Recepción / Received: 7 de febrero de 2022
Aprobación / Approved: 11 de mayo de 2022

OPEN ACCESS

EL DISCURSO POLÍTICO ACTUAL COMO DISCURSO DE PODER ATENUADO Y FALAZ UNA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

THE CURRENT POLITICAL SPEECH AS ATTENUATED AND FALLACIOUS DISCOURSE OF POWER AN ANALYSIS METHODOLOGY

Xosé Fernández Barge[a]

[a] Universidad de Cádiz. Cádiz, España. *xosefbarge@gmail.com*

Resumen

Tras cuatro años trabajando sobre el análisis del discurso político como discurso de poder, tanto desde una perspectiva teórica, como desde su aplicación metodológica a un corpus constituido por intervenciones orales de los principales representantes políticos españoles en un medio de comunicación de masas, se presentan aquí algunas de las ideas clave que han permitido elaborar una metodología de análisis destinada a caracterizar este tipo de discurso.

Se establece como eje teórico el nuevo patrón comunicativo que se ha asentado en Occidente, y su relación con las principales distopías literarias del siglo XX; se ahonda en aquellos discursos de poder que se han convertido en referentes políticos e históricos, y en las circunstancias sociales e investigadoras que han derivado de su análisis; para posteriormente centrarnos en el desarrollo de una metodología de análisis del discurso de poder actual.

Los mecanismos de atenuación y los argumentos falaces terminan por vertebrar este método de análisis, debido a la facilidad a la hora de ser identificados, analizados, etiquetados cualitativamente y, posteriormente, comparados de forma cuantitativa entre los diferentes líderes políticos, permitiendo así una caracterización.

Palabras clave: análisis del discurso, metodología de análisis, discurso político, distopía; análisis cualitativo.

Autor para la correspondencia

xosefbarge@gmail.com

imagonautas

Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons. La licencia completa se puede consultar en https://creativecommons. org/licenses/by/4.0/deed.es

Abstract
After four years investigating the analysis of political speech as a discourse of power, both from a theoretical perspective and from its methodological application to a corpus constituted by oral interventions of the main Spanish political in a mass media, we present some of the key ideas that have allowed us to develop an analysis methodology that makes it possible to characterize this type of discourse.

The new communicative pattern that has settled in the West and its relationship with the main literary dystopia of the 20th century are established as a theoretical axis, to later delve into those speeches of power that have become political and historical referents, and in social circumstances and investigations that have derived from their analysis, to finally focus on the development of a methodology for the analysis of current power discourse.

Attenuation mechanisms and fallacious arguments will vertebrate this method of analysis, due to the ease in being identified, analyzed, qualitatively labeled and, subsequently, quantitatively compared between the different political leaders, allowing a characterization of these speeches.

Keywords: discourse analysis, analysis methodology, political speech, dystopia, qualitative analysis.

Introducción

El desarrollo y consagración de la era de la información y las nuevas tecnologías, donde los medios de comunicación de masas e internet posibilitan el consumo constante e irremediable de contenidos, ha obligado a representantes políticos, dirigentes y comunicadores en general a modificar sus discursos para encontrar el apoyo, la aprobación o simplemente la difusión de sus mensajes.

Estamos inmersos en un nuevo mundo que se articula mediante la comunicación y la opinión. La ecuación comunicativa que refiere concretamente a los medios de comunicación y a la transmisión de información institucional o específicamente política ha dejado definitivamente de ser unidireccional para convertirse en bidireccional o multidireccional, en la mayoría de los casos. Cualquiera puede convertirse en generador de opinión, en confrontador directo de un gran medio de comunicación o de un dirigente o partido político, a través, por ejemplo, de las redes sociales o los blogs. La difusión y el impacto de estos mensajes dependerá de un conjunto de circunstancias, algunas de ellas fortuitas en un principio, pero que acaban consagrando al nuevo generador de opinión. Las antiguas argucias del lenguaje resultan, entonces, vetustas e ineficaces y, precisamente por eso, hemos visto cómo se ha ido articulando un nuevo paradigma de la comunicación política y periodística.

Es este nuevo modelo o patrón de la comunicación el que ha captado nuestro propósito investigador. La principal fuente de inspiración, o al menos la originaria, ha sido ciertas *distopías* literarias del siglo XX. Decenas de lecturas puramente lúdicas dieron lugar a un desasosiego, causado por evidentes paralelismos entre estas obras de ciencia ficción y la realidad que transitamos. Durante los últimos años, ese desasosiego se convirtió en una intención investigadora que evidencia ciertos procedimientos y pautas comunicativas que caracterizan a los mensajes políticos y periodísticos en la actualidad informativa española.

Aunque las *distopías* literarias del pasado siglo no puedan vertebrar ni fundamentar la pretensión de análisis que aquí nos ocupa, sí creo fundamental introducir las inquietudes subyacentes en estos textos (pues son las mismas que han alimentado el interés que hizo posible el posterior estudio de la realidad española), así como evidenciar la inevitable relación entre realidad y ficción cuando hablamos de algunas *distopías* literarias.

En cualquier caso, el tránsito teórico nos ha llevado a la búsqueda de un "análisis del discurso" (AD a partir de ahora) que permita caracterizar el discur-

so del poder político en España, de una importancia crucial debido a la inestable situación política que ha sucedido al término del bipartidismo.

Distopía y realidad

Algunos estudiosos tienden a otorgar un valor desmedido e incondicional a lo que estudian y a los ámbitos en los que enmarcan su estudio. De hecho, la transversalidad literaria, la alusión literaria en ámbitos que no atienden a la ficción, continúa produciendo el rechazo de algunos investigadores, de la misma forma que lo hace el AD o el análisis crítico del discurso (ACD a partir de ahora), que fundamentarán la parte metodológica de este artículo.

Pese a que a estas alturas hemos superado muchos prejuicios empíricos, las alusiones a ficciones literarias con cierto ímpetu investigador, junto a la intención de trasladarlas a un estudio de lo real, rompiendo las costuras de lo estrictamente literario, parecen continuar estigmatizando (en menor o mayor medida, y dependiendo del lugar o institución en los que se materialicen) el trabajo investigador. Sin embargo, el proceso creativo y la imaginación traen consigo un bagaje de lo real que no debiera pasar desapercibido.

Existe una relación de especial relevancia entre algunas ficciones y la realidad comunicativa en la que se gestaron. Lo que hace especialmente interesantes a algunas *distopías* es la habilidad con la que sus autores se inspiraron en una situación sociocomunicativa actual y crearon una ficción futura en la que se conjetura sobre la evolución de dicha situación.

Buena muestra de esta relación entre ficción y realidad son las producciones periodísticas de George Orwell, uno de los autores *distópicos* por excelencia. Orwell decidió combatir en la Guerra Civil española con la idea de "matar fascistas porque alguien debe hacerlo" (Viana, 2013). Su participación en la Guerra Civil española no solo definió el prisma con el que Orwell vería el mundo, sino que tuvo unas repercusiones inevitables en su producción literaria y en su concepción del paradigma comunicativo de aquella época.

La ficción se convierte, en el caso de Jack London, H. G. Wells, Yevgeny Zamyatin, Alan Moore, Ray Bradbury, J. G. Ballard, Philip K. Dick y muchos otros, en una manera de dar forma a sus miedos evolutivos, de representar una lógica transformación de sus diferentes sociedades.

A estas alturas históricas ya se han materializado flagrantes cambios en las sociedades a las que pertenecían estos autores, pero, concretamente en el ámbito comunicativo, se han desarrollado en unos términos y bajo unas condiciones inconcebibles por aquel entonces.

Vivimos un momento fascinante (y a la vez aterrador) de nuestra historia, de nuestra política, y esto convierte a la comunicación en una herramienta fundamental con la que hacer frente a los medios de masas, a la nueva prensa digital y a un largo etcétera de nuevos emisores de información que han surgido junto al auge de las nuevas tecnologías.

En muchos aspectos, vivimos en una terrible *distopía* que ha sido capaz de insensibilizarnos lo suficiente como para que continuemos con nuestros quehaceres diarios mientras somos testigos de las mayores desgracias del ser humano: el clasismo, la creciente brecha social, la pobreza, el hambre, la opulencia, el despilfarro, la superficialidad, el consumismo… y la guerra.

Parte del afán investigador que me ha traído hasta aquí pretende desenmascarar algunas de las argucias comunicativas con las que nuestros mandatarios lavan sus vergüenzas y nos regalan los oídos. Al fin y al cabo, si todos pudiéramos identificar estrategias comunicativas y recursos dialécticos propios de los discursos falaces y atenuados, ¿no seríamos más libres?

La dictadura de la palabrería

Autores como Combs y Nimmo (1998, p. 86) definen a la democracia que gobierna Occidente actualmente como una "dictadura de la palabrería", donde la línea que separa a la información de la propaganda es difusa y, a veces, incluso inexistente. Cabe preguntarse entonces, en qué se fundamenta

esa "palabrería", dónde hunde sus raíces el discurso de nuestros políticos y cuál es el fin que persiguen.

Para ello, resulta importante preguntarse qué piensa el ciudadano occidental sobre los totalitarismos. Las constantes referencias al nacionalsocialismo de Hitler y a otras dictaduras de calado histórico, para dejar claro que la democracia capitalista no tiene nada que ver con este tipo de regímenes, se convierte en una comparación baladí, pues en la actualidad se ha construido una sociedad seudodemocrática fundamentada a la "ilusión de la libertad" (Reig, 1995, p. 32), donde el individuo se ve limitado, controlado e incluso dominado en su día a día; y es que, en palabras de Castilla del Pino (2001), nos encontramos cada vez más alienados y, según pasa el tiempo, somos menos conscientes de esa alienación.

Edward Herman y Noam Chomsky (1990, p. 15) nos remiten directamente a la definición de democracia en el contexto estadounidense, y la comparan, precisamente, con el universo de 1984:

> Como otros términos del discurso político, la palabra 'democracia' tiene un significado técnico orwelliano cuando se usa en exaltaciones retóricas, o en el 'periodismo' habitual, para referirse a los esfuerzos estadounidenses para restablecer la 'democracia'. El término hace referencia a sistemas en los cuales el control de los recursos y los medios violentos aseguran el mando a elementos que servirán a los intereses del poder estadounidense.

Pero, sin profundizamos un poco más en la construcción de nuestra "dictadura de la palabrería" nos topamos con autores como Henri Lefebvre (1978, p. 43), quien afirma que:

> Lo que caracteriza la formación del capitalismo en Occidente no es la prisión del individuo, sino el hecho de ponerlo a trabajar [...] Lo admirable, lo asombroso, es que la operación haya tenido éxito. La clase dominante hizo que los trabajadores amasen el trabajo.

En otras palabras, muchos de estos teóricos afirman que esa libertad que abandera a nuestras democracias capitalistas y occidentales no es más que una palabra vacía, como ocurría con la *neolengua*, y es que "nada le es más útil al Estado que una libertad proclamada y una vigilancia oculta" (Dupont de Nemours, 2012, p. 89).

En la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente francesa el 26 de agosto de 1789, se garantizó el derecho a la seguridad, que hoy esgrime el poder. De esta forma, el Estado "democrático" encuentra motivos para convertirse en vigilante:

> Más allá de la clásica función soberana del Estado –la seguridad y el mantenimiento del orden–, se va a asistir a una verdadera revolución del control que va a generar graves problemas a las democracias preocupadas por la preservación de las libertades individuales. (Mattelart y Vitalis, 2015, p. 114)

Buena muestra de ello es la Ley de Protección de Seguridad Ciudadana puesta en marcha por el Partido Popular en 2015.

Por tanto, esa libertad que llena los discursos de nuestros políticos, esa que creemos disfrutar a través de la democracia, es puesta en peligro debido a una seguridad tergiversada y convertida en control.

Dejado atrás el comunismo y la Guerra Fría, y habiendo estrechado lazos con gigantes productores y económicos, como China, ahora el "nuevo enemigo global" es el terrorismo; y también la "[...] guerra que va a internacionalizarse hasta convertirse en el denominador común de las políticas de seguridad en gran parte del mundo, con los países de la esfera occidental en primera fila" (Mattelart y Vitalis, 2015, p. 17).

Es importante señalar que incluso las principales dictaduras del siglo XX necesitaron de cierta conformidad para materializarse. Unos creen que se trataba también de conveniencia y fanatismo, pero "cualquier forma genuina de dominación implica un mínimo de conformidad voluntaria, es decir, un interés basado en motivos ocultos o una aceptación y obediencia genuinas" (Weber, 1993, p. 78).

A grandes rasgos, la propaganda política y económica, o propaganda de mercado, tiene como principal objetivo integrarnos a nosotros, individuos sociales, en esta nueva sociedad consumista y tecnológica. Si esta integración no tiene lugar, el capitalismo y esa democracia consumista de la que hablamos no funcionarían. Es indispensable integrar al individuo en este estilo de vida (Ellul, 1973) y, para ello, el discurso político se convierte en una herramienta fundamental.

El control a través del lenguaje

Parece bastante evidente que quien controla el discurso, ostenta el poder. Partiendo entonces de que el lenguaje es una parte fundamental del poder, y el discurso generalmente es la herramienta con la que el poder articula el lenguaje: "El discurso contiene, por así decirlo, dos objetivos: 1) el propio del discurso, lo-que-se-desearía-decir, y 2) lo-que-conviene-decir" (Castilla del Pino, 2001, p. 9). Estos dos aspectos serán capitales a la hora de crear una metodología de análisis para el discurso político en España. Los mecanismos de atenuación y los usos eufemísticos se articulan en torno a lo que "es conveniente decir" y caracterizan, cada día más, el lenguaje de nuestros políticos.

Podríamos decir también que la ideología conforma el lenguaje (aunque también podría expresarse a la inversa, pues el lenguaje conforma la ideología) y que este conforma, a su vez, la construcción de la realidad, nuestra cosmovisión, siendo capaz de modificar o moldear la sociedad. Cabe preguntarse entonces si el lenguaje define el límite de la realidad, pues "la realidad, el lenguaje y el mundo van íntimamente conexos" (Castilla del Pino, 2001, p. 9). De hecho, nuestro mundo solo existe en la medida en la que podemos expresarlo, en la medida en que podemos crear una imagen mental de cómo es, y esto ocurre gracias al lenguaje.

Entonces, si el poder controla el lenguaje, ¿creará una realidad que le beneficia? De lo que no cabe duda es de que el poder medios de comunicación en su lucha por el control, pudiendo producir realidades paralelas. Curiosamente, en escenarios de guerras internacionales, siendo Estados Unidos uno de los principales actores en estos conflictos, se ha usado reiteradamente el término "bombardeo humanitario". Parece que al unir las palabras "bombardeo" y "humanitario" humanizamos los bombardeos, y pasan de ser actos crueles a hechos justificados. En definitiva, esta argucia del lenguaje, que puede catalogarse como un uso eufemístico oportunista, disfraza la realidad. Si, en la misma clave, nos remitimos a la lengua del nacionalsocialismo, "no se escribía 'exterminación' sino 'solución final', no 'deportación' sino 'traslado', no 'matanza con gas' sino 'tratamiento especial', etcétera" (Levi, 1998, p. 196).

La manipulación a través de la argumentación disfrazada posee una finalidad perlocutiva. Existen muchas formas de manipular, de convencer, a través del discurso, pero nuestros políticos usan a menudo el conocimiento, con base en cuestiones que el ciudadano de a pie no sabe o no puede juzgar; los mecanismos de atenuación, como los que hemos mencionado; el manido principio de autoridad, una mentira clásica que da por hecho que algo es de determinada manera; y otros muchos tipos de falacia que nos acercan a eso que se ha venido denominando *posverdad* (Fuentes y Alcaide, 2002).

Medios de comunicación y políticos persiguen, con sus discursos, convencer al ciudadano. Un claro ejemplo de ello es cómo se ha uniformizado a las personas de origen árabe, infundiendo temor. Nos resultaría extraño escuchar una noticia sobre, por ejemplo, un asesino o un maltratador y que se apostillara algo como "el asesino era de origen europeo". Sin embargo, seguro que nos resulta mucho más común que se diga "el ladrón era de origen árabe".

Salvando las diferencias que separan la ficción de 1984 con la España actual, la uniformidad de los medios de comunicación nos acerca a un modelo de discurso igualmente uniforme:

> Ahora no existe teóricamente un partido único, sin embargo, el mundo y nuestra percepción de éste nos pone de frente ante una realidad que está cada vez más globalizada, con noticias cada vez más uniformes, con

> medios de comunicación conglomerados en grandes emporios empresariales y con una sociedad cada vez más apática y reticente a buscar su propio criterio y que opta por repetir modelos mayoritarios (Toledano, 2006, p. 7).

Volviendo a los límites del lenguaje, si suponemos que estos límites existen, entonces también hay personas que pueden hablar con más libertad: aquellos que establecen límites. Al igual que ocurre en las ficciones *distópicas*, se otorgan significados a palabras que esconden una realidad más profunda y se censuran ciertas ideas o pensamientos en los medios: "¿No se debe hablar, entonces, de aquello que no 'puede decirse'?" (Castilla del Pino, 2001, p. 22). El periodismo, con todos los problemas que acusa en la actualidad (falta de fuentes diversas, investigación, contraste, elaboración, veracidad, etcétera) nos tiene acostumbrados a información de baja calidad: "[...] hay que preguntarse qué es lo que se comunica y cuánto queda por comunicar" (Castilla del Pino, 2001, p. 20). El ciudadano medio está profundamente desinformado debido a esta circunstancia comunicativa, y esto puede llevarnos a la incomunicación: "[...] la incomunicación –en forma de comunicación parcial o comunicación distorsionada– compone el rasgo característico de nuestra actual pauta de conducta" (Castilla del Pino, 2001, p. 21).

Previamente mencionamos el término *posverdad*, que proviene del inglés *post-truth*. Tal y como recoge el Oxford English Dictionary, "relacionado con o denotando circunstancias en las que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal" (en inglés: "relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief").

Rubén Amón (2016) relaciona el término *posverdad* con "resonancias orwellianas", especificando que aquello que "se siente verdad" pero no es real discrimina "la verdad revelada de la verdad sentida" gracias a la semántica. Se podría decir entonces que la *posverdad* es un sentimiento creado y compartido en sociedad, sin importar si es verdad o mentira. Aquí es donde la propaganda y la información transgreden los límites de los que hablábamos anteriormente.

Lo que nuestro expresidente, José María Aznar, hizo en los atentados del 11M, atribuir aquel acto atroz a ETA cuando estaba informado de que existían pruebas que vinculaban el atentado a Al-Qaeda, es un claro ejemplo de *posverdad* política. Aznar apeló al sentimiento durante los días previos a unas elecciones, y ganó. La pregunta que quedaría por formular es si lo medios de comunicación hicieron su labor al difundir indiscriminadamente esta información, sin contrastar a nuestro expresidente del gobierno:

> Estamos viviendo dos historias distintas: la de verdad y la creada por los medios de comunicación. La paradoja, el drama y el peligro están en el hecho de que conocemos cada vez más la historia creada por los medios de comunicación y no la de verdad (Kapuściński, 2002, p. 124).

Entonces, ¿los medios de comunicación de masas nos alejan de la verdad y, por consiguiente, del conocimiento y de la libertad? No cabe duda de que los medios de comunicación, al menos los generalistas y los de más calado, perpetúan el discurso de los líderes políticos nacionales, al menos de aquellos que encabezan los partidos que han gobernado España en democracia: la sociedad en la que vivimos es la mejor en la que se puede vivir. Esto es, no desde una complacencia absoluta, sino desde una mínima crítica y un ensalzamiento de circunstancias conflictivas de poco calado, en la que el *statu quo* nunca se pone en entredicho. Y es que "el discurso hegemónico, de hecho, ha explotado bien el miedo al abismo post-capitalista, como si la única alternativa al capitalismo fuera la dictadura" (Vázquez, 2012, p. 82).

Existe un vetusto enemigo histórico, encarnado en las dictaduras, algunas de ellas todavía vigentes, como la aberrante Corea del Norte, que se usan una y otra vez en los medios y en los discursos de nuestros políticos para contraponerlas al Estado de bienestar, al liberalismo económico, a la democracia capitalista y, en definitiva, al orden establecido en Occidente.

Un análisis del discurso

Después de analizar la "lengua nacionalsocialista" (Klemperer, 2007, p. 25) y adentrarnos en lo ocurrido después de la Segunda Guerra Mundial, con la llegada de la Guerra Fría y el control poblacional bajo el pretexto de proteger la seguridad de Occidente (Chomsky, 2009), resultaba imprescindible centrar nuestros esfuerzos investigadores en dilucidar una forma de análisis que nos permitiera categorizar los discursos de los principales representantes políticos en los medios de comunicación españoles.

En lingüística, el AD está ampliamente reconocido como una disciplina, eminentemente transversal pero enmarcada en las ciencias humanas y sociales, que estudia el discurso hablado y escrito como expresión de una lengua y como hecho de comunicación e interacción en contextos sociales, culturales, cognitivos y, especialmente en este caso, políticos.

El primer lingüista moderno que acuñó el nombre de "análisis del discurso" (que después dio lugar a una rama de la lingüística aplicada) fue Zellig Harris. La década de los años 50 resultó clave para la constitución del AD como consecuencia de los aportes de la lingüística de la distribución, que estudia los enunciados que superan los límites de la oración, denominados discursos. Harris vio impulsada su iniciativa con los trabajos de Roman Jakobson y Emile Benveniste sobre enunciación (Zaldua, 2006).

El método de Harris consistía en utilizar como criterio la "distribución complementaria", al igual que se realiza el campo de la fonología. Retomó procedimientos de la lingüística descriptiva enfocándose también en las conexiones entre la situación social y el uso lingüístico. Esta gramática distribucional de Zellig Harris tiene una relación incuestionable con la gramática generativa transformacional de Noam Chomsky, y ambas teorías, desarrolladas, como decía, durante la década de los años 50, se convierten en dos de las teorías lingüísticas más influyentes del siglo XX (Peris-Viñé, 2012).

El AD, como disciplina independiente, surgió en las décadas de los años 60 y 70, en varios países y en varias disciplinas al mismo tiempo: la antropología, la lingüística, la filosofía, la sociología, la psicología cognitiva y social, la historia y las ciencias de la comunicación, entre otras.

El desarrollo del AD fue paralelo y relacionado con la emergencia de otras transdisciplinas, como la semiótica o semiología, la pragmática, la sociolingüística, la psicolingüística, la socioepistemología y la etnografía de la comunicación. En los últimos años, el AD ha cobrado especial importancia como aproximación cualitativa en las ciencias humanas y sociales.

Teun A. van Dijk encarna, especialmente, esta aproximación, y sugiere que en todos los niveles del discurso podemos encontrar indicios del contexto. Estos indicios permiten entrever características sociales de los participantes como por ejemplo sexo, clase, origen étnico, edad, posición y otras formas de pertenencia grupal. Además, sostiene que los contextos sociales son cambiantes y, como usuarios de una lengua, seguimos pasivamente a los dictados de grupo, sociedad o cultura (van Dijk, 1999).

Dentro de los tipos o estilos de estudios del discurso, el presente artículo hablará de una metodología llevada a cabo para realizar ACD. El ACD lleva a cabo su estudio desde una perspectiva social, política y crítica, enfocando sobre la manera en que el discurso se usa y abusa para establecer, legitimar o ejercer el poder y la dominación. Se interesa sobre todo por el análisis del racismo, del sexismo, el clasismo y la pobreza; y se relaciona con movimientos sociales, como el feminismo, el pacifismo, el ecologismo o la antiglobalización. El ACD no tiene métodos fijos, sino que usa los mejores métodos adecuados en el planteamiento y análisis de los problemas sociales, que son su objetivo principal (van Dijk, 1999).

Cuando hablamos del AD en lo específicamente lingüístico, se trata de un movimiento que, en su origen, tiene la necesidad de estudiar el lenguaje en uso. En esta visión, el lenguaje no se considera solamente un vehículo para expresar y reflejar nuestras ideas, sino un factor que participa y tiene injerencia

en la constitución de la realidad social. Es, según John L. Austin, lo que se conoce como la concepción activa del lenguaje, que le reconoce la capacidad de hacer cosas y que nos permite entender lo discursivo como un modo de acción (Rodríguez, 1992). Por consiguiente, lo social como objeto de observación no puede ser separado ontológicamente de los discursos que en la sociedad circulan. Estos discursos, además, y a diferencia de las ideas, son observables y constituyen una base empírica más certera que la introspección racional. El conocimiento del mundo no radica en las ideas, sino en los enunciados que circulan. Como vemos, este paradigma le reconoce al lenguaje una función no sólo referencial (informativa) y epistémica (interpretativa), sino también *realizativa* (creativa) o generativa, según Rafael Echeverría y Jürgen Habermas (Correa, 2003), entre otros.

En esta misma línea, toda la corriente de estudio conocida como ACD entiende y define el discurso como una práctica social y, desde esa convicción, inicia y justifica sus análisis discursivos como análisis sociales.

Entonces, nuestra pretensión última ha sido caracterizar los discursos de los principales líderes políticos españoles en sus intervenciones en un medio de comunicación de masas. En el caso de los políticos que intervienen en tertulias televisivas, encontramos discursos muy trabajados, elusivos, sí, pero coherentes y estables (a diferencia de la mayoría de periodistas que también intervienen como contertulios). Excepto en contadas ocasiones, y en respuesta a acontecimientos de gran calado social, el discurso de los líderes está consensuado con el partido y mantiene una línea. Curiosamente, debido a los incuestionables cambios que ha sufrido la política española en los últimos años, los líderes políticos y otros representantes de relevancia han ido cambiando algunas partes de su discurso progresivamente, mostrando mecanismos de atenuación mucho más similares entre sí, además de un uso habitual de falacias.

Preguntarse sobre la forma de analizar una transcripción o un texto se ha convertido en una cuestión central a la hora de desarrollar metodologías del ACD en ámbitos relativos a las ciencias humanas y sociales. Se ha tomado especial conciencia del hecho de que la mayoría de los investigadores, tarde o temprano, se enfrentan a textos, o a signos de diversa naturaleza (no necesariamente lingüísticos), que requieren ser leídos para su correcta interpretación; y esa lectura exige análisis. De hecho, esto ocurre cada vez más en áreas que no están directamente relacionadas con la lingüística o la semiótica: observaciones etnográficas, revisión histórica de documentos, investigación sociológica de la interacción, sociología del conocimiento o psicología social, entre otras muchas disciplinas, se enfrentan a diálogos, a textos escritos, a entrevistas... Además, después de la necesaria etapa de recolección y confección del corpus que será sometido a análisis, los investigadores producen textos acerca de esos textos, en una especie de "doble hermenéutica".

A lo expuesto anteriormente hay que sumar la opacidad de los discursos:

> Sabemos que el lenguaje no es transparente, los signos no son inocentes, que la connotación va con la denotación, que el lenguaje muestra, pero también distorsiona y oculta, que a veces lo expresado refleja directamente lo pensado y a veces solo es un indicio ligero, sutil, cínico (Santander, 2011, p. 208).

Esto afirma Pedro Santander en su artículo "Por qué y cómo hacer análisis de discurso", que tanto ha servido para materializar nuestras pretensiones investigadoras.

> Esta opacidad plantea toda una línea de discusión semiológica que tiene que ver con la relación entre los signos y sus referentes, y abre una discusión lingüística que permite superar la noción saussuriana clásica que consideraba al lenguaje como un código transparente. Ya no basta explicar la comunicación humana como un proceso de codificación y decodificación pues esta tiene un componente fuertemente inferencial, lo que significa que a menudo importa más la inferencia que los signos provocan que el significado literal de ellos, o sea, las palabras significan mucho más de lo que dicen. (Santander, 2011, p. 208).

No debemos olvidar que la opacidad es una parte inherente del lenguaje y de la producción *sígnica* en general. Nos encontramos con dos importantes consideraciones que justifican y explican el análisis de los discursos que se producen y circulan en nuestra sociedad: por un lado, según Norman Fairclough (2008), son una práctica social, es decir, nos permiten realizar acciones sociales, por lo mismo, resulta importante analizar los discursos y así tratar de leer la realidad social; por otro, dada la opacidad que acompaña naturalmente a los procesos discursivos, el análisis no sólo es útil, sino que se hace necesario.

De acuerdo con lo dicho previamente, el analista del discurso debe asumir que el contenido manifiesto de un texto puede, en ciertas circunstancias, ser un dato engañoso. En ocasiones lo dicho puede resultar secundario, por ejemplo, cuando el género discursivo prima sobre el contenido; o distorsionador, cuando el lenguaje cumple una función ideológica al describir el mundo. De esta forma nos acercamos a una dinámica que normalmente cobra protagonismo entre aquellos que llevan a cabo ACD: la relación entre discurso e ideología (Santander, 2011).

Sin embargo, pese a lo que pueda parecer *a priori*, los discursos de nuestros políticos están cada vez más atenuados, y aunque no cabe duda de que hay rasgos muy vinculados al carácter ideológico del discurso, existe cierta atenuación generalizada, probablemente debida al impacto que suelen tener sus discursos en los nuevos medios de comunicación y en las redes sociales y, por consiguiente, en el ciudadano medio.

En cualquier caso, cabe destacar que estas opacidades del lenguaje no son un impedimento para el análisis, sino más bien al contrario, una justificación para llevarlo a cabo. La técnica de análisis cumple un papel importante, pero, a mi parecer, complementario. No existe un único modelo de análisis que se pueda aplicar cada vez. El ACD varía según los intereses que motiven la investigación, según las hipótesis que se formulen o los objetivos que se planteen. Aunque cierta inseguridad derive de este hecho, también permite la creatividad analítica, una creatividad que, gracias a la teoría y al análisis, se mantiene en los márgenes de las exigencias científicas, al menos en el caso de las humanidades.

Corpus

El corpus en el que se fundamenta esta metodología de análisis del discurso está constituido por intervenciones de los principales representantes políticos españoles en los programas de *La Sexta Noche* previos a las elecciones del 20 diciembre de 2015, concretamente en la sección "La calle pregunta".

En esta sección, dieciséis ciudadanos elegidos por una empresa demoscópica que, según el programa, "representan ampliamente a la sociedad española y aquí cada uno pregunta lo que quiere, sin censuras" y "representan a buena parte de las comunidades autónomas. Hay parados, hay estudiantes, hay amas de casa... es amplia la representación y aquí preguntan todos lo que quieren, sin cesuras, marca 'Sexta', sin plasmas, a la cara al político". Además, el programa añade las preguntas de cuatro personas de relevancia política, mediática o personal hacia el entrevistado.

En definitiva, se transcriben las intervenciones de Alberto Garzón (Izquierda Unida) en el programa de La Sexta Noche del 31 de octubre de 2015, minutaje 1:20:00-2:25:00; Albert Rivera (Ciudadanos) en el programa del 7 de noviembre de 2015, 1:01:15-2:12:10; Pablo Iglesias (Podemos) en el programa del 21 de noviembre de 2015, 0:56:20-2:04:10; Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español) en el programa del 28 de noviembre de 2015, 1:01:50-2:02:00; y Mariano Rajoy (Partido Popular), en el programa del 5 de diciembre de 2015; 0:58:10-2:19:30.

El corpus está constituido por unas 12.000 palabras, siendo el número de palabras correspondiente a cada uno de los líderes muy similar entre sí.

Metodología

Después de barajar diferentes formas de análisis, no cabía duda de que resultaría necesaria la utilización de algún tipo de software que facilitara el análisis

cualitativo del corpus. Para ello, nos decantamos por MAXQDA.

La principal función de MAXQDA es la organización y el análisis cualitativo de este tipo de datos, en este caso concretamente sobre un texto transcrito. MAXQDA permite analizarlos a través de códigos y memos, en una ventana que se divide en cuatro partes.

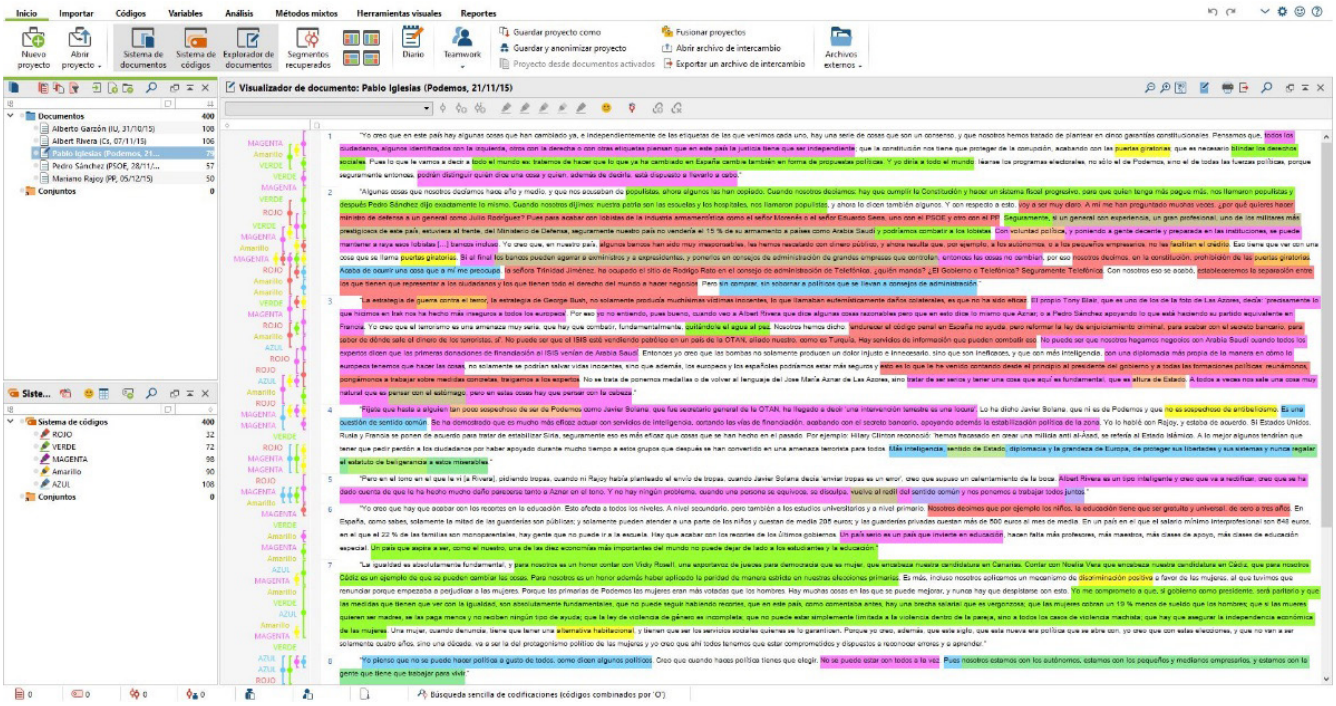

Ilustración 1. Un ejemplo del etiquetado realizado en MAXQDA.
Fuente: Fernández Barge (2021).

En un principio se llevó a cabo una categorización del corpus con base en cinco tipos de etiquetas: la azul para identificar los mensajes opacos de una forma genérica, la amarilla para los mecanismos de atenuación y los usos eufemísticos, la magenta para las falacias, la verde para las figuras retóricas y la roja para identificar expresiones simples y directas.

Sin embargo, después de trabajar durante un tiempo con este tipo de categorización, nos dimos cuenta de que tanto las expresiones genéricamente opacas (etiqueta azul) como las que resultaban menos ambiguas, más sencillas y concisas (etiqueta roja) tenían poca trascendencia o, por decirlo de otra forma, un menor interés investigador debido a su ambigüedad, tanto a la hora de ser identificadas como a la hora de ser interpretadas.

Parece significativo citar algunos ejemplos de expresiones categorizadas bajo la etiqueta azul, pues el lenguaje opaco es, por desgracia, muy complejo a la hora de ser analizado:

> [...] aquellos que llegan huyendo del hambre pues si tienen un trabajo, y por eso proponemos algunos que se pueda contratar también en los países de origen, que vengan a trabajar, lógicamente, o que tengan un permiso de residencia. Yo en eso estoy absolutamente de acuerdo. Es decir, que cualquiera que pueda buscar trabajo, pueda desplazarse por el mundo. Albert Rivera (Ciudadanos).

Para Rivera es muy complicado ser claro en un tema que crea tantas controversias como la inmigración en el caso de precariedad. Generalmente, la derecha española (Partido Popular), que se ha caracterizado

por ser también conservadora, ha sido muy reticente a la hora de definirse abierta a la inmigración de forma generalizada, algo que comparten muchos de los votantes de Ciudadanos. Pero entonces, ¿con qué está de acuerdo exactamente Rivera? ¿Solo acogerá a las personas que huyen del hambre y tengan trabajo? ¿Y los que no lo tengan?

> [...] una Unión Europea que es capaz de chantajear y extorsionar como hizo con el pueblo griego, desde luego no es la Unión Europea que queremos. Alberto Garzón (Izquierda Unida).

Esto que dice Garzón es una afirmación difícil de sostener en términos estrictos. Se podría decir que la Unión Europea exigió, de forma unilateral, que no se llevaran a cabo ciertas medidas, pero ¿"chantajear y extorsionar"? Por otra parte, ¿quién no quiere esa Unión Europea? ¿La "mayoría social" a la que alude constantemente Garzón o Izquierda Unida?

> Lo que tenemos que hacer para crear puestos de trabajo son políticas económicas que los acaben generando, y no diciendo a la gente que está trabajando que deje de trabajar. Mariano Rajoy (Partido Popular).

¿En qué consistirían esas "políticas económicas" tan eficaces a las que alude Rajoy? Y cuando dice, "diciendo a la gente que está trabajando que deje de trabajar", ¿se refiere a trabajadores de entre 60 y 67 años? ¿Por qué obvia el problema de la peligrosidad laboral de ciertos trabajos y la necesidad de ajustar la jubilación en estas circunstancias, qué es lo que le están preguntando? ¿Por qué no habla de lo difícil que sería sostener el pago de jubilaciones si no se prolongan los años en activo de los ciudadanos españoles?

> La pregunta es: ¿pactaría yo con Ciudadanos? Bueno, yo a lo que aspiro, y mi partido, es a ganar las elecciones. Mariano Rajoy (Partido Popular).

Pese a que voy a poner un solo ejemplo del resto de representantes, dado que el opaco lenguaje de nuestro expresidente se caracteriza, precisamente, por cuestiones como la expuesta inmediatamente antes de este párrafo, parece necesario citarle una vez más. No solo no contesta a la pregunta que le hacen, sino que la repite sin rubor para luego no contestarla de forma explícita.

> [...] sin comprar, sin sobornar a políticos que se llevan a consejos de administración. Pablo Iglesias (Podemos).

En el caso de Iglesias, se encuentra cierto carácter literario en prácticamente todo lo que dice. Aunque sus expresiones etiquetadas en azul son menos numerosas, suelen ser difíciles de analizar. En este caso, personaliza a las grandes empresas y afirma que "compran" y "sobornan" a los políticos. Más allá de la manipulación, se trata de un mensaje simplista que conecta con algunos de sus votantes objetivos.

> [...] el Partido Socialista Obrero Español si algo representa es el Estado de bienestar en nuestro país. Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español).

Sánchez crea una relación ficticia y oportunista entre "Estado de bienestar", desde una perspectiva presuntamente socialista, y el partido al que pertenece debido a las medidas que ha llevado a cabo a lo largo de sus mandatos. Sánchez tiene en cuenta una idea compartida por el ciudadano medio sobre lo que es el "Estado de bienestar" y quiere que el espectador lo vincule a su partido, sea cierto o no que haya una relación directa entre lo que ha hecho el Partido Socialista Obrero Español durante los mandatos y este concepto.

En el caso de las figuras retóricas (etiqueta verde) ocurría no solo lo expresado previamente en el caso de los etiquetados azul y rojo, sino que la categorización perdía peso a la hora de ser analizada por el marcado carácter subjetivo a la hora de hacer uso de las figuras retóricas por parte del político.

> [...] ¿Por qué no? ¿Por qué no puede ganar un partido nuevo, desde el centro? ¿Por qué no podemos ganar las elecciones aquellos que queremos cambios en vez de los que quieren que todo siga igual? Albert Rivera (Ciudadanos).

En este caso hay un claro uso de anáfora, y de cierto énfasis poético, también muy característico del discurso de Albert Rivera.

> [...] lo importante no son las siglas, no son los nombres, no son los egos ni las personas que estamos representando, sino la gente, las clases populares a las que pertenecemos. Alberto Garzón (Izquierda Unida).

Con Garzón pasa más de lo mismo en cuanto a la intención poética del mensaje, donde se presenta cierta sinonimia y anáfora.

> [...] hemos empezado a ver la luz [...] tuvimos que ajustar porque no había [...] blindar los derechos sociales. Mariano Rajoy (Partido Popular).

Estas son algunas de las metáforas que usa Mariano Rajoy habitualmente en su discurso.

> [...] quitándole el agua al pez [...] vuelve al redil [...] se nos ha acabado la fiesta. Pablo Iglesias (Podemos).

Estas algunas de las que usa Pablo Iglesias.

> [...] es justicia social y además es riqueza [...] la sanidad es un derecho, no una mercancía [...] con uñas y dientes. Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español).

Y estas algunas de las que usa Pedro Sánchez.

Como vemos, el análisis tanto de estos ejemplos como de los expuestos previamente en lo referente al lenguaje opaco, son susceptibles de infinidad de interpretaciones, y quizás estarían más destinados a un análisis desde otras disciplinas.

Cuando intentamos encontrar un análisis lingüístico cualitativo que sirviera para caracterizar el discurso de los políticos españoles, nos topamos con la necesidad de que las etiquetas, y las expresiones susceptibles de ser categorizadas, fuesen claras y no estuviesen tan sujetas a la interpretación. Precisamente, esto es lo que creemos que ocurre con los mecanismos de atenuación (etiqueta amarilla) y con las falacias (etiqueta magenta).

La categorización de los mecanismos de atenuación del lenguaje se aproxima mucho más a la objetividad que pretende este estudio cualitativo. Bien es cierto que la motivación que lleva al político a usar un mecanismo de atenuación, o un uso eufemístico, puede provocar un amplio debate y estudio de la cuestión; sin embargo, en la mayoría de los casos, el uso eufemístico (hipónimo) se identifica de forma evidente, e incluso se puede categorizar si así se desea dentro de lo que podría ser un mecanismo de atenuación más ampliamente entendido (hiperónimo).

A continuación, exponemos algunos ejemplos:

> [...] nos dijeron que se rescataba a los bancos [...] no se rescató a todos los bancos para eso [...] se recuperó a los bancos [...] hubo un rescate generalizado en Europa. Albert Rivera (Ciudadanos).

Más allá de interpretar el mecanismo de atenuación que hay detrás de usar la palabra “rescate”, o incluso el verbo “recuperar”, en lugar de aludir a la inversión de dinero público que se llevó a cabo para saldar las deudas de los bancos, parece evidente que este uso eufemístico se ha convertido en una expresión ampliamente utilizada por los políticos, tanto de forma peyorativa como de manera atenuadora.

> [...] rescata a la banca [...] no rescata a las personas. Alberto Garzón (Izquierda Unida).

Curiosamente, Garzón utiliza el uso eufemístico para trasladarlo al plano social y, cuando habla de “rescatar a las personas” se refiere a ayudar a los más desfavorecidos. Aquí vemos una clara forma de usar el término con un carácter positivo.

> La estrategia de la guerra contra el terror. Pablo Iglesias (Podemos).

En este caso, Pablo Iglesias hace uso consciente del término para señalar él mismo un mecanismo de atenuación que se usó reiteradamente durante el mandato de George Bush en Estados Unidos. Bush, y sus aliados, entre los que se encontraba José María Aznar, pretendía quitar peso a las acciones que implicaba llevar a cabo una guerra, pues son puestas en práctica para luchar contra el terror, haciendo directa alusión al terrorismo.

> Tuvimos que superar una prequiebra, un rescate, mucha historia, y los dos últimos años hemos empezado a ver la luz. Mariano Rajoy (Partido Popular).

Rajoy utiliza la palabra "prequiebra" para definir el periodo en el que tuvo que pedir ayuda a Europa y, de nuevo, la palabra "rescate" para referirse a la inversión de dinero público que realizó su partido para solventar los problemas financieros de los bancos.

> Por eso nosotros estamos apostando por las subastas de medicamentos y no por los copagos. Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español).

Esto que Sánchez denomina "subasta de medicamentos" es, básicamente, una medida de ahorro. El objetivo es comprar a gran escala aquellos medicamentos que más suelen ser prescritos en la red sanitaria pública para conseguir reducir el gasto farmacéutico.

Más allá de la motivación que suscite el uso, algo que ha provocado una gran cantidad de discusiones y controversias sobre lo que es un uso eufemístico y lo que no lo es, existe una clara posibilidad de categorización que permite, posteriormente, una cuantificación del uso y, por tanto, una caracterización del discurso del político en cuestión.

Lo mismo ocurre con las falacias:

> [...] hay una industria armamentística que vive de eso, y a mí no me gusta ni yo la tengo, pero es evidente que todos los países... y hay empresas que lo hacen. Albert Rivera (Ciudadanos).

En este caso, Rivera construye una falacia compleja, que puede ser clasificada de varias maneras: *ad antiquitatem* (todos lo hacen desde siempre), falacia naturalista (es algo natural, propio de todos los países) y falacia de composición (como todos los países lo hacen, entonces es inevitable y lógico).

> [...] seguro que todos los que estamos aquí pagamos mucho más. Alberto Garzón (Izquierda Unida).

Garzón hace uso de falacias *ad populum* con frecuencia. En este tipo de falacia, como todos los que estamos aquí pagamos más impuestos de los que pagan las grandes empresas, porcentualmente, lo lógico es que estas compañías paguen más, y se incluye dentro del conjunto poblacional. Más allá de discutir lo razonable de esta petición, recurre al populismo y al simplismo para abordar una cuestión compleja que afecta a todo tipo de empresas.

> En España hay 9.250.000 personas que cobran una pensión y prácticamente 18.000.000 de personas trabajando. Necesitamos tener, como mínimo, 20.000.000 trabajando porque la población española, ya digo, por suerte, vive más. Mariano Rajoy (Partido Popular).

Rajoy nos expone en este fragmento un falso dilema, que también podría entenderse como una afirmación gratuita y oportunista: ¿no se podría sacar dinero de otro lugar para poder hacer frente al pago de las pensiones? ¿Solo podemos sostener el gasto de las pensiones con el sueldo de los trabajadores?

> [...] con una diplomacia más propia de la manera en cómo los europeos tenemos que hacer las cosas [...] tratar de ser serios y tener una cosa que aquí es fundamental, que es la altura de Estado. Pablo Iglesias (Podemos).

Curiosamente, Iglesias hace uso en este fragmento de una falacia denominada *ad verecumdiam*. Este argumento consiste en defender algo como verdadero a través de la autoridad, que se ve reflejada en expresiones como "tenemos que hacer", "tratar de ser serios" o "tener altura de Estado". Más que hacer alusión a una autoridad en concreto, parece aludir a una especie de sentido común político.

> De montar de una vez por todas lo que yo he propuesto que es una agencia europea de inteligencia, una suerte de FBI europeo. Porque es la única manera que vamos a poder tener de garantizar la seguridad en nuestro país. Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español).

Nos enfrentamos de nuevo con un falso dilema en el fragmento de Sánchez: o montamos "una suerte de FBI europeo" o seremos incapaces de garantizar nuestra seguridad, en lo que respecta a la "amenaza terrorista".

Conclusiones

Finalmente, la categorización, análisis y cuantificación de los mecanismos de atenuación y de los argumentos falaces que ponen en práctica nuestros políticos en sus discursos permite una comparación, y también un ejercicio reflexivo, sobre el tipo de discurso que se fabrica con intención perlocutiva, con el objetivo de convencer y buscar el apoyo de los ciudadanos, tanto en las urnas como en su vida en sociedad y, por consiguiente, en el papel que deben desempeñar.

Esta metodología permite estudiar el discurso, por una parte, desde una perspectiva cualitativa, y favorece la interpretación y la comprensión del mensaje que transmiten estos líderes políticos. La intención última del desarrollo metodológico, por tanto, parece cumplida. Sin embargo, cuando nos adentramos en el análisis del discurso, nunca resulta suficiente.

En lo que respecta al interés cuantitativo, la investigación ha permitido comparar la frecuencia con la que los diferentes líderes políticos hacen uso de las falacias y los mecanismos de atenuación y reforzamiento. Más allá de caracterizar los discursos políticos en relación a sus ideologías, esto ha posibilitado constatar una evidente homogeneización del discurso político, sea cual sea el dirigente que lo produce. Existe una dificultad obvia a la hora de identificar a qué líder corresponden fragmentos en los que no hay una referencia directa al partido político o a la ideología, y el uso de ciertos términos y estrategias comunicativas parece generalizarse, atenuándose y mostrando más similitudes que diferencias objetivas.

Resulta evidente que las ideologías, en ocasiones o durante ciertos periodos de tiempo, se adueñan de palabras y términos concretos (lo "social" se vincula a los partidos que se reconocen en el amplio espectro de la izquierda, mientras el "bienestar" está últimamente más relacionado con la derecha, por ejemplo), sin embargo, el discurso político parece articularse, cada vez más, desde la homogeneidad, la atenuación y la falacia.

Cabe preguntarse cómo este discurso perpetúa ciertas ideas sobre nuestra sociedad, sobre las democracias capitalistas de Occidente y sobre el orden establecido; por la relación, explícita o implícita, con otros discursos de poder; y por la importancia del medio que transmite este mensaje, del interlocutor que lo interpela, del espectador que lo recibe y lo reproduce en el ámbito social.

Esta metodología de análisis abre las puertas a muchas otras, entre las que destacan la comparación entre un discurso político transcrito y uno que no es político, por ejemplo; o entre un discurso político escrito y uno oral; o entre un discurso político en un determinado momento del tiempo y el discurso del mismo político tiempo después.

En definitiva, la aparente homogeneización del discurso de los principales líderes políticos, y el método desarrollado para alcanzar esta conclusión, abre las puertas a un sinfín de combinaciones analíticas y metodológicas que, bien seguro, nos harían un poco más libres.

Referencias bibliográficas

Amón, R. (2016) "Posverdad", palabra del año. *El País* (16/11/2016) https://elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268_308549.html (consultado el 30/06/2017).

Castilla del Pino, C. (2001) *La incomunicación*. Barcelona: Península.

Chomsky, N. (2009) *El miedo a la democracia*. Barcelona: Biblioteca Bolsillo.

Combs, J. E. y Nimmo, D. (1998) *La nueva propaganda: la dictadura de la palabrería política contemporánea*. México: Diana.

Correa, J. P. (2003) Una interpretación pragmatista de la psicología social crítica como discursos socioconstruccionista, *Athenea Digital* (4) otoño, https://www.redalyc.org/pdf/537/53700430.pdf (consultado el 12/09/2918).

Dupont de Nemours, P. S. (2012) *Observations présentées au Roi par les bureaux de l'Assemblée des notables: Sur Les Memoires Remis a L'Assemblee Ouverte Par Le Roi, A Versailles, Le 23 Fevrier 1787 France*. París: Nabu Press.

Ellul, J. (1973) *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Nueva York: Vintage Books.

Fairclough, N. (2008) El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades, *Discurso & Sociedad*, 2(1), 170-186.

Fuentes, C. y Alcaide, E. (2002) *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco Libros.

Herman, E. S. y Chomsky, N (1990) *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Editorial Crítica.

Kapuściński, R. (2002) *Los cínicos no sirven para este oficio: sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama.

Klemperer, V. (2007) *LTI. La lengua del Tercer Reich. Apuntes de un filólogo*. Barcelona: Minúscula.

Lefebvre, H. (1978) *De l'Etat. 4. Les contradictions de l'Etat moderne*. París: Union générale d'éditions.

Levi, P. (1998) *Si esto es un hombre*. Barcelona: El Aleph Editores.

Mattelart, A. y Vitalis, A. (2015) *De Orwell al cibercontrol*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Peris-Viñé, L. M. (2012) La metateoría estructural y la lingüística: el inicio del caso de Zellig Harris, *Stoa*, 3(5), 195-221.

Reig, R. (1995) *El control de la comunicación de masas: bases estructurales y psicosociales*. Madrid: Libertarias-Prodhufi.

Rodríguez, M. (1992) *El desarrollo de la investigación doctoral: Los momentos de la investigación cualitativa*. Guatemala: Editorial Epojé.

Santander, P. (2011) Por qué y cómo hacer análisis de discurso, *Cinta moebio* (41), 207-224.

Toledano, S. (2006). La neolengua de Orwell en la prensa actual. La literatura profetiza la manipulación mediática del lenguaje, *Revista Latina de Comunicación Social*, 9(62), https://www.redalyc.org/pdf/819/81996101.pdf (consultado el 13/02/2017).

van Dijk, T. A. (1999) El análisis crítico del discurso, *Anthropos* (186), 23-36.

Vázquez, M. (2012) La propaganda como producto cultural, en Jesús C. Abellán Muñoz (coordinador), *Las praxis de la paz y los derechos humanos: Joaquín Herrera Flores In memoriam*. Granada: Universidad de Granada.

Viana, I. (2013) George Orwell: "Voy a matar fascistas porque alguien debe hacerlo", *ABC* (11/08/2013), https://www.abc.es/archivo/20130625/abci-george-orwell-guerra-civil-201306241730.html (consultado el 06/02/2016).

Weber, M. (1993) *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.

Zaldua, A. (2016) El análisis del discurso en la organización y representación de la información-conocimiento: elementos teóricos, *Acimed*, 14(3), http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352006000300003 (consultado el 21/04/2018).

Cita recomendada

Fernández Barge, X. (2022). El discurso político actual como discurso de poder atenuado y falaz. Una metodología de análisis. En: *Imagonautas*, Nº 15 (2), pp. 87-101.