingüística Aplicada (ILA) de la Universidad de Cádiz, donde desempeña tareas dedicadas a la investigación lingüística. Sus áreas de interés son el análisis del discurso, la variación y la terminología.

Dirección: Universidad de Cádiz
Instituto de Lingüística Aplicada
Avenida Duque de Nájera, 16,
Edificio Simón Bolívar, 2ª planta
11002 Cádiz
España

Correo electrónico: alba.macias@uca.es

María Amparo Montaner Montava

DOI: 10.4312/vh.30.1.123-148

Universitat de València



Técnica interdisciplinar para analizar la construcción y perpetuación de los mitos contra la mujer en las portadas de la prensa femenina

Palabras clave: manipulación, discurso, género, sexismo, multimodalidad

Este trabajo se centra en la construcción de una imagen negativa de la mujer en la prensa femenina mediante una manipulación conjunta del lenguaje verbal y no verbal. En el corpus trabajado, dicha imagen negativa se apoya en los mitos socialmente extendidos del amor romántico y de *la mala mujer* y de *la mala madre* (Fernández, 1994; Gil, 2011; Giallorenzi, 2017).

El estudio pretende demostrar cómo la imagen estereotipada de la mujer que se construye mediante el lenguaje (verbal y no verbal) se apoya en mecanismos cognitivos, psicológicos y sociológicos. Es por eso, que el correcto abordaje de esta problemática requiere un enfoque multidisciplinar.

Para demostrar dicha necesidad, el artículo aplica esta metodología a un corpus preliminar extraído de casos reales de la prensa femenina. Este trabajo parte de estudios previos que se centran en la manipulación discursiva y en los múltiples aspectos integrados en la misma (van Dijk, 2006; O'Halloran, 2022). Además, empleará la metodología del análisis del discurso crítico con perspectiva de género (López, 2021; Azpiazu, 2017), con una óptica multimodal, que permitirá cotejar los datos verbales y no verbales.

1 Objetivo

Un texto puede mistificar la información reduciendo el entendimiento del lector respecto a los eventos y participantes que se describen, de acuerdo con O'Halloran (1993: 1). En este trabajo nos vamos a adentrar en las portadas de la llamada prensa femenina con el objetivo de analizar cómo se puede construir una imagen negativa de la mujer mediante una manipulación conjunta llevada a cabo a través de varios procedimientos. En los casos que se van a tratar contribuyen especialmente dos procedimientos, el respaldo de mitos culturales subyacentes de talante negativo para la mujer, y el uso conjunto del lenguaje verbal y no verbal. Por ello, en el artículo se empleará una técnica de análisis que integra estas cuestiones.

La manipulación contra la mujer se apoya en los mitos que existen y continúan funcionando de acuerdo con diversos autores, cuyas aportaciones se tratarán en el marco teórico. Por ello, uno de los objetivos específicos de este trabajo consiste en analizar la huella de estos mitos en una selección de casos.

Dicho objetivo implica la necesidad de comenzar presentando estos mitos de acuerdo con la bibliografía existente. En la actualidad existen tres tipos de mitos muy estudiados, los mitos románticos sobre la mujer, los mitos sobre la mujer-madre y los mitos relacionados con la violencia de género. Los tres están íntimamente relacionados y se retroalimentan mutuamente. La presente publicación se centrará especialmente en los dos primeros, por su mayor presencia en las portadas de la llamada prensa femenina.

El segundo objetivo específico del trabajo consiste en analizar cómo el lenguaje verbal y el no verbal confluyen para manipular la opinión pública y seguir perpetuando estos mitos contra la mujer. Por ello, se efectuará un análisis discursivo crítico multimodal con perspectiva de género de los casos analizados, de acuerdo con el procedimiento que se expondrá en el apartado de Metodología.

Para rastrear la construcción de los mitos románticos sobre la mujer y los ideales de la feminidad se analizarán algunas portadas de la revista *Cosmopolitan* a través del tiempo, y para el estudio de los mitos sobre el significado social de los conceptos de buena mujer y de buena madre se analizarán algunas portadas de revistas españolas que podrían ejemplificar el tratamiento que ha recibido el personaje público de Rocío Carrasco en medios de comunicación españoles.

Mediante el análisis de una pequeña muestra de portadas se pretende mostrar la efectividad de la técnica de análisis que se propone. Si se revela efectiva,

esta técnica se podría aplicar a un corpus mayor de portadas, contribuyendo a una evaluación objetiva de las imágenes y palabras sobre la mujer y los mitos subyacentes a estas.

2 Marco teórico

2.0 Organización del marco teórico

De acuerdo con el planteamiento integrador del trabajo, el marco teórico es también interdisciplinar y comprende los siguientes aspectos: En primer lugar, se expondrán los mitos sobre la mujer vigentes en la actualidad, porque la construcción lingüística y visual de los mismos se alimenta de su existencia previa. Se prestará especial atención a los mitos con mayor presencia en las portadas de las revistas femeninas, especialmente mitos sobre el amor romántico y mitos sobre la buena/mala mujer y la buena/mala madre.

Después se presentará una breve introducción teórica al análisis del discurso crítico multimodal y con perspectiva de género que se va a llevar a cabo. Se expondrá de manera general el propósito de un análisis del discurso crítico y, en particular, con una perspectiva de género.

Debido al carácter multimodal de las portadas, se prestará especial atención a este aspecto. En primer lugar, se fundamentará el análisis multimodal cognitiva y perceptivamente. Seguidamente se expondrán las técnicas de análisis de la imagen. En tercer lugar, se tratará también el análisis del discurso gráfico, pues el mensaje final que recibe el receptor le llega desde la imagen y el texto al mismo tiempo.

2.1 Mitos sobre la mujer

Tal vez el rasgo primordial de los mitos sea su carácter de creencias que no se reconocen como tales. En ese sentido, de acuerdo con Ferrer et al. (2010)

un mito es una creencia formulada de forma que aparece como una verdad expresada de forma absoluta y poco flexible. Estas creencias suelen poseer una gran carga emotiva [...] y suelen contribuir a mantener y crear la ideología de grupo. (Ferrer et al., 2010: 7)

Otro aspecto importante del mito se refiere a los significados ocultos que implica. En ese sentido y de acuerdo con Castoriadis, y posteriormente A. M. Fernández,

los mitos que una sociedad instituye son cristalizaciones de significación que operan como organizadores de sentido en el accionar, pensar y sentir de los hombres y las mujeres que conforman esa sociedad, sustentando a su vez la orientación y la legitimidad de sus instituciones (Fernández, 1994: 243).

Finalmente, una característica esencial de los mitos y estereotipos es que facilitan transmitir ideologías de manera acrítica.

los estereotipos facilitan la asimilación de los mensajes, en tanto en cuanto responden a una lógica comúnmente aceptada y, por tanto, la descodificación final del contenido de las piezas es mucho más sencilla (Garrido Lora, 2007).

Centrándonos ya en los mitos sobre la mujer, cabe señalar con Fernández (1994) que, aunque en el siglo XX se asiste a una nueva versión de la mujer, los mitos sobre la misma continúan presentes, por lo que es necesaria una revisión. En primer lugar, conviene revisar los principales mitos sobre el amor romántico que afectan a la imagen de la mujer en nuestra sociedad y que han sido muy estudiados en la bibliografía (Yela, 2003; Ferrer et al., 2010, etc.).

En opinión de S. Gil (2011), los mitos más relevantes sobre esta cuestión serían el mito de la media naranja, el mito del emparejamiento entendido como natural y universal, los mitos de la exclusividad y de la fidelidad, aplicados con un doble rasero a hombres y mujeres, el mito de los celos como requisito del verdadero amor, el mito de la equivalencia entre amor y enamoramiento, el mito de la omnipotencia del amor, el mito del libre albedrío en la elección, el mito de la convivencia como necesidad absoluta y el de la perdurabilidad del amor romántico apasionado.

Según autores como Luzón (2011) y Ruiz (2016), estos mitos se completan con una serie de falacias y falsas creencias. Luzón las divide en cuatro grupos: El amor todo lo puede, el amor verdadero está predestinado, el amor es lo más importante y requiere entrega total, el amor es posesión y exclusividad.

Otros mitos que han afectado a la mujer son los que establecen los ideales de la feminidad y de la maternidad o, en otras palabras, qué requisitos debe cumplir una buena mujer y una buena madre. Tanto la crítica feminista angloamericana

como la francesa ya señalaron el hecho de que es el hombre el que ha impuesto los modelos de mujer vigentes socialmente. En ese sentido autores como Tardío (2011: 98) recalcan los dos principales modelos femeninos señalados por la crítica feminista angloamericana: El primero sería «la mujer vista como una criatura pasiva y dócil, sin una fuerte personalidad, una criatura que no busca complacerse a sí misma, sino a los demás y, sobre todo, a su marido.» (Tardío, 2011: 98) Frente a este modelo estarían las mujeres fatales, «mujeres monstruo que quieren tener su propia personalidad y consiguen seducir a los hombres y robarles su energía creadora.» (Tardío, 2011: 98).

Si bien, ambos estereotipos están muy vigentes en nuestra cultura, el de la mujer fatal parece más difícil de detectar, por lo que se expondrá más minuciosamente. Según el diccionario de la RAE, la mujer fatal es la «mujer seductora que ejerce sobre los hombres una atracción irresistible y peligrosa». Para Tardío la mujer fatal

es una mujer cargada de sexualidad y erotismo acentuado por un rostro impasible, una mirada penetrante, una larga melena, unas curvas sinuosas y sus andares felinos. Ellas son conscientes de su poder y hacen todo lo posible por atrapar a quienes sientan el deseo de alcanzarlas. (Tardío, 2011: 96)

Este mito no es nuevo, muy al contrario, en nuestra cultura la identificación del hombre con el bien y la mujer con el mal tiene hondas raíces. Estaba presente en las tradiciones religiosas judaica y judeo-cristiana (Lilith, Eva) y en la greco-latina (Pandora, Medea, Circe, las amazonas, las sirenas, etc.) Si bien la presencia de estos mitos y estereotipos ha sido una constante histórica, lo cierto es que han cobrado fuerza en los siglos XIX y XX, con el cuestionamiento de los roles tradicionales. Por su parte, tanto la literatura como el cine han contribuido a la difusión del rol de la mujer fatal.

El estudio de las portadas tiene ciertas relaciones con el de la publicidad, pues la portada es el reclamo principal para comprar una revista. Por ello, resulta relevante señalar algunas de las aportaciones que desde el ámbito publicitario se han hecho a la representación de la mujer. En ese sentido resultan muy ilustrativas las siguientes palabras de Hidalgo Marí (2015):

Ya en el siglo XXI, León (2001) detectaba que la publicidad recurre al uso de cinco representaciones esenciales para la mujer: *El ángel comercial* (la eterna juventud), *la gran madre*, *la mujer víctima* (dependiente del varón) *las chicas del girl power*

(mujeres combativas contra el hombre) y las *afroditas en acción* (cuerpos que se ofrecen a la tentación masculina). (Garrido Lora, 2007).

Las conclusiones de León (2001) resultan muy interesantes si tenemos en cuenta que, de algún modo, la representación de la mujer fatal en publicidad supondría la unión de dos de sus cinco categorías (las *girl power* y las *afroditas en acción*). Es decir, de alguna manera, la representación de la mujer fatal en publicidad busca, por una parte, el reflejo de una imagen de mujer poderosa frente al hombre, que le declara la guerra o, al menos, pretende batirse en duelo con él, gracias a la puesta en práctica de sus armas de seducción más poderosas. En segundo lugar, se refleja de manera directa o indirecta la imagen de una mujer cuya belleza física, cuerpo o áurea seductora se ofrecen al hombre a modo de tentación, de pecado, de cuerpo repleto de deseo y seducción, mostrando a la mujer como un ser extremadamente persuasivo –objetivo fundamental de la publicidad– capaz de influir en el hombre gracias a sus cualidades sensuales.

Estudios posteriores al de León ya incluyen en su categorización de estereotipos femeninos en publicidad el de la mujer fatal (Loscertales y Nuñez, 2005). Otros estudios coetáneos, obvian esta presencia de este tipo de mujer amparada por la tradición cultural y proponen vinculaciones con su esencia a través del establecimiento de categorías como «la mujer como símbolo sexual» (Del Moral Pérez, 2000) (Hidalgo Marí, 2015: 399)

También según Hidalgo Marí (2015), las nuevas mujeres fatales de la publicidad se pueden representar con diversos caracteres, que son la mujer fatal dominante, la rebelde, la mujer fatal a través de la elegancia, la lesbica y la feminista.

Por otro lado, mientras que los mitos sobre la supuesta maldad de la mujer se vienen arrastrando desde los tiempos de Eva, los mitos sobre la mala madre pueden ser más difíciles de detectar. Fernández (1994: 165), advierte del peligro de la equiparación entre los roles de mujer y madre, que ha llegado a hacer depender el ideal de mujer del de la maternidad, de forma ilógica. Para autores como Leguen (2010), Giallorenzi (2017) o Knibielher (2021), los mitos sobre

la maternidad tienen una gran dependencia ideológica y cultural. De acuerdo con Leguen (2010), desde el siglo XVIII el protocolo de la buena madre es cada vez más estricto y se le exige un sacrificio ilimitado, mientras que el prestigio y el papel del padre se han visto limitados, en contrapartida.

Finalmente, los mitos de violencia de género siguen desgraciadamente vigentes, según Bosch-Fiol y Ferrer-Pérez (2012), que proponen esta clasificación:

1. Mitos negacionistas. Consisten en negar la violencia de género.
2. Los mitos sobre la marginalidad. Según ellos, la violencia de género solo se da en países subdesarrollados o familias con problemas.
3. Los mitos sobre los maltratadores. Estos mitos consideran a los maltratadores como enfermos mentales o adictos.
4. Los mitos sobre las mujeres maltratadas. Según estos mitos si estas mujeres no se van, por algo serán, o bien, algo habrán hecho.
5. Los mitos que minimizan la importancia de la violencia de género. Estos mitos rebajan la gravedad de la violencia psicológica, consideran la violencia de género como algo puntual o como parte de un combate mutuo entre hombres y mujeres.

En este apartado son muy importantes los llamados *neomitos*, que consisten en el mantenimiento de mitos antiguos, pero con apariencia neutra.

2.2 Análisis crítico del discurso multimodal con perspectiva de género

Otro aspecto teórico fundamental para la presente investigación es el análisis crítico del discurso, que, en este caso, adoptará una perspectiva de género. Por ello conviene introducir los conceptos básicos de este enfoque teórico.

2.2.1 El análisis crítico del discurso con perspectiva de género

El enfoque del análisis crítico del discurso (ACD) contribuye a la resistencia contra la desigualdad social, pues permite mostrar los mecanismos de poder y oponerse a ellos (Van Dijk, 1991, 1999). Para ello, el ACD puede estudiar y sacar a la luz las huellas de significados culturales e ideológicos de un texto (O'Halloran, 1993: 1). Al adoptar una perspectiva crítica, el ACD ayuda a comprender cómo el discurso reproduce la desigualdad y las relaciones de poder (Van Dijk, 2015: 31), lo que permitirá hacer patentes las ideologías que están influyendo al receptor y luchar contra la dominación.

El ACD feminista o con perspectiva de género no constituye exactamente un modelo propio, sino una aplicación del ACD al análisis de las desigualdades de género. En palabras de Azpiazu (2015: 114)

si hablamos de ACDF es porque una mirada crítica sobre las relaciones de poder no necesariamente implica una mirada crítica respecto a las relaciones desiguales de poder basadas en cuestiones de género ni una mirada feminista respecto a las mismas. Es por ello que la historia del ADCF es, sobre todo, una historia de reapropiación y re-construcción de un punto de vista metodológico y de algunas herramientas teóricas asociadas al mismo.

Así, desde una perspectiva feminista, el ACD se ha aplicado al estudio de los discursos entendidos como parte de un sistema social patriarcal en el cual los esquemas de género fundamentan las relaciones sociales y las instituciones (Lazar, 2007). Desde esa óptica, numerosos autores, como, por ejemplo, Lazar (2007), Azpiazu Carballo (2014) o López (2021), han seguido la línea de investigación del ACD con una perspectiva de género.

2.2.2 Base cognitiva y perceptiva del análisis multimodal

Finalmente, conviene llevar a cabo una exposición teórica sobre el análisis multimodal. Como paso previo conviene advertir que el análisis conjunto de los discursos gráfico y de la imagen se puede fundamentar teóricamente en los enfoques de base cognitiva y perceptiva, cuyas herramientas teóricas permiten estudiar al mismo tiempo la imagen y la palabra. La Lingüística cognitiva ofrece enfoques teóricos idóneos al respecto, como las aportaciones de L Talmy (2000), quien propone el estudio conjunto de cognición y percepción, o la teoría de *Frame Semantics*, desarrollada por Fillmore. La teoría de *Frame Semantics* estudia de manera global tanto los elementos que constituyen el escenario cognitivo subyacente al lenguaje y evocado por una palabra como las construcciones lingüísticas, por lo que sus parámetros se pueden aplicar tanto a los enunciados lingüísticos, como a las imágenes relacionadas con ellos.¹

La Lingüística perceptiva es otro enfoque interesante, que se ha aplicado a la percepción física, pero también al estudio del lenguaje. Este enfoque teórico

1 *Frame Semantics* permite unificar experiencia y lenguaje. Según esta teoría las palabras o construcciones evocan un determinado marco conceptual y determinados roles situacionales. Existe una correspondencia entre roles, papeles semánticos y funciones sintácticas.

nació a principios del siglo XX en Alemania, a partir de la psicología de la Gestalt. Esta escuela considera la percepción como un proceso de organización síquico y postula la existencia de ciertas tendencias en la forma humana de percibir que hacen que percibamos los diferentes elementos de manera global, como un todo, lo que facilitaría el esfuerzo perceptivo.

En primer lugar, en el acto de percepción se establece una importante diferencia entre figura y fondo, pues necesariamente se percibe atendiendo a algo claramente definido, que se capta como figura, mientras que el resto de lo percibido se constituye en fondo, y resulta informe e indefinido

También desde este enfoque se han estudiado las leyes que rigen la percepción humana. A partir de estas investigaciones previas (Wertheimer, 1938; Katz, 1967; Gubern, 1987; López García, 1989, 2018, etc.) se presentan las más relevantes para la presente investigación:

- Ley de semejanza. De acuerdo con esta ley existe una tendencia a percibir de forma conjunta objetos similares. Así, tendemos a asociar objetos que tienen la misma forma o tamaño y a disociar objetos que no la tienen,
- Ley de cercanía. De acuerdo con esta ley existe una tendencia a percibir de forma conjunta objetos que están próximos.
- Ley de clausura. De acuerdo con esta ley la información que contribuye a la formación de contorno se privilegia, frente a la que no lo hace.
- Ley de la pregnancia. Según esta ley, que englobaría a las anteriores, existe una tendencia a percibir de manera unitaria los elementos que presentan mayor regularidad, simetría, simplicidad y estabilidad.
- Ley de la experiencia. La experiencia previa del sujeto observador también interviene en la constitución de la forma.

De acuerdo con los estudios de Ángel López García, las leyes de semejanza, cercanía, clausura y pregnancia tienen sus correlatos lingüísticos en las leyes de la concordancia, orden de palabras, rección y buena forma.

2.2.3 Análisis crítico del discurso multimodal: La imagen

Dentro de los estudios multimodales, la imagen ha sido estudiada desde varios enfoques. En el Análisis Crítico del discurso, destaca la Sociosemiótica

funcional ². Su finalidad consiste en describir los recursos semióticos como instrumento para la investigación crítica. La Sociosemiótica funcional sigue la orientación funcionalista iniciada por Halliday. Este había establecido tres funciones en el lenguaje verbal, la ideacional, la interpersonal y la textual. La función ideacional se refiere a la construcción de representaciones en el mundo. La función interpersonal permite representar interacciones caracterizadas por propósitos sociales específicos. La función textual ordena los actos comunicativos en todos mayores.

Por su parte, Kress-Leeuwen (1996, 2006) propusieron tres tipos de significado relacionados con estos y que funcionarían en la comunicación visual. Estos son el significado representacional, el interactivo y el composicional. Cada tipo de significado emplea unos recursos semióticos determinados.

Significado representacional

El significado representacional cumple la función metaideacional y se refiere a la creación de representaciones partiendo de los participantes (personas, objetos y lugares) que aparecen en una imagen. Dentro del significado representacional se pueden dar estructuras narrativas o estructuras conceptuales. Las estructuras narrativas expresan relaciones y actitudes entre los participantes y las estructuras conceptuales representan a los personajes atendiendo a su esencia general.

Las estructuras conceptuales se dividen en clasificadoras, simbólicas y analíticas. Las estructuras clasificadoras reúnen elementos en una misma imagen, dando a entender que existe algo en común entre ellos. Las estructuras simbólicas definen la identidad o significado de un participante por un atributo simbólico. Las estructuras analíticas expresan la relación entre participantes según la estructura todo-parte.

Significado interactivo

El significado interactivo cumple la metafunción interpersonal y crea relaciones entre los observadores y el mundo de la imagen. El significado interactivo contempla cuatro aspectos: contacto, distancia, punto de vista y modalidad.

- Según el contacto que una imagen pueda establecer con el observador se pueden encontrar imágenes que miran al espectador y parecen

² Se va a tener en cuenta la excelente exposición de P. Sancho (2005).

establecer una relación con él (imágenes de petición). Por otro lado, existen las imágenes que no establecen ese contacto imaginario con el espectador, por lo que simplemente ofrecería una información (imágenes de ofrecimiento).

- De acuerdo con la distancia se pueden obtener diferentes planos, que implican diferentes significados a su vez. El primer plano aporta una sensación de intimidad, mientras que planos más alejados presentan a los personajes como extraños.
- Respecto al punto de vista, el más frontal expresa una mayor implicación y una menor distancia que el punto de vista no frontal.
- La modalidad se refiere a la fiabilidad de la imagen, a su grado de realidad. De esta manera, las imágenes pueden representar a los objetos como si fueran o no reales.

Significado compositivo

El significado compositivo cumple la función textual y se refiere a la organización de los elementos en la imagen. El significado compositivo contempla tres aspectos importantes, la axialidad, el encuadre y la prominencia o destaque. La axialidad organiza los elementos respecto a un eje, que puede ser de diversos tipos. En el eje horizontal, lo que aparece a la derecha se conceptualiza como nuevo y, como tal, es lo más discutible, frente a lo que aparece a la izquierda, que se interpreta como evidente.

En el eje vertical, lo que aparece arriba se conceptualiza como ideal y posee una mayor carga ideológica, frente a lo que aparece abajo, que es lo real, y se conceptualiza como el núcleo de la imagen. Con respecto a la relación entre texto e imagen, lo que aparece arriba ocupa la posición más destacada y lo que aparece debajo se subordina a ello.

La axialidad también puede referirse a las posiciones centro-margen. Lo que aparece como centro sería el núcleo de la información al que el resto de elementos se subordinan.

El encuadre representa a los elementos de la composición como entidades separadas o conectadas entre sí. Existen diferentes mecanismos para lograr estos efectos. La desconexión puede lograrse mediante marcos, contornos, espacios vacíos o contrastes. El efecto de conexión se consigue con mecanismos como semejanzas, líneas visuales de relación, ausencia de contornos o espacios vacíos, etc.

La prominencia permite destacar unos elementos frente a otros mediante aspectos como el tamaño, contrastes, etc.

Relaciones entre lenguaje verbal y visual

Existen varias relaciones posibles entre el lenguaje verbal y el visual. Por su interés para este trabajo, nos referiremos a la distinción realizada por Barthes (1966) entre la función de anclaje y la de relevo. La función de anclaje se refiere a la fijación de un sentido de entre los varios ofrecidos por una imagen. La función de relevo implica una relación complementaria entre palabra e imagen, que aportarían significados diferentes.

2.2.4 Análisis crítico del discurso multimodal: El discurso gráfico

El análisis del discurso gráfico se ha planteado de diversas formas. En este trabajo resulta adecuado considerar diversos tipos de estrategias, como las estrategias enunciativas, estrategias textuales (narración, argumentación, etc.) y estrategias de interacción (polifonía). Para este tipo de análisis es necesario tomar en consideración diferentes aportaciones de la pragmática, lexicología y sintaxis, comúnmente consideradas en el análisis del discurso. A continuación, se expondrán brevemente los tipos de estrategias principales aplicables al estudio.

- Estrategias enunciativas. Las estrategias enunciativas incluyen el estudio de los actos de habla y otras estrategias pragmáticas (presuposiciones, implicaturas, etc.), las relaciones léxicas y los recursos sintácticos. Así, el análisis lingüístico partirá del análisis de la pragmática, y muy especialmente de los actos de habla (Searle, 1969). La acción textual alcanza a la imagen y se expresa verbalmente en los titulares. La fuerza ilocutiva de los titulares permite que estos se relacionen de determinada manera con la imagen que los acompaña. Por otro lado, la teoría cognitiva *Frame Semantics* (Fillmore, 1982) permite realizar un estudio sintáctico-semántico integrado.
- Estudio de las estructuras. Las estrategias textuales incluyen el estudio de estructuras, especialmente en este caso, la estructura textual narrativa o enunciativa, que es la que suele darse en las portadas trabajadas.
- Estrategias de interacción. Las estrategias de interacción implican subjetividad y dialogismo. En el caso de las portadas más actuales, las revistas, los comentarios de los programas del corazón y los comentarios de la audiencia se retroalimentan entre ellos. Por ello, para

investigaciones futuras sería interesante incluir esta dimensión en el estudio de las portadas seleccionadas. Sin embargo, el objeto de la presente publicación se restringe exclusivamente a las portadas, por lo que no se incluirán estos análisis paralelos, a pesar de su interés.

3 Metodología de la investigación

La metodología de trabajo consiste en un análisis de portadas de revistas de la llamada prensa femenina relativas a mujeres. Se realizará un análisis crítico del discurso multimodal (texto e imagen) con perspectiva de género. Paralelamente, se realizará un análisis de los mitos que pueden estar funcionando en una selección de portadas. De la consideración conjunta de estos análisis se extraerán conclusiones sobre la perpetuación de los mitos sobre la mujer en las portadas seleccionadas, así como sobre los posibles estereotipos de género que puedan estar funcionando contra la mujer en cada caso. Serían necesarias futuras investigaciones que aplicaran esta metodología de trabajo a un corpus de portadas más amplio, a fin de extraer conclusiones más generales.

En primer lugar, se analizarán tres portadas de la revista *Cosmopolitan* a lo largo del tiempo en las que se puede comprobar cómo funcionan los mitos románticos y sobre los ideales de la feminidad de acuerdo con países y épocas. Dos de ellas son de Estados Unidos, de los años 40 del pasado siglo. y la tercera es argentina y del siglo XXI.

Por otro lado, se analizarán dos portadas actuales de revistas españolas en las que se habla del famoso personaje público Rocío Carrasco y se observarán los mecanismos mediante los que el lector puede llegar a formarse una imagen negativa de esta persona como mujer y como madre de forma no contrastada.

4 Análisis de portadas relacionadas con mitos románticos y sobre la bondad de la mujer a través del tiempo

Como se ha comentado previamente, el corpus que se va a analizar consiste en una serie de portadas de revistas y en la explicación de cómo el lenguaje verbal y no verbal se unen para perpetuar mitos sobre la mujer. En primer lugar, se analizarán los mitos sobre el amor romántico y sobre los ideales de la feminidad que están presentes en tres portadas de la revista *Cosmopolitan*, dos de ellas de los años cuarenta y la tercera de este siglo.³

3 Un análisis preliminar de la tercera de estas portadas se puede consultar en Montaner Montava (2022).

La primera portada que se va a analizar es la de la revista *Cosmopolitan* de Estados Unidos de mayo de 1940 disponible en internet⁴. En esta portada se observan imágenes dibujadas, no fotografías. En contraste con las portadas actuales, no aparecen titulares, por lo que la importancia de la imagen es absoluta.

En primer plano se puede ver una imagen de una mujer que se vuelve a mirar al espectador con una sonrisa y llevando un ramo de flores rosa pálido sobre un fondo azul celeste. En una imagen pequeña en la parte inferior derecha de la página se ve a esa misma mujer sentada con un ramo de flores mientras un hombre de pie le da flores.

Un análisis más profundo nos muestra que esas imágenes encierran múltiples significados. En primer lugar, se ha dicho que el significado representacional puede referirse a estructuras narrativas o conceptuales. En ese sentido, conceptualmente, la imagen central de la portada representa a una mujer receptora (de flores) con una sonrisa. Las flores y la redcilla del pelo, así como los colores suaves (rosa pastel de las flores y azul pastel del cielo) funcionarían como atributos simbólicos.

Un análisis narrativo de la escena secundaria muestra al hombre como donante activo de flores y a la mujer como receptora pasiva secundaria, pues mientras él realiza acciones en pie dirigidas a la mujer, ella aparece quieta y sentada, con un tamaño menor. Un análisis de los roles situacionales desde la perspectiva de *Frame Semantics* mostraría al hombre como proveedor y a la mujer como receptora en una escena de donación.

Con respecto a la interacción con el mundo real, la imagen central de la portada mira al público, constituyendo una clara imagen de petición. Su tamaño grande crea una distancia mínima y el punto de vista frontal indica una mayor implicación entre el personaje femenino y el público, presumiblemente femenino también.

De acuerdo con el significado compositivo, la imagen pequeña de la derecha, la que muestra al hombre y a la mujer sería la más discutible por el lugar que ocupa en la página. Podría tener, por tanto, un carácter no real, sino tal vez de ensoñación romántica referida a la imagen central de la portada (la mujer), con la que comparte el atributo simbólico de las flores.

Mediante esta combinación de mecanismos no verbales se comunican diversos significados con respecto a la mujer. En primer lugar, la protagonista femenina de la escena es mostrada de forma muy diferente al hombre. Hemos visto

4 Esta portada y las siguientes se pueden consultar en internet.

que aparece como receptora de las flores que el hombre le ha donado, que su postura corporal es pasiva, pues está sentada e inmóvil, al contrario que el hombre. Por todo ello, aparece como un personaje pasivo. Esto se suma al fuerte simbolismo amoroso de las flores y también al simbolismo de recato que transmite el cabello recogido en una redecilla. Estos detalles visuales construyen una imagen de la mujer como dependiente del hombre desde una perspectiva romántica. La sonrisa de la protagonista muestra sus emociones positivas ante esta situación.

Por otro lado, su tamaño grande, la posición central y la mirada directa al público convierten a la mujer en figura perceptiva de la portada, frente al hombre, que sería fondo perceptivo, pues aparece en tamaño pequeño y como proveedor de la mujer. Esta diferencia facilita la identificación del público femenino con la mujer protagonista. Sin embargo, la aparición del hombre como fondo perceptivo no significa que pierda importancia, pues la conceptualización de la imagen de la mujer lo incluye.

Esta portada se puede relacionar con los mitos románticos que destacan la importancia del amor para la mujer. Así mismo, se relaciona con los mitos que muestran el ideal femenino de la mujer sumisa y dependiente del hombre. Por ello, mediante imágenes, la portada está presentando unos significados que enfatizan la dependencia femenina con respecto al hombre. Nos encontramos ante unas imágenes que, sin necesidad de palabras, narran o describen con fuerza un ideal de mujer.

En la portada aparece un texto mínimo y cabe reseñar que se mencionan dos personajes femeninos, Pearl S. Buck y Eleanor Roosevelt. La primera era una escritora de novelas con trasfondo romántico y la otra fue primera dama de EEUU. Por lo tanto, ambas estarían en consonancia con los valores transmitidos por las imágenes de la portada.

La segunda portada que se va a analizar es también estadounidense, de octubre de 1949. El análisis será mucho más escueto que el de la anterior portada porque esta presenta una única imagen. Es la imagen del rostro de una mujer que mira al frente sin sonreír. Conceptualmente aparece representada como una mujer muy bella y con una estética muy cuidada. Su maquillaje es sofisticado y lleva incluso pestañas postizas. Coloca las manos delante de la cara con un gesto artificioso y estudiado mediante el cual sus ojos quedan enmarcados entre los dedos. Destacan sus atributos simbólicos, especialmente el tocado y los guantes de piel de leopardo, que connotan lujo y carácter salvaje.

Todo ello evoca los mitos y estereotipos a que nos hemos referido en el marco teórico de la *femme fatal*. De entre los tipos que allí se han establecido, esta imagen se relaciona preferentemente con la mujer fatal a través de la elegancia, por los recursos lujosos que la envuelven. Pero también se relaciona con la mujer fatal dominante, por la postura provocativa y estudiada y la ausencia de sonrisa.

Por otro lado, se ha dicho que el modelo de mujer fatal en publicidad acostumbra a unir las categorías de *girl power* y *afroditas en acción*. Tanto esta portada como la siguiente se podrían relacionar también con estas categorías, pues son protagonizadas por mujeres poderosas que pueden emplear su belleza como arma de seducción.

No aparecen exactamente titulares en la portada, pero sí cierto texto mínimo. Llama la atención la expresión «desirable woman», que, anclando la imagen, sitúa a la mujer como objeto de deseo, y parece corresponderse con el rostro que observamos.

De otra manera que en el caso anterior, pero en esta portada también se presenta una imagen de la mujer creada por el hombre (como ya recordara la crítica feminista angloamericana y francesa). Se trata de una imagen muy sofisticada, lejana a lo natural, centrada en la perfección física y en el efecto que pueda producir. En ese sentido, el prototipo de la mujer fatal no implica sumisión, parece implicar libertad sexual. Pero la mujer sigue siendo representada como un objeto de deseo externo y de lujo más que como un sujeto. Por ello resulta más difícil desenmascarar los significados ocultos en una portada de este tipo. Sin embargo, con mayor o menor consciencia del lector, el mito de la mujer fatal no deja de hacer su efecto.

La tercera portada seleccionada es la de agosto de 2010 de Argentina, con Shakira como protagonista. En esta portada aparece una única imagen, sin embargo, el texto es más extenso que en las anteriores, pues aparecen titulares bastante desarrollados que anuncian los artículos del interior de la revista. Por ello, en este caso, el análisis de la imagen será más escueto y el de la palabra, más extenso.

En esta portada aparece la cantante con una larga melena suelta, vestida con un top de encaje negro semitransparente, con la cintura arqueada y la mano en el muslo y mirando sonriente al frente, de nuevo en una imagen de petición. En esta portada la actitud es más natural que en la anterior por la sonrisa. Sin embargo, el top de encaje semitransparente negro y la postura de la protagonista simbólicamente tienen connotaciones sexuales.

Una interpretación posible de esta imagen es que la mujer es presentada como un objeto de atracción para el hombre. Y precisamente esta interpretación es la que queda anclada por los titulares, que en este caso sí aparecen. Estos titulares presentan a la mujer como instrumento que emplea su cuerpo activamente para conseguir el amor de un hombre.

En ese sentido, uno de los titulares dice «El sexo que lo enamora. Movidas eróticas para conquistar el corazón de un hombre. Aprendelas y ponelas en práctica». Detrás de este titular se esconde una metáfora conceptual subyacente, la de que *el amor es una guerra*, presentada por Lakoff & Johnson (1980). En esa guerra oculta, el papel de la sexualidad de la mujer sería el de moneda de cambio, pues se dice que debe aprender y realizar «movidas eróticas» para conseguir una reacción emocional del hombre. Este titular remite a los mitos que remarcan la importancia de que la mujer tenga una pareja, incluso se le indican las acciones sexuales que puede llevar a cabo para tal fin. Además, la fusión entre titular e imagen remite al prototipo de mujer fatal capaz de vencer al hombre mediante su belleza.

También el titular «¡Invierno muy sexy! Ítems claves de la moda que tenés que adpotar» presenta a la mujer como objeto de atracción, si se atiende a la definición de la RAE del término *sexy* como «que tiene atractivo físico y sexual». Con el uso de este término, la ropa se convierte en un instrumento para la atracción física y sexual que se entiende que la mujer llevará a cabo sobre el hombre. Así pues, de nuevo, la mujer es presentada como objeto y se insiste en los mitos que señalan la necesidad femenina de atraer a los hombres.

Algo parecido pasa con la expresión «tips para comer sano...y estar divina». Existe un realce fónico de la segunda parte de la expresión, producido por la pausa previa. Este realce de la segunda parte del sintagma hace que tenga más importancia la belleza de la mujer («estar divina») que su salud («comer sano»). Este titular remite a los mitos que enfatizan la perfección física de la mujer como lo más necesario para su bienestar.

Con el análisis de este caso, vemos que en las portadas del siglo XXI siguen presentes los estereotipos y mitos sexistas que sitúan a la mujer en una posición de inferioridad con respecto al hombre. No se dan siempre ni en todas las portadas, pero esta es un ejemplo paradigmático de que esta situación no ha desaparecido.

5 Análisis de portadas relacionadas con los mitos sobre el concepto de buena mujer/buena madre

Como se ha señalado previamente, existen varios mitos relacionados con los estándares que una mujer debe cumplir para ser considerada buena como mujer y como madre. En ese sentido, los mitos misóginos apuntan a juzgar negativamente a una mujer como persona o como madre de manera no justificada.

En ese sentido, se van a analizar dos de las portadas⁵ de revistas españolas que han juzgado al personaje público Rocío Carrasco, a lo largo de varios años. Rocío Carrasco es un personaje famoso en España y, tras un divorcio complicado y con dos hijos, fue juzgada negativamente en sus facetas de mujer y madre en medios españoles durante años.

Rocío Carrasco se convirtió en 2021 en un personaje público de gran influencia, de acuerdo con la revista Forbes, tras presentar en televisión española un documental en el que explicaba los pormenores de su situación y daba una versión completamente distinta a la que se había creído normalmente. En el programa sostenía que los medios que habían presentado una imagen negativa suya lo habían hecho sin contrastar la información.

A partir de estos hechos, es interesante plantearse hasta qué punto puede existir subjetividad en estas informaciones vertidas sobre Rocío Carrasco, que la cuestionaban como persona y como madre. De ser así, es interesante ver de qué manera el lector se puede haber visto persuadido para juzgar negativamente a esta persona, a pesar de no haber pruebas suficientes para ello. ¿Puede observarse manipulación a través del uso conjunto de recursos semióticos y multimodales y recursos lingüísticos? ¿Se emplean otros recursos también? ¿Es posible que los mitos sobre la mujer estén funcionando de manera indirecta? Para responder a estas cuestiones se va a analizar una selección de portadas publicadas sobre Rocío Carrasco.

La primera portada que se va a analizar es la de la revista *Lecturas* (número 3474, año 2018). En ella aparece una imagen frontal del ex marido de Rocío Carrasco, Antonio David, sobre un titular que dice «Rocío dice que la intenté tirar por una terraza». Esta frase encierra la presuposición pragmática de que Antonio David ha intentado tirar a Rocío Carrasco por una terraza, presuposición que puede aceptarse como verdadera o rechazarse como falsa. En el primer caso, Rocío Carrasco aparece como víctima y Antonio David como

5 Un estudio de un número más amplio de portadas sobre este personaje se ha realizado, aunque con diferente enfoque en Montaner Montava (en prensa)

agresor. Pero en el segundo caso, sucedería al contrario, y sería ella quien aparecería como agresora.

Cabe preguntarse qué elementos pueden contribuir a que el lector considere que la presuposición es falsa y no verdadera, y que, por tanto, la mujer es la agresora y el hombre la víctima. En primer lugar, pueden contribuir los mitos misóginos, mediante los cuales a la mujer se le exigiría demostrar su inocencia, en vez de tenerse que demostrar su culpabilidad.

En segundo lugar, la interpretación de la frase depende poderosamente de la imagen de la portada, que ocupa la posición dominante, la superior, y domina al texto gráfico. Esta imagen es la del ex marido de Rocío Carrasco, que mira de frente al espectador, con gesto inexpresivo. La mirada frontal es típica de las imágenes de petición y establece una intimidad con el espectador, la cual aumenta al estar la imagen en primer plano. La inexpresividad del gesto facilita que el espectador complete emocionalmente el sentido de la imagen. La imagen transmite seriedad y fiabilidad, no solo por la mirada directa y el gesto tranquilo, sino también por el atuendo clásico y actual al tiempo, y de colores suaves, cardigan gris, camisa cerrada con corbata oscura, peinado cuidado. Es desde esta imagen desde la que el lector juzga el grado de veracidad del titular supeditado a ella. No aparece imagen alguna de Rocío Carrasco, por lo que, en lo que a la imagen se refiere, el hombre es la figura absoluta y la mujer ni siquiera aparece como fondo perceptivo.

Por las razones expuestas, aunque el titular de la portada aparentemente siga una estrategia narrativa, si se considera la fusión de texto e imagen, el sentido de la portada sería más bien argumentativo e induciría a pensar que lo que la mujer dice no es cierto, a pesar de que no haya pruebas de tal interpretación.

Otra portada interesante es la de *Lecturas* de septiembre de 2016⁶, que, aunque aparentemente emplea una estrategia narrativa, argumenta de manera velada. En esta portada aparece el ex marido de Rocío Carrasco con cada uno de sus dos hijos en sendas fotografías enmarcadas individualmente. Los tres aparecen con gesto afectado, de tristeza en el caso del niño, o seriedad, en el caso de la hija y el padre. En la imagen más grande, en el centro-derecha de la portada, aparece el ex marido de Rocío Carrasco pasando el brazo por los hombros a su hija, con la que habla y a la que mira, mientras ella mira hacia abajo muy seria. En la imagen pequeña de la izquierda, aparece de nuevo el padre abrazando a su hijo, que llora. Ellos van de blanco y la chica de negro. El simbolismo de los

6 No ha sido posible encontrar esta imagen en la Hemeroteca en línea de la revista, por lo que el análisis se ha efectuado sobre otras revistas que reproducen esta portada.

colores remite a la pureza y al luto respectivamente. De nuevo, las imágenes están sobre el titular y lo dominan. El titular dice, «Mientras ella se casa, sus hijos lloran».

A la izquierda, en la parte inferior de la página aparece una pequeña foto de Rocío Carrasco, con expresión no afectada, sola, arreglada, con el titular «Rocío habla de su boda. Voy a estar felicísima». El rol social (Brown & Yule, 1993: 54, 55) que sugiere la imagen es el de mujer activa socialmente, rol que inconscientemente se tiende a contraponer con el de madre.

Existe un contraste claro entre las imágenes del padre con los hijos y la de Rocío Carrasco. Mientras los tres primeros aparecen con gestos de tristeza, ella aparece con gesto aparentemente tranquilo. Mientras el padre abraza a cada uno de los hijos, ella aparece sola. Estas imágenes parecen señalar a los hijos como víctimas y a la madre como agresora, sin que haya ninguna demostración racional de que así sea.

Este contraste entre las imágenes, se reproduce en los titulares. El titular principal señala el contraste entre el casamiento de la madre y el llanto de los hijos («Mientras ella se casa sus hijos lloran»). El titular pequeño señala que la madre va a estar feliz («Voy a estar felicísima»).

Desde una perspectiva pragmática y de acuerdo con el principio de interpretación local señalado por Brown y Yule (1993: 59 y ss.), el oyente no accederá a un contexto más amplio del necesario a la hora de hacer una interpretación. Esto significa que la interpretación inmediata, aunque no contrastada de estos titulares, es la de relacionar la causa del llanto de los hijos con la ausencia a la boda de su madre. El lector también tendería a creer que la madre estaría feliz, a pesar de la tristeza de los hijos. Aunque esto de ningún modo tiene por qué ser así. Simplemente es la interpretación más sencilla si se fusionan las frases e imágenes en un único contexto.

De esta forma, la sensación que traslada la fusión de imágenes y de texto es la de una Rocío Carrasco indiferente ante sus hijos, que aparecen como víctimas. Por ello, a pesar de no existir ninguna prueba objetiva, la portada daría una imagen negativa de Rocío Carrasco y una imagen positiva del padre y de los hijos, que son presentados como protector y como presuntas víctimas de la madre, respectivamente.

Esta interpretación vendría apoyada por los mitos vigentes sobre el ideal de la maternidad, según los cuales el ser una buena madre implicaría un sacrificio extremo e ilimitado. Esta creencia irracional choca con los imágenes y

titulares en que los hijos aparecen con actitud de sufrimiento y la madre con apariencia de alegría. A su vez, portadas como estas refuerzan los viejos mitos sobre la maternidad.

Este tipo de mecanismos se reproduce en otras portadas relacionadas con el caso. Aunque no se va a analizar exhaustivamente, se puede señalar solo como ejemplo la portada del número 5522 de *Lecturas* (de septiembre de 2019), en la que aparece Antonio David mirando de frente al público en primer plano, creándose una fuerte sensación de intimidad. A la izquierda aparecen madre e hija en tamaño pequeño, enmarcadas por separado y mirando en sentidos opuestos, lo que crea un contraste entre ellas y permitiría conceptualizarlas como adversarias.

Esta interpretación queda anclada por el titular «Mi hija se enfrentó a su madre por defenderme», titular que de nuevo aparece bajo la imagen de mayor tamaño de Antonio David Flores, a la que se supedita. La estrategia de la portada es narrativa y sitúa a madre e hija como adversarias y al padre como víctima. De esta manera, y, sin prueba alguna, Rocío Carrasco aparece conceptualizada de nuevo como agresora. Y de nuevo, los mitos sobre los estándares de una buena madre facilitan que el lector pueda aceptar esta interpretación sin contrastarla previamente.

6 Conclusiones

Mediante el presente trabajo se ha propuesto una serie de herramientas interdisciplinares para analizar un pequeño corpus de portadas de prensa femenina caracterizadas por la presumible presencia de mitos contra la mujer. Estas herramientas se han mostrado eficaces para el análisis y permitirían abordar un corpus de portadas mayor a fin de determinar la representatividad y posible evolución de los mitos contra la mujer en este tipo de portadas.

Otra conclusión de la presente aportación es que la manipulación respecto a la imagen de la mujer en la pequeña selección de portadas analizada emplea varios mecanismos de manera conjunta. Se combinan recursos lingüísticos y no lingüísticos, cuya fuerza se apoya en la presencia de mitos sobre la mujer que no han desaparecido.

En ese sentido, se puede afirmar que la construcción de una imagen negativa contra la mujer en las portadas analizadas puede emplear mecanismos visuales y lingüísticos al mismo tiempo. Los mecanismos visuales son más difíciles de detectar, por lo que el lector puede verse influido en ese aspecto

de manera inadvertida. También contribuyen a este fin los mitos contra la mujer, los cuales están presentes en las portadas seleccionadas. Tales mitos actúan como catalizadores de interpretaciones negativas hacia la mujer. La presencia de estos mitos está tan extendida que no es fácil que el lector advierta su efecto.

Sería interesante continuar la presente investigación con el estudio de un mayor número de portadas, tanto más cuanto que la portada es la carta de presentación de una revista, por lo que su potencial de atracción es de especial importancia. Ello las convierte en un objeto de investigación idóneo para el estudio de la manipulación. La aplicación de las herramientas ensayadas en este artículo podría contribuir a determinar con objetividad la presencia, importancia y recorrido histórico de los mitos contra la mujer en las portadas de la llamada prensa femenina.

Referencias

- Azpiazu Carballo, J. (2014): «Análisis crítico del discurso con perspectiva feminista». En Irantzu Mendia Azkue et al. (eds.), *Otras formas de (re) conocer: Reflexiones, herramientas y aplicaciones desde la investigación feminista*. Bilbao: UPV. <http://publicaciones.hegoa.ehu.es/publicaciones/329>.
- Barthes, R. (1970): *Introducción al análisis estructural de los relatos*. Madrid: Siglo XXI.
- Bosch-Fiol, E. y Ferrer-Pérez, V. A. (2012): «Nuevo mapa de los mitos sobre la violencia de género en el siglo XXI». *Psicothema*, 24 (4), 548-554.
- Brown, G. y G. Yule (1993): *Discourse Analysis*. Cambridge: Textbooks in Linguistics.
- Fernández, A. (1994): *La mujer de la ilusión*. Barcelona: Paidós.
- Ferrer et al. (2010): «Los mitos románticos en España». *Boletín de Psicología*, 99, 7-31.
- Fillmore, Ch. J. (1982): «Frame Semantics», en The Linguistic Society of Korea (ed.) *Linguistics in the Morning Calm*: Hanshin, 111-137.
- Flores, V. (2019): «Mecanismos en la construcción del amor romántico». *La ventana. Revista de estudios de género*, 6 (50), 282-305. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S140594362019000200282&lng=es&tlng=es.

- Garrido Lorca, M. (2007): «Estereotipos de género en la Publicidad: La Creatividad en la Encrucijada Sociológica». *Creatividad y Sociedad*, 11, 53-71.
- Giallorenzi, M. (2017): «Crítica feminista sobre la noción de la buena madre». *Reflexiones*, 96 (1), 87-95. <http://dx.doi.org/10.15517/IT.V.9611.30634>
- Gil, A. (2011): «Sobre mujeres, mitos, estereotipos y medios de comunicación». *DiáLogos*. 2 (1), 127-156. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/95112/CONICET_Digital_Nro.7e10c7b7-2ec3-4f6f-a1e9-6fb1010ae67d_A.pdf?sequence=2
- Gubern, R. (1987): *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili, 1992.
- Halliday, M. A. K. (1978): *El lenguaje como semiótica social*. México: Fondo de Cultura Económica, 1982.
- Hidalgo Marí, T. (2015): «El resurgir de la mujer fatal en publicidad: La reinención de un mito». *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 10, 394-418.
- Katz, D. (1967): *Psicología de la forma*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Knibielher, Y. (2001): *Historia de las madres y de la maternidad en Occidente*. Nueva Argentina: Visión.
- Kress, G.-T. Van Leeuwen (1996): *Reading images. The grammar of visual design*, Londres/Nueva York: Routledge. 2006
- Lakoff, G. (1987): *Women, Fire and dangerous Things. What Categories reveal about the Mind*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1980): *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lazar, M. (2007): «Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis». *Critical Discourse Studies*, 4 (2), 141-164.
- Leguen, B. (2010): «El mito de la buena madre», en Margarita Almela et al. (coor.) *Tejiendo el mito*. Madrid: UNED, 111-128
- López, M. (2021): «Canciones, sexismo y violencia de género: un análisis crítico del discurso con perspectiva feminista». *Pragmalingüística*, 29, 280-304. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2021.i29.15->
- López García, Á. (1989): *Fundamentos de Lingüística perceptiva*. Madrid: Gredos.
- López García, Á. (2018): *El español en contraste con otras lenguas. Un método enactivo*. Madrid/ Frankfurt: Iberoamericana Vervuert.

- Luzón, J. (2011): *Proyecto Detecta*. Instituto andaluz de la mujer. <https://www.elmundo.es/television/momentvs/2021/05/13/609cc251fc6c8313058b4613.html>
- Montaner Montava, M. A. (2022): «Análisis de los mitos y estereotipos sexistas contra la mujer en la prensa rosa y programas del corazón.» Marlottini, L. y M. Palmerini. (coor.) *Estudios de lingüística hispánica. Teorías, datos concretos y aplicaciones: una introducción crítica*. Madrid: Dykinson. 843-865
- Montaner Montava, M. A. (en prensa): «La construcción icónico-gráfica de los mitos de la mala mujer y de la mala madre en la prensa del corazón: Un análisis multimodal de las portadas sobre el fenómeno Rocío Carrasco».
- O'Halloran, K. (2022): *Critical Discourse Analysis and Language Cognition*. Edinburgh:EdinburghUniversityPress.<https://doi.org/10.1515/9781474471411>
- Real Academia Española (2001): *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe. <https://dle.rae.es/> (Consultado el 27/07/2022)
- Ruiz Repullo, C. (2016): Los mitos del amor romántico: S.O.S celos. En *Mujeres e investigación. Aportaciones interdisciplinares. VI Congreso Universitario Internacional Investigación y Género*. Sevilla: SIEMUS, 625-636. <http://hdl.handle.net/11441/51824>
- Sancho Cremades, P. (2005): *Lenguaje visual*. En <http://www.liceus.com>
- Tardío Gastón, F. J. (2011): «La mujer fatal». *Verba hispanica*, 19, 89-100. <https://journals.uni-lj.si/VerbaHispanica/article/view/2714/2404>
- Van Dijk, T. A. (1991): «Editorial: discourse analysis without a cause», *The Semiotic Review of Books*, 2 (1), 1-2.
- Van Dijk, T. A. (1999): «El análisis crítico del discurso.» *Anthropos*, 186, 23-36.
- Van Dijk, T. A. (2006): *Discourse and Manipulation*. <https://doi.org/10.1177/0957926506060250>
- Wertheimer, M. (1938): Gestalt theory. En: Willis D. Ellis (Ed.), *A source book of Gestalt psychology* (pp. 1-11). Londres: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co. <https://doi.org/10.1037/11496-001>
- Yela, C. (2003): «La otra cara del amor: mitos, paradojas y problemas». *Encuentros en Psicología Social*, 1(2), 263-267.

Interdisciplinary Technique for Analysing the Construction and Perpetuation of Myths Against Women on the Front Pages of the Women's Press

Keywords: manipulation, discourse, gender, sexism, multimodality

This work focuses on the construction of a negative image of women in gender-oriented publications and women's magazines through a joint manipulation of verbal and non-verbal language. In the corpus presented here, this negative image is based on the socially widespread myths of romantic love and the concepts of *nasty woman* and *bad mom* (Fernández: 1994, Gil: 2011, Giallorenzi: 2017).

The study aims to demonstrate how the stereotypical image of women that is constructed through language (verbal and non-verbal) is supported by cognitive, psychological and sociological mechanisms. A multidisciplinary approach is proposed as methodology for the preliminary corpus of real cases from the target publications. This work is based on previous studies that focus on discursive manipulation and the multiple aspects integrated in it (Van Dijk: 2006, O'Halloran: 2022). In addition, the methodology of critical discourse analysis with a gender perspective will be used (López, 2021, Azpiazu, 2017), along with a multimodal perspective, which will allow verbal and non-verbal data to be compared.

Interdisciplinarna tehnika za analizo konstrukcije in ohranjanja protiženskih mitov na naslovnih ženskega tiska

Ključne besede: manipulacija, diskurz, spol, seksizem, multimodalnost

Članek se osredotoča na oblikovanje negativne podobe žensk v ženskem tisku z uporabo tako verbalnega kot neverbalnega jezika. V obdelanem korpusu negativna podoba temelji na družbeno razširjenih mitih o romantični ljubezni ter slabi ženski in slabi materi (Fernández: 1994, Gil: 2011, Giallorenzi: 2017). Študija želi dokazati, da kognitivni, psihološki in sociološki mehanizmi podpirajo stereotipno podobo žensk, ki je zgrajena skozi jezik (verbalni in neverbalni). Zaradi tega je pravičen pristop k tej problematiki multidisciplinarni. Zato članek uporablja metodologijo za preliminarni korpus, sestavljen iz primerov iz ženskega tiska. Temelji na predhodnih študijah, ki se osredotočajo na diskurzivno manipulacijo in številne vidike, ki so vanjo vključeni (Van Dijk:

2006, O'Halloran: 2022). Poleg tega uporablja metodologijo kritične analize diskurza z vidika spola (López, 2021, Azpiazu, 2017) in z multimodalno perspektivo, ki omogoča primerjavo verbalnih in neverbalnih podatkov.

María Amparo Montaner Montava

María Amparo Montaner Montava es profesora titular de Lingüística General en la Universitat de València y ejerce como docente de grado y de diversos programas de máster y doctorado. Coordina también la Unidad Docente de Estudios de Asia Oriental. Sus intereses se centran en Lingüística general y aplicada, en Traducctología y en el estudio de diferentes lenguas y culturas. Algunos de sus temas incluyen la Lingüística cognitiva y perceptiva, la Lingüística contrastiva y el análisis del discurso. Ha publicado varios libros y numerosos artículos de investigación sobre Lingüística en editoriales como Peter Lang o Arco Libros. Ha realizado estancias becada en universidades extranjeras, como las de Berkeley, Virginia, Leipzig, Mainz, Aarhus, Tokyo, etcétera.

Dirección postal: Universitat de València
 Facultad de Filología
 Departamento de Teoría de los Lenguajes
 Avenida Blasco Ibáñez, 32
 46010 Valencia
 España
Correo electrónico: maria.a.montaner@uv.es

Ana Pano Alamán

DOI: 10.4312/vh.30.1.149-171

Università di Bologna



La *libertad* en el discurso político español en Twitter

Palabras clave: libertad, discurso político, populismo, persuasión, Twitter

En este artículo, centrado en el discurso político en Twitter, se presentan los resultados de un análisis de los valores semánticos que presenta el lema *libertad* en un corpus de *tuits* publicados por los principales líderes políticos españoles. El estudio, que se basa en los planteamientos del análisis crítico epistémico del discurso y en el concepto de encuadre léxico, aborda la dimensión léxico-semántica de este término en el corpus. El objetivo del análisis es identificar los contextos interpretativos que los líderes privilegian en su discurso en función de sus valores e ideologías y mediante estrategias de persuasión, para que los destinatarios de estos mensajes se adhieran a sus propuestas. Los resultados muestran que el término coaparece con términos que refuerzan su significado normativo asociado a distintos derechos y libertades. En ocasiones, se reivindica la necesidad de proteger la libertad, especialmente en el caso del líder de Vox, que insiste en el encuadre de la amenaza a las libertades fomentando la polarización.

1 Introducción

En las últimas décadas han surgido numerosos estudios centrados en el discurso político en Twitter por la importancia que tiene en la comunicación electoral e institucional, y por su capacidad de informar de forma inmediata sobre cualquier acontecimiento, viralizar mensajes en pocos segundos e influir en la opinión pública a nivel mundial. Pero Twitter suele ser objeto de debate mediático por la facilidad con la que permite la circulación de bulos, noticias falsas y altas dosis de odio. No en vano, el discurso político,

especialmente populista, que se genera en el microblog y, en general, en las redes sociales, se apoya a menudo en falacias o en la manipulación del significado de las palabras, entre otras tácticas (Macagno, 2022; Gallardo Paúls, 2022). En la comunicación política, las palabras no son neutras, sino que vehiculan connotaciones ideológicas y afectivas, especialmente si se trata de *essentially contested concepts*» (Connolly, 1983; Lakoff, 2006), como el concepto de *libertad*, que es clave en la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* (1948) y que remite a las «libertades fundamentales» de pensamiento, opinión, expresión o reunión, sujetas «a las limitaciones establecidas por la ley con el único fin de asegurar el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás» (art. 29).

A partir de estas consideraciones, en este trabajo analizo los valores semánticos del lema *libertad** en un corpus de tuits publicados por los principales líderes políticos españoles. El objetivo del estudio es identificar qué marcos cognitivos se activan a través del empleo de este concepto en el discurso político en Twitter, asumiendo que el léxico no puede desligarse de la ideología, entendida como «el fundamento de las representaciones sociales compartidas por un grupo social» (Van Dijk, 2005: 17).

2 Marco teórico

Como es sabido, la persuasión en la esfera del discurso político cumple una función estratégico-electoral, que busca convencer al destinatario del mensaje para que vote a un cierto partido o para que apruebe una determinada medida (Charaudeau, 2021). Entre las tácticas persuasivas y, en algunos casos manipulativas, utilizadas en el discurso político destacan, entre otras, las falacias clásicas, el lenguaje emocional y las redefiniciones (Schiappa, 2003; de Saussure y Schulz, 2005; Macagno y Walton, 2010), que se apoyan en la codificación implícita de la información (Lombardi Vallauri et al., 2020). Y es que, como apunta Gallardo Paúls (2022), una palabra no solo transmite ciertos significados léxicos, sino que activa también asociaciones implícitas que afectan a su interpretación. De ahí que el emisor político pueda manipular los términos de dos formas: en el proceso de codificación, cambiando el significado de la palabra; y en el proceso de inferencia, estimulando conscientemente un encuadre o marco (Fillmore, 2003) que privilegia en el oyente ciertas interpretaciones de la palabra, en función de los valores e intereses que promueve el hablante (Lakoff, 2006; Santiago-Guervós, 2019).

En este sentido, la redefinición de un término puede realizarse de dos maneras, la cuasi definición y la definición persuasiva, que Macagno y Walton (2010: 2002) describen en estos términos, a partir de la propuesta de Stevenson (1944):

In quasi-definitions, the definition of the term is maintained, but the system of values associated with the fragment of reality it refers to is implicitly modified. In contrast, when a persuasive definition is used, the definition itself is implicitly changed.

Estas tácticas se aplican a cualquier tipo de palabra pero en la esfera social y política hay algunas que se prestan mejor que otras a la manipulación. Se trata de «conceptos en disputa» (Gallie, 1955), como *democracia* o *libertad*, sujetos a múltiples interpretaciones dependiendo de los valores, experiencias, creencias y objetivos de cada individuo o grupo social. Desde esta perspectiva, se admite que el actor político capaz de redefinir con éxito un concepto en disputa impone su visión del concepto al destinatario del discurso con el objeto de lograr sus fines políticos.

Como afirmaba hace algunas décadas Connolly (1983: 140):

The idea of freedom, fairly clear in itself, is surrounded by positive normative connotations. These positive connotations encourage advocates of different ideologies to *define it persuasively, to advance definitions, that is, that bring the values and goals they favor within the rubric of freedom*. As a result, the concept becomes increasingly vague and unclear (cursiva nuestra).

En términos similares, Lakoff (2006: 14) afirma que solemos tener una idea bastante clara de lo que significa *libertad*, especialmente cuando se relaciona en el discurso mediante la fórmula «libertad de» expresión, religión, movimiento, educación, etc. En general, conceptos complejos como este contienen un núcleo central de significado que todos compartimos o sobre el que existe cierto consenso, y que viene establecido por el uso convencional o por su definición normativa. Sin embargo, en torno a estos conceptos existen también espacios en blanco que suelen rellenarse en los discursos a través de la adopción de marcos cognitivos profundos (*deep frames*) y metáforas.

Como han mostrado Chanley y Chanley (2014) en un estudio sobre el uso de la palabra en el discurso político-mediático estadounidense, la mayoría de las menciones a *libertad* están asociadas a los derechos políticos. Frecuentemente

hacen referencia a la libertad la expresión, derecho fundamental en una democracia. Sin embargo, este no es ilimitado, por ejemplo, cuando un discurso incita a la violencia o cuando promueve la calumnia y la difamación. La mayoría está de acuerdo en que estos son límites apropiados para este tipo de discurso, sin embargo, no hay acuerdo sobre hasta qué punto un discurso puede ser libre. Es precisamente en ese margen interpretativo donde se introducen en ocasiones nuevas definiciones y marcos elaborados en función de determinados valores.

Por otra parte, cabe recordar que la libertad tiene uno o varios significados descriptivos. Bernal Pulido (2008) señala que en 1954, Norberto Bobbio establece una distinción entre la libertad «liberal» o libertad negativa, que se entiende como la facultad de realizar o no ciertas acciones sin impedimento externo; y la libertad democrática, libertad positiva, entendida como el poder de darse leyes a sí mismo. Plantea así los principales rasgos de la dicotomía entre libertad negativa y libertad positiva desarrollados por Isaiah Berlin en 1958. Para este autor, la libertad positiva es una libertad de soberanía, de autocontrol, que se alcanza o garantiza por medio de la aprobación de leyes. Es, pues, un ejercicio de autogobierno, una libertad colectiva. La libertad negativa es, en cambio, una libertad de no interferencia, de carácter individual, que se ejerce sin que nada o nadie restrinja la acción del individuo (Rodríguez López, 2021).

3 Metodología y corpus

Este trabajo se centra en la comunicación política en Twitter, medio que promueve un discurso condensado, fragmentado y efímero, que se apoya en enunciados paratácticos y en la repetición (Pano Alamán, 2019). El análisis aborda los encuadres léxicos (Lakoff, 2006) que los principales líderes políticos españoles elaboran en torno al lema *libertad**, asumiendo que las estrategias argumentativas y persuasivas que adoptan contribuyen a enfatizar o desenfatar determinados significados que permiten crear o activar marcos interpretativos preferentes o consistentes con los valores e ideologías de cada líder y de su partido. Esta idea se deriva de los postulados del Análisis crítico epistémico del discurso, que considera «la forma en que las representaciones del conocimiento influyen en la formación y transformación de los modelos mentales y el conocimiento general de los receptores» (Van Dijk, 2010: 179).

Para ello, adopto una metodología híbrida de análisis del discurso político en Twitter (Alcántara-Plá, 2020). El programa *SketchEngine* ha permitido extraer las ocurrencias de *libertad** presentes en los tuits de cada perfil (*Wordlist*) y analizar su

frecuencia, mientras que la función *Concordance*, que genera listas de concordancia en el formato *palabra clave en contexto* y consiente identificar los principales patrones sintácticos del lema en el corpus, han facilitado el análisis cualitativo.

El corpus está constituido por 3.600 tuits extraídos por @nombredeusuario, excluyendo los retuits y las respuestas. La extracción automática se ha realizado con el programa *Vicinitas* que interroga la API de Twitter y el servicio *Real-Time Tweets*, que ha permitido recopilar los mensajes publicados en los últimos meses en las cuentas: @sanchezcastejon, perfil de Pedro Sánchez Castejón, líder del Partido Socialista (PSOE) y presidente del gobierno español; @NunezFeijoo, cuenta de Alberto Núñez Feijóo, líder del Partido Popular (PP) desde abril de 2022; @Yolanda_Diaz_, perfil de Yolanda Díaz Pérez, líder de la plataforma Sumar, de Unidas Podemos en el Congreso y vicepresidenta del gobierno; y @Santi_ABASCAL, cuenta de Santiago Abascal, líder de Vox.

La extracción automática proporcionó un total de 6.749 tuits publicados en el periodo 04-12-2020 y 31-07-2022, que fueron descargados en 4 hojas de Excel, una por cada perfil. Con el fin de establecer una proporción para una comparación más fiable entre los cuatro políticos, seleccionamos los últimos 900 tuits publicados por cada uno, obteniendo un total de 3.600 tuits (100.895 palabras).

4 Resultados y discusión

Los primeros resultados arrojan datos sobre la frecuencia de uso (n. de ocurrencias) de los términos *libertad* y *libertades* presentes en los mensajes de cada líder (Fig. 1):

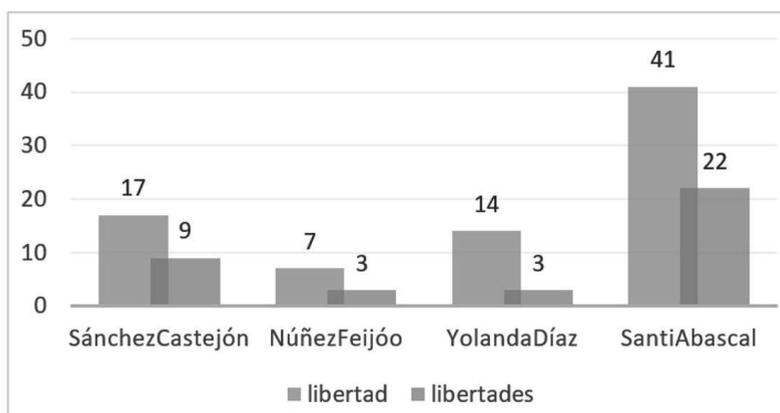


Figura 1: Número de ocurrencias de libertad y libertades por perfil

De entrada, respecto al número de ocurrencias que presenta el lema *libertad**, se observa una diferencia significativa entre los tuits de Santiago Abascal y los del resto de políticos. Abascal lo emplea en 63 ocasiones (41 ocurrencias de *libertad* y 22 de *libertades*). El uso que Pedro Sánchez hace de este término se sitúa muy por debajo (26 ocurrencias, 17 de la forma singular y 9 de la plural). Le siguen Yolanda Díaz, que lo emplea en 17 ocasiones y Alberto Núñez Feijóo, que lo utiliza solo 10 veces. En estos casos, *libertad* presenta, respectivamente, 14 y 7 ocurrencias, mientras que *libertades* aparece únicamente 3 veces en los tuits de ambos. Estos primeros datos señalan algunas tendencias relativas a su frecuencia de aparición. En primer lugar, la diferencia notable entre Abascal y los otros líderes en el uso de esta palabra; en segundo lugar, el empleo limitado del término por parte de Núñez Feijóo; por último, la preferencia en todos los casos por la forma singular *libertad*, respecto a la forma en plural.

4.1 Los distintos valores de *libertad**

El análisis de las colocaciones permite observar que Abascal, quien emplea la palabra con mayor frecuencia, la inserta en contextos más diversificados. En los mensajes del líder de Vox se advierte una preferencia por el uso de «libertades fundamentales» y «libertades básicas», así como su combinación con «derechos» (en 10 ocasiones), en sintagmas que remiten al concepto de libertad recogido en la Constitución («derechos fundamentales y libertades públicas», Título 1, Cap. 2). Son frecuentes también los sintagmas «libertad de expresión/movimiento» que precisan el alcance semántico del núcleo y que aluden a algunos derechos fundamentales, como en (1). Se observa asimismo una tendencia a emplear la fórmula «libertad de» junto a «los españoles», «los andaluces» (en tuits publicados durante los comicios del 19J de 2022 en Andalucía), «los catalanes» (en tuits relativos a la crisis en Cataluña), o «las naciones» (2). Veamos los dos ejemplos:

(1)

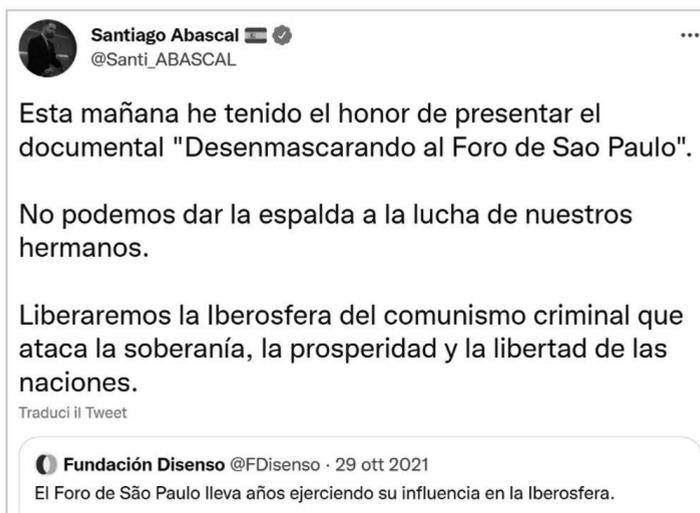


Santiago Abascal   @Santi_ABASCAL · 26 mag 2021 ...

Melilla. De nuevo la cacicada del gobierno, que lanza a sus violentos contra VOX, y utiliza esa **violencia para impedir la libertad de expresión** y manifestación.

No importa. Nos oirán en Melilla. Y en cualquier rincón de España.

(2)



En (1) se asocian dos tipos de libertades, la de expresión y la de manifestación, cuyo significado, definido por el derecho normativo, es claro y es el que comparte la mayor parte de los destinatarios del mensaje. Sin embargo, coaparece en ese tuit con «violencia» e «impedir», que sitúan los dos tipos de libertad en un marco en el que cabe inferir que existe un obstáculo grave para que esas libertades puedan ejercerse. El encuadre que se fomenta en este caso es que el gobierno, mediante una acción arbitraria («cacicada»), impide ejercer esas dos libertades fundamentales a Vox y a sus simpatizantes cuando acuden a una manifestación. Algo similar sucede en (2), donde, si bien el cotexto inmediato del término («la soberanía, la prosperidad y la *libertad* de las naciones») lo asocia a valores sobre los que quizá hay menos consenso (véase «soberanía», cfr. Chanley y Chanley, 2014), se trata de términos que suelen llevar aparejada una evaluación positiva («prosperidad»). Sin embargo, se coloca en el enunciado, como objeto directo, junto al verbo «atacar», lo cual no deja lugar a duda sobre el impacto negativo de esa acción contra una serie de valores que deberían protegerse. El sujeto de tal acción, el «comunismo», señala una ideología a la que se designa como «criminal», lo que contribuye a reforzar la idea en el interlocutor, el lector de ese tuit, de que esos derechos fundamentales corren peligro en manos de los representantes de esa ideología, asociada explícitamente al concepto de crimen. Se establece, pues, en la mente del destinatario del mensaje, una asociación implícita entre un *nosotros* que presenta al líder y a su partido como salvadores de esos valores («liberaremos la Iberosfera») y un *ellos* que remite al Foro de São Paulo, foro de partidos y grupos de izquierda de América Latina.

Los posesivos («nuestras libertades», «su libertad») que aparecen en otros tuits refuerzan esta estrategia. Véase en (3) la definición persuasiva que elabora respecto a *libertades* mediante el sintagma «mercancía con la que traficar», identificando de nuevo en *ellos* (gobierno, opinión pública, Pedro Sánchez) un peligro para «nuestras libertades»:

(3)



Santiago Abascal   @Santi_ABASCAL · 18 giu 2021 ...

Nos tacharon de suicidas por querer acabar con las mascarillas en exteriores

Ahora nos dan la razón para tapan la vergüenza de los indultos, el saqueo de la luz y el robo de la gasolina

Para Sánchez **nuestras libertades son mercancía** con la que traficar.

El enfoque sociocognitivo aplicado a los discursos ideológicos permite explicar esta estrategia a través del llamado cuadrado ideológico, que expresa las representaciones sociales de los grupos internos y externos (endogrupo y exogrupo) cuando se contraponen en el discurso, y que conlleva una autopresentación positiva de «nosotros» y una negativa de «ellos» (Van Dijk, 2005). Mediante esta estrategia, Abascal elabora un discurso en torno a *libertad** que se conecta con los valores que defiende este partido (soberanía, seguridad o prosperidad económica) y que designa a determinados «beneficiarios» de esa libertad. No obstante, a menudo emplea la palabra dentro de un encuadre en el que predomina la idea de perder la libertad, la amenaza de que *ellos nos* la quiten. Por medio de esta táctica, establece un marco que lleva a pensar que *ellos* violan normas y valores que para *nosotros*, el partido y sus votantes y simpatizantes, son esenciales, cuando en realidad lo son para todo individuo en una sociedad (Lakoff, 2006). Por medio de verbos como «pisotear» o sustantivos como «atropello», el líder de Vox acusa, generalmente al gobierno o a otros partidos, como al PP en (4), de querer acabar con las libertades fundamentales:

(4)



Santiago Abascal   @Santi_ABASCAL · 27 ott 2021 ...

Qué poca vergüenza. No os opusisteis a este atropello.
El problema es que los que **pisoteasteis derechos y libertades** fundamentales desde el gobierno o autonomías, no tenéis que pagar por ello.
En España, según el TC, la tiranía del bipartidismo es ilegal... pero está despenalizada



Pablo Casado Blanco  @pablocasado_ · 27 ott 2021

Advertí a Sánchez en el Congreso que su alarma era un estado de excepción encubierto para evitar el control judicial y parlamentario. El TC vuelve a declararlo inconstitucional.

Por otro lado, se emplea muy a menudo en la estructura «X de (la) libertad*», donde X coincide con: «defensa», «limitación», «enemigo», «falta», «problema», que inciden en una interpretación de la libertad como algo limitado, que tiene enemigos, y que es vital defender. Nótese en (5) la serie enumerativa «división, pérdida de libertades y miseria»:

(5)

Santiago Abascal @Santi_ABASCAL · 3 set 2021

Este invierno millones de españoles van a sufrir los efectos de una factura de la luz que no pueden pagar.

Hay que protegerles ya. Hay que echar a este gobierno que solo trae división, **pérdida de libertades y miseria**.

Estaremos con Solidaridad.

Solidaridad @solidaridad_esp · 2 set 2021

Salimos a la calle.

Abascal emplea frecuentemente las series enumerativas, en las que lema coocurre con palabras de sema positivo como: «prosperidad», «convivencia», «igualdad», «bienestar», «riqueza», «esperanza». Las series o listas son habituales en el discurso político en Twitter, especialmente el populista, pues tienen una gran eficacia persuasiva (Pano Alamán, en prensa). La reiteración de ideas en una serie mueve emocionalmente al destinatario y puede contribuir a su convencimiento; además, permite presentar los argumentos en favor de una determinada conclusión de forma inmediata e intensificada, como en (5), donde se plantea un escenario extremadamente negativo para «millones de españoles».

Sánchez también utiliza las series en sus tuits, si bien lo hace de manera esporádica. Por ejemplo, en (6), el sintagma «derechos y libertades» coaparece junto al acrónimo del Ingreso Mínimo Vital (IMV) y a la ley de vivienda para jóvenes, que no constituyen libertades en sentido normativo pero pueden conectarse con los derechos sociales, por ejemplo, el derecho a una vivienda digna:

(6)

Pedro Sánchez @sanchezcastejon · 13 nov 2021

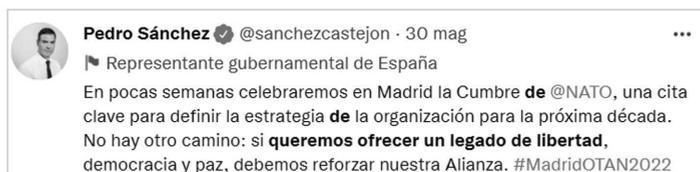
Representante gubernamental de España

Sabemos por qué existimos, cuál es la razón de ser de la socialdemocracia. Gobernamos por el IMV, por una ley de vivienda para la gente joven **o por más derechos y libertades**. Gobernamos para las mayorías sociales y lo seguiremos haciendo pese a la rabia de la derecha.

#Avanzamos_

El líder del PSOE y presidente del gobierno elabora un encuadre en el que se privilegia el significado normativo y de aprobación de las leyes. El adverbio de cantidad «más», que precede al sintagma, permite inferir a partir de ese discurso que esas leyes contribuyen a aumentar las libertades. En los tuits de Sánchez no aparecen modificadores semánticos como, por ejemplo, «fundamentales», que sí se presentan en los de Abascal. En todo caso, el término suele emplearse en «derechos y libertades» y «libertades y valores», y junto a «democracia», «justicia» y «seguridad» que remiten a ese encuadre. Se trata, de todos modos, de conceptos en disputa que dejan amplio espacio a la interpretación en función de los valores e ideologías que el lector del tuit asocia a este partido. Desde esta perspectiva, cabe observar las relaciones semánticas que estas palabras establecen con *libertad** en esos enunciados. Por ejemplo, en los tuits de Sánchez, el lema aparece a menudo junto a «democracia», en mensajes en los que se menciona a la UE o se comentan o celebran los resultados electorales en países como Francia y Eslovenia, en los que ganan las opciones de centro izquierda. Se emplea asimismo en series en las que se conecta con democracia y paz, como en (7), mensaje publicado a pocas semanas de celebrar la cumbre de la OTAN en Madrid, en el que Sánchez elabora una cuasi definición del concepto, relacionándolo argumentativamente con la necesidad de garantizar la paz y la democracia en los países de la Alianza, en el actual contexto de guerra contra Rusia:

(7)



Véase también «seguridad», que el líder socialista emplea en referencia a la necesidad de reforzar la alianza europea para garantizar la libertad frente al peligro de la guerra. En otros casos, su significado se restringe a un tipo de seguridad, el que debe garantizarse a la mujer, para que pueda ser libre de la violencia machista (8). No hay margen para otro tipo de interpretaciones en este caso gracias al complemento del nombre «de las mujeres», que relaciona argumentativamente los significados de seguridad y libertad a las políticas contra la violencia de género, señalando de modo explícito cómo se pueden alcanzar o garantizar («trabajando en una sociedad feminista [...] que eduque en igualdad»):

(8)



En estos mensaje predomina el sintagma «derechos y libertades», asociado también a «jóvenes» y a «todas y todos», y puesto en relación con la Constitución o con el proyecto europeo; Sánchez elabora de este modo un marco amplio relativo a quienes deben ver garantizada su *libertad*. En el sintagma frecuente «X de libertad*», aparecen los núcleos «legado», «principio», «espacio» y «defensa», concepto este último que no alude a la necesidad de protegerla ante el peligro como plantea Abascal en (5), sino que hace referencia a acontecimientos en los que efectivamente se atenta contra la libertad a la vida, como son la guerra o el terrorismo. En este sentido, un elemento que proporciona pistas para entender en qué sentido cabe interpretar el término en función de los valores de cada grupo político es el análisis del posesivo «nuestras» junto a «libertades», que Sánchez emplea también. Por ejemplo, en (9) recuerda a las víctimas de los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid como un «símbolo de la defensa de nuestras libertades», invitando al lector a inferir en ese contexto que son las de una sociedad que refuerza las políticas de la memoria:

(9)

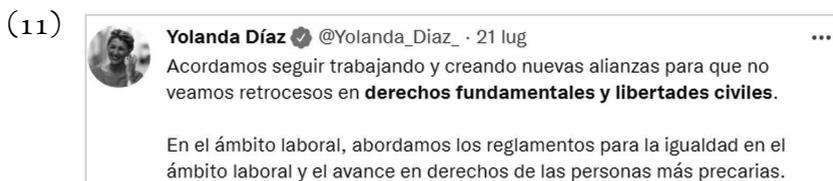


En este caso, si bien se alude a la necesidad de defender las libertades ante el terrorismo, no se establece una oposición neta y explícita entre quienes la defienden (*nosotros*) y quienes la atacan o la hacen peligrar (*ellos*). En general,

en estos mensajes predomina la idea de que la libertad debe afianzarse o debe avanzar en relación con la promoción de determinados valores que defiende el PSOE (y el gobierno), sobre todo en la esfera de los derechos sociales, económicos y culturales y en la de la vida privada de las personas. Véase en (10) la fórmula original «ser en libertad», relacionada con la identidad de género, como derecho que debe reivindicarse cotidianamente:



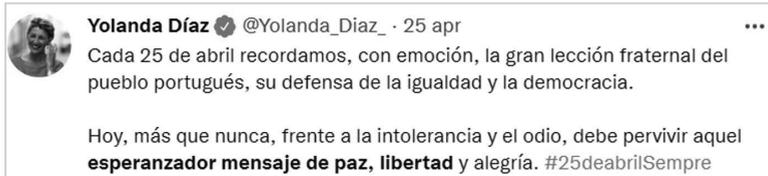
En los tuits de Yolanda Díaz, *libertades* lleva aparejada los modificadores «individuales» y «civiles», generalmente asociados en sus mensajes a la igualdad y la diversidad, y a las libertades civiles, en su sentido más amplio (conciencia, expresión, seguridad, propiedad, integridad corporal) como garantías que los gobiernos se comprometen a no restringir por constitución, legislación o interpretación judicial. A menudo, como vemos en (11), si bien parece hacer referencia al significado amplio, normativo, de «libertades», el cotexto en el que se sitúa el término restringe el marco interpretativo. El significado que vehicula el lema en este caso está estrechamente relacionado con los derechos sociales y económicos y con el ámbito laboral y la lucha contra la precariedad:



Este tipo de estrategia es habitual en los mensajes de Díaz, cuyo objetivo parece ser el de remitir al significado normativo del término para restringirlo después al ámbito de su aplicación en aquellas esferas en las que la libertad puede o debe ejercerse, además de protegerse para que no haya «retrocesos». Como en algunos tuits de Sánchez, Díaz invita a interpretar esas libertades como un objetivo o como un valor que su partido se compromete a reforzar día a día («lucha cotidiana», «acordamos seguir trabajando», «el avance en derechos»). El lema aparece en sus mensajes en series que incluyen palabras

como «diversidad», «paz» y «derechos», que convergen hacia ese marco. No obstante, en una ocasión (12) se incluye en una serie, cuyo núcleo es «esperanzador mensaje» y que se cierra con «alegría»:

(12)



El mensaje celebra el 25 de abril de 1975, efemérides de la Revolución de los claveles en Portugal, que considera como «una lección» de defensa de la igualdad y la democracia contra la dictadura de António Salazar. En este enunciado, Díaz apela a las emociones y propone dos encuadres opuestos en cuyo centro sitúa «el mensaje de libertad», de acuerdo con los valores que defiende: uno positivo relacionado con los sentimientos de esperanza y alegría, y uno negativo que conecta con la intolerancia y el odio. Esta estrategia de cuasi definición permite asociar al concepto valores como el de la esperanza o la alegría, y subrayar la necesidad de recordar el pasado para que lo que se podría interpretar como un efecto positivo de la libertad se mantenga («debe pervivir»).

El concepto se menciona a menudo en tuits relacionados con acontecimientos históricos dentro de un encuadre celebrativo; para esta líder, la libertad se conecta explícitamente con la idea de «liberación» del miedo y el odio, y con la necesidad de mantenerse y salvaguardarse de cara al futuro, adoptando políticas centradas en ese concepto esencial dentro de los valores de su propuesta política:

(13)



En algunos tuits de esta política se apela a las emociones positivas. Por ejemplo, cuando emplea *libertad** junto a un verbo como *amar*, en «amarás la libertad», en colocaciones «libertad y alegría» y «libertad y oportunidades» o en series como «fogonazo de libertad, color y vitalismo en el cielo de nuestras vidas», que aparece en un mensaje que amplía estratégicamente el significado del lema en el contexto de la libertad artística que trajo consigo la Movida de

los años ochenta. Así, el sentido en el que cabe interpretar el concepto no es solo normativo, sino que se aplica a cualquier actividad y contexto. En (14), por ejemplo, remite a la «labor humanitaria»:

(14)

Yolanda Díaz ✓
@Yolanda_Diaz_

Una excelente noticia para la familia de Juana y para nuestro país: necesitamos que la labor humanitaria se ejerza con libertad y respetando los principios consagrados por Naciones Unidas.

La cooperación internacional es uno de los grandes orgullos de nuestra sociedad civil.

Traduci il Tweet

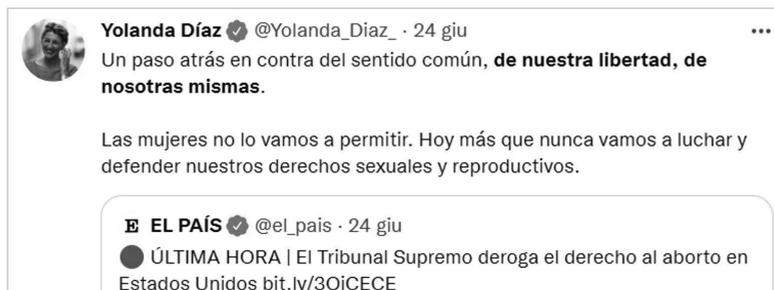
EFE Noticias ✓ @EFEnoticias · 1 feb
Un comité penitenciario concede la libertad condicional a la española Juana Ruiz, condenada por trabajar y recaudar fondos para una ONG palestina que Israel considera ilegal.

bit.ly/3sbm6mt
Mostra questa discussione

9:41 PM · 1 feb 2022 · Twitter for iPhone

En este caso, Díaz celebra la noticia publicada en otro tuit por la agencia EFE: «Un comité penitenciario concede la libertad condicional a la española Juana Ruiz, condenada por trabajar y recaudar fondos para una ONG palestina que Israel considera ilegal». El término aparece aquí en un enunciado en el que Díaz afirma la necesidad de ejercer la ayuda humanitaria en libertad, es decir, sin coerción y sin riesgo a perderla, consecuencia de ir a la cárcel. Sin embargo, se trata de una libertad entendida en sentido negativo, tal como la planteaba Berlin, esto es, una idea de libertad que prevé un límite autoimpuesto por ley y que en este caso equivale al respeto de los «principios consagrados por las Naciones Unidas». En general, en los mensajes de Díaz destaca una idea de libertad que acompaña cualquier acción, relativamente a la idea de oportunidades, en el ámbito laboral (11), o de no coerción en la esfera de la cooperación internacional (14). Esa idea de libertad se aplica a todos los miembros de la sociedad, pero es frecuente en sus tuits que el término se asocie a los derechos y libertades de las mujeres, marco que comparte con Sánchez. Véanse «ni un paso atrás» y «en contra [...] de nuestra libertad» en (15), que comenta una noticia de *El País* enlazada en el tuit; en este caso, la de la derogación del derecho al aborto por parte del Tribunal Supremo de EE.UU.:

(15)



Ya hemos visto que Núñez Feijóo emplea el término de forma menos frecuente respecto a los otros líderes. Este aspecto resulta curioso si se considera que la consigna adoptada a partir de 2020 por el partido que lidera (PP) es el de «Gobiernos por la libertad». Los actos organizados bajo este lema político cuando Pablo Casado lideraba aún el partido promueven la idea que este es el único que defiende la libertad en el país, especialmente en las Comunidades Autónomas donde gobierna, como Madrid. Por ello, resulta extraño que sea el líder político que menos lo utiliza en sus tuits.

En todo caso, el análisis muestra que el sintagma «gobiernos por/de la libertad» aparece en dos ocasiones en sus tuits. En (16), habla en nombre del PP y de los gobiernos en los que este tiene mayoría, asociando «partido» y «gobiernos» a *libertad* a través de un verbo copulativo. Establece así una relación de equivalencia entre los dos primeros conceptos que designan al propio grupo (*nosotros*) y el de libertad, en un contexto en el que indica posibles significados de este último (definición persuasiva), en función de los valores ideológicos de su partido:

(16)

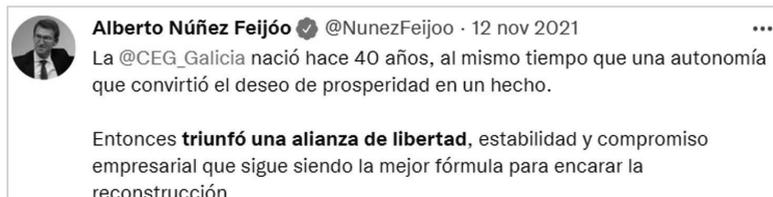


El mensaje, dirigido a sus seguidores en el microblog y a posibles simpatizantes en la plataforma, incluye, pues, una larga serie en la que, por un lado, asocia libertad a distintos ámbitos de la política que llevan a cabo los gobiernos autonómicos del PP, y, por otro, personaliza el concepto de libertad, de modo que esta actúa de forma consciente («libertad que invierte, garantiza, cuida»). El mensaje juega, de todos modos, con la ambigüedad al equiparar *nosotros* con *libertad*, asociando implícitamente las acciones de ese partido y sus gobiernos con las

acciones, en sentido metafórico, de esa libertad. Por tanto, más que relacionarse con los derechos y libertades que se mencionan directa o indirectamente en los mensajes de otros líderes y en ámbitos como los derechos sociales, la libertad de expresión, etc., en los tuits del líder del PP la libertad se redefine persuasivamente a través de las propuestas político-electorales del partido, como la inversión en competitividad, la garantía de la sanidad, el cuidado de los mayores o el saneamiento de las cuentas públicas. Se establece, pues, un cortocircuito entre el concepto y lo que hace o dice este partido, o lo que haría si gobernara a nivel nacional, como deja entrever el último enunciado.

En los mensajes de Núñez Feijóo, el lema no lleva modificadores semánticos que precisen su significado o lo sitúen en el marco de los derechos y libertades normativos. Sí suele aparecer junto a «estabilidad», «compromiso empresarial», «convivencia», «autonomismo constitucional» y «bienestar», que remiten a los valores que su partido relaciona con la idea de libertad. En concreto, si atendemos a los significados de estos términos y a los sentidos que adquieren en los mensajes publicados por este político, observamos que privilegia dos campos semánticos: el de la economía y el de la estabilidad institucional y territorial. En este ejemplo menciona la «alianza de libertad, estabilidad y compromiso empresarial» que triunfó cuando se fundó la Confederación de Empresarios de Galicia:

(17)



En este contexto es posible inferir que la libertad con la que relaciona esa alianza tiene prevalentemente un sentido económico o que se aplica en esa esfera, en la que desde una ideología neoliberal, es preferible que el estado no interfiera (Lakoff, 2006; Chanley y Chanley, 2014). El concepto de «alianza» y el sintagma «mejor fórmula» presupone que la libertad en el terreno económico, como la entiende esta asociación de empresarios y el líder del PP, es la única que garantiza estabilidad y la que puede afrontar la reconstrucción ante la crisis actual.

El lema coaparece también en este corpus con «paz» y «democracia», por ejemplo, en un tuit (18) que se relaciona con la guerra en Ucrania, y que adopta la misma fórmula que usa Sánchez en (7), aunque alterando el orden de los términos:

(18)



En este caso, el encuadre dominante es el de la libertad que supone no estar en guerra y que, de acuerdo con los valores de este partido, miembro del grupo de los Populares en la UE, se conecta con la estrategia europea adoptada contra Rusia. En este sentido, cabe mencionar el empleo en un tuit del sintagma «gran sueño europeo de la libertad», mediante el cual el líder del PP apela a las emociones, conectando el término a un ideal que se asocia con el Estado de derecho y de bienestar «de nuestros compatriotas», aunque no se especifica si son los europeos. Se alude a un estado de cosas ideal, un sueño, que, de acuerdo con la estrategia argumentativa que adopta, puede alcanzarse gracias a la acción del Partido Popular europeo y a su presidente, al que se felicita en ese tuit por su nombramiento, declarando la disponibilidad a colaborar:

(19)



Otros sintagmas, como «décadas de libertad», aluden a un bien consolidado que cabe proteger ante determinadas amenazas. Por ejemplo, en (20) se privilegia la idea de protección de la libertad de movimiento frente a un peligro concreto, idea que se formula implícitamente a través del enunciado exhortativo «ningún demócrata debe ir escoltado»:

(20)



El mensaje explicita, además, que la protección o la defensa de la libertad se lleva a cabo contra el fanatismo «de los intolerantes» en Cataluña. En algunos mensajes como este, el líder del PP no solo subraya que es necesario proteger

la libertad de un peligro, sino que identifica en otros, en *ellos* –en este caso los intolerantes– a quienes atentan o buscan limitar *nuestra* libertad.

4.2 Defender la libertad

Este análisis ha permitido constatar que todos los líderes, especialmente Abascal, Sánchez y Núñez Feijóo, aunque en menor medida, establecen un marco interpretativo de defensa o protección de la *libertad**. En los mensajes de Abascal, si bien se privilegia la fórmula «defender la libertad», que presenta dos ocurrencias, el lema coaparece también con «amenazar», «atropellar», «borrar», «impedir», «limitar», «quitar», «recobrar», «recortar», «recuperar» y «socavar», que remiten a la idea de defensa, pero también de ataque violento a la libertad y recuperación de la misma. En los de Sánchez y Núñez Feijóo, aparece solo en una ocasión, respectivamente, con «defender» y «proteger». En los mensajes de estos dos políticos, se subraya la necesidad de defender las libertades ante el riesgo de perder derechos consolidados (véase «legado de libertad») en España o en las democracias europeas, por ejemplo, en el contexto de la guerra; o bien ante el peligro de que *ellos* («los intolerantes») atenten contra las propias libertades.

Distintos son los encuadres que plantean, en cambio, Díaz y Abascal, a través de los verbos que coaparecen con *libertad** en el mismo contexto lingüístico. Los tuits de Díaz presentan una sola ocurrencia de «amar», «ligar» y «poner» («poner la libertad en el centro»). Esta política emplea el primer verbo en el enunciado: «Si amas el mar, amarás la libertad», extraído de un artículo de Manuel Rivas enlazado en el tuit, en el que se recuerda la masacre de El Ferrol en 1972, tras las manifestaciones por los derechos de los trabajadores en esta ciudad. Utiliza, en cambio, «ligar» en el sentido de relacionar, en «la filosofía ligó la libertad a la cuestión del tiempo liberado», para recomendar un libro en el que se reflexiona sobre la reducción de la jornada laboral. Por último, a través de la locución «poner en el centro» en el ejemplo (13) destaca la necesidad de que los proyectos de futuro tengan como punto central la libertad. A través de estos verbos, Díaz elabora encuadres, mediante los cuales redefine el término con un énfasis en los derechos sociales y económicos y de manifestación, y con una atención hacia el contraste al odio.

Por otro lado, la estructura verbal que más se repite en los tuits de Sánchez, Núñez Feijóo y Díaz cuando aparecen *defender* o *poner en el centro* es la de «derechos y libertades», en referencia a las garantías que recoge la Constitución,

cuando remiten a los valores y políticas que proponen para España, y a los conceptos de democracia, paz y seguridad, en aquellos mensajes que aluden a la guerra en Ucrania y a los valores europeos. No obstante, mientras que en los tuits de Sánchez y Díaz, se hace referencia también a la libertad de las mujeres de la violencia machista, a la igualdad y a la diversidad, en los de Núñez Feijóo predomina la idea de estabilidad territorial y de bienestar económico y social.

En cuanto a los tuits de Abascal, se ha apuntado ya la gran cantidad de verbos que aparecen con el lema *libertad**; estos presentan 15 ocurrencias en total frente a 1 o 3 en los otros tres casos. Incluso a través de metáforas («atropellar las libertades»), estos verbos configuran un encuadre esencialmente negativo en el que se ataca a la libertad desde distintos frentes. Privilegia la idea de amenaza o de reducción drástica de libertades por parte de actores políticos, empresas, instituciones e ideologías que se presentan como *nuestros* enemigos; contra *ellos*, el partido se autodesigna en los tuits como la única fuerza capaz de defenderlas, exigir las, recobrarlas o recuperarlas. En este sentido, recurre a la hipérbole exagerando las diferencias entre lo que significa *libertad** para este partido y lo que significa para los demás, si bien emplea el término en el sentido normativo que adoptan también los demás, relacionado esencialmente con los derechos de expresión, manifestación, seguridad, de vida en democracia o en paz. La estrategia persuasiva pasa en este caso no tanto por la redefinición del concepto, sino por su empleo dentro de un discurso polarizado e hiperbólico, propio del discurso de este partido (Oleaque Moreno, 2020), que invita a colocar esos valores dentro de un contexto de amenaza y miedo, de recorte de las libertades. La inminencia del ataque exige, por otra parte, una reacción inmediata. Para atajar ese peligro, este líder político solicita la legitimación de acciones preventivas, como echar al gobierno (5), además de buscar aliados o ayudar a los nuestros (véase «nuestros hermanos» en 2) en la lucha por la libertad.

5 Conclusiones

El análisis que se ha llevado a cabo en este trabajo ha permitido indagar sobre los valores léxico-semánticos que presenta el lema *libertad** en un corpus de tuits de discurso político español. Los datos analizados revelan un uso estratégico del concepto por parte de los cuatro líderes políticos considerados, aunque con diferencias. En términos cuantitativos, se ha destacado la mayor frecuencia de empleo del término en los tuits del líder de Vox, respecto, por ejemplo, a su presencia esporádica en los del líder del PP. Desde un punto de vista cualitativo, se ha destacado la diferencia

significativa entre Abascal y los otros tres políticos, quienes suelen privilegiar el significado normativo del término bien ampliando su alcance en series en las que aparece con paz, seguridad y democracia, bien restringiendo en algunos casos su significado a determinados tipos de libertades civiles o fundamentales y a los derechos asociados a estas, en función de la ideología de cada partido o de si están en el gobierno o en la oposición. Abascal se desmarca del resto al priorizar la idea de amenaza a las libertades y al apropiarse del término, que utiliza con mucha más frecuencia, asociándolo exclusivamente a los valores que defiende su partido a través de tácticas de cuasi definición y de definición persuasiva. Los dispositivos léxicos empleados en sus tuits contribuyen a simplificar el marco relativo a los límites impuestos a la libertad en su sentido positivo, autoimpuesto por la colectividad mediante leyes para garantizar la convivencia, por lo que llevan a privilegiar un sentido negativo del concepto, el de no restricción, dentro de un esquema polarizado. En un contexto interpretativo como este, cuando se emplea «libertad», se está hablando en realidad de *derechos* individuales o de unos pocos que nada o nadie deben limitar.

Bibliografía

- Alcántara-Plá, M. (2020): «Metodología híbrida para el análisis del discurso digital. El ejemplo de ‘democracia’ en Twitter». *Cuadernos AISPI: Estudios de lenguas y literaturas hispánicas*, vol. 16, n. 2, 25-44.
- Bernal Pulido, C. (2008): «El concepto de libertad en la teoría política de Norberto Bobbio». *Isonomía*, 29, 97-120
- Chanley, J., S. Chanley (2014): «The Meaning of Freedom in Public Discourse». SSRN, s.n. <https://ssrn.com/abstract=2521173>
- Charaudeau, P. (2021): *El discurso político. Las máscaras del poder*. Buenos Aires: Prometeo.
- Connolly, W. E. (1983): *The Terms of Political Discourse*. Oxford: Martin Robertson.
- Fillmore, Ch. J. (2003): *Form and Meaning in Language: Papers on Semantic Roles*. Stanford, CA: CSLI Publications.
- Gallardo Paúls, B. (2022): *Signos rotos. Fracturas de lenguaje en la esfera pública*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Gallie, G. (1955): «Essentially Contested Concepts». *Proceedings of the Aristotelian Society New Series*, Vol. 56, 167-198.

- Lakoff, G. (2006): *Whose freedom? The battle over America's most important idea*. New York: Picador.
- Lombardi Vallauri, E., L. Baranzini, D. Cimmino, F. Cominetti, C. Coppola, G. Mannaioli (2020): «Implicit argumentation and persuasion. A measuring model». *Journal of Argumentation in Context*, 9(1), 95-123.
- Macagno, F., D. Walton (2010): «What we hide in words: Emotive words and persuasive definitions». *Journal of Pragmatics*, 42, 1997-2013.
- Macagno, F. (2022): «Argumentation profiles and the manipulation of common ground. The arguments of populist leaders on Twitter». *Journal of Pragmatics*, 191, 67-82.
- Mancera Rueda, A., A. Pano Alamán (2013): *El discurso político en Twitter*. Barcelona: Anthropos.
- Naciones Unidas (1948). *Declaración universal de los derechos humanos*. En línea: <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Oleaque Moreno, J. M. (2020): «El discurso en positivo de Vox: los medios difundidos en Twitter por la extrema derecha». *Cuadernos AISPI*, 16, 45-62. En línea: <https://www.ledijournals.com/ojs/index.php/cuadernos/article/view/1697>
- Pano Alamán, A. (2019): «Condensación y fragmentación del discurso político en Twitter». En: N. Pellisser, J. M. Oleaque Moreno (eds.), *Mutaciones discursivas en el siglo XXI: la política en los medios y las redes*. Valencia: Tirant lo Blanch, 75-92.
- Pano Alamán, A. (en prensa): «Series enumerativas y populismo en el discurso político español en Twitter». En: *Populism, political representation, media language and power*, Stockholm: Stockholm University Press.
- Rodríguez López, B. (2021): «Libertad negativa y positiva en *On Liberty*». *Ápeiron. Estudios de filosofía*, 14, 79-96.
- Santiago-Guervós, J. de. «Vocabulary, Story and Ideology in the Rhetoric of Persuasive Speech». *Estudios de lingüística del español*, Vol. 40, 9-26: <https://raco.cat/index.php/Elies/article/view/363486>.
- Saussure, L. de, P. J. Schulz (2005): *Manipulation And Ideologies in the Twentieth Century: Discourse, Language, Mind*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Schiappa, E. (2003): *Defining reality. Definitions and the politics of meaning*. Carbondale: Southern Illinois University Press.

- Van Dijk, T. (2005): «Ideología y análisis del discurso». *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 10, 29, 9-36.
- Van Dijk, T. (2010): «Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso». *Revista de Investigación Lingüística* 13, 167-215.
- Walton, D., F. Macagno (2010): «Defeasible classifications and inferences from definitions». *Informal Logic*, 30, 34-61.

The Concept of *Freedom* in Spanish Political Discourse on Twitter

Keywords: freedom, political discourse, populism, persuasion, Twitter

This article, which focuses on political discourse found on Twitter, presents the results of an analysis of the semantic values of the concept of *freedom* in a corpus of tweets derived from those published by the main Spanish political leaders. Based on the approaches of critical epistemic discourse analysis and the concept of lexical framing, the study addresses the lexical-semantic dimension of this term in the corpus. The aim is to identify the interpretative contexts that political leaders privilege in their discourse based on their values and ideologies as well as their persuasion strategies, so that their intended audience adhere to their proposals. The results show that *freedom* co-appears with other terms that reinforce its normative meaning associated with different rights and freedoms. Sometimes the need to protect freedom is claimed, especially in the case of the leader of Vox, who insists on framing the threat to freedom by promoting polarization.

Svoboda v španskem političnem diskurzu na Twitterju

Ključne besede: svoboda, politični diskurz, populizem, prepričevanje, Twitter

Članek, osredotočen na politični diskurz na Twitterju, predstavlja rezultate analize semantičnih vrednosti, ki jih predstavlja termin svoboda v tvitih, ki so jih objavili glavni španski politični voditelji. Študija, ki temelji tako na pristopih kritične epistemične analize diskurza kot na konceptu leksikalnega uokvirjanja, obravnava leksikalno-pomensko razsežnost tega termina v korpusu

tvitov. Cilj analize je ugotoviti interpretativne kontekste, ki jih voditelji poučarjajo v svojem govoru na podlagi svojih vrednot in ideologij ter s pomočjo strategij prepričevanja, tako da se končni prejemniki navdušijo za njihove predloge. Rezultati kažejo, da se izraz svoboda pojavlja sočasno z izrazi, ki krepijo njegov normativni pomen, povezan z različnimi pravicami in svoboščinami. Včasih trdijo, da je treba svobodo zaščititi, zlasti v primeru voditelja Voxa, ki vztraja pri oznanjanju grožnje svobodi, kar spodbuja družbeno polarizacijo.

Ana Pano Alamán

Ana Pano Alamán es Profesora titular de lengua y lingüística española en la Universidad de Bolonia. Sus principales áreas de investigación son el análisis lingüístico y pragmático del discurso digital y el análisis crítico de los discursos político y mediático. Sobre estos temas, ha publicado numerosos artículos en revistas nacionales e internacionales. Es autora de la monografía *Dialogar en la Red. La lengua española en chats, email, foros y blogs* (Peter Lang 2008) y coautora de *El discurso político en Twitter* (Anthropos 2013), *El español coloquial en las redes sociales* (Arco Libros 2013) y *La opinión pública en la Red* (Iberoamericana-Vervuert 2020). Ha sido miembro de la Junta directiva de la asociación internacional de Estudios de Discurso y Sociedad (EDiSo). Es co-editora jefa de la revista *Textos en Proceso. Revista de Lengua y Lingüística del español* (ASICE-EDICE) e investigadora en los proyectos *DISMUPREN. Discurso sobre mujer y lenguaje en prensa* y *METAPRES-COLING. El discurso metalingüístico en la prensa española*.

Dirección:

Università di Bologna
Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Moderne
Via Cartoleria 5
I-40124 Bologna
Italia

Correo electrónico:

ana.pano@unibo.it

María Isabel Rodríguez Ponce

DOI: 10.4312/vh.30.1.173-193

Universidad de Extremadura



***TERF*: ¿Insulto o meme? El sesgo ideológico en el análisis crítico del discurso**

Palabras clave: *TERF**, análisis crítico del discurso, sesgo ideológico, discurso de odio, ciberantifeminismo

En este estudio se intentan delimitar unos criterios claros en el tratamiento discursivo de *terf*, explorando las fronteras entre el discurso de odio y la libertad de expresión, y observando el tradicional relegamiento institucional del discurso de odio sexista. Sobre este último, se han descrito variantes como el *gender trolling*, y específicamente el ciberantifeminismo. Se ha revisado el material lingüístico que producen estas corrientes, especialmente el término *feminazi*, una de las principales etiquetas antifeministas, para ponerlo en permanente correlación y contraste con *terf* y dilucidar, según diversos criterios y clasificaciones científicas, cuál es la consideración discursiva que mejor le corresponde.

(*) *Trans-exclusionary radical feminist*

1 Introducción

Recientemente, en algunos trabajos de investigación (De la Villa, 2021) se observa que el empleo de la atribución *terf* (inicialmente la sigla de «trans-exclusionary radical feminist») se analiza como *meme*, dispositivo multimodal cuya principal característica discursiva es el humor satírico (Moussa, Benmessaoud y Douai, 2020). Este tipo de interpretación nos ha llevado a intentar una revisión de este fenómeno desde el punto de vista del análisis crítico del discurso, al igual que el estudio citado en primer lugar, pero quizás implementando otras claves analíticas e identificando metodológicamente los usos y significados de *terf* mediante la búsqueda y el contraste bibliográfico.

En artículos como el mencionado inicialmente se revisa el empleo *neutro* de *terf*, tal y como hace su creadora, Viv Smythe (De la Villa, 2021: 62), quien declara no haberlo acuñado como insulto, sino como la descripción técnica de un grupo activista (*radfems* o feministas radicales) (Smythe, 2018; Williams, 2014 y 2016: 255). Sin embargo, no es difícil encontrar investigación reciente (Ferré y Zaldívar, 2022: 5) que reconoce que *terf* ha perdido su pretendido significado original, y la propia Smythe no puede ignorar el carácter de insulto que este término ha ido desarrollando en poco tiempo (De la Villa, 2021: 62). Hay quien insiste (Elizabeth Hungerford, en Williams, 2014) en que, desde su misma creación, *terf* no está pensado para ser descriptivo, sino insultante, porque se trata de una caracterización «hiperbólica, engañosa y difamatoria». Si es cierto que *terf* comenzó su andadura como un vocablo técnico y descriptivo, está claro que los contextos en que se ha divulgado y las connotaciones que, con cierto entusiasmo y velocidad, se le han asociado, han propiciado un proceso de envilecimiento semántico exprés para esta palabra.

En cuanto a esos contextos, no hay que desdeñar el hecho de que la expansión de este término se haya producido en el ámbito de unas redes sociales que constituyen por definición una «comunidad de práctica descortés» en la que el conflicto es «el núcleo esencial de la práctica compartida» (Kaul, 2020: 499-502). En la comunicación digital resulta muy complejo delimitar con exactitud los conceptos de descortesía o de discurso de odio, fenómeno, por otra parte, muy mediatizado por el principio de libertad de expresión. De hecho, el momento histórico en el que vivimos está caracterizado por la legitimación de la descortesía, el odio y la violencia, hasta el punto de que han comenzado a adquirir cierto prestigio social (Izquierdo, 2019: 46 y 2020: 56).

Solo un caldo de cultivo de este tipo justifica correspondencias en las que, mediante el empleo de *terf/terfa*, el feminismo acaba asociado tendenciosamente a la exclusión y al odio, como al nazismo en *feminazi*, su antecedente y correlato; y solo de este modo se entiende que expresiones como «punch a *terf*» o «kill a *terf*» («golpea a una *terf*», «mata a una *terf*») sean interpretadas no como insultos o amenazas literales, «sino como un meme» (De la Villa, 2021: 71, traducción propia). El origen de la expresión «punch a *terf*» se sitúa en «punch a nazi» (De la Villa, 2021: 70), que, como se nos aclara en Stack (2017), deriva del ataque a un neonazi estadounidense, Richard B. Spencer, cuya viralización audiovisual en las redes sociales desató una ola de bromas y memes online. Hubo en este caso un debate sobre si era ético golpear a alguien, y muchas personas concluyeron que el golpe fue «gracioso».

Incluso se llegó a comparar favorablemente al atacante con Indiana Jones o el Capitán América.

Del mismo modo en que es «gracioso» e incluso parece estar justificado éticamente golpear a un nazi, lo está golpear a una *terf*. De la abundancia y del grado de violencia de estas manifestaciones dan buena cuenta páginas como <https://terfisaslur.com> o <https://terfesuninsulto.com>, que recopilan su presencia en todo tipo de redes sociales; y también plataformas como Reddit, de la que De la Villa (2021: 64) obtiene la base de datos para su estudio. En varias partes de su trabajo y en sus conclusiones finales, De la Villa (2021: 72, 74) interpreta como «una estrategia de dinámica de poder hacia la deshumanización de la comunidad transinclusiva» (traducción propia) el uso de léxico metafórico bélico (*camp*, *defense*, *maneuver*, *power*, *tactic*) o de atribuciones como *scarecrow* (*espantapájaros*) en foros calificados como transexcluyentes, pero no parece observarse ninguna estrategia deshumanizadora en el aluvión de variantes de «punch the *terf*» o «kill the *terf*» que aparecen en las redes sociales y que se recogen en páginas como las aludidas (terfesuninsulto.com): «Yo me animo a matar un par de *terfs*, solo necesito que me las acerquen»; «A las *terfs* y a los nazis un tiro en la nuca y punto»; «Un *wolfstein* pero en vez de matar nazis vas cargándote *terfs* de mierda apuñalándoles la puta cabeza»; «Planta un árbol, mata a una *terf*»; «A los nazis se les puede pegar sin problema. Y a las *terfs*»; «Pues sí, estamos hablando de matar a *terfs*, no a personas, que se os olvida» ...

Terf ha pasado de ser supuestamente una etiqueta definidora a ser un insulto que se le puede lanzar a alguien, por ejemplo, solo por el hecho de manifestar que el sexo es una realidad biológica objetiva (Pearce, Erikainen y Vincent, 2020a: 884-885), raíz de la opresión histórica femenina; o dicho en palabras de la columnista británica Sara Ditung en 2017, «el listón para ser llamada TERF está notablemente bajo» (*terf*, Wikipedia). Teniendo en cuenta todo esto, ¿puede justificarse realmente que este tipo de mensajes ostenten el calificativo o el tratamiento de meme? ¿Qué tipo de contexto valida que estas expresiones puedan interpretarse como una broma o un chiste? ¿Es suficiente atribuirlo a su ubicación en las redes sociales como hábitat naturalizado de la descortesía, la violencia y el conflicto? Quizás sea así en parte, pero no completamente, y responder a las preguntas recién expuestas, que se retomarán en las conclusiones, constituirá el objetivo de este trabajo. Ya hay estudios que, valiéndose asimismo de las estrategias del análisis crítico del discurso, enmarcan estos recursos en una modalidad de antifeminismo conectada con la misoginia y la posverdad, y próxima “a los discursos de odio (*hate speech*) representados por el racismo y la homofobia” (Bonet, 2020: 9).

2 Discurso de odio y ACD

De la anterior afirmación de Bonet quizás podría deducirse que existen matices sobre la inclusión del discurso de odio sexista dentro de la categoría general de discurso de odio, o al menos que, en la evolución histórica del fenómeno, el sexismo no ha gozado de una consideración equivalente a otras motivaciones del *hate speech*. Lamentablemente, no podemos detenernos en la compleja delimitación del concepto de discurso de odio (Díez, 2020; Cabo y García, 2017), pero queda claro que las definiciones de gran parte de los organismos e instituciones internacionales consideran como susceptibles de discriminación por odio a grupos minoritarios relacionados principalmente con la raza, la religión o la xenofobia (Díez, 2020: 53). Así se observa si se hace una revisión histórica de las normativas, pactos y convenios internacionales que se han ido elaborando a este respecto desde finales de los años 50 del siglo XX hasta nuestros días (Esquivel, 2006: 6; Torres y Tarrico, 2019: 8-18). Aunque hay definiciones que extienden el catálogo de motivaciones para el discurso de odio e incluyen el sexo, la impresión es que este ocupa una posición secundaria con respecto a otras causas de discriminación.

Otro punto clave en la delimitación del discurso de odio es la frontera entre este y la libertad de expresión. Dentro de la conocida dicotomía entre la tradición legal estadounidense (permissiva con el discurso de odio) y la europea (intervencionista al respecto) (Gascón, 2015: 411; Cabo y García, 2017: 11), uno de los argumentos fuertes de esta última es que las expresiones de odio colocan a los grupos afectados en una posición de desigualdad en el debate público porque tienen un «efecto silenciador» sobre ellos (MacKinnon, en Marciani, 2013: 176-177) y «deconstruyen» su libertad de expresión (Esquivel, 2016: 6). En ese sentido puede afirmarse que el discurso de odio tiene un «carácter intimidatorio» (Esquivel, 2016: 5). Este matiz resulta especialmente relevante en cuanto al discurso de odio sexista (Villar y Percourt, 2020: 42). Por lo que se refiere a los complejos intentos de clasificación del discurso de odio (Miró, 2016; Teruel, 2018; Torres y Tarrico, 2019), se repite en ellos la aplicación de un criterio concéntrico en cuanto a la incitación directa al daño. Aunque algunas manifestaciones no constituyan propiamente una incitación directa a la acción violenta, sí pueden generar un «clima de hostilidad» que puede acabar dando lugar a ese tipo de actos (Cabo y García, 2017: 7, 9). En ese sentido, *terf* es un claro ejemplo de «discurso hostigador» (Torres y Tarrico, 2019: 18) que puede tomar el camino mencionado.

Dentro de esta gran complejidad conceptual, el análisis crítico del discurso puede constituirse como una excelente herramienta metodológica para develar estos procesos y delimitar con más precisión el alcance de estas expresiones, por ejemplo, tomando como guía el modelo de ACD de Ruth Wodak (Wodak y Meyer, 2003). En el discurso de odio sexista pueden desvelarse, según la clasificación de Wodak, estrategias de predicación (*feminazi, femidiotista, terf, karen*); estrategias de nominación (*femidiotismos, chiringuito, lobby*, en Bonet, 2020: 7-9); estrategias de argumentación (hipérbole, falacia de la causa falsa, posverdad), como cuando se atribuyó a la manifestación del 8M de 2020 la responsabilidad por la expansión del covid (Bonet, 2020: 7-9); o estrategias de intensificación, como hacer equivaler hiperbólicamente la manifestación del 8M a un *genocidio* o al *infectódromo de Europa* (Bonet, 2020: 7-9).

2.1 Discurso de odio y redes sociales

Como se ha referido, cuando las guías vinculadas a instituciones internacionales (Consejo de Europa, 2016, 2019: 18, 37-38) desgranar las motivaciones de ciberodio o ciberacoso, el sexo queda en una posición muy secundaria con respecto a otras. Es como si hubiese una miopía naturalizada sobre el discurso de odio sexista. Sin embargo, la investigación reciente demuestra que en las redes sucede todo lo contrario. Por ejemplo, en un estudio realizado por Demos en 2016 sobre misoginia entre usuarios británicos de Twitter, se localizaron más de 200.000 tuits con las palabras *zorra* o *puta*, y la conclusión fue que cada diez segundos alguien insultaba a una mujer con esos términos en Twitter (Cabo y García, 2017: 5). La investigación ha ido registrando con el tiempo cómo el lenguaje violento en redes se dirige mayoritariamente hacia las mujeres (Crosas y Medina, 2019: 50). Hay estudios que analizan mediante el procesamiento computacional del lenguaje natural la mayor interactividad que presentan los tuits sexistas con respecto a los racistas (Frenda *et al.*, 2019: 3). Está demostrado que en Internet las mujeres son más vulnerables a la invasión de la privacidad que los hombres (Rubio y Gordo, 2021: 5) y que son 27 veces más propensas a ser víctimas de abuso online que ellos (Crosas y Medina, 2019: 50-51).

Los estudios académicos (Rubio y Gordo, 2021: 2) engloban todos estos hechos bajo diversas etiquetas (violencia de género online, acoso, violencia sexual online, ciberodio de género) que pueden subsumirse en un rótulo más general, la misoginia online, definida como

... todos aquellos actos de odio contra las mujeres que se cometen, instigan o agravan, en parte o totalmente, a través de diferentes entornos digitales (Internet, telefonía móvil, correo electrónico, webs, apps de redes sociales, mensajería instantánea, campus virtuales, etc.), y que conllevan cualquier tipo de daño directo o indirecto de tipo psicológico, profesional, reputacional o físico (Rubio y Gordo, 2021: 2).

La misoginia online es el «producto de un odio sistémico que tiene como base una cultura más amplia profundamente sexista» (Rubio y Gordo, 2021: 9). Rubio y Gordo (2021: 10) o Sigma Dos (2021: 56) establecen una detallada relación de prácticas que materializan esta misoginia online, desde el *doxxing* (publicación de información privada) hasta la práctica conocida como *fotopolla*. Se da además el agravante de que las plataformas que acogen estas prácticas están diseñadas para favorecerlas: es lo que se denomina *affordance* tecnosocial (Rubio y Gordo, 2021: 10), dentro del que merecen especial mención sitios como Reddit. Efectivamente, el hecho real es que Internet, mucho más que fomentar un discurso respetuoso y democrático, ha acrecentado la cultura del odio (Consejo de Europa, 2016, 2019: 9). La poderosa naturaleza estructural de las redes sociales se ha ido asentando progresivamente en el conflicto. Según algunas opiniones (Sigma Dos, 2021: 38), la mayor frecuencia del odio en el mundo online (frente al offline) se debe a una serie de «facilitadores»: anonimato, distancia, falta de normas y límites, impunidad, disparidad. Y, principalmente, uno de los motivos es que el discurso de odio en redes sociales es fuente de negocio, «monetiza» (Sigma Dos, 2021: 9-10), ya que su difusión junto a la de las «culturas tóxicas» ha probado claramente su rentabilidad (Rubio y Gordo, 2021: 10).

Con el correr del tiempo, se ha hecho evidente que las redes sociales también debían mediar en el discurso de odio que se produce en ellas, por ejemplo, estableciendo sus propios filtros (códigos éticos, políticas, condiciones de uso) (Cabo y García, 2017: 21, 23). Sin embargo, se ha demostrado que estas funciones de control no se ejercen de una manera coherente y sistemática, y las propias redes advierten de que no pueden garantizarse a sí mismas como espacios seguros (Cabo y García, 2017: 21), principalmente porque, al estar en su mayoría radicadas en Estados Unidos, siguen el modelo permisivo con respecto al discurso de odio (Sigma Dos, 2021: 10). Por ejemplo, Facebook puede eliminar un comentario como «Los perros son más discretos que los musulmanes», pero no otro como «Matarlos a todos sin piedad», por considerar que

este último no atenta contra las normas de la comunidad (Cabo y García, 2017: 22). Del mismo modo, las redes pueden eliminar un comentario como «Sexo no es género» por considerarlo ofensivo contra un determinado grupo, y al mismo tiempo mantener sin problemas mensajes como «Kill the terf» o «Pues yo a las terfs las apuñalaba repetidas veces en el cuello con unos alicates», sin valorarlos como vulneradores, ofensivos o incitadores contra nadie.

2.2 Discurso de odio antifeminista. El gendertrolling

Dentro de este marco general de ciberodio sexista, se producen variantes que han recibido una atención específica. Una de ellas es el *gendertrolling* o troleo de género, a su vez variante del fenómeno del *trolling* en general. Estos espacios digitales hipermasculinizados, que responden al carácter inherentemente androcéntrico y misógino de la cultura digital (Villar y Percourt, 2020: 33), han recibido la denominación de *manosfera*; y *machitroles* sus componentes (Villar y Percourt, 2020: 36; Gutiérrez *et al.*, 2020: 223; Martínez y Zurbano, 2019: 215). Los motivos temáticos en torno a los que suele girar el troleo sexista y misógino, confirmados por el análisis computacional (Frenda *et al.*, 2019; Sharifirad y Matwin, 2019), son los estereotipos sexistas (sexualización de la mujer, rol social tradicional en la casa...); la orientación sexual (homofobia); el cuerpo y el aspecto; y, de una forma relevante, el activismo, sobre todo el feminismo (Sigma Dos, 2021: 50). Se da una violencia sistemática en el entorno virtual por el hecho de ser mujer feminista (Crosas y Medina, 2019: 54).

Ciertamente, existe un *gendertrolling* específicamente antifeminista que destaca por su agresividad, hipérbole y acendrada misoginia (Rubio y Gordo, 2021: 6), o por lo que estudiosas como Emma Jane (2014) denominan *e-bile* o «bilis digital». Una constante del cibertroleo sexista es el recurso al humor (Sigma Dos, 2021: 53-54), la ironía o la banalización como protección o camuflaje de la agresión que se está realizando. En un contexto cultural en el que la misoginia está naturalizada y normalizada hasta el punto de resultar indetectable para muchas personas, resulta de lo más lógico que el acoso cibernético de género se considere como algo trivial. Además de la excusa del humor y la sátira (Olmos *et al.*, 2020: 78; Izquierdo y Aguado 2020: 178), es evidente que en estos contextos se emplea el argumento de la libertad de expresión como coartada para no frenar el propio discurso de odio sexista (Sigma Dos, 2021: 55), y también para seguir normalizándolo (Rubio y Gordo, 2021: 5).

En definitiva, el *gendertrolling* se basa en técnicas de desinformación y *fake news* para caracterizar simbólicamente al feminismo como una «tiranía» (Gutiérrez *et al.*, 2020: 230). Ahí es donde toman preeminencia calificaciones como *feminazismo* o *feminazi*, acuñada en el contexto del *backlash* antifeminista (Faludi, 1991) de los años 80 y 90 del siglo XX (Villar y Percourt, 2020: 39). En este trabajo nos interesa el contraste entre *feminazi* y *terf*, en primer lugar, para analizar la caracterización como insulto de uno y otro término; y también porque los estudios adscriben claramente *feminazi*, es decir, la asociación hiperbólica entre nazismo y feminismo, a un antifeminismo de extrema derecha (Ramos, 2019; Gutiérrez *et al.*, 2020; Villar y Percourt, 2020; Morales y Villalpando, 2021; Lucia, 2021; Martínez, 2021; Varela, 2021; *Tribuna Salamanca*, 2022). Sin embargo, *terf* es más susceptible de ser empleado en un contexto de ideología de izquierda (*Tribuna feminista*, 2020) en el que, paradójicamente, se asocia el feminismo (también basándose en la cultura de la desinformación) con postulados de la extrema derecha.

La destacada vertiente antifeminista del discurso de odio sexista se encuadra en el contramovimiento antifeminista que se corresponde cronológicamente con la ola feminista más reciente, la cuarta, y que mantiene una relación especular con otros contramovimientos antifeministas a lo largo de la historia (Bonet, 2021: 65-66). En concreto, atendiendo a la clasificación de antifeminismos de Bonet (2021: 66-68), en la que es inevitable que las categorías se mezclen, se observa que el antifeminismo masculinista (p. e., el *gendertrolling*) tiene su manifestación necesaria en el espacio digital, por lo cual es asimismo un ciberantifeminismo. Al mismo tiempo, el antifeminismo masculinista es también post-feminista, pues proclama la superación del feminismo y su innecesidad para la consecución de la igualdad (Rubio, 2013: 130), hasta tal punto que el post-feminismo puede leerse también como un post-machismo o neomachismo (Menéndez, 2017; Martínez y Zurbano, 2019). En ese proceso, el antifeminismo se apropia de la retórica del feminismo y la instrumentaliza a su favor (Rubio, 2013: 131; Menéndez, 2017: 4; Villar y Percourt, 2020: 34; Varela, 2021: 7).

Lo que puede revelar de una manera más nítida el alcance de este *modus operandi* es el análisis de las palabras y fórmulas empleadas por el antifeminismo, específicamente en el mundo digital. Siguiendo la clasificación de categorías de ciberviolencia contra las mujeres que establecen Crosas y Medina (2019: 59), la estrategia más frecuente es el insulto, como confirma el estudio de Piñeiro y Martínez (2021: 9). Efectivamente, el insulto es el recurso principal en

un notable número de *corpora* sobre *hate speech* (Kurrek *et al.*, 2020: 139); y, en este caso concreto, la herramienta ofensiva más destacada del post-machismo antifeminista es la asociación del feminismo con el nazismo por su supuesto carácter totalitario, con el apelativo de *feminazismo* y con atribuciones como «dictadura violeta» (Martínez y Zurbano, 2019: 220). *Feminazismo* y *feminazi* se han establecido como las principales etiquetas antifeministas (Gutiérrez *et al.*, 2020: 222). En Twitter, *feminazi* ha llegado a convertirse en la práctica más habitual de *gendertrolling*, como demuestra el análisis de tuits dirigidos a 50 mujeres españolas con proyección pública (Piñeiro y Martínez, 2021: 9). *Feminazi* es asimismo una de las palabras clave más abundantes en el análisis cuantitativo y cualitativo del discurso de odio sexista en redes que realiza Sigma Dos (2021), muy relevante por lo variado de sus fuentes y por el volumen de su corpus (6 millones de menciones, 1.8 millones de usuarias y usuarios, 29.5 millones de reacciones y 18.9 millones de impresiones, Sigma Dos, 2021: 66).

Como insulto, *feminazi* ha producido sus derivados (*femipatéticas*, *feminecias*, en Villar y Percourt, 2020: 38; *fakeministas*, en Morales y Villalpando, 2021, en el contexto de la “nueva derecha” mexicana) y ha generado hashtags principales y secundarios que lo potencian, como #STOPFeminazis o #ElFeminismoesCancer (Villar y Percourt, 2020: 38). No se ha limitado a eso, sino que también funciona en la estrategia de usurpación de lemas, como «Feminazis fuera de nuestros barrios», basado en el conocido lema antifascista «Fascistas fuera de nuestros barrios» (Villar y Percourt, 2020: 40-41). Si se contrastan todos estos usos, es comprensible que Villar y Percourt (2020: 42) ubiquen *feminazi* no solo en la categoría de insulto dentro de su clasificación, sino también en la de «Criminalización y difamación», algo que ocurre asimismo con *terf*. Este tipo de estrategias de predicación, nominación y argumentación no escasea: *una de esas sin depilar*, *locas del coño*, *feministada*, *aquelarre*, *charos* (Bonet, 2020: 7-9). Pueden encontrarse incluso en trabajos académicos: así sucede con la asociación que se establece entre *terfs* y *karens* en Pearce, Erikainen y Vincent (2020a: 885).

Muchos estudios han señalado cómo la clara intención insultante de *feminazi* se ha camuflado a través del humor y la ironía. En algunas opiniones (Williams, 2015), estos hechos apuntan al inherente «castigo» social por declararse y visibilizarse como feminista. Basándose en la teoría de Foucault sobre disciplina y castigo social, Cole (2015: 356-358) señala que el antifeminismo en redes funciona como una «retórica disciplinaria». Su objetivo es silenciar la participación en público de las mujeres feministas mediante la amenaza (la

de violación es la más frecuente, Cole 2015: 356). En este proceso, el humor, el sarcasmo y la ironía se usan para hacer esta violencia socialmente aceptable, para naturalizarla dentro de la lógica cultural de violencia contra las mujeres, por ejemplo, a través de emoticonos (caritas sonrientes), de acrónimos como LOL, de hashtags, de memes o de bromas: «El uso del humor para caracterizar el concepto de violación no desactiva la amenaza; más bien destaca la aceptabilidad de la violación como herramienta para disciplinar a las mujeres» (Cole, 2015: 357, traducción propia). Un comentario del tipo «Ojalá te violen», o «A las terfs y a los nazis un tiro en la nuca y punto», busca «disciplinar» a las feministas, silenciarlas, y de paso mostrar una versión «aceptable» y «graciosa» de la violación o del asesinato.

Desde estas perspectivas, se considera que «el humor es capaz de trascender cualquier realidad, por desagradable que sea» (Menéndez, 2017: 24-25), y, de forma específica, el humor sexista se valora comúnmente como «inocente», cuando, al contrario, las bromas sexistas contribuyen a normalizar el sexismo y la misoginia, hecho que han comprobado empíricamente estudios que analizan el sexismo a través del procesamiento computacional del lenguaje natural (Frenda *et al.*, 2019; Sharifirad y Matwin, 2019).

3 De feminazi a terf

Prácticamente todos los postulados descritos hasta aquí para *feminazi* los hereda *terf* en su funcionamiento discursivo. Al principio de este estudio señalábamos el debate que se ha generado en su consideración o no como insulto a partir de su acuñación como término supuestamente *descriptivo* o *neutro* (Smythe, 2018; Williams, 2014). Sin embargo, incluso entre quienes siguen inclinándose hacia su caracterización neutra, la argumentación se vuelve algo nebulosa. Por ejemplo, Pearce, Erikainen y Vincent (2020b: 683-685) reconocen que *terf* se usa en «angry commentaries online» como acusación («You're a terf») o como agresión («Fuck off terf»), pero opinan que no es necesariamente un insulto. Desde su punto de vista, hay que entender que la ira y la frustración de un grupo discriminado les conceden permiso para usar este tipo de expresiones contra lo que interpretan como «un grupo sistemáticamente privilegiado» (traducción propia).

Pearce, Erikainen y Vincent citan el análisis de Davis y McCready (2020), cuyos criterios para considerar que una palabra es un insulto se resumen en que tiene que ser despectiva hacia un grupo en particular (también en Kurrek *et*

al., 2020: 140); debe subordinar a ese grupo dentro de una estructura de relaciones de poder y debe despreciar al grupo por una propiedad intrínseca. Según Davis y McCready, *terf* cumple la primera condición, incumple la tercera, y es dudoso en cuanto a la segunda. Siendo el primer criterio el más relevante en cuanto a la consideración de la palabra como insulto, se puede argumentar claramente en contra de que no cumpla los otros dos. Según hemos comprobado, los usos antifeministas como *terf* se inscriben dentro de estrategias de silenciamiento, coacción y control que revelan abiertamente cómo se ejercen sobre las mujeres las relaciones de poder en la estructura patriarcal. En ese sentido, *terf* desprecia y ataca a un grupo por propiedades intrínsecas: para empezar, ser mujeres, a lo que hay que añadir la defensa de un determinado conjunto de postulados feministas.

Por su parte, McKinnon (2018) no interpreta *terf* como un insulto, aunque paradójicamente sí reconoce que es un vocablo empleado para denostar a las mujeres; y Jennifer Saul (2020) explica que el hecho de que una palabra acostumbre a mezclarse con otras en una retórica «agresiva, violenta y abusiva» no la transforma necesariamente en un insulto. Se observa la debilidad de este argumento simplemente al recordar el comportamiento semántico y discursivo habitual de las palabras:

... es la concurrencia y reiteración de conceptos asociados lo que tiene un efecto significativo sobre la conversación pública (...) ... la concurrencia semántica favorece la aglutinación, la reiteración y la «cristalización» o endurecimiento de conceptos, ideas o frases que, en un escenario de comunicación como el de las redes sociales, adquiere enorme poder (Sigma Dos, 2021: 90).

En cualquier caso, sorprendentemente, a pesar de no considerar *terf* un insulto, Saul no recomienda su uso por «inexacto y engañoso». En definitiva, parece claro que, incluso admitiendo su supuesto origen descriptivo y neutral, *terf* se convirtió rápidamente en una palabra difamatoria. La lingüista Deborah Cameron (2016) opina que *terf* cumple con la mayoría de requisitos para ser considerado un insulto, y que se está utilizando en discursos de odio similares a los dirigidos a otros grupos (Sulbarán, 2020), por ejemplo, por razón de discriminación racial. Los requisitos que define Cameron son los siguientes: el término se ha impuesto al grupo, tiene siempre un carácter peyorativo, posee una contraparte neutral y las personas a las que se aplica lo consideran un insulto (Cameron, 2016; *Tribuna feminista*, 2020). *Terf* cumple perfectamente

con esta caracterización, incluso en el criterio de la contraparte neutral, que sería *feminista*. A este respecto, algunas investigaciones (De la Villa, 2021: 71) informan de que, en foros denominados transexcluyentes, *terf* se utiliza principalmente para criticar el uso insultante del propio término en los foros transinclusivos, dejando claro que se aplica a mujeres que no han reclamado ese término para sí mismas y que «... las palabras asociadas a la sigla *terf* en foros transinclusivos tienen una connotación negativa y un trasfondo violento» (De la Villa, 2021: 73, traducción propia).

Por tanto, entre las categorías de ciberviolencia contra las mujeres establecidas por Crosas y Medina (2019: 59), *terf* puede incluirse sin duda en la de insulto, y también en sarcasmo, deseo de dañar, amenaza, y criminalización y difamación (como *feminazi*), ya que, haciendo uso de la posverdad y la hipérbole (estrategias de argumentación e intensificación en ACD), a través de esta palabra se vincula falsamente al feminismo con posturas o ideologías políticas que no le corresponden. Es muy frecuente que las categorías citadas aparezcan combinadas (Crosas y Medina, 2019: 67), sobre todo si tenemos en cuenta las expresiones con *terf* que se vienen mencionando a lo largo de este trabajo.

A la vista de estos datos y reflexiones, se hace difícil dudar, como afirma Cordero (2020), de que *terf* se incluye entre las etiquetas esenciales para «disciplinar» mujeres, en el sentido apuntado por Cole (2015). Cordero adscribe *terf* a una estrategia de «desconexión moral selectiva» que está entroncada en el concepto de «banalidad del mal» de Hannah Arendt y permite justificar socialmente la violencia contra las mujeres. Se trata de una creación que proviene del ángulo ideológico opuesto al de los creadores de *feminazi* y es, en palabras de Cordero, un «concepto mordaza». Según este autor, la funcionalidad de *terf* para la desconexión moral selectiva radica en que maneja a la perfección algunas de sus estrategias, como la deshumanización («no es un ser humano, es una *terf*»); el desplazamiento de la responsabilidad («se merece el ataque, la culpa es de ella, es una *terf*»); la difuminación de la responsabilidad individual dentro de la colectiva mediante la parodia, la ironía o el humor; y la justificación moral, que es precisamente el recurso retórico del que se sirven Pearce, Erikainen y Vincent (2020b) para matizar el carácter de insulto de *terf*: un grupo supuestamente marginado tiene licencia para emplear un insulto hacia un grupo supuestamente privilegiado porque se trata de una «causa justa».

La guía de la Fundación Secretariado Gitano (2017: 15), al analizar los criterios de valoración del discurso de odio, pone como ejemplo de incitación a la violencia activa frases como «Habría que exterminar a las personas XXX» o

«Hay que gasear a los XXX». Se trata de casos idénticos a los de «Kill the terf», ya que *terf* y las expresiones que se crean con ella son efectivamente discurso de odio, en su variante de discurso hostigador que difama, acosa, amedrenta, silencia (Dillon, 2021) y puede crear un clima social que lleve a la violencia (Cabo y García, 2017: 9). Así lo reafirma también Alicia Miyares (2021: 199) al señalar que lo que pretende el uso de insultos como *terf* es imponer silencio y anular cualquier debate crítico.

4 Conclusiones

Si retomamos nuestras hipótesis iniciales, y a la luz de los datos y de la argumentación expuesta, puede valorarse que calificar y tratar *terf* como broma o meme colocaría a los análisis discursivos en el riesgo de adentrarse en la lógica cultural que naturaliza la violencia contra las mujeres, en la que el humor, la ironía, la parodia o el sarcasmo se utilizan como excusa para hacer socialmente aceptable la agresión y la amenaza, en el sentido enunciado por Cole (2015). *Terf* no es ninguna broma, no es un meme: es un insulto misógino y antifeminista (Corres, 2019) construido con técnicas vinculadas a la posverdad.

El discurso de odio sexista y antifeminista es un problema social mucho más grave de lo que se pueda creer, ya que, como informan diversos estudios de investigación, es mucho más abundante en foros semiprivados y privados (Reddit, Forocoches...), que «no son accesibles mediante herramientas externas» (Sigma Dos, 2021: 64), lo cual da idea de que no tenemos ni mucho menos la imagen completa de este fenómeno en redes. A esto se añade que el vacío y la inacción institucional y política (Jane, 2017: 2; Crosas y Medina, 2019: 68; Vega, 2019: 33; Cordero, 2020) están obligando a las propias mujeres a tomar posiciones discursivas «beligerantes» (Sigma Dos, 2021: 44; González, 2019; Jane, 2017) frente al discurso de odio sexista en redes, a pesar del riesgo real e inmediato que corren de ser insultadas, amenazadas o revictimizadas (Vega, 2019: 33). En el ámbito académico pueden rastrearse asimismo reacciones como la de Thomsem y Essig (2021), quienes consideran que se está produciendo un ataque a los estudios feministas mediante etiquetas como *terf*.

En un estado democrático que proclama la búsqueda de la igualdad resulta difícilmente aceptable el funcionamiento de páginas webs de merchandising anti-*terf* (https://www.etsy.com/es/market/anti_terf, <https://tshirt-center.com/product/kill-the-terf-shirt/>), y observar que se venden productos con lemas como «Fuck terfs» o «Kill the terf» sin que la sociedad sea capaz de

detectar su misoginia y de establecer una relación lógica entre todo lo anterior y la incitación a la acción violenta. Mientras, por un lado, el humor, la ironía, el sarcasmo o los memes siguen siendo el coladero por el que se permite ejercer impunemente la violencia simbólica contra las mujeres, bajo el amparo de la libertad de expresión, por otro, esa misma proliferación del discurso de odio sexista y antifeminista (por ejemplo, mediante recursos como *terf* y sus expresiones derivadas) se acaba traduciendo en amenazas reales, en limitación de la voz pública y de la libertad de expresión, y en una notable cultura punitiva de cancelación de mujeres (Corres, 2021; Lauper, 2022).

Bibliografía

- Anti *terf* ETSY España: https://www.etsy.com/es/market/anti_terf (15-06-2022).
- Bonet-Martí, J. (2020): «Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales». *Psicoperspectivas*, 19(3), 1-12: <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue3-fulltext-2040>.
- Bonet-Martí, J. (2021): «Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales». *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 18(1), 61-71: <http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.71303>.
- Cabo Isasi, Á. y A. García Juanatey (2017): *El discurso de odio en las redes sociales: un estado de la cuestión*. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.
- Cameron, D. (2016): «What makes a word a slur?». *Language: a feminist guide*: <https://debuk.wordpress.com/2016/11/06/what-makes-a-word-a-slur/> (15-06-2022).
- Cole, K. K. (2015): «‘It’s like She’s Eager to be Verbally Abused’: Twitter, Trolls and (En)Gendering Disciplinary Rhetoric». *Feminist Media Studies*, 15(2), 356-358: <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1008750>.
- Consejo de Europa/Injuve (2016, 2019): *Guía Breve Orientaciones. Para combatir el discurso de odio en internet a través de la educación en derechos humanos*.
- Cordero Núñez, R. (2020): «TERF: estrategia de justificación de la violencia». 21 de diciembre: <https://www.raulcordero.com/post/terf-estrategia-para-la-desconexi%C3%B3n-moral-selectiva> (15-06-2022).
- Corres, D. (2019): «Terf es un insulto misógino». 21 de junio: https://twitter.com/dana_corres/status/1141874600030154752 (15-06-2022).

- Corres, D. (2021): «La cultura de la cancelación no es feminismo, es punitivismo». *Riot Grrrrl Urbana*. 29 de octubre: <https://danacorres.com/2021/10/29/la-cultura-de-la-cancelacion-no-es-feminismo-es-punitivismo/> (15-06-2022).
- Crosas Remón, I. y P. Medina-Bravo (2019): «Ciberviolencia en red. Nuevas formas de retórica disciplinaria en contra del feminismo». *Papers*, 104(1), 47-73: <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2390>.
- Davis, C. y E. McCready (2020): «The Instability of Slurs». *Grazer Philosophische Studien*, 97(1): 63-85.
- De la Villa Vecilla, I. (2021): «“You are a TERF”: Discursive-semantic analysis of the use of the acronyms TERF and TRA in the trans-inclusive and trans-exclusionary radical feminism conflict». *Estudios interlingüísticos*, 9, 60-76.
- Díez Bueso, L. (2020): «Discurso de odio en las redes sociales: la libertad de expresión en la encrucijada». *Revista catalana de dret públic*, 61, 50-64: <https://doi.org/10.2436/rcdp.i61.2020.3528>.
- Dillon, S. (2021): *#TERF/Bigot/Transphobe - We found the witch, burn her!: a contextual constructionist account of the silencing of feminist discourse on the proposed changes to the Gender Recognition Act 2004, and the policy capture of transgender ideology, focusing on the potential impacts and consequences for female-only spaces for victims of male violence*. Tesis doctoral. University of Portsmouth.
- Esquivel Alonso, Y. (2016): «El discurso de odio en la jurisprudencia del tribunal europeo de derechos humanos». *Revista mexicana de derecho constitucional*, 35, 3-44.
- Faludi, S. (1991): *Backlash: the undeclared war against women*. Nueva York: Three Rivers Press.
- Ferré Pavia, C. y G. Zaldívar (2022): «El feminismo transexcluyente en Twitter: un monólogo sesgado en #ContraElBorradoDeLasMujeres». *ICONO* 14, 20(2), 1-21. <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1865>
- Frenda, S. et al. (2019): «Online hate speech against women: automatic identification of misogyny and sexism in Twitter». *Journal of intelligent and fuzzy systems*, 36(5), 4743-4752: <https://doi.org/10.3233/JIFS-179023>.
- Fundación Secretariado Gitano (2017): *Guía para combatir el discurso de odio*.
- Gascón Cuenca, A. (2015): *El derecho a la libertad de expresión y su relación con el discurso del odio: estándares internacionales de protección y su reflejo en el ordenamiento jurídico español*. Tesis doctoral. Universidad de Valencia.

- González, G. (2019): «Escraches en redes feministas universitarias: una estrategia contra la violencia de género hacia las mujeres». *Comunicación y medios*, 40, 170-182: DOI 10.5354/0719-1529.2019.53974.
- Gutiérrez Almanzor, M. *et al.* (2020): «New approaches to the propagation of the antifeminist backlash on Twitter». *Investigaciones feministas*, 11(2), 221-237: <http://dx.doi.org/10.5209/infe.66089>.
- Izquierdo Grau, A. (2019): «Literacidad crítica y discurso del odio: una investigación en educación secundaria». *REIDICS. Revista de Investigación y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 5, 42-55: <https://doi.org/10.17398/2531-0968.05.42>.
- Izquierdo Grau, A. (2020): «Contrarrelatos del odio en la enseñanza y aprendizaje de las ciencias sociales en educación secundaria». *Enseñanza de las ciencias sociales*, 19, 55-66: DOI: 10.1344/ECCSS2020.19.6.
- Izquierdo-Montero, A. y T. Aguado-Odina (2020): «Discurso de odio: una investigación para hablar de ello en los centros educativos». *Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado*, 24(3), 175-195: DOI: 10.30827/profesorado.v24i3.15385.
- Jane, E. A. (2014): «*You're a ugly, whorish, slut*. Understanding E-bile». *Feminist Media Studies*, 14(4), 531-546.
- Jane, E. A. (2017): «Online Misogyny and Feminist Digilantism». *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, 30(3), 284-297.
- Kaul de Marlangeon, S. (2020): «Descortesía, autoimagen y extimidad en los medios de comunicación». En: María Victoria Escandell Vidal *et al.* (coords.), *Pragmática*. Madrid: Akal, 498-512.
- Kill the terf shirt: <https://tshirt-center.com/product/kill-the-terf-shirt/> (15-06-2022).
- Kurrek, J.; H. M. Saleem y D. Ruths (2020): «Towards a Comprehensive Taxonomy on Large-Scale Annotated Corpus for Online Slur Usage». *Proceedings of the Fourth Workshop on Online Abuse and Harms*. Association for Computational Linguistics, 138-149.
- Lauper, S. (2022): «El veto a la *terf*». *La hora digital*. 22 de febrero: <https://www.lahoradigital.com/noticia/30876/igualdad/el-veto-a-la-terf.aspx> (15-06-2022).
- Lucía Bayer, M. (2021): «El antifeminismo como respuesta a la crisis de la reproducción social». *CADTM. Comité para la abolición de las deudas ilegítimas*. 14 de mayo: <https://www.cadtm.org/>

- El-antifeminismo-como-respuesta-a-la-crisis-de-la-reproduccion-social (15-06-2022).
- Marciani Burgos, B. (2013): «El lenguaje sexista y el *hate speech*: un pretexto para discutir sobre los límites de la libertad de expresión y de la tolerancia liberal». *Revista de Derecho del Estado*, 30, 157-190.
- Martínez, L. (2021): «Stop feminazis: análisis del antifeminismo en redes y el modus operandi de los trolls». *Eldiario.es*. 6 de marzo: https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/politica/stop-feminazis-analisis-antifeminismo-redes-modus-operandi-trolls_1_7271401.html (15-06-2022).
- Martínez-Jiménez, L. y B. Zurbano-Berenguer (2019): «Posmachismo, violencia de género y dinámicas de opinión en los cybermedios. Aproximaciones a la realidad española a partir de la experiencia de *eldiario.es*». *Teknocultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 16(2), 213-228: <http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.65173>.
- McKinnon, R. (2018): «The Epistemology of Propaganda». *Philosophy and Phenomenological Research*, 96(2), 483-489.
- Menéndez Menéndez, M. I. (2017): «Entre neomachismo y retrosexismo: antifeminismo en las industrias culturales». *Prisma Social*, 2, 1-30: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353752825001>.
- Miró Llinares, F. (2016): «Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso de odio en Internet». *Revista de Internet, Derecho y Política*, 22, 93-118.
- Miyares, A. (2021): *Distopías patriarcales: análisis feminista del generismo queer*. Madrid: Cátedra/Universidad de Valencia.
- Morales Oyarvide, C. y A. Villalpando (2021): «¿Hay una manosfera en la 4T? Explorando el antifeminismo en Twitter». *Este País*. 27 de agosto: https://estepais.com/tendencias_y_opiniones/manosfera-4t-antifeminismo-twitter/ (15-06-2022).
- Moussa, M. B.; S. Benmessaoud y A. Douai (2020): «Internet Memes as “Tactical” Social Action: A Multimodal Critical Discourse Analysis Approach». *International Journal of Communication*, 14, 5920-5940.
- Olmos Alcaraz, A. (coord.) et al. (2020): *Jóvenes, redes sociales virtuales y nuevas lógicas de funcionamiento del racismo: etnografía virtual sobre representaciones y discursos de alteridad e identidad*. Madrid: FAD/Centro Reina Sofía.
- Pearce, R; S. Erikainen y B. Vincent (2020a): “Afterword: TERF wars in the time of COVID-19». *The Sociological Review Monographs*, 68(4), 882-888: DOI: 10.1177/0038026120934712.

- Pearce, R; S. Erikainen y B. Vincent (2020b): «TERF wars: An Introduction». *The Sociological Review Monographs*, 68(4), 677-698: DOI: 10.1177/0038026120934713.
- Piñero-Otero, T. y X. Martínez-Rolán (2021): «Eso no me lo dices en la calle. Análisis del discurso del odio contra las mujeres en Twitter». *Profesional de la información*, 30/5, 1-17: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.02>.
- Ramos, M. (2019): «El discurso antifeminista y sobre violencia de género acerca a Vox a la ultraderecha del este europeo». *Blog personal de divulgació*. 26 de diciembre: <https://miquelramos.me/el-discurso-antifeminista-y-sobre-violencia-de-genero-acerca-a-vox-a-la-ultraderecha-del-este-europeo/> (15-06-2022).
- Rubio Grundell, L. (2013): «Instinto depravado, impulso ciego, sueño loco: El antifeminismo contemporáneo en perspectiva histórica». *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 5, 121-137.
- Rubio Martín, M. J. y Á. Gordo López (2021): «La perspectiva tecnosocial feminista como antídoto para la misoginia online». *Revista Española de Sociología*, 30(3), 1-19: <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.64>.
- Saul, J. (2020): «Why the words we use matter when describing anti-trans activists». *The Conversation*: <https://theconversation.com/why-the-words-we-use-matter-when-describing-anti-trans-activists-130990> (15-06-2022).
- Sharifirad, S. y S. Matwin (2019): «When a Tweet is Actually Sexist. A More Comprehensive Classification of Different Online Harassment Categories and the Challenges in NLP». *arXiv*, 1902.10584, 1-8.
- Sigma Dos (2021): *Discursos de odio sexistas en redes sociales y entornos digitales*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud/ FAD: DOI: 10.5281/zenodo.4580436.
- Smythe, V. (2018): «I'm credited with having coined the word 'Terf'. Here's how it happened». *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/nov/29/im-credited-with-having-coined-the-acronym-terf-heres-how-it-happened> (15-06-2022).
- Stack, L. (2017): «Attack on Alt-Right Leader Has Internet Asking: Is It O.K. to Punch a Nazi?». *The New York Times*: <https://www.nytimes.com/2017/01/21/us/politics/richard-spencer-punched-attack.html> (15-06-2022).
- Sulbarán Lovera, P. (2020): «¿Qué significa ser TERF y por qué se considera un insulto contra feministas radicales?». *BBC News*. 26 de junio: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-53159073> (15-06-2022).

- Terf es un insulto: <https://terfesuninsulto.com> (15-06-2022).
- Terf is a slur: <https://terfisaslur.com> (15-06-2022).
- Teruel Lozano, G. (2018): «Cuando las palabras generan odio: límites a la libertad de expresión en el ordenamiento constitucional español». *Revista Española de Derecho Constitucional*, 114, 13-45: <https://doi.org/10.18042/cepc/redc114.01>.
- Thomsen, C. y L. Essig (2021): «Lesbian, feminist, TERF: a queer attack on feminist studies». *Journal of Lesbian Studies*, july, 27-44.
- Torres, N. y V. Torrico (2019): *Los discursos de odio como amenaza a los derechos humanos*. CELE (Centro de estudios en libertad de expresión y acceso a la información): Universidad de Palermo (Argentina).
- Tribuna Feminista (2020): «TERF no es solo un insulto, es discurso de odio». 21 de enero: <https://tribunafeminista.elplural.com/2020/01/meghan-murphy-terf-no-es-solo-un-insulto-es-un-discurso-de-odio/> (15-06-2022).
- Tribuna Salamanca (2022): «Una investigación identifica discursos de odio antigénero en Twitter y Facebook de partidos políticos en países europeos». 10 de febrero: <https://www.tribunasalamanca.com/noticias/una-investigacion-identifica-discursos-de-odio-antigenero-en-twitter-y-facebook-de-partidos-politicos-en-paises-europeos/1644488531> (15-06-2022).
- Varela Guinot, H. (2021): «Hombres buenos vs. Feminazis: estrategias para construir el discurso antifeminista en redes sociales». *XV Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración*, 7-9 de julio de 2021, 1-13.
- Vega Montiel, A. (2019): *Ciberviolencia contra las mujeres y discurso de odio sexista*. Ciudad de México: Instituto Electoral Ciudad de México.
- Villar-Aguilés, A. y J. Percourt Gracia (2020): «Antifeminismo y troleo de género en Twitter. Estudio de la subcultura trol a través de #STOPfeminazis». *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 18(1), 33-44: <https://doi.org/10.5209/tekn.70225>.
- Wikipedia: *TERF*: <https://es.wikipedia.org/wiki/TERF> (15-06-2022).
- Williams, C. (2014): «TERF: What It Means and Where It Came From». *The TransAdvocate*: https://www.transadvocate.com/terf-what-it-means-and-where-it-came-from_n_13066.htm (15-06-2022).
- Williams, C. (2016): «Radical Inclusion: Recounting the Trans Inclusive History of Radical Feminism». *TSQ: Transgender Studies Quarterly*, 3(1-2), 253-258.

Williams, Z. (2015): «Feminazi: the go-to term for trolls out to silence women». *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/world/2015/sep/15/feminazi-go-to-term-for-trolls-out-to-silence-women-charlotte-proudman> (15-06-2022).

Wodak, R. y M. Meyer (2003): *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.

TERF: Insult or Meme? Ideological Bias in Critical Discourse Analysis

Keywords: *TERF**, critical discourse analysis, ideological bias, hate speech, cyberantifeminism

This study attempts to delimit clear criteria in the discursive treatment of *terf*, exploring the boundaries between hate speech and freedom of expression, while highlighting the traditional institutional lack of attention to sexist hate speech. In terms of the latter, variants such as gendertrolling, and specifically cyberantifeminism, is described. The linguistic material produced by these discourse areas is reviewed – especially the term *feminazi* (one of the main antifeminist labels) – in order to show a permanent correlation to and contrast with *terf*. A further purpose is to elucidate it, following the different criteria and scientific classifications which in terms of discursive consideration best address the issue.

(*) *Trans-exclusionary radical feminist*

TERF: žalitev ali meme? Ideološka pristranskost v kritični analizi diskurza

Ključne besede: *TERF**, kritična analiza diskurza, ideološka pristranskost, sovražni govor, kiberantifeminizem

V tej študiji skušamo definirati jasne kriterije pri diskurzivni obravnavi *terfa*, s tem da raziskujemo meje med sovražnim govorom in svobodo izražanja ter opazujemo tradicionalno institucionalno umikanje seksističnega sovražnega govora. V zvezi s slednjim opišemo različice, kot sta *gendertrolling* in posebej kibernetski antifeminizem. Pregledali smo jezikovno gradivo, ki so ga proizvedli taki tokovi, predvsem izraz *feminazi*, ena glavnih antifeminističnih

oznak, da bi ga postavili v trajno soodvisnost in nasprotje s *terf* ter po različnih znanstvenih kriterijih in klasifikacijah pojasnili, katera je diskurzivna presoja, ki jo najboljše opisuje.

(*) Kratica za *trans-exclusionary radical feminist*

María Isabel Rodríguez Ponce

María Isabel Rodríguez Ponce es profesora titular del Área de Lingüística General de la Universidad de Extremadura, y directora del Instituto Universitario de Investigación de Lingüística y Lenguas Aplicadas (LINGLAP), también en la UEX. Ha sido investigadora visitante en distintas universidades, como Marburgo, Lisboa, Limerick o Bergen. Desde el entorno de los estudios gramaticales, sus intereses investigadores han ido derivando progresivamente hacia una trayectoria ya consolidada en análisis del discurso, ámbito en el que puede destacarse su reciente investigación sobre el discurso de John L. Austin y la traducción de su obra al español (en publicaciones como *RILCE*, *Onomázein*, *Hermeneus*, *Pensamiento* y *Synthesis*) y el libro *Mitologías de la lingüística. Reflexiones sobre comunicación no sexista y libertad discursiva* (Iberoamericana Vervuert).

Dirección: Universidad de Extremadura
Facultad de Filosofía y Letras
Avda. de la Universidad, s/n.
10003 Cáceres
España

Correo electrónico: mirponce@unex.es

Verónica Viera Izeta

DOI: 10.4312/vh.30.1.195-212

Universidad de la República



Lenguaje inclusivo en las aulas uruguayas: un abordaje glotopolítico al debate

Palabras clave: lenguaje y género, glotopolítica, ideologías lingüísticas, purismo, medios de prensa

Los discursos institucionales tienen gran influencia sobre las ideologías lingüísticas, dado que legitiman determinadas discursividades y generan un efecto prescriptivo en los hablantes.

Este artículo pretende analizar, desde una perspectiva glotopolítica, las representaciones ideológicas sobre la lengua con respecto al uso de lenguaje inclusivo de género en las instituciones educativas del Uruguay impulsadas por los principales medios de prensa escrita montevideanos en agosto de 2018. Estas fueron a su vez retomadas en los meses siguientes en un debate en la Cámara de Representantes y en el proyecto de ley *Uso y enseñanza del idioma español*.

A partir de este análisis se propone evidenciar de qué forma las élites simbólicas operaron de manera conjunta para influir sobre la opinión pública mediante la normalización y naturalización de concepciones ideológicas de gran tradición en Uruguay en las cuales prima el carácter conservador, purista y nacionalista. De este modo, los grupos políticos y mediáticos más poderosos del país se alinearon, motivados por sus intereses políticos e ideológicos, para clausurar el debate sobre el uso de lenguaje inclusivo en las aulas.

1 Introducción

El evento glotopolítico que se analiza en este trabajo tuvo lugar en 2018, cuando un medio de prensa escrita de perfil conservador montevideano publicó un informe titulado *¡Arriba les que luchan!* que hacía un recorrido por diversas instituciones educativas públicas y privadas en las que se evidenciaba el uso de lenguaje inclusivo de género por parte de algunos de los actores educativos. A través del mismo, se amplificó la opinión que en ese momento tenían al respecto autoridades educativas y miembros de instituciones reguladoras de la lengua como La Real Academia Española, La Academia Nacional de Letras de Uruguay, y la Academia Mexicana de la Lengua. Dicho informe periodístico tuvo eco en otros medios de prensa, que se alinearon con el posicionamiento ideológico de *El País* al recoger, reforzar y reproducir las voces y argumentos en él esgrimidos.

La cobertura de este evento fue llamativa por tres motivos. En primer lugar, por lo prolífera que fue: se publicaron ocho artículos en prensa escrita relacionados al tema durante la primera semana; en segundo lugar, porque los distintos medios de prensa escrita generaron un frente único de argumentación que no admitió la opinión de especialistas de la lengua con visiones disonantes; y, por último, porque el debate se instaló en la opinión pública y tuvo efectos claros en la cámara de representantes y en las autoridades de la Administración Nacional de Educación Pública, en adelante ANEP.

En este sentido, el informe disparador hizo una observación que tras la publicación de los artículos subsiguientes se convirtió en reclamo: las autoridades de la educación deben regular los usos lingüísticos dentro de las aulas. El pedido fue tomado por la Cámara de Representantes, que convocó a las autoridades de la ANEP a dar explicaciones sobre las situaciones descritas en el informe. Por otra parte, pocos días después de la publicación del informe, la ANEP conformó una comisión para el estudio del tema². Finalmente, la operación conjunta de los medios también generó un estado de alerta en la opinión pública, que fue recogido por los diputados en su intercambio con las autoridades educativas y devino en la elaboración de un proyecto de ley para prohibir el uso de lenguaje inclusivo en las aulas³.

1 El informe periodístico fue publicado por *El País* el 21/07/2018.

2 ANEP, (25/07/2018). Resolución N°2, Acta N°44, Expediente 2018 - 25 - 1 - 003573.

3 El diputado por Montevideo del Partido Colorado Ope Pasquet presentó el proyecto de ley Uso y enseñanza del idioma español ante la Comisión de Educación y Cultura de la Cámara de Representantes el 03/08/2018. Carpeta N°3266 de 2018. Vale mencionar que este movimiento de prohibición frontal del lenguaje inclusivo también ha tenido lugar en otros países como Francia y Argentina.

Durante esta serie de eventos se estableció un régimen de normatividad a través de la normalización y naturalización de concepciones ideológicas sobre el rol de las instituciones educativas en la promoción de la lengua estándar, la autoridad de las instituciones reguladoras de la lengua y el lenguaje inclusivo. A su vez, la gran producción y circulación de, únicamente, ciertos discursos sobre este tema, los consolidó como posición hegemónica.

2 Posicionamiento teórico respecto del debate

Moscovici (1979) plantea que las representaciones sociales son una forma de comprender el mundo y de integrar la novedad a partir de la observación, de la lectura de noticias, o de testimonios de expertos acerca de acontecimientos o teorías que el no especialista no podría llegar a comprender en profundidad, pero que igualmente está interesado en conocer dado que tienen algún impacto en la sociedad. En relación con la lengua, Arnoux y del Valle (2010) proponen hablar de *representaciones ideológicas del lenguaje*, ya que sugieren que las representaciones están inscriptas dentro de ideologías lingüísticas y están fuertemente vinculadas a posicionamientos políticos.

Por ello, un enfoque glotopolítico permite ubicar el objeto de estudio lingüístico en el campo de la política y ahondar en su carácter ideológico, para intentar desentrañar aquellos fenómenos del lenguaje atravesados por el poder, la legitimidad y la autoridad (Del Valle, 2007) que tienen el potencial de reforzar y reproducir la desigualdad social (Van Dijk, 2008). De particular interés para los estudios glotopolíticos resultan los conflictos y las luchas entre las ideologías por imponerse como hegemónicas.

En claro vínculo con las relaciones de poder existentes en la sociedad, se establece un régimen de normatividad que valora y promueve unos usos del lenguaje por sobre los demás (Arnoux y Del Valle, 2010). La normatividad, señala Cameron (1995), es inseparable del uso de la lengua; no obstante, corresponde analizar las relaciones de poder que subyacen a estas normas para identificar quién prescribe, qué es lo que se prescribe, cómo y con qué fin. Por todo ello, cuando se desafía una norma lingüística hay una alteración del orden social asociado a esta norma, que deja al descubierto la condición política ligada a la norma y la ideología que promueve su naturalización (Del Valle, 2018).

Un ejemplo de norma lingüística desafiada es la propuesta del lenguaje inclusivo. Esta es una intervención glotopolítica planificada, que actúa sobre el lenguaje de forma consciente y deliberada, que pretende revelar el carácter

político e ideológico de la lengua, así como la forma en que se ha invisibilizado y excluido (Bengoechea, 2015) a mujeres y disidencias con la complicidad de las academias y otras instituciones. En este sentido, desde la glotopolítica se entiende que el sistema gramatical tal y como lo conocemos hoy es producto de la variación lingüística, que responde a prácticas y categorías sociales históricamente situadas. Por lo tanto, en relación con el uso del masculino genérico, Calvo (2017) argumenta que el lugar hegemónico del hombre en la sociedad fue registrado, asimilado y normalizado en el sistema gramatical. Asimismo, la problematización de la forma *no marcada* en la actualidad responde a cambios sociales que han permitido que esta posición hegemónica esté hoy en disputa. Precisamente, si las normas se construyen socialmente, son pasibles de disputas, incumplimientos y alteraciones (Del Valle, 2018). En esta línea, el uso de lenguaje inclusivo no es evidencia de la degradación de la lengua ni de ignorancia por parte de los hablantes, sino que visibiliza su posicionamiento social y político.

En un plano más general, cabe señalar que el debate en torno al lenguaje inclusivo se ha dado en múltiples arenas. Los principales binomios que constituyen los ejes de tensión son normatividad/transgresión, homogeneidad/diversidad y natural (apolítico)/artificial (ideológico). En relación al último binomio, Becker (2019) identifica que uno de los ideogramas⁴ (Angenot, 2010) que más presencia tiene en la argumentación de las instituciones normativas respecto del lenguaje inclusivo es que el lenguaje es objetivo y natural, completamente desvinculado de su contexto social, cultural y político. Por lo tanto, al descartar la posibilidad del sesgo ideológico del lenguaje, las instituciones normativas clausuran el debate (Cuba, 2018). Este es solo un ejemplo de lo que ha caracterizado la discusión acerca del lenguaje inclusivo y la ha tornado problemática: las diferentes posiciones no suelen dialogar entre sí por diferir en el punto de partida (Bolívar, 2019); hay quienes lo consideran un cambio lingüístico en marcha (Cabeza Pereiro y Rodríguez Barcia 2018), algunos un recurso retórico (Kalinowsky, en Kalinowsky y Sarlo, 2019), otros sostienen que es un artificio que atenta contra el sistema lingüístico (Bosque, 2012). Sardi y Tosi proponen que «asumir esa trama polifónica como un territorio en disputa supone, entonces, reconocer sus diversas capas y apostar al intercambio de ideas en tanto potencia transformadora» (2021: 19).

4 Los ideogramas funcionan como máximas, cuyo contenido es naturalizado mediante su reiteración en discursos autorizados que penetran en el sentido común del no especialista hasta que se hace imposible hacer una lectura crítica de lo que proponen o problematizarlos (Arnoux, del Valle, 2010)

3 Diseño metodológico

Este artículo se propone estudiar, desde una perspectiva glotopolítica, las representaciones ideológicas sobre la lengua con respecto al uso de lenguaje inclusivo en las instituciones educativas del Uruguay impulsadas en 2018 por los principales medios de prensa escrita montevideanos y retomadas por la Cámara de Representantes

Con este objetivo, se elaboró un corpus a partir de un relevamiento de la prensa escrita capitalina entre el 21 y el 27 de julio de 2018, la fecha inicial fue marcada por la publicación del informe disparador de *El País*, *¡Arriba les que luchan!* Así, se identificaron ocho artículos que versaban sobre la temática en medios de prensa escrita de diferente perfil ideológico, los cuales conforman una serie documental. También forma parte del corpus otra serie documental compuesta por dos documentos legislativos: una discusión parlamentaria de la comisión de Educación y Cultura y un proyecto de ley referentes al mismo tema. Los documentos analizados se listan a continuación.

Serie documental de prensa escrita:

El País, *¡Arriba les que luchan!* (21/07/18).

Montevideo Portal, *La palabra y el poder* (21/07/18).

Montevideo Portal, *Primero las notas* (22/07/18).

El Observador, *Túnica verde, elección de abanderados y lenguaje inclusivo: ¿qué dicen las autoridades educativas?* (23/07/2018).

El País, RAE: “*El género gramatical no puede modificarse por decisión de unas personas*” (23/07/2018).

El País, *Muñoz: el lenguaje inclusivo debe ir “acompañado” de un cambio de actitud* (24/07/2018).

La Diaria, *¡Que no quiero verla!* (27/07/2018).

La Diaria, *Los hablantes somos tacaños* (27/07/2018)

Serie documental compuesta por documentos legislativos

Pasquet, O., (03/08/2018). *Uso y enseñanza del idioma español - Proyecto de ley presentado en la Comisión de Educación y Cultura. Carpeta N° 3266 de 2018.*

Comisión de Educación y Cultura, (12/09/2018). *Carpetas N° 3018 y 3268 de 2018. Versión taquigráfica N° 1838 de 2018.*

El procedimiento de análisis consistió en identificar las representaciones ideológicas sobre la lengua presentes en el informe disparador a partir de un análisis temático y, posteriormente, hacer un seguimiento de cada una de las representaciones en los artículos periodísticos restantes, así como en los documentos parlamentarios; de esta manera fue posible visualizar cuáles representaciones cobraron mayor relevancia. Por cuestiones de espacio, se incluyen solo algunos ejemplos de las representaciones identificadas a modo ilustrativo.

4 Análisis de las representaciones

A partir de un análisis temático cualitativo se identificaron tres grandes ejes sobre los cuales los medios de prensa contribuyeron a la formación de la opinión pública a partir de la producción y propagación de representaciones ideológicas sobre la lengua estándar, las autoridades de la lengua y el lenguaje inclusivo. Al final de cada subapartado de análisis se proponen perspectivas calificadas disonantes con el fin de desnaturalizar estas representaciones, así como de evidenciar su carácter ideológico y el accionar manipulador de quienes las produjeron y reforzaron.

1º EJE- El valor de la lengua estándar y el rol del Estado y las instituciones educativas en su promoción y mantenimiento.

Sobre este punto los medios reforzaron un ideograma de larga data en Uruguay: la escuela debe ser promotora únicamente de la lengua estándar. En esta línea, Barrios (2015) y Oroño (2016) han identificado en sus investigaciones representaciones ideológicas nacionalistas y puristas en los siglos XIX y XX sobre la variedad que debe ser enseñada en la escuela pública. Si bien hay estudios que evidencian una mayor apertura hacia la diversidad lingüística por parte de las autoridades de la educación entre finales del siglo XX y los primeros años del siglo XXI (Oroño, 2009 y Furtado, 2018), en 2018 los medios de prensa establecieron la necesidad de que las autoridades educativas se posicionaran con respecto al uso de lenguaje inclusivo en las aulas como se puede observar en los ejemplos (1) y (2) que se muestran a continuación.

- (1) *Túnica verde, elección de abanderados y lenguaje inclusivo: ¿qué dicen las autoridades educativas?* (El Observador, 23/07/2018)
- (2) *Robert Silva, representante de los docentes en el Consejo Directivo Central (Codicen) dijo que “las autoridades deberán discutir el tema”.* (Mon-tevideo Portal, 21/07/18)

Esta acción conjunta de los medios de prensa puede vincularse con el posterior pedido de informe de ANEP y se constituyó en uno de los pilares del proyecto de ley, cuya fundamentación se basó en los ideogramas de la variedad estándar como valor y del Estado como guardián de la lengua. Se puede ver, entonces, cómo todo el aparato ideológico se puso en funcionamiento para asegurar que, siguiendo a Oroño (2016), el sistema educativo pueda cumplir con su función original de enseñar el modelo de corrección lingüística, lo que trae consigo la tarea de reprimir los usos que no conformen con tal variedad.

El proyecto de ley, por su parte, parece querer saldar el problema de la aparente falta de decisión de las autoridades legislando al respecto, dado que se impondría como regulador de la función de las instituciones educativas en relación a la enseñanza de la lengua estándar. El hecho de que, tanto en el proyecto como en su fundamentación, se identificaran nueve fragmentos en los que se activan representaciones sobre el valor de la lengua estándar y el rol de las instituciones educativas, evidencian la motivación normativa y purista del diputado, como se puede inferir en los ejemplos (3) y (4) expuestos a continuación:

- (3) *El apartamiento de las reglas del idioma en las exposiciones orales y escritas de los educandos será señalado y corregido por los docentes* (Art.3 Proyecto de Ley).
- (4) *Pero los funcionarios públicos deben expresarse, en el ejercicio de sus funciones, de acuerdo con las reglas del idioma; y el idioma, de acuerdo con sus reglas y no según le venga en gana a cada uno, es lo que deben enseñar los docentes a los niños y jóvenes para respetar el derecho de estos a la educación* (Fundamentación del Proyecto de Ley).

A su vez, el hecho de que la Cámara de Representantes haya convocado a las autoridades de la educación a dar explicaciones es un indicador de que estas representaciones ideológicas, repetidas y amplificadas en la prensa, son compartidas por los diputados. De hecho, la apertura del debate retomó el reclamo esgrimido por los medios de prensa, como observamos en el ejemplo (5):

- (5) *Nosotros tememos que esto comience a avanzar con la permisividad del sistema y es lo que no queremos. Pretendemos que se pongan normas claras* (Mario García, diputado de Lavalleja por el Partido Nacional).

2º EJE- Las instituciones normativas como autoridad máxima de la lengua.

Tanto en los artículos de prensa como en el proyecto de ley, se reproduce un ideograma de gran trayectoria: las instituciones normativas son la autoridad

máxima de la lengua y, por ende, sus especialistas son quienes habilitan los cambios lingüísticos⁵.

En Uruguay, para el caso concreto analizado, los especialistas de la lengua que fueron consultados y las posturas ideológicas que fueron amplificadas son principalmente las de la RAE y las academias nacionales de la lengua, como se cita en los ejemplos (6) y (7). Sus posiciones se presentan con valor de verdad absoluta, ya que no se visibiliza la opinión de otros especialistas que estudian la función social, la naturaleza ideológica y el valor político de la lengua.

- (6) ***Mientras en la Real Academia Española (RAE) y la Academia Nacional de Letras se agarran la cabeza con el lenguaje inclusivo o no sexista, los sindicatos estudiantiles dan la pelea por también utilizarlo en las aulas.*** (*El País*, 21/07/18)
- (7) ***Esas prácticas desde la escritura, desde las acciones, son más fuertes que escribir documentos oficiales con formas lingüísticas que deben y tienen que ser discutidas por la academia*** (*sigue Irujé Buzzetti*). (*El País*, 21/07/18)

Dos días después del informe disparador, *El País* publicó una consulta realizada a la RAE sobre el lenguaje inclusivo para conocer su postura en relación a esta polémica. Este artículo cumple la doble función de reforzar la autoridad que la RAE tiene sobre la lengua, evidenciado en el tipo de preguntas que se le realizó, y reproducir su opinión con respecto al tema, como se observa en los siguientes ejemplos:

- (8) ***¿Es correcto decir “compañeras y compañeros”?*** (*El País*, 23/07/2018)
- (9) ***¿Se está evaluando por parte de la RAE una revisión del lenguaje a raíz del uso por parte de algunos colectivos del lenguaje inclusivo?*** (*El País*, 23/07/2018)

Por otra parte, esa misma semana, *La Diaria*, un medio de prensa escrita de perfil más progresista, publicó la entrevista a Concepción Company⁶, miem-

5 En su ensayo en contra del lenguaje inclusivo, *Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer*, el académico de la RAE Ignacio Bosque refuerza explícitamente esta representación ideológica a la que da carácter de verdad: «[t]iene, pues, sentido preguntarse qué autoridad (profesional, científica, social, política, administrativa) poseen las personas que tan escrupulosamente dictaminan la presencia de sexismo en tales expresiones» (2012:6).

6 Su postura fuertemente crítica del lenguaje inclusivo gira en torno a la artificialidad del mismo, a su incapacidad para revertir la inequidad de género en la sociedad, y a la naturaleza apolítica del sistema gramatical.

bro de la AMLE⁷. Al igual que en la consulta a la RAE, se vuelve a poner en circulación, hasta naturalizar como verdad, la posición ideológica de las instituciones normativas, como se ejemplifica a continuación:

- (10) *En la gramática, que sería el campo de batalla del todes, **los cambios ocurren de manera imperceptible**. (La Diaria, 27/07/2018)*

Al no preguntar explícitamente por la opinión de Company, el periodista la representa como poseedora de la verdad y elimina la posibilidad de que sus preguntas admitan diferentes respuestas dependiendo de la óptica del especialista consultado.

Por lo tanto, tomar la opción de consultar a la RAE y a una académica de la AMLE pero no a lingüistas con otro perfil refuerza la representación sobre la autoridad de estas academias y presenta como única la visión hegemónica acerca del lenguaje inclusivo que tienen estas instituciones, como se deduce del siguiente ejemplo:

- (11) *Cuando **le preguntamos si los hablantes tenemos algún poder de modificar algo deliberadamente**, [Concepción Company] no duda: “Para la gramática nada, para el léxico todo” (La Diaria, 27/07/2018).*

En tanto en el proyecto de ley, la Academia Nacional de Letras, en consonancia con la ideología purista y nacionalista que la sostiene desde sus orígenes⁸ (Barrios, 2011), se erige en la autoridad reguladora de la lengua, quien tendría funciones consultivas y de asesoramiento, como queda de manifiesto en el artículo 2°.

- (12) *Artículo 2°.- **En caso de duda acerca de la identificación o interpretación de las reglas del idioma, se consultará a la Academia Nacional de Letras** (Proyecto de Ley).*

En el debate en diputados también es posible identificar estas representaciones ideológicas incluso de manera más explícita que en los otros ámbitos, ya que se resalta el prestigio, la solvencia y la autoridad de quienes están afiliados a una perspectiva prescriptiva por sobre otras instituciones o especialistas, como puede verse en el ejemplo (13).

7 Academia Mexicana de la Lengua Española

8 Esta institución fue creada por decreto en 1943 con los objetivos de atender a la conservación y el enriquecimiento del español en Uruguay, así como de apoyar la difusión y el desarrollo de la cultura nacional.

- (13) *En esa otra posición tenemos a **Bosque y Pérez Reverte**, quien amenazó con renunciar a la Real Academia. ¡No estamos hablando de cualquier payador! Y payadores hay muchos...* (Graciela Bianchi, diputada del Partido Nacional por Montevideo)

En esta línea, Barrios propone que «la autoridad que el poder político confiere a las academias hace que sus decisiones lingüísticas tengan carácter de oficialidad» (2011:595). Asimismo, el capital simbólico de estas instituciones le confiere reconocimiento por parte de la sociedad para que su posición, un recorte arbitrario de la realidad, se constituya en la visión legítima (Bourdieu, 2001). Sin embargo, no debe perderse de vista que la *verdad* propuesta por las instituciones normativas, y amplificada por la prensa, es una de las opciones de verdad en disputa en el ámbito académico. Por ejemplo, como fue mencionado anteriormente, no hay consenso en los ámbitos académicos respecto de si el lenguaje inclusivo pretende generar un cambio de naturaleza gramatical. En ese sentido, Del Valle (2018) sugiere no limitar la discusión sobre el lenguaje inclusivo a cuestiones superficiales como si respeta la matriz gramatical del español o si estas formas serán adoptadas por las mayorías hasta constituirse en un cambio lingüístico. Propone, por el contrario, que se trata de un fenómeno complejo, relevante para el cambio social y constitutivo de un proceso de emancipación.

3.º EJE - El lenguaje inclusivo como problema

Con respecto al lenguaje inclusivo, en la prensa se retomaron representaciones ideológicas cuya repetición en los últimos años ha operado hacia la constitución de un nuevo ideograma: el lenguaje inclusivo es un problema. Se identificaron representaciones relativas a su naturaleza problemática o deformadora de la lengua, a su poca practicidad y a su baja potencia transformadora de la realidad. Las representaciones de este eje se analizan por separado, según respondan a cada uno de los aspectos señalados, como se constata en el ejemplo 14.

a - Naturaleza problemática o deformadora de la lengua

En la prensa se puso de manifiesto la preocupación sobre los efectos adversos que el uso de lenguaje inclusivo podría tener en quienes están en proceso de adquisición de la lectoescritura. Periodistas, docentes e incluso la ministra de Educación y Cultura sostuvieron que podrían generarse interferencias o dificultades.

- (14) [Florit] *Considera que, por un lado, **la inclusión de neologismos** “no co-rresponde”, ya que **obstruye “la adquisición de la lengua” en el niño**. “Me parece que a nivel de los niños, lo primero es adquirir competencias lingüísticas”, ponderó. (El Observador, 23/07/2018).*

No se mencionaron, sin embargo, fuentes bibliográficas ni se presentaron datos que permitieran sostener la veracidad de estas afirmaciones; por lo tanto, podría inferirse que se trata de representaciones de orden ideológico. No obstante, al ser formuladas por especialistas o autoridades de la educación y ser reproducidas en medios de comunicación prestigiosos, estas representaciones automáticamente ganan validez y carácter de verdad. Así, mediante este proceso se naturalizan opiniones sobre el lenguaje inclusivo que luego se convierten en ideogemas incuestionables. Cameron (1995) propone que en intercambios sobre el estado de la lengua las opiniones sustituyen a los hechos e incluso las primeras son tenidas en mayor estima que estos últimos.

En el debate de diputados es posible recuperar cómo esta representación ideológica alcanzó a los representantes cuando, por ejemplo, el diputado García se refirió a su preocupación por cómo pudiera ser afectado su hijo.

- (15) *Después mi hijo va a **escribir mal**, con **faltas de ortografía**, y lo van a corregir y tendrá **menos nota*** (Mario García, diputado del Partido Nacional por Lavalleja).

Por otra parte, tanto en el proyecto de ley como en el debate en diputados, se afirmó que un cambio en las normas lingüísticas implica una deformación, lo cual está motivado por ideologías lingüísticas conservadoras y puristas.

- (16) *A este cuadro general de “**grave deterioro**”, señalado ya hace cinco años por la Academia, **se suma hoy la irrupción del llamado “lenguaje inclusivo”** en centros de enseñanza y otras instituciones públicas, como el Ministerio del Interior y el Mides* (Fundamentación del Proyecto de Ley).
- (17) *Abora, cuando introducimos el “les”, el “todes”. el “lxs” -que no sé cómo se lee-, **estamos deformando el idioma*** (Mario García, diputado del Partido Nacional por Lavalleja).

Las representaciones ideológicas con respecto a la deformación de la lengua son las que menos se reprodujeron en los artículos periodísticos analizados, solo alcanzan seis menciones entre los ocho artículos de prensa. No obstante, se amplificaron con insistencia tanto en el proyecto de ley como en el debate en diputados, se identificaron doce ocurrencias entre ambos documentos. Se podría pensar que la agenda de los medios de prensa no está motivada por una necesidad de implementar acciones de higiene verbal (Cameron, 1995), pero es esperable que preocupaciones de esta índole surjan en la Cámara de Representantes, ya que la lengua está fuertemente ligada a la idea de identidad nacional y es imprescindible para la cohesión de un Estado moderno (Oroño,

2016). Monteagudo (2012) sostiene que en el modelo de estado-nación napoleónico debe haber una relación uno a uno entre Estado y nación, por lo tanto, una de las funciones de las instituciones educativas es la de generar una identidad nacional mediante la enseñanza de una única lengua nacional, con un único modelo de ejemplaridad, que deberá ser fijo y estable.

b - Poca potencia transformadora de la realidad

Desde las academias normativas se propone como topoi argumentativo⁹ que si se quiere tener un verdadero efecto transformador, lo único significativo es cambiar las prácticas sociales, en vez de modificar la estructura de la lengua, que es una acción inútil (Becker, 2019). Este ideologema refuerza la separación entre el sistema gramatical y la sociedad, como si el uso de la lengua no fuera una práctica social. Esta representación, muy presente en las argumentaciones contra el lenguaje inclusivo en el ámbito académico, fue amplificada por los medios de prensa hasta lograr gran arraigo en la opinión pública, como se desprende de (18).

(18) *La directora general de Educación Inicial y Primaria, [...], es crítica del lenguaje inclusivo, y le parece que **hay otras acciones que se pueden llevar adelante desde las palabras para conseguir mejores resultados que sirvan a la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres.*** (El País, 21/07/18)

En el debate en diputados solo se hace una mención a la conexión entre el lenguaje inclusivo y la inequidad de género. Esto resulta esperable, ya que en la Cámara de Representantes el lenguaje inclusivo se trató como un problema, pero no se discutió su vínculo con la transformación de la realidad.

c - Poca practicidad

El lenguaje inclusivo ha recibido fuertes críticas por violar el principio de economía del lenguaje. De hecho, fue a partir de estas críticas que surgió la *e* como alternativa a, entre otros, los desdoblamientos. Sin embargo, el argumento de la incomodidad se sigue repitiendo y amplificando.

(19) *En cambio, Dutto¹⁰ sí se ha enfrentado a corregir textos de no ficción, de organismos locales o internacionales, y advierte que **el trabajo es “muy incómodo”.*** (El País, 21/07/18)

9 En la teoría de la argumentación, los topoi se presentan como argumentos basados en premisas obligatorias que representan verdades incuestionables y llevan a una única conclusión posible (Wodak, 2001).

10 Maqui Dutto es una correctora de estilo y editora de trayectoria en Uruguay.

(20) *Hace algún tiempo, decíamos, **empezó a aparecer la incómoda forma “todos y todas”** en los discursos oficiales.* (La Diaria, 27/07/2018)

Este tipo de representaciones tuvo gran presencia en los medios de prensa, especialmente en las voces de quienes trabajan con la lengua -periodistas, correctores de estilo y docentes-, pero no fue retomado por los diputados. Una posible explicación para esta realidad es que el aspecto de la practicidad preocupa a quienes la lengua atraviesa en su vida profesional, pero no es un elemento que amenace el civismo o el sentir nacional, motivos que podrían alertar a los diputados.

A este respecto, en su debate con Sarlo, Kalinowsky (Kalinowsky y Sarlo, 2019) propone que es la eficacia y no la economía lo que rige la comunicación, y que el lenguaje inclusivo logra transmitir un contenido de forma muy eficaz. Recordemos que al hablar no solo comunicamos un contenido proposicional, también decimos quiénes somos y desde qué lugar social y político enunciamos. A su vez, para producir un efecto de sentido en particular los hablantes pueden priorizar otros principios a costa de la economía, por ejemplo, en las fórmulas de cortesía (Sardi - Tosi, 2019).

5 Consideraciones finales

El análisis de las publicaciones de prensa escrita desde una perspectiva glotopolítica deja de manifiesto cómo los medios de comunicación hicieron uso de su capital simbólico para poner en la agenda del debate público el tema del uso de lenguaje inclusivo en las instituciones educativas, ya que el informe inicial fue retomado por otros medios, lo cual amplificó la importancia del tema. Por otra parte, los medios también operaron en conjunto para ejercer presión sobre las autoridades educativas y exigirles que tomaran medidas.

Otro aspecto que queda en evidencia al analizar el devenir del evento es el interés que existe en la Cámara de Representantes por lo que se dice en la prensa. Si bien las políticas lingüísticas públicas no deberían responder a los intereses de formadores de opinión, en este caso se ve con claridad el vínculo entre los medios de prensa escritos, el proyecto de ley y el debate en la Comisión de Educación y Cultura. Ejemplo de esto es que el informe periodístico se constituyó en la fuente de casi la mitad de la fundamentación del proyecto de ley, con referencias explícitas a la publicación de *El País*. En el mismo sentido, el debate de los diputados recuperó directamente fragmentos de los artículos periodísticos, y la convocatoria a las autoridades de la educación puede leerse

como una respuesta al reclamo construido por los medios. Se hace evidente, por lo tanto, que los grupos políticos y mediáticos más influyentes están alineados, comparten representaciones e ideologías lingüísticas, y operan en conjunto para influir sobre la opinión pública.

Asimismo, la selección de los argumentos que fueron reproducidos en los medios contribuyó a sesgar la discusión y generó un blindaje mediático que imposibilitó que la visión de especialistas de la lengua de tradición sociolingüística accediera a la prensa y, con esto, se diera un debate crítico en la sociedad. Teniendo en cuenta la complejidad del tema en cuestión y la multiplicidad de miradas informadas que existen al respecto, es probable que la sociedad uruguaya aún tenga mucho por discutir sobre el uso de lenguaje inclusivo en general, y en el ámbito de la educación en particular. Es importante que el debate no se cierre con la construcción conjunta de conocimiento, normas y moralidad del poder político y mediático.

Finalmente, es necesario preguntarse por qué el uso de lenguaje inclusivo activó las alarmas institucionales al punto que se volvió urgente que los tres poderes simbólicos más importantes de la nación- la prensa, el Estado y la escuela- trabajaran en conjunto para erradicarlo. El lenguaje inclusivo se ha transformado en bandera de muchos movimientos que defienden y valoran la diversidad, por lo tanto, por oposición, despierta el rechazo de los sectores conservadores que miran con preocupación los cambios que la sociedad está atravesando.

Si consideramos que tradicionalmente el ámbito más valioso para mantener los valores de moral y ciudadanía ha sido la escuela, y la lengua estándar el vehículo principal para su transmisión, no es llamativo que ante la posibilidad de que el lenguaje inclusivo irrumpiera en las instituciones educativas, las élites simbólicas pusieron todo su aparato ideológico en movimiento para defenderse no de un cambio lingüístico sino de un cambio social.

Referencias bibliográficas

- Angenot, M. (2010): *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Arnoux, E. N. y del Valle, J. (2010): *Las representaciones ideológicas del lenguaje: discurso glotopolítico y panhispanismo*. *Spanish in Context*, 7, 1, 1-24.
- Barrios, G. (2011): «La regulación política de la diversidad: academias de lenguas y prescripción idiomática». En: S. Senz y M. Alberte (eds.) *El dardo en la Academia. Esencia y vigencia de las academias de la lengua española. Vol. I*. España: Melusina, 591 - 619.
- Barrios, G. (2015): «Diversidad lingüística y unidad nacional en la historia de Uruguay». En: J. del Valle (ed.) *Historia política del español. La creación de una lengua*. Cambridge: Aluvión, 227 - 244.
- Becker, L. (2019): «Gltopolítica del sexismo: Ideologemas de la argumentación de Ignacio Bosque y Concepción Company Company contra el lenguaje inclusivo de género». *Theory Now. Journal of Literature, Critique and Thought* 2.2., 4 - 25. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.30827/TNJ.v2i2.9827>
- Bengoechea, M. (2015): *Lengua y género*. Madrid: Síntesis. Recuperado de: <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490772232.pdf>
- Bolívar, A. (2019): «Una introducción al análisis crítico del ,lenguaje inclusivo‘». *Literatura y lingüística*, 40., 355-375. <https://dx.doi.org/10.29344/0717621x.40.2071>
- Bosque, I. (2012): «Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer», Plenaria de la Real Academia Española. Recuperado de: https://www.rae.es/sites/default/files/Sexismo_linguistico_y_visibilidad_de_la_mujer_o.pdf (17-03-2012)
- Bourdieu, P. (2001): *¿Qué significa hablar?* Madrid: Akal.
- Cabeza Pereiro, M. y Rodríguez Barcia, S. (2018): «Lenguaje excluyente y género». *Actas. XIII Congreso Internacional Lingüística Xeral*, 147- 53. Recuperado de: https://www.academia.edu/36861155/Lenguaje_excluyente_y_genero
- Calvo, Y. (2017): *De mujeres, palabras y alfileres. El patriarcado en el lenguaje*. Barcelona: Bellaterra.
- Cameron, D. (1995): *On Verbal Hygene*. New York: Routledge
- Cuba, E. (2018): «Lingüística Feminista y apuesta gltopolítica». *Anuario de Gltopolítica*, 2, 21- 40. Recuperado de: <https://gltopolitica.com/2019/03/26/2017-1/>

- Del Valle, J. (2007): «Glotopolítica, ideología y discurso: categorías para el estudio del estatus simbólico del español». En: J. del Valle (ed.) (2007) *La lengua, ¿patria común? Ideas e ideologías del español*. Madrid, Vervuert / iberoamericana, 13 - 29.
- Del Valle, J. (2018): «La política de la incomodidad. Notas sobre gramática y lenguaje inclusivo». *Anuario de Gotopolítica*: 2, 13 - 19. Recuperado de: <https://glotopolitica.com/2019/03/26/2017-1/>
- Furtado, V. (2018): «Deniñas y niños: las políticas lingüísticas de género en la educación primaria uruguaya». *Lingüística*, 2, 34. Recuperado de: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2079-312X2018000200009
- Kalinowsky, S. y Sarlo, B. (2019): *La lengua en disputa. Un debate sobre el lenguaje inclusivo*. Buenos Aires: Godot.
- Monteagudo, H. (2012): «A invenção do monolingüismo e da língua nacional». *Gragoatá* (32), 43 - 53. Recuperado de: <https://periodicos.uff.br/gragoata/article/view/33031>
- Moscovici, S. (1979): *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- Oroño, M. (2009): *Lengua estándar y educación. Programas de textos de Educación Primaria y Secundaria (1995-1999)*. Montevideo: Departamento de Publicaciones FHCE.
- Oroño, M. (2016): *El lenguaje en la construcción de la identidad nacional: los libros escolares de lectura de Vásquez Acevedo, Figueira y Abadie-Zarrilli*. Montevideo: Tradinco.
- Sardi, V. y Tosi, C. (2021): *Lenguaje inclusivo y ESI en las aulas. Propuestas teórico-prácticas para un debate en curso*. Buenos Aires: Paidós.
- Van Dijk, T. A. (2008): *Discourse and Power*. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan.
- Wodak, R. (2001): «The discourse-historical approach». En: R. Wodak & M. Meyer (eds.), *Methods of critical discourse studies*. Londres: Sage Publications, 63 - 94.

Inclusive Language in the Uruguayan Classrooms: A Glotopolitical Approach to the Debate

Keywords: language and gender, glotopolitics, language ideologies, purism, press media

Institutional discourses have great influence over language ideologies, since they legitimate certain discursivities and generate a prescriptive effect in speakers. This article analyses, from a glotopolitical perspective, language representations pertaining to the use of gender-inclusive language in educational institutions in Uruguay as driven by the main Montevidean written press media in August 2018. These were revisited in the following months at a debate in the House of Representatives and in the *Uso y enseñanza del idioma español* bill.

In the light of this analysis, this paper aims to show how the symbolic elites operated together to influence public opinion through the normalization and naturalization of ideological conceptions that are of a conservative, purist and nationalist character, all of which have a great tradition in Uruguay. Thus, the most powerful political and media groups of the country came together to stifle the debate about the use of inclusive language in the classroom, motivated by their own political and ideological interests.

Inkluzivni jezik v urugvajskih učilnicah: glotopolitični pristop k razpravi

Ključne besede: jezik in spol, glotopolitika, jezikovne ideologije, purizem, tiskani mediji

Institucionalni diskurzi imajo velik vpliv na jezikovne ideologije, saj legitimirajo določene diskurzivnosti in ustvarjajo predpise za govorce. Namen tega članka je z glotopolitičnega vidika analizirati ideološke predstave o jeziku v zvezi z uporabo spolno vključujočega jezika v izobraževalnih ustanovah v Urugvaju, ki so jih glavni tiskani mediji v Montevideu promovirali avgusta 2018. Te predstave so bile prevzete v naslednjih mesecih v razpravi v predstavniškem Domu ter v predlogu zakona o uporabi in poučevanju španskega jezika. Analiza dokazuje, da so simbolične elite delovale složno z namenom, da bi vplivale na javno mnenje z normalizacijo in naturalizacijo tradicionalnih ideoloških konceptov v Urugvaju, kjer prevladuje konservativni, puristični in nacionalistični značaj. Na ta način so se najmočnejše politične in medijske

skupine v državi, motivirane s svojimi političnimi in ideološkimi interesi, ponotile, da bi onemogočile razpravo o uporabi inkluzivnega jezika v učilnicah.

Verónica Viera Izeta

Es licenciada en Lingüística y profesora de lengua inglesa. Se desempeña como docente del Instituto de Lingüística de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación y dicta cursos de comprensión lectora en la Facultad de Derecho, ambas instituciones pertenecientes a la Universidad de la República en Uruguay. Actualmente es estudiante de maestría del programa de Ciencias Humanas con opción Lenguaje, cultura y sociedad, dictado por la misma universidad. Sus áreas de estudio se orientan hacia los estudios de Lenguaje y género desde el Análisis Crítico del Discurso y los enfoques glotopolíticos.

Dirección postal: Universidad de la República
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
Dpto. de Psico- y Sociolingüística
Av. Uruguay 1695
11200 Montevideo
Uruguay

Correo electrónico: veronicavieraizeta@gmail.com



Clara Isabel Serrano (2017)

Arte de falar e arte de estar calado. Augusto de Castro.

Jornalismo e diplomacia

Coimbra: Coimbra University Press; 202 pp.

Dispoñible en *acceso aberto* : <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1158-7>.

O libro que aquí nos entregan é o resultado dunha tese de doutoramento defendida na Universidade de Coimbra, a máis antiga de Portugal, a que inspirou a saga británica de Harry Potter. Para o título, a autora, Clara Isabel Calheiros da Silva de Melo Serrano, utiliza unha cita dun artigo de Augusto de Castro Sampaio Corte Real. Atópase en *Imagens da Europa, vistas da minha janela* e resume ben o oxímoro que reúne as profesións de xornalista e diplomático que exerceu: a combinación de retórica e silencio. En varias ocasións, a súa actividade como xornalista foi unha forma de diplomacia e viceversa. Así, organizou os dous primeiros Congresos de Prensa Latina en Lyon e Lisboa e participou na creación da Asociación da Prensa Latina. Mentres era ministro plenipotenciario no Vaticano, en 1928 escribiu un artigo pro-Mussolini. De feito, foi a súa vocación de escritor a que o levou a estas profesións. A súa actividade como dramaturgo adoita pasar por alto, mentres que o crítico teatral Luiz Francisco Rebello a considera imprescindible. Non obstante, as súas obras representáronse pouco despois de ser escritas en grandes teatros: *Caminho perdido* (1906) e *Amor á antiga* (1907) no Teatro Nacional, *Chá das Cinco* (1909), *Vertigem* (1910) e *As Nosas Amantes* (1912). no Teatro D. Amélia rebautizado como Théâtre de la République tras a caída da monarquía, na noite do 4 ao 5 de outubro de 1910.

O doutor non intentou ser exhaustivo. Céntrase no lapso cronolóxico entre 1883, ano do seu nacemento, e 1938, ano do seu regreso a Lisboa. Non obstante, as reaccións dos seus contemporáneos despois da súa morte son abordadas na introdución. As críticas positivas que regresan destacan a súa intelixencia, boa natureza e apoio a outros xornalistas. En efecto, aínda que Augusto de Castro traballou principalmente para o *Diário de Notícias* salazarista a súa proximidade ao réxime foi tal que cada semana o recibía Salazar para influír na redacción dos seus artigos ou pedirlle información. Desde o punto de vista metodolóxico, a tese forma parte do movemento de volta á biografía dende

os anos 70, este xénero historiográfico experimentou unha depreciación na posguerra. Trátase agora de non exacerbar a individualidade senón de articular individuo e contexto. Repasa a urbanización da cidade natal do personaxe, Porto, e fala de membros da súa familia que tiñan funcións xurídicas e políticas: José Luciano de Castro e Francisco de Castro Matoso. Foi o primeiro que lle permitiu a Augusto de Castro acceder a un cargo directivo no xornal *A Província*, sabendo que os inicios xornalísticos incluían tamén participar nunha recensión literaria mentres era estudante de bacharelato. Axiña menciónase un antepasado máis afastado: o explorador João Vaz Corte-Real, que descubriu Terra Nova, a península de Labrador e parte de Canadá.

O título non menciona outras dúas profesións que exerceu: a de avogado, ao deixar os seus estudos, de 1902 a 1905, paralelamente á de xornalista, logo de parlamentario entre 1905 e 1910. Despois representou ao Partido progresista a finais de a monarquía. O título oculta outro papel: o de comisario xeral da Exposición Universal Portuguesa celebrada en 1939. O título non menciona a literatura que, como xa dixemos, acompañou toda a súa vida. Durante os seus estudos de Dereito en Coimbra (tivo que abandonar Porto porque era a única universidade onde podía cursar esta disciplina en Portugal), fíxose amigo de futuros poetas como Teixeira de Pascoaes, considerado o Musset. Portugués. Tamén foi alí onde compuxo a súa primeira obra a catro mans con João Lúcio: *Até que enfim!* Como os seguintes, correspóndese co realismo e o naturalismo. Foi na cidade das serenatas e dos ruiseñores como se alcuma Coimbra onde escribiu o seu primeiro libro, *Religião do Sol*, un libro autobiográfico.

Esta monografía arroxa luz sobre unha figura controvertida da historia portuguesa. Agradeceremos a cronoloxía final que nos permite buscar o noso camiño. Ademais, as fontes tamén están ben clasificadas, o que facilitará futuras investigacións sobre o personaxe. Esta obra pode ser criticada ás veces por digresións sobre os seus contemporáneos ou sobre circunstancias históricas.



Héloïse Elisabeth Marie-Vincent Ghislaine Ducatteau

Sciences Po Paris (campus de Nancy)

Javier Muñoz-Basols y Yolanda Pérez Sinusía

Técnicas de escritura en español y géneros textuales / Developing Writing Skills in Spanish

(Segunda edición, 2022)

London and New York: Routledge; pp. 441

La obra *Técnicas de escritura en español y géneros textuales / Developing Writing Skills in Spanish* es un volumen publicado por dos prestigiosos profesionales de la enseñanza del español: Javier Muñoz-Basols, profesor titular y coordinador de español en la Universidad de Oxford (Reino Unido), y Yolanda Pérez Sinusía, profesora titular de español en la Escuela Oficial de Idiomas n.º 1 de Zaragoza (España). La segunda edición de Routledge incluye **numerosas novedades** respecto a la de 2011, que consisten en un **esfuerzo de enriquecimiento** al incluir la consulta de diferentes obras como el *Diccionario panhispánico de dudas* (2005), la *Nueva gramática de la lengua española* (2009), la *Nueva gramática básica de la lengua española* (2010), la 23.ª edición del *Diccionario de la lengua española* (2014) y el *Libro de estilo de la lengua española según la norma panhispánica* (2018), así como los nuevos descriptores del *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment* (2018) o MCER, teniendo sobre todo en cuenta el modo en que se potencia la mediación lingüística en la enseñanza de las lenguas. Según los propios autores, durante la actualización se tuvieron en cuenta los comentarios de numerosos profesionales del español de todo el mundo, que habían estado usando la primera edición durante la década 2011-2021. Además, como novedades se incluye un nuevo título bilingüe más explicativo, *Developing Writing Skills in Spanish*, que condensa los aspectos básicos en cada uno de los capítulos: las técnicas propuestas, pensadas para dominar satisfactoriamente la escritura en todo tipo de géneros textuales. Es imprescindible, según los autores, que cualquiera que escriba «aprenda a reconocer los parámetros textuales, lingüísticos y culturales que gobiernan un acto comunicativo y esté familiarizado con las técnicas propias de un género textual» (p. xxiii). El **bilingüismo** del título tiene como objetivo visibilizar la publicación en un contexto en el que los potenciales usuarios de tan valiosa herramienta de aprendizaje pueden tener el español como primera o segunda lengua, o bien como lengua de herencia. Al principio del libro figura un **cuestionario para la escritura**, llamado «Hábitos de escritura» y destinado a la reflexión previa sobre las experiencias anteriores en torno a la escritura, algo

que permite al profesor la identificación de las necesidades de cada grupo. Se incluyen al inicio de cada capítulo, de los que hay un total de nueve¹, los **objetivos** que se persiguen en dichas unidades, así como una lista de *prácticas escritas* o tareas de producción textual, que siguen el más arriba mencionado MCER. Se han añadido **nuevos contenidos** y actividades, priorizando la actualidad temática, diseño, enfoque y ampliación, reforzando además la descripción de dichas actividades. Los autores han enriquecido cada capítulo con **repertorios de vocabulario temático** de áreas vinculadas temáticamente con los distintos géneros textuales, un aspecto cuya brillantez queremos resaltar por el equilibrio que se ha conseguido en la selección de dichos repertorios y la muy bien contextualizada empleabilidad de los diferentes ejemplos.

Se han incorporado al final de cada unidad actividades pensadas para trabajar la **detección de errores** y aprender a corregirlos, así como para mejorar la expresión a través de la **reescritura** y las **alternativas** estilísticas, morfosintácticas y léxicas. Las actividades se han basado en un corpus de errores auténticos recogidos en clase. Se familiariza además al estudiante con el fenómeno de la redundancia y con la sonoridad del idioma.

Asimismo, se refuerzan los **contenidos de las soluciones a los ejercicios** de escritura y los modelos de textos que se incluyen a modo de posibles producciones escritas, ampliándose además el número de ejemplos en actividades de respuesta libre.

Los autores han decidido también incluir **itinerarios de aprendizaje** para que el profesorado pueda planificar mejor sus clases, identificando las necesidades de cada grupo previamente en el mencionado cuestionario «Hábitos de escritura». Hay un total de cuatro rutas o itinerarios: Escritura creativa (textos narrativos, descriptivos y publicitarios), escritura periodística (textos expositivos y argumentativos), escritura académica (textos expositivos y argumentativos) y escritura para profesionales (textos jurídicos, administrativos, científicos y técnicos).

Para la presente segunda edición de *Técnicas de escritura en español y géneros textuales / Developing Writing Skills in Spanish* se ha desarrollado el proyecto de

1 **Capítulo 1:** El texto narrativo (*Narrative Writing*); **Cap. 2:** El texto descriptivo (*Descriptive Writing*); **Cap. 3:** El texto expositivo (*Expository Writing*); **Cap. 4:** El texto argumentativo (*Argumentative Writing*); **Cap. 5:** El texto periodístico (*Journalistic Writing*); **Cap. 6:** El texto publicitario (*The Language of Advertising*); **Cap. 7:** El texto jurídico y administrativo (*Legal and Administrative Documents*); **Cap. 8:** El texto científico-técnico (*Scientific and Technical Writing*); **Cap. 9:** Consejos adicionales para escribir correctamente (*Revising, Refining and Proofreading*).

Humanidades Digitales *Portal de escritura en español* (www.portaldeescritura.com), en el que se ofrecen materiales, actividades, bibliografía especializada y recursos adicionales tanto para profesores como para estudiantes. Se añade en dicho portal un espacio exclusivo para los docentes. La telecolaboración y puesta en común de comentarios, experiencias, sugerencias y recursos convierten al proyecto en una herramienta ineludible para todo aquel que desee dinamizar su trabajo como docente, enriquecer su escritura como estudiante o consultar aspectos concretos de la escritura. Dado que esta destreza no solo no se ha reducido con las nuevas tecnologías, sino que ha experimentado -y experimenta- un verdadero auge y esplendor en nuestras *empantalladas* e informadas vidas, la obra aquí reseñada gira cuantitativa y cualitativamente en torno a la constante, abundante y solvente producción de la expresión escrita.

Reyes Llopis-García

Columbia University, Nueva York (EE. UU.)

Alejandro Rodríguez Díaz del Real

Universidad de Ljubljana



Rafael Chirbes, *Diarios. A ratos perdidos 1 y 2*, prólogos de Marta Sanz y de Fernando Valls, Barcelona, Ed. Anagrama (Narrativas Hispánicas, 679), 2021, pp. 472. ISBN: 978-84-339-9931-3.

Rafael Chirbes, *Diarios. A ratos perdidos 3 y 4*, Barcelona, Ed. Anagrama (Narrativas Hispánicas, 701), 2022, pp. 698. ISBN: 978-84-339-9959-7.

A ratos perdidos es tan sólo la avanzadilla de las tres partes en que quedarán recogidos los diarios personales de Rafael Chirbes (1949-2015). En esta primera entrega, en dos volúmenes aparecidos a distancia de un año el uno del otro, los cuadernos más antiguos llevan la fecha del mes de abril de 1984 y abarcan hasta el 6 de enero de 2005, cuando ya el escritor alicantino estaba puliendo la novela *Crematorio* que iba a publicarse dos años más tarde.

De entrada cabe dejar muy claro que estas notas íntimas y personales no constituyen los despojos textuales sobre los que puedan haberse abalanzado los herederos directos en pos de ganancias comerciales inmediatas, sino que es una operación editorial acorde a lo que fue la voluntad póstuma del autor. No en vano Chirbes anduvo, hasta fecha cercana a su muerte y siguiendo para ello el modelo de su mentora Carmen Martín Gaité, perfilando y poniendo orden en los múltiples cuadernos acumulados a lo largo de más de tres décadas, transcribiendo las notas manuscritas e incluso agregando comentarios actualizados en fase de revisión a medida que estas iban tomando forma en el paso a la escritura digital. Actualizaciones que los editores han tenido a bien realizar con los caracteres cursivos.

Otra precisión obligada atañe a la procedencia de estos apuntes fácilmente inflamables. Los diarios personales que ahora empiezan a publicarse no han aparecido de manera súbita. Ya constituida la Fundación Rafael Chirbes en la localidad alicantina de Beniarbeig (que tiene sede en el que fue el último cascarón del escritor alicantino y donde transcurrieron sus últimos quince años de vida, allí aislado entre la vegetación que cubre la vertiente meridional de la Sierra de Segària), los investigadores que tras la muerte prematura del escritor hemos ido acudiendo a la que fue su última residencia en la tierra, nos familiarizamos con las copias de los diarios que Manolo Micó, sobrino del novelista y patrono de la Fundación, ha estado custodiando a lo largo de estos años con celo y con la debida cautela. Debo decir que, en mi caso, los apuntes me proporcionaron la información suficiente para entender mejor el contexto en

el que habían germinado los reportajes de viajero destinados a la revista *Sobremesa* —revista enogastronómica aparecida en 1984 y de la que Rafael Chirbes fue uno de sus primeros directores—, los cuales constituyen un corpus textual que en buena parte confluiría años más tarde en *Mediterráneos* (1997) y en *El viajero sedentario* (2004). Los diarios del autor me corroboraron la importancia que el autor dio desde el principio a los mencionados reportajes y el cuidado con que sometió los textos a revisión antes de reeditarlos en las mencionadas compilaciones, con la conciencia de haber escrito «una pieza literaria que iba a recibir tratamiento literario» (como admite esperar infructuosamente en su nota del 21 de diciembre del 2004 [Vol. 1: p. 457]) y no meros encargos editoriales con los que debiera cumplir por razones meramente alimenticias. Una labor profesional por lo demás a la que, tal como evoca en las páginas del segundo volumen, impuso un final brusco para centrarse exclusivamente en la redacción de *Crematorio*.

A la superficie de las páginas de estos diarios afloran, como era de suponer en un lector compulsivo como fue Rafael Chirbes, sus obsesiones y demonios literarios. Así como también la búsqueda maníaca del *tono*; o sea, la semilla primordial en torno a la cual tejer y destejer, una y mil veces, la trama novelesca de cada una de sus obras narrativas en gestación. En este sentido, el primer volumen de los diarios resulta un potente instrumento de indagación con el que adentrarse en el magma existencial del que terminaría desgajándose *Mimoun* (1988), tras una experimentación truncada con un borrador perdido que antecede y al que en varias ocasiones titula *Las fronteras de África*, el cual derivaba de su paso por la ciudad marroquí de Sefrou entre los años 1977 y 1979. «No debería leer a [Paul] Bowles —escribe el 15 de febrero de 1986— mientras me da vueltas en la cabeza una posible novela marroquí y escribo algunas páginas con historias de los años que pasé en ese país, pero caigo en la tentación» (Vol. 1: p. 142). Sea como fuere, bastantes meses más tarde, en fecha de 19 de junio de 1987, Chirbes anota teniendo ya en mano los primeros ochenta folios de la que será su primera obra narrativa impresa: «No va a ser la novela de quinientas páginas que yo creía cuando la empecé. Será más bien una novelita corta, una *nouvelle*, y su modelo no es Bowles, ni Forster, sino *Otra vuelta de tuerca*, de Henry James, ese clima que tengo en la cabeza, esa resbaladiza ambigüedad moral» (Vol. 1: p. 180; véase también p. 172 del mismo volumen). Ese maldito *tono* germinal —nos permitimos añadir nosotros— que se erige en la *quête* que modula el proceso creativo de la obra aún informe y por concluir.

Sugestivo, por lo demás, el carácter testimonial de estos diarios para poder reconstruir con certeza el aluvión de lecturas con las que, en el período que abarcan estos dos primeros volúmenes, el añorado escritor alicantino iba puliendo y aquilatando, ladrillo a ladrillo, su habilidad creadora. Un listado en el que tantos autores alemanes descuellan (Robert Musil, Hermann Broch, Walter Benjamin, Thomas Mann, Stefan Zweig e incluso Franz Innerhofer), junto al más esperable bagaje literario de cuño francés, teniendo a Balzac por abanderado de una tradición con la que Chirbes se desenvolvía con la naturalidad que deriva de tenerla por segunda piel identitaria. Y también junto al igualmente esperable listado de autores españoles (Max Aub, Corpus Barga, Juan Marsé o el obvio Galdós) que sirven de fugaz contrapeso a la angustia existencial que le asalta cada vez con mayor frecuencia: «Es tarde —escribe el 28 de noviembre de 2004— para alcanzar casi nada de lo que proyecté en la adolescencia. Estoy solo en esta casa apartada, rodeado de libros» (Vol. 1: p. 448).

Todo ello plantea en el lector —y menos, tal vez, en el estudioso puro de la obra de Chirbes— un escrúpulo de conciencia que admito que todavía no he logrado resolver con la debida frialdad. Y que es un escrúpulo que arranca de muy lejos, de cuando hace años, en el transcurso de una conversación mantenida con Claudio Magris se tocó la génesis de la trilogía autobiográfica de su buen amigo Elías Canetti y, más concretamente, de *La lengua salvada* (1977). Magris hizo entonces una larga pausa. Y, tras meditar las palabras con mucho cuidado, concluyó: «Creo que fue un error. Nunca debió publicar esta obra». Ante mi sorpresa, Magris agregó: «Elías Canetti proporcionó las claves de *Auto de fe*. De algún modo esta dejó de ser obra abierta para sugerir en cambio al lector una interpretación única e inequívoca». Aludía Magris al riesgo de que, a partir de entonces, el lector pudiera verse inducido a establecer correspondencias reductivas y engañosas entre la obra de ficción y los avatares del artífice.

Me pregunto, por ello, con un cierto temor si las notas *diarísticas* de Chirbes no funcionarán en lo sucesivo como reactivo que termine enmascarando también al conjunto de la obra que nos ha legado. Uno teme que el relato descarnado de la vida privada de Rafael Chirbes, que constituye un autoexamen crítico que el propio autor pasa con valentía al papel como buscando reflejo verbal en la superficie bruñida de un espejo, termine asimismo simplificándose. Y termine poniendo en riesgo la interpretación crítica adecuada de una producción narrativa a la que pueda afectar el reductivismo de una existencia

que, en los duros años ochenta transcurridos en el epicentro madrileño, vagó por entre los reclamos ora de un Eros y ora de un Tánatos despiadados. Ojalá que me equivoque, pues la descripción en estos diarios del deambular peripatético de Rafael Chirbes por entre las ruinas del mundo se me antojan un sismógrafo que, sobre la superficie del rollo de papel, ha dejado diligente y precisa constancia gráfica de las oscilaciones que sacudieron una existencia que el autor supo llevar hasta el límite para volver de allí (casi) indemne.

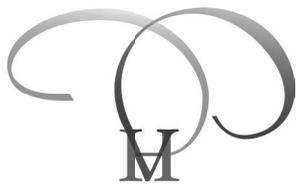
Lo mejor está, con todo, por venir. Las últimas e intensas cien páginas del Vol. 1 de esta primera entrega ponen al descubierto hasta qué punto el escritor alicantino fue encontrando progresivamente mayor comodidad en los cauces del género textual del diario. Exhilarante (aunque algo menos para el autor que padeció sus consecuencias) la descripción de la *tournée* de Chirbes por Alemania y el Cantón de Zúrich a las puertas del otoño de 2004 y a remolque de la publicación de *Los viejos amigos* en el año precedente (entradas a partir del 18 de septiembre de 2004 [Vol. 1: pp. 369-393]). Un viaje que le llevó, por añadidura, a un área cultural ya abonada a fondo para el alicantino desde que en un lejano 5 de junio de 1998, dos años después de publicada *La larga marcha* (1996), Marcel Reich-Ranicki elogiara dicha novela desde la tribuna de *El Cuarteto Literario*, el influyente programa televisivo que emitía la *Zweites Deutsches Fernsehen* (ZDF).

Será sin duda igualmente intensa la lectura con la que, quien se acerque a estos diarios íntimos, recorrerá la pormenorizada crónica del reencuentro con los supervivientes y fantasmas del pasado remoto de su infancia. Un reencuentro que se produce décadas después de que fallecido el padre, y cuando Chirbes contaba apenas cinco años de edad, ingresara en los colegios de huérfanos de ferroviarios de Ávila y León (entrada correspondiente al 14 de octubre de aquel mismo año [Vol. 1: pp. 402-412]). Todo ello da pie en estas notas a que el lector pueda vislumbrar, a la manera de voyeur indiscreto, cuanto supuso la expulsión del perdido paraíso levantino antes de ser arrojado a las estepas castellanas, como un pecio a la deriva tras el primer naufragio existencial.



Jorge Canals Piñas

Università degli Studi di Trento



INFORMACIONES PARA AUTORES/AS

Los editores invitan a enviar artículos, ensayos y reseñas inéditos para su publicación en la revista que a partir de 2018 se publica en números temáticos. Las aportaciones se publican en español, portugués, catalán, gallego e inglés. Los trabajos serán evaluados por el sistema de revisión de pares (sistema de selección de artículos de doble ciego) y analizados por el consejo de redacción.

Los originales deberán corresponder a las normas de edición de la revista que se encuentran en la página web: <https://journals.uni-lj.si/verbahispanica> y al tema del número temático correspondiente.

Los que no se adapten a estas normas se devolverán a su autor para que los modifique.

Las colaboraciones en la revista no serán remuneradas.

Envíe su artículo hasta el 31 de mayo del corriente año por correo electrónico (verba.hispanica@ff.uni-lj.si) o a través de la página web.

