



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright © 2016

ISSN 1887-4606

Vol. 4(2) 244-269

www.dissoc.org

Artículo

**Imagen, estereotipos y rasgos de
personalidad en el discurso político en
campañas electorales: Nuevo León, México
(2015)**

María Eugenia Flores Treviño

José María Infante Bonfiglio

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

Resumen

En los últimos tiempos, los candidatos en las elecciones de los países democráticos de todo el mundo apelan a la construcción, en el imaginario, de una imagen que perciben como la deseable por los votantes, cualquiera que sea la relación que esa imagen tenga con la realidad, pero se trata siempre de rasgos o características de personalidad, construidas más a partir del conocimiento social, que de la psicología. Los procesos electorales en el noreste mexicano producen varios tipos de discursos y estrategias argumentativas en los que distintos agentes tratan de obtener el favor de los ciudadanos mediante la apelación a virtudes propias y vicios ajenos. El objetivo de este trabajo es describir las estrategias que componen ese discurso, así como sus condiciones de producción, circulación y recepción en las campañas electorales de las elecciones para gobernador del estado de Nuevo León (México) en el año 2015. El análisis se completa con los resultados de varias encuestas y los de la votación; tratamos de verificar el efecto de los argumentos y las estrategias discursivas entre los votantes.

Palabras clave: *rasgos de personalidad de políticos, candidaturas femeninas, argumentación política.*

Abstract

In recent years, the candidates in the elections of the democratic countries around the world appeal, in the social imaginary, for the construction of an image that is considered as convenient by the voters, regardless of the connection between that image and the reality, but it is always about the personality traits or characteristics which were constructed based more on social knowledge rather than psychology. The election processes in the Northeastern Mexico produce several types of argumentative strategies and discourses in which different agents attempt to get the citizens' votes by appealing for one's own virtues and the vices of others. The purpose of this work is to describe the strategies that form such discourse, as well as its production, circulation and reception conditions in the election campaigns for the governor of the state of Nuevo Leon (Mexico) in 2015. The analysis is completed with the results of several surveys and the voting; it attempts to verify the effect of the arguments and discursive strategies on the voters.

Keywords: *politicians' personality traits, candidacies, political argument.*

Introducción

En los últimos tiempos, los candidatos en las elecciones de los países democráticos de todo el mundo apelan a la construcción en el imaginario de una imagen social que consideran la más pertinente para los votantes, cualquiera sea la relación que esa imagen tenga con la realidad, pero se trata siempre de rasgos o características de personalidad, construidas más a partir del conocimiento social que de la psicología. Para Jeffery Mondak (2010), los rasgos de personalidad constituyen la plataforma para las actitudes y comportamientos en política, pero constata que, lamentablemente, se trata de una rama con escaso desarrollo. Esas actitudes y comportamientos atañen a toda persona, no importa cuál sea su involucramiento o el nivel en que se desempeña en la política. Algunos autores coinciden en que las personas exhiben ciertos rasgos más o menos consistentes y duraderos en sus comportamientos y las han clasificado según la combinación de rasgos posibles.

Los procesos electorales producen situaciones de resistencia crítica en las que circulan varios tipos de discursos: el que procede de los candidatos políticos independientes, y aquél que emerge de la participación de las mujeres en la política. En ellos aparecen las estrategias argumentativas en los que distintos agentes tratan de obtener el favor de los ciudadanos mediante la apelación a virtudes propias y vicios ajenos. En este trabajo analizamos cómo ha circulado ese discurso en las campañas electorales de las elecciones para gobernador del estado de Nuevo León (México), en el año 2015. Esa coyuntura, en que se inserta el tema que estudiamos, se caracteriza por un fuerte impacto generado por la construcción de los imaginarios sobre los resultados del proceso electoral a la gubernatura del Estado, que fue ganado por un candidato independiente: Jaime Rodríguez Calderón, quien consiguió triunfar después de una singular e inusitada campaña sostenida, primordialmente por las redes sociales:

Este cambio es debido al hartazgo en que nos tienen los partidos políticos; este cambio es de esa gente que votó el pasado 7 de julio a favor del cambio; no se lo debemos a “El bronco” ni a Guillermo Rentería, ni a las redes sociales; este cambio se lo debemos a ese millón de personas que votó por ese cambio esperanzador (Garza, 2015).

Este estudio toma como elementos del corpus¹, artículos de la prensa escrita aparecidos entre el 14 de julio de 2014 y el 30 de junio de 2015, en periódicos de circulación local (*El Norte* y *Milenio Monterrey* para el caso de Nuevo León y *Excelsior* de circulación nacional). La muestra que en esta ocasión revisamos

son 20 contextos extraídos de 20 discursos, ha sido construida aleatoriamente y determinada por la presencia del objeto de estudio, por tanto, no es representativa de todo el discurso político. Se consideraron sólo aquellos segmentos que se referían al problema aquí examinado, las características o rasgos de personalidad de los políticos, en este caso, candidatos o posibles candidatos a la gobernación del Estado de Nuevo León, México.

Partimos del supuesto de que el análisis del discurso político admite una amplia variedad temática, teórica y metodológica (Okulska y Cap, 2010) y de que, a través de las actividades de imagen y los actos (des)cortesés, verbales y no-verbales, los locutores ejercen la coerción y buscan la deslegitimación de sus contrarios, reforzando la imagen propia. Como ya hemos demostrado en otros textos (Infante y Flores, 2015), proponemos que en el caso de los políticos, su imagen social es una estructura clave de su accionar: la aceptación o rechazo de sus ideas y conductas se basa en la recepción que sus simpatizantes y opositores hacen de sus propuestas.

Nuestro modelo operativo se construye a partir de la articulación de los aportes de Billig (2003), Charteris-Black (2005) para revisar los rasgos del imaginario, Chilton y Schäffner (2000) para el discurso político, continuamos con los estudios publicados en Flores e Infante (2012, 2014); empleamos las propuestas sobre el discurso de Pêcheux (1978), Van Dijk (2000), Haidar (2006) y Pardo (2007); nos apoyamos en los estudios relativos al género de Lamas (2000) y Butler (2000, 2007) y Bourdieu (2002) sobre la dinámica y estructura del discurso político.

Trabajamos con más de 600 textos aparecidos en medios locales (entre ellos *El Norte* y *Milenio*), que incluyen discursos, reportajes y crónicas de la campaña electoral. Articulamos los niveles comunicativo- pragmático, retórico-interpersonal y semiótico-discursivo, para ofrecer las interpretaciones y análisis. Los recursos encontrados se inscriben en la dimensión socio pragmática; las formas argumentativas más utilizadas son el argumento *ad hominem* y el *tu quoque* ubicados en una retórica circular; y en la dimensión semiótico-discursiva se manipulan los imaginarios desde posiciones ideológicas, bajo la materialidad del simulacro (Haidar, 2006). El resultado de la campaña produce la anulación del sustento lógico de la argumentación y termina por hastiar a los electores. El análisis se completa con los resultados de varias encuestas y los de la votación, para verificar el efecto de los argumentos y las estrategias discursivas entre los votantes. Como estrategia metodológica empleamos la segmentación de las subunidades en micro estructuras semánticas (Van Dijk, 1982) y actos lingüístico-discursivos (Austin, 1981 y Haidar, 2006); en dicho proceso hemos seguido criterios pragmalingüísticos (Kaul de Marlangeon,

2014). Localizamos las funciones estratégicas distintivas del discurso político (Chilton y Schäffner, 2000) para examinar la muestra, e igualmente articulamos la perspectiva de género (Lamas, 2000). Ilustramos el proceso en la Figura 1:

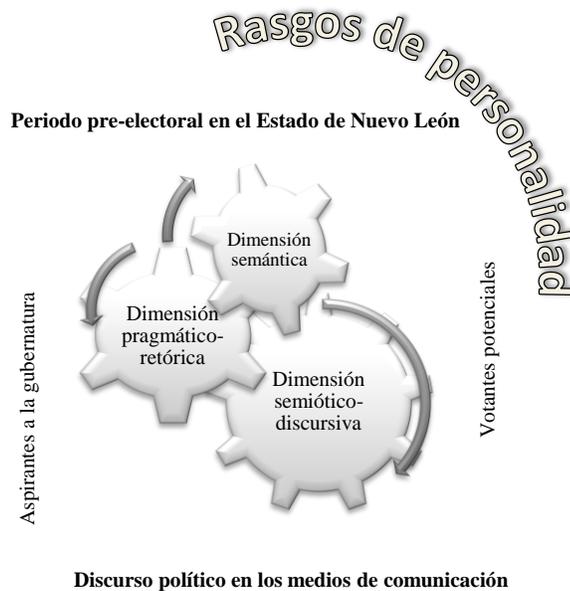


Figura 1. Articulación teórico-metodológica de este estudio

En la Figura 1, mostramos el encuadre en el que se estudia la imagen social que los políticos del estado de Nuevo León, México, proyectan o pretenden proyectar; ya sea de ellos mismos, de otros, o de sus opositores o competidores, en busca del mayor número de votos. Esa imagen social, por otro lado, no se edifica sólo a partir de sus propuestas, sino de los presupuestos preexistentes entre sus posibles votantes y también de las *formaciones imaginarias* (Pêcheux, 1970), alrededor de las figuras políticas en general.

Antecedentes

En 1930 los autores Sigmund Freud y William Bullitt (1973) elaboraron un estudio sobre Thomas Woodrow Wilson. Los autores recurrieron a fuentes secundarias, a testimonios de quienes tuvieron algún contacto con Thomas W. Wilson y a cartas y otros escritos del personaje. En esta línea de ideas se encuentra el trabajo de Harold Lasswell (1930/1977) *Power and personality. Psychopatology and politics*. Sin duda, no se trata de los primeros estudios

sobre las relaciones entre estructuras de personalidad y estructuras políticas, pero produjeron un importante impacto en los trabajos posteriores. Se plantea así el problema de las técnicas, ya que no siempre es posible, por razones de todo tipo, entrevistar a los políticos para obtener material de primera mano sobre sus rasgos psicológicos personales.

Lasswell, en 1948, publica *Power and personality*, un texto en el que parte del supuesto básico de que el buscador de poder es quien persigue el poder como medio para compensar su privación. Se espera que el poder compense su baja autoestima cambiando los rasgos del sí mismo o del entorno en el cual opera. Esta línea de investigación no ha sido explotada adecuadamente debido a las resistencias éticas y al juicio de lo políticamente correcto que se ha impuesto en las democracias occidentales, amén de las dificultades técnicas para construir los datos y ubicar el material empírico.

Por su parte, Jeffery Mondak (2010) propone que la personalidad o los rasgos de personalidad constituyen la plataforma para las actitudes y comportamientos en política. Esas actitudes y comportamientos atañen a toda persona, no importa cuál sea su involucramiento o el nivel en que se desempeña en la política.

Para Ignatieff (2014), lo primero que aprende de manera ineludible quien se dedica a la actividad política es a simular. En este sentido, se disimulan las intenciones y motivaciones, los objetivos por los cuales trabajará, las respuestas que dará a la solución de los problemas.

Por otra parte, una sociedad democrática requiere de personalidades democráticas, lo cual supone a su vez personas capaces de proteger ese tipo de valores. Un líder democrático, por tanto, debe identificarse con la humanidad como un todo; las aptitudes y hábitos apropiados para actuar en la democracia comprenden las habilidades para pensar, observar y manejar lo que contribuye a la supervivencia de la comunidad y todos los métodos por los cuales puede lograrse el equilibrio social que apoya y mantiene la democracia; entonces, un líder democrático debería aspirar al poder para llevar a cabo estas tareas. Hay cierta contradicción entre el líder de una democracia, que debe buscar la igualdad para todos en cuanto al ejercicio del poder, y el hombre político, cuya circunstancia exige la búsqueda del poder. Nos servimos de las ideas sobre *el hombre político* de Lasswell (1948) quien enuncia que este tipo de hombre: 1) acentúa el poder; 2) demanda poder (y otros valores) para su sí mismo (el yo primario al que se le incorporan símbolos de otros yo); 3) acentúa las expectativas concernientes al poder; y, 4) adquiere al menos una eficacia mínima en el manejo del poder.

Con respecto al carácter democrático Ascher e Hirschfelder-Ascher (2005) sintetizan el modelo de características propuesto por Lasswell, en los siguientes términos: 1. Los individuos poseen ‘impulsos primarios’ que abarcan normalmente el rango de los deseos por afecto, control, bienes materiales, seguridad y demás; 2. los individuos que sufren privaciones en sus primeros años y han superado eso utilizando un recurso como un fin en sí mismo, tenderán a reducir sus deseos a la maximización de ese recurso; 3. es especialmente probable que las privaciones de deferencia generen la ansiedad que conduce a este estrechamiento de los valores así como a cambios en el carácter; 4. entre las privaciones de deferencia, las que amenazan la autoestima tienen un gran impacto y un efecto distorsionador; 5. las recompensas y privaciones intermitentes de deferencia de los individuos de alto estatus en términos de poder o respeto son especialmente importantes en el aumento de la ansiedad y en el moldeamiento de las perspectivas del individuo; 6. los individuos se enfrentan continuamente al desafío de desplazar o negar sus impulsos negativos, ya sean primarios o secundarios; 7. los impulsos funcionarán de manera diferente, dependiendo de su consistencia o inconsistencia con la razón y la conciencia y la fortaleza del yo del individuo; 8. el carácter democrático, en los sistemas sociales y políticos donde se aceptan las normas democráticas, prevalecerá sobre los impulsos antidemocráticos.

Como se observa, los políticos suelen ser objeto de estereotipos creados en el imaginario popular y –según hemos abordado en otros trabajos- la imagen construida no se corresponde puntualmente con la realidad. Esta imagen es el resultado de las percepciones de la gente y generalmente no se construye a partir de conceptos científicos, sino de ideologías populares que se expresan por medio del lenguaje, es aquí donde se radica la pertinencia de este trabajo.

En una de sus primeras obras, Lasswell (1977) señalaba que el habla popular registraba las variedades del comportamiento político y de los tipos de políticos. Para él, la lengua popular estaba llena de expresiones que cubrían la lista de caracteres involucrados en la acción política, así, se tenían designaciones tales como: ‘hombres de ideas’, como ‘anarquista’, ‘liberal’, ‘comunista’; hombres de ideas y de acción, ‘mártir’, ‘revolucionario’, ‘reformista’, ‘conservador’; otras figuras que habían sido descritas por los historiadores, como ‘déspota benevolente’, ‘dictador’, ‘demagogo’, ‘príncipe’ (como el caso Machiavelli). El autor retoma la idea de *homo politicus* de Spranger para decir que se definía en términos de deseo-método-éxito: desea el control de los motivos de los otros; su método puede variar desde la violencia hasta los halagos y su éxito se determina al asegurarse el reconocimiento tangible de una comunidad.

Se documentan estudios sobre las diferencias de la imagen de los sujetos y la idoneidad para la política; por ejemplo, Huddy y Capelos (2002) dicen que existen diferencias uniformes, notables y remarcadas en los rasgos de personalidad atribuidos a las personas, según sean hombres o mujeres. Característicamente, en diversos tipos de estudios, las mujeres son vistas como más cálidas, gentiles, amables y pasivas, mientras que los hombres son vistos como más duros, agresivos y asertivos. Hay otros estudios que agregan elementos a estas listas, como los que atribuyen a las mujeres expresividad o a los hombres más racionalidad o instrumentalidad. Se observa una naturalización en la noción de los géneros que supo insertarse en las concepciones de lo masculino y femenino: “La división entre los sexos parece estar ‘en el orden de las cosas’, como se dice a veces para referirse a lo que es normal y natural, hasta el punto de ser inevitable” (Bourdieu, 2003, p. 21).

En esta socialización tradicional del concepto de género se encuentran atribuidas las características correspondientes al hombre y a la mujer: dicha asignación se articula con las ideas de Margaret Mead acerca de que las diferencias conductuales y de “temperamento” son creaciones culturales (en Lamas 2000, p. 97). El tema no es menor, si se considera con Goffman (1963) que esas construcciones culturales condicionan la imagen social del sujeto estigmatizado. Según el autor, estos signos se llevan de manera física o simbólica y ayudan a categorizar y crear un método de aproximación al otro.

Según Stanley Renshon (1998), pueden distinguirse dos conjuntos de asuntos: uno que indaga sobre el bienestar emocional y el funcionamiento psicológico de los candidatos. En este punto la idoneidad se basa en términos de la ‘salud mental’ y se manifiesta en cuestiones como si se trata de alguien emocionalmente estable, racional y si se mueve con propiedad en sus suposiciones y juicios. El otro conjunto atiende a la integridad o consistencia del candidato, a los modos que trata con los asuntos relacionados con el poder y las responsabilidades que de allí se derivan.

La personalidad, el imaginario y el voto

Por su parte, Miller, Wattenberg y Malanchuk (1986) analizaron la modificación que se había dado en los criterios de evaluación utilizados por los votantes estadounidenses entre 1952 y 1984. Para ellos, los modelos iniciales habían interpretados los votos a partir de la base de la personalidad del candidato. La premisa es que la gente organiza sus ideas acerca de los demás en términos de categorías preexistentes. Los autores aplicaron el análisis factorial a los datos del NES² y obtuvieron cinco dimensiones a partir de las cuales eran

juzgados los candidatos: 1. Competencia: involucraba la experiencia adquirida por el candidato en su carrera política, su habilidad como estadista, su inteligencia en la comprensión de los asuntos políticos; 2. Integridad: se refiere a nociones como fidelidad e incluye elementos del tipo ‘honesto’, ‘sincero’ y referencias a la corrupción; 3. Fiabilidad: que es similar a integridad pero posee distinciones, ya que se refiere a un candidato como formal, trabajador, decisivo, agresivo, o lo opuesto de cualquiera de estas características; 4. Carisma: incluye el liderazgo, la dignidad, la humildad, el patriotismo y la habilidad para comunicarse e ir junto con la gente de un candidato; 5. La dimensión personal: que no debe confundirse con atributos de personalidad, se refiere a los rasgos observables en la apariencia de los candidatos (como edad, salud, capacidad de sonreír, patrones de habla).

Para Pancer, Brown y Barr (1999), los datos electorales de Canadá, Estados Unidos y Gran Bretaña entre 1952 y 2000, demostrarían que las imágenes de los candidatos están dominadas por referencias a características de personalidad, las que se convierten en el centro de la actividad política, ante la declinación de los partidos y la consiguiente disminución de la identificación partidaria como puntos de referencia para la determinación del voto. Mediante el análisis factorial encontraron la presencia de tres sub escalas subyacentes en los juicios de la gente sobre las características de los políticos. Son: 1. Integridad: expresada mediante juicios como ‘honesto’, ‘preocupado’, ‘franco’, ‘responsable’; 2. Competencia: en adjetivos como ‘trabajador’, ‘inteligente’, ‘comprometido’; 3. Carisma: en expresiones del tipo ‘atractivo’, ‘encantador’, ‘de buena apariencia’, ‘con capacidad para atraer o seducir a la gente’. De esta manera se establece *el capital simbólico*³ con que cuenta el agente político y que implica, en este estudio, posesiones que inciden en la imagen que proyectan los hablantes en sus discursos. Entre ese capital simbólico se hallan los haberes sociales con que cuenta el individuo: su origen étnico, su popularidad, su facilidad de palabra, sus atributos morales y físicos, y otros.

Por otra parte, Dyson y Preston (2006) utilizaron el *Leadership Trait Assessment de Hermann* (2002) para medir esas características y Thoemmes y Conway III (2007), para analizar los rasgos de 41 presidentes de los Estados Unidos. Se trata de la complejidad integrativa, un constructo psicológico que intenta describir el grado de elaboración y complejidad de una información o pensamiento.

Además, en un estudio sobre mujeres parlamentarias y mujeres votantes en Italia, se encontraron diferencias entre las políticas y las votantes en rasgos de personalidad (Caprara, Francescato, Mebane, Sorace y Vecchione, 2010). Por su parte, Caprara y Vecchione en 2013, emplearon la teoría llamada de *Los*

cinco grandes rasgos en los fundamentos de las diferencias en rasgos de personalidad, revisaron estudios en diferentes países. Establecieron que esos cinco rasgos básicos son: 1) extraversión (o energía), 2) simpatía, 3) escrupulosidad, 4) neuroticismo (o estabilidad emocional), 5) apertura a la experiencia (o inteligencia). En realidad, la teoría de los cinco factores es una más de varias teorías de personalidad según Pervin (1993); para Costa y McCrae (1985), quizá su relativa ventaja es disponer de un cuestionario cuya aplicación e interpretación es relativamente fácil. No es éste el lugar para discutir los conceptos básicos con los que se construye la teoría, pero debe quedar claro que la sobre simplificación de algo tan complejo como la personalidad a un número reducido de factores es cuestionable, aunque siempre en toda ciencia la simplificación de la teoría ha sido un objetivo fundamental. Resulta pertinente considerar la propuesta de Koike (2003), quien se apoya en otros autores para explicar cómo diferentes constructos se elaboran en la interacción dialógica en la que ocurre: "... la creación por dos o más personas de una forma, interpretación, postura, acción, actividad, identidad, institución, habilidad, ideología, emoción u otra realidad culturalmente significativa" (Koike, 2003, p.12), tal como sucede en el evento comunicativo que se estudia. Igualmente hemos tomado en cuenta que, dado que son discursos publicados en medios de comunicación, existe el "tercero" propuesto por Kerbrat-Orecchioni y Plantin (1995), que es una entidad virtual o no, y que influye en la *doxa* y en el sentido del discurso.

Las elecciones para la gobernación del Estado de Nuevo León

Las elecciones para la gubernatura del Estado de Nuevo León se realizaron el 7 de junio de 2015, con diez candidatos registrados oficialmente, uno como independiente y los otros como representantes de ocho partidos políticos y una alianza de tres partidos (mostramos la información en la Tabla 1):

Partido o coalición	Candidato	Votos	Porcentaje
Partido Acción Nacional	Felipe de Jesús Cantú Rodríguez	466,453	23.32
Alianza por tu Seguridad ⁴	Ivonne Álvarez García	498,644	23.85
Partido de la Revolución Democrática	Humberto González Sesma	10,104	0.48
Partido del Trabajo	Asael Sepúlveda Martínez	16,132	0.77
Movimiento Ciudadano	Fernando Elizondo Barragán	10,881	0.52
Partido Cruzada Ciudadana	Luis Servando Farías González	1,580	0.07
Morena	Rogelio González Ramírez	6,536	0.31
Partido Humanista	Jesús María Elizondo González	7,617	0.36
Encuentro Social	Raúl Guajardo Cantú	6,679	0.32
Candidato independiente	Jaime Rodríguez Calderón	1,020,552	48.82
votos anulados		45,012	2.15

Tabla 1. Resultados electorales en la elección para gobernador en Nuevo León, año 2015⁵.

Un aspecto curioso es que la Ley electoral en México prohíbe a todo aquel que pretenda ser candidato expresar esa idea de manera clara, es decir que debe usar eufemismos o metáforas para enterar a quienes por lo general ya están informados por medio de periódicos sensacionalistas que se esmeran en encontrar una posible falta.

Es por esa razón que los aspirantes a algún puesto de elección popular, acuden a la construcción de un discurso pleno de metáforas, que les permita proyectarse y ganar adeptos. Con respecto al proceso metafórico en la cotidianidad, Lakoff (2007) ha analizado los marcos conceptuales como estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo y que funcionan como una especie de ‘inconsciente cognitivo’ pero que estructuran nuestro modo de razonar y pensar el mundo; esos marcos de referencia están contruidos, en general, a partir de metáforas o lenguaje connotativo.

Por ejemplo, antes del comienzo legal de las campañas, una persona que ocupaba la presidencia municipal de Monterrey y que llegó a estar como contendiente en las internas de su partido (PAN) decía:

(1) [Margarita Arellanes, alcaldesa de Monterrey, capital de Nuevo León] En otras ocasiones **no hemos sido lo suficientemente maduros** como partido para entender que **destruir no nada más es criticar o atacar**, sino que también se destruye **bajando los brazos** y no haciendo nada (...) Se había dicho históricamente que Monterrey era **la tumba de los políticos**, que ningún Alcalde (...), había sido mencionado para la gubernatura porque **en Monterrey los Alcaldes no terminan con las mejores**

apreciaciones (...) Yo quiero **salir por la puerta de enfrente**⁶, **no por el traspatio** (Reyes, 2015).

La formación imaginaria (Pêcheux, 1970) , que proyecta Arellanes, se auto constituye como reformadora, como un hito en la historia de la política neolonesa; se crea el presupuesto (Ducrot, 1986) de que ella sabe lo que hay que hacer en el estado, y el sobreentendido de que ella se lanzará como aspirante a la candidatura por la gubernatura del Estado. Hemos puesto en negritas las categorías analíticas: las atenuaciones⁷ (Briz, 2007) y eufemismos (“los Alcaldes no terminan con las mejores apreciaciones” “no hemos sido lo suficientemente maduros”); la función metalingüística (Jakobson, 1981) (“destruir no nada más es criticar o atacar”); los recursos como la metonimia (“también se destruye bajando los brazos” “Monterrey era la tumba de los políticos”); el proceso metafórico construido por analogía y transmutación (“Yo quiero salir por la puerta de enfrente, no por el traspatio”) donde se usa como fundamento el asimilar a la gestión gubernamental, como si fuese una casa.

Análisis de la construcción de los imaginarios

Nos servimos del análisis de dos casos opuestos en la intencionalidad, para ilustrar el proceso: uno, el de la Columna “Fricasé”, un pseudónimo que refleja generalmente la opinión editorial oficial en el periódico sensacionalista de orientación de derecha en Monterrey, *El Norte*, donde se lee:

(2) **El sexo de la persona es lo de menos, sea hombre, mujer o intermedio**; no debe ser el género el criterio a juzgar, sino la capacidad para gobernar (El Abogado del Diablo, 2015).

Se observan en negritas, los recursos como el sarcasmo, el eufemismo, y el sexismo lingüístico, construido mediante el sobreentendido (Ducrot, 1986).

(3) No decimos que **las damas Álvarez y Arellanes** sean malas, que sean simpáticas o antipáticas; lo que hoy afirmamos es que bajo cualquier criterio que se les juzgue a **las damas**, ambas, una de las cuales probablemente sea gobernadora de Nuevo León, **no cumplen los requisitos que un cargo de esta naturaleza requiere**. Ninguna de las dos tiene **la experiencia**, tampoco la **preparación académica**, y mucho menos **la experiencia y conocimientos como para gobernar** un Estado tan complicado como Nuevo León (El Abogado del Diablo, 2015).

Existe la denegación (Van Dijk, 1996) y la deslegitimación (Chilton y Schäffner, 2000). Se definen los rasgos de las aludidas por oposición; es decir por aquello de lo que carecen, por tanto existe una coerción discursiva al

colocarlas en ese imaginario de deficiencia. También se observa el afán por la invisibilización, ya que el locutor ninguna vez se refiere al nombre de las mujeres, sino que usa un adjetivo. Se emplea un matiz sarcástico en la designación, que considera a las referidas únicamente en su faceta de “damas” y no de agentes políticos; por ejemplo: nunca se dice “la licenciada”, “la senadora”, “la candidata”, denominaciones que proyectarían otra representación social (Jodelet, 1986), de las aludidas.

(4) **No tienen con qué gobernar, les faltan tablas, educación, conocimientos, experiencia, inteligencia,** astucia y muchas cosas más (El Abogado del Diablo, 2015).

En el segmento 4, de nuevo se halla la denegación (van Dijk, 1996) y la deslegitimación (Chilton y Schäffner, 2000). Existe la coerción discursiva puesto que se proyecta un imaginario denigrante. Se realiza una descortesía de fustigación (Kaul de Marlangeon, 2008).

(5) **Simples egresadas de la UANL,** se abrieron camino en base a [*sic*] **las cuotas de género y a sus atributos de cáeme bien.** Quizás sean buenas candidatas en el sentido de que **tienen su “charm”⁸** y saben **echar sus rollos y cargar bebitos,** pero ¿y los seis años de Gobierno que le siguen a la elección? Ninguna de las dos **damas sabe nada de finanzas públicas** (Aunque dicen que **Álvarez está tomando clases con maestros del Tec**), **no saben ni máiz** de economía, no conocen de estadística, de administración pública, de teorías del desarrollo organizacional. **Llegan más verdes al cargo que un perico recién nacido** (El Abogado del Diablo, 2015).

Mediante el uso adjetival (“simples egresadas”) se realiza una denigración y se efectúa una lesión a la imagen social de las referidas en cuanto a su formación académica: se menosprecia la institución pública de donde proceden (“de la UANL”) y luego se realizará una contrastación (“Álvarez está tomando clases con maestros del Tec”), que –implícitamente– establece jerarquía entre las entidades académicas referidas; se les niega capacidad, experiencia (“en base a [*sic*] las cuotas de género y a sus atributos de *cáeme bien*”) se realiza una falacia argumentativa de la generalización a partir de una información incompleta (Weston, 2001, p.83). Encontramos una descortesía descubierta o directa en la cual el acto amenazador a la imagen se realiza sin ningún encubrimiento (“Quizás sean buenas candidatas en el sentido de que tienen su ‘charm’ y saben echar sus rollos y cargar bebitos”). Se completa de esta manera la deslegitimación (Chilton y Schäffner, 2000) de la imagen, y se genera un efecto social (Bravo, 2002, 2005) lesivo para la proyección de las candidatas. Se emplea en dos ocasiones el recurso del dicho exclamativo (“ni máiz”⁹, “más

verdes que un perico¹⁰...”): a través de él se lleva a cabo una ironización (Ballart, 1991) compleja: ya que existe la negación (Beristáin, 2001) de la posesión de atributos esenciales –según se argumenta- para aspirar al cargo. La frase que termina el segmento es una intensificación¹¹ (Albelda, 2004) que busca dañar enfáticamente la imagen de las referidas. A nivel contextual en la publicación, como estas declaraciones aparecen en la columna editorial, existe el implícito del argumento de autoridad (Anscombe y Ducrot, 1994) del autor. Por tanto, el efecto social (Bravo, 2002, 2005) generado es la desacreditación, mediante una descortesía encubierta.

(6) Total, la oferta política con la que se queda Nuevo León es escoger entre dos estilos y dos perfiles **femeninos** contrastantes: **la diferencia entre candidatas es algo meramente cosmético, no habiendo sustancia detrás del producto, no hay nada que comparar** (...) Ello a menos **que surja por ahí un candidato –o candidata- independiente fuerte** que ponga a todo mundo en su lugar. ¡qué bueno sería esto, aunque luzca remoto! [SIC]. (El Abogado del diablo, 2015).

Existe el tono sarcástico (“Total, la oferta política con la que **se queda** Nuevo León”) ya que la expresión –que destacamos en negritas- se refiere a un remanente, a las sobras. Además se realiza la degradación de la imagen social de las políticas a partir de la metonimia (Beristáin, 2001), que reduce a las referidas exclusivamente a una de sus facetas (“dos perfiles femeninos”, “meramente cosmético”, “no hay sustancia detrás del producto”). Aún más: se emplea como estrategia la despersonalización (Muñiz, 1998)¹², ya que se atribuyen las características inherentes a una materia como similares a las que poseen las mujeres referidas, se pasa de lo animado a lo inanimado, hay una naturalización en el ocultamiento del sujeto.

Implícitamente se ubica el sexismo lingüístico, ya que dichas expresiones no podrían elaborarse con referencia a dos varones. Esta coerción (Chilton y Schäffner, 2000) se construye mediante el sobreentendido (Ducrot, 1986). Al final, se elabora un elogio de otro candidato: “independiente”, “fuerte” por medio de la contrastación (Beristáin, 2001). Para la población del noreste mexicano, queda muy claro, gracias al presupuesto y al sobreentendido, que se refiere el periodista al candidato apodado “El bronco”, ya que era el único postulado como “independiente”.

El segundo caso es el discurso de Eugenio Garza de la Puente, **editorialista invitado** (*sic*) a *El Norte*, **alumno de Harvard de la Maestría en Administración Pública** (Garza de la Puente, 2015), quien escribió:

(7) Nuevo León está hambriento de un liderazgo. Fernando Turner, presidente de la Asociación Nacional de Empresarios Independientes (ANEI), describió este liderazgo

como el de: una persona que cuente con una **rigurosa preparación académica**, con **conocimientos en distintas áreas de negocios, cultura y ciencia**. Alguien que sea **bien leído, viajado y relacionado(a) y, sobre todo, respetado(a) por sus logros y no por su popularidad** (...) (Garza de la Puente, 2015)

Existe el falso presupuesto (Ducrot, 1986, Reboul, 1986) ubicado en la formación imaginaria (Pêcheux, 1970) del locutor (“editorialista invitado”, “alumno de Harvard de la Maestría en Administración Pública”), puesto que la edificación discursiva de la imagen propuesta se basa en capitales simbólicos (Bourdieu, 2002): “preparación académica”, “conocimientos en distintas áreas de negocios, cultura y ciencia”, “bien leído, viajado y relacionado(a)” “respetado(a) por sus logros y no por su popularidad”. Igualmente, en el implícito, se descarta a aquél candidato que no posea las cualidades que se mencionan.

(8)[...] existen las siguientes **siete cualidades primordiales** para lograr el desarrollo económico y social que requiere nuestro estado: 1) Nuevo León necesita de **un gobernador visionario**. De una persona capaz de visualizar nuestro Estado no a seis, sino a 20 ó 30 años. (...) 2) (...) El Gobernador **debe ser proactivo** en explotar los detonantes económicos estatales (...) 3) **Tener un amplio conocimiento sobre negocios**, en especial sobre finanzas, contabilidad y administración (...) 4) **Ser un estratega** con la capacidad no sólo de delinear no sólo hacia dónde quiere llevar a nuestro Estado, sino saber priorizar los recursos, el tiempo, las acciones, las políticas y los esfuerzos del Gobierno para alcanzar esos resultados (Garza de la Puente, 2015)

En el ejemplo, el locutor emplea mecanismos de exclusión (Foucault, 1970) del tipo verdadero-falso, ya que el enunciador se prefigura como poseedor de la verdad; se proyectan intereses que atañen a ciertas sociedades de discurso (Foucault, 1970) y se emplea el argumento de autoridad (Ducrot, 1986); igualmente se construye una falacia deductiva de la forma: “Si p entonces q. Por lo tanto, p.” (Weston, 2001, p. 83 y 85) basada en un modelo teórico implícito -que nunca se describe puntualmente- tanto para el desarrollo económico, como para el desarrollo social. También se crea un referente mediante el proceso de *amalgama*¹³ (Reboul, 1986).

(9) [...] 5) Ser **un gran negociador** (...) 6) Contar con **un gran compromiso social** (...) 7) Ser **una persona íntegra con una reputación intacta**. (...) Alguien que **por convicción, busque cambiar a Nuevo León**. De los nombres escuchados, **¿quién cuenta con estas cualidades?** Sin duda alguna, **la mejor apuesta –por mucho- es David Noel Ramírez. ¡Ánimate, Rector! Nuevo León te necesita (sic)** (Garza de la Puente, 2015).

En el segmento se proyecta una representación social (Jodelet, 1986), basada en la construcción del referente por falsa causalidad (Reboul, 1986) y, al final del enunciado se ha realizado una apología (Beristáin, 2001) de un idóneo aspirante al cargo, que se devela como cierre de la ilocución. Se puede considerar entonces que la perorata fue un acto preparatorio (Van Dijk, 1982) para prefigurar la imagen del aspirante que se propone. Como se puede ver, no es el mismo aspirante, sino otro sujeto quien ha hecho proselitismo y declarado las intenciones de aquél; así, no se ha infringido la Ley electoral.

Resultados

En este apartado ofrecemos una exploración inicial de los rasgos de personalidad encontrados en la muestra, así como la frecuencia de algunos recursos pragmáticos y retórico-discursivos utilizados; es necesario añadir que tuvimos que considerar la dimensión semiótico-cultural para ofrecer estos hallazgos, ya que la ideología imperante, así como otros factores socio-culturales tuvieron incidencia en el procesamiento de los datos.

Con respecto a las funciones lingüísticas (Jakobson, 1981) hemos examinado la muestra y los hallazgos se ilustran en la Gráfica 1:

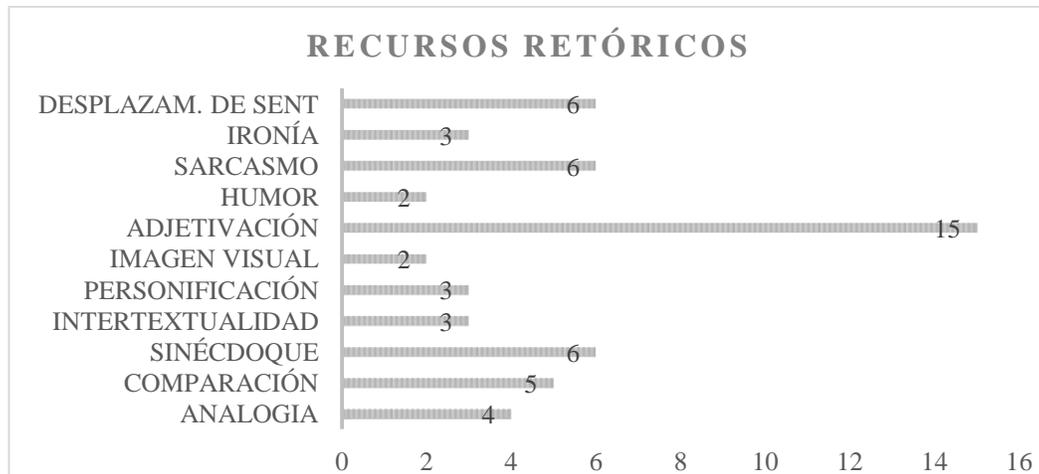


Gráfica 1: Funciones Lingüísticas.

Es posible observar que las funciones apelativa y poética tienen 9 frecuencias encontradas; quizá ello responde al tipo de discurso, cuya finalidad es el proselitismo; y a la creatividad exhibida en su confección, que busca ganar o perder voluntades, según el caso. Sigue en jerarquía de apariciones la función referencial, con 6 manifestaciones, que es empleada para ofrecer información sobre los sujetos de quienes se dice algo; y finalmente con 4 frecuencias, está la

metalingüística, que fue usada para proponer concepciones, establecer y delimitar nociones, etc.

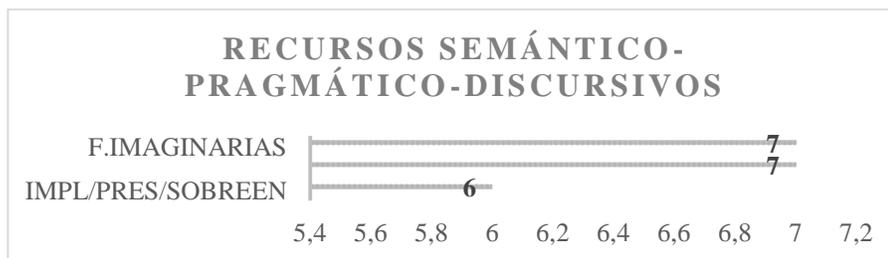
También revisamos los recursos retóricos que sirvieron a los fines del locutor; mostramos los hallazgos en la Gráfica 2:



Gráfica 2. Recursos retóricos.

En la muestra el uso de la adjetivación resultó en 15 frecuencias; los desplazamientos de sentido, el sarcasmo y la sinécdoque tuvieron 6; en 5 ocasiones se acudió a la comparación; se empleó la analogía en 4; la ironía, la personificación; y se recurrió a la inserción de intertextos, de los cuales aparecieron con 3 ocurrencias; el locutor acudió al humor y a construir imágenes visuales en 2 ocasiones.

Para ofrecer interpretación y análisis conclusivos, articulamos los recursos cuyas funciones se ubicaron en las dimensiones semántica, pragmática y discursiva. Los resultados se muestran en la Gráfica 3:



Gráfica 3. Recursos semántico-pragmático-discursivos.

Estructuramos la interpretación en el nivel semántico, el implícito presupuesto y sobreentendido, y encontramos que en 6 ocasiones se acudió a este recurso; revisamos los actos (des)corteses efectuados en los segmentos y hallamos la misma cantidad que para las formaciones imaginarias: 7 ocurrencias. Estos datos muestran que hubo amenazas y lesiones a la imagen social en la misma proporción que el acudir a los roles imaginarios en el discurso.

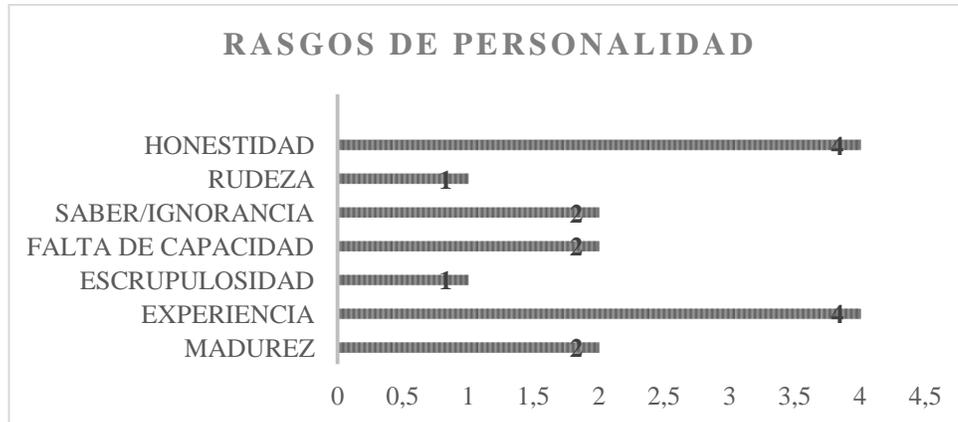
Con respecto a la presencia de las funciones del discurso político, los datos que arrojó el examen, se exponen en la Gráfica 4:



Gráfica. 4. Funciones del discurso político.

La coerción y la deslegitimación tuvieron 6 frecuencias, en cambio la legitimación tuvo 2. Los datos evidencian que, en la muestra, es más frecuente la violencia simbólica.

Para destacar los rasgos de personalidad manifiestos, se ubicaron los atributos presentes explícita o implícitamente en la muestra. Éstos son los datos que obtuvimos:



Gráfica 5. Rasgos de personalidad.

Según se ilustra, la honestidad y la experiencia aparecieron con más ocurrencias: 4; la madurez, la sabiduría/ignorancia, la falta de capacidad tuvieron 2 ocurrencias; finalmente la rudeza y la escrupulosidad tuvieron 1 aparición.

Conclusiones

La polémica y la tensión discursiva que resultan de los discursos emitidos en las campañas electorales generan resistencia entre los protagonistas; y el estudio de sus prácticas discursivas ofrece información sobre la construcción y recursos que configuran esa oposición crítica. A partir de la muestra revisada en este trabajo es posible ofrecer algunas tendencias, las cuales se deberán revisar en fases subsecuentes, con muestras más amplias para confirmar las aseveraciones que ahora brindamos. Se observa que, para manifestar la resistencia crítica en los discursos de los candidatos políticos independientes, y en los que se aborda la participación de las mujeres en la política, los sujetos discursivos emplean las funciones apelativa y poética, tanto para conminar a la decisión que favorezca el sufragio, como para intensificar semánticamente sus actividades de imagen con respecto a los y las aspirantes al puesto gubernamental. Un hecho similar ocurre con el uso de los recursos retóricos, donde la adjetivación, los desplazamientos de sentido y el sarcasmo, entre otros, aderezan el discurso en favor o detrimento de la imagen de los sujetos referidos.

Diseñamos una articulación entre los recursos cuyas funciones se intersectan en distintas dimensiones: semántica, pragmática y discursiva y encontramos que los actos (des)cortesos, así como el empleo de las formaciones

imaginarias han sido los recursos a los que más frecuentemente han acudido los locutores para la proyección de la imagen –sea en sentido positivo o negativo. En cuanto se refiere a las funciones del discurso político ubicadas en la muestra, se tiene que comúnmente se acude a deslegitimar y ejercer coerción discursivamente al sujeto referido y en menos ocasiones se legitima una imagen. Y respecto a los rasgos de personalidad que se proyectaron en los discursos como deseables fueron la honestidad y la experiencia, aquellos más presentes.

Como perspectiva, se declara la necesidad de proseguir el análisis de contextos sobre la base de esta metodología para obtener tendencias específicas sobre los recursos discursivos empleados en otros estados del país y confirmar o modificar estos primeros resultados; igualmente ello permitirá ofrecer tendencias sobre los rasgos de personalidad más recurrentes en el imaginario social mexicano. Se requiere, además, obtener datos sobre el sesgo en la construcción del sentido y las acciones lingüísticas a que se acude en este tipo de discursos.

Notas

¹ Los artículos recopilados superan la suma de 500 y se han ido revisando desde diferentes perspectivas durante el desarrollo del Proyecto Discurso Político, que desarrollan los autores desde 2008.

² *National Election Studies* es una encuesta periódica levantada por el *Center for Political Studies* de la Universidad de Michigan

³ Empleamos el concepto de “capital” propuesto por Bourdieu (2002): “el capital es la riqueza del campo y su apropiación y control el objeto de la lucha.” Según el autor hay diferentes clases: capital económico (dinero, bienes, propiedades, inversiones, etc.), capital social (relaciones, contactos, membresías, parentescos, etc.), y capital cultural (información, saberes, conocimiento socialmente validado, etc.).

⁴ Concertada por los partidos Nueva Alianza (NA), Verde Ecologista Mexicano (PVEM) y Revolucionario Institucional (PRI).

⁵ Fuente: Comisión Estatal Electoral-NL (La lista nominal o padrón tenía 3560,457 inscritos, de manera que el porcentaje de votantes alcanzó 58,53%).

⁶ En México, existe un dicho “salir por la puerta de enfrente” que se refiere a terminar alguna acción con éxito, orgullosamente por el buen desempeño.

⁷ De acuerdo con Briz: “la atenuación [...] es una categoría pragmalingüística cuya función consiste en minimizar la fuerza ilocutiva de los actos de habla y el papel de los participantes de la enunciación con el fin de lograr la meta prevista, el acuerdo (o en minorar en su caso, el desacuerdo), que es el fin último o primero, según se mire, de toda conversación” (2007, p. 8).

⁸ Del francés: *charme*: encanto o seducción.

⁹ En México: el dicho popular “ni maíz (paloma)” significa: “nada”, “nada de nada”.

¹⁰ Es un dicho popular mexicano que se refiere a la falta de experiencia, de madurez; a la novatez del sujeto aludido.

¹¹ Para la autora: “En el ámbito del enunciado, la intensificación se ha entendido como un valor semántico del contenido proposicional manifestado gramaticalmente de diversas formas. Supone una modificación de la cantidad y/o de la cualidad en el significado de algunas categorías gramaticales (Albelda, 2004, p. 28).

¹² La autora señala que “En ocasiones por razones extralingüísticas resulta necesario o al menos conveniente no expresar el sintagma sujeto en un enunciado concreto. (...) También tiende a no expresarse el sujeto, cuando carece de importancia y la atención quiere focalizarse en la expresión misma o el objeto” (Muñiz, 1998, p. 57).

¹³ Según el autor, es “El hecho de servirse de un término reductor para asimilar realidades efectivamente diferentes” (Reboul, 1986, p. 57).

Referencias documentales

- El Abogado del Diablo (2015).** FRICASÉ/Capacidad de gobernar. *El Norte*, año LXXVII, n° 27788, 14.01.2015.
- Garza, A. (2015).** Elizondo competirá con los colores de MC. *Excelsior*, año XCVIII, tomo I, n° 35568, 22.01.2015.
- Garza de la Puente, E. (2015).** El Gober ideal. *El Norte*, año LXXVII, n° 27793, 10.01.2015.
- Reyes, D. (2015).** Presume Margarita su “libertad”. *El Norte*, año LXXVII, n° 27818, 13.02.2015.

Referencias

- Albelda, M. (2004).** *La intensificación en el español coloquial* (tesis doctoral). Universitat de València. Facultat de Filología. Departamento de Filología Española.
- Anscombe, J.C. y O. Ducrot (1994).** *L'Argumentation dans la langue*. Bruxelles, Belgique : Pierre Mardaga.
- Ascher, W., y Ascher, B-H. (2005).** *Revitalizing political psychology. The Legacy of Harold Laswell*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Austin, J.L. (1981).** *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Ballart, P. (1991).** *Eironea. La figuración irónica en el discurso literario moderno*. Barcelona: Quaderns Crema.
- Beristáin, (2001).** *Diccionario de retórica y poética*. CDMX: Porrúa.

-
- Billig, (2003)**. Political rhetoric. En Sears, D., Huddy, L., y Jervis, R. (eds). *Oxford handbook of political psychology* (pp. 222-250). Oxford University Press.
- Bourdieu, P. (2002)**. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. CDMX: Aguilar/Altea/Taurus/Alfaguara.
- Bourdieu, P. (2003)**. *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Briz, A. (2007)**. Para un análisis semántico, pragmático y sociopragmático de la cortesía atenuada en España y América. *Lingüística del español actual*, vol. 1, 29, 5-40.
- Bravo, D. (2002)**. Actos asertivos y cortesía: imagen del rol en el discurso de académicos argentinos. En Placencia, M.E., y Bravo, D. (eds). *Actos de habla y cortesía en español* (pp. 141-174). München: Lincoln Europa.
- Bravo, D. (2005)**. Categorías, tipologías y aplicaciones. Hacia una redefinición de la “cortesía comunicativa”. En Bravo, D. (ed). *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos* (pp. 21-52). Buenos Aires: Dunken.
- Butler, J. (2000)**. Variaciones sobre sexo y género. Beauvoir, Witting y Foucault. En Lamas, M. (comp.) *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 303-326). México: UNAM/PUEG/Porrúa.
- Butler, J. (2007)**. Lenguaje, poder y estrategias de desplazamiento. En Butler, J. *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad* (pp. 85-100). Barcelona: Paidós.
- Caprara, G., Francescato, D., Mebane, M., Sorace, R., y Vecchione, M. (2010)**. Personality foundations of ideological divide: a comparison of women members of Parliament and women voters in Italy. *Political Psychology*, 51, 5, 739-762.
- Caprara, G., y Vecchione, M. (2013)**. Personality approaches to Political behavior. En Huddy, L., Sears, D., y Levy, J. (eds). *The Oxford handbook of political psychology* (pp. 23-58). Oxford University Press.
- Charteris-Black, J. (2005)**. *Politicians and rhetoric. The persuasive power of metaphor*. Houndmills, RU: Palgrave Macmillan.
- Chilton, P., y Shäffner, C. (2000)**. Discurso y política. En Van Dijk, T. (Comp.) *El discurso como interacción social* (pp.297-330). Barcelona: Gedisa.
- Costa, P.T., y McCrae, R.R. (1985)**. *The NEO personality inventory manual*. Odessa, FL.: Psychological Assessment Resources.
- Ducrot, O. (1986)**. *El decir y lo dicho*. Barcelona: Paidós.

- Dyson, S., y Preston, T. (2006).** Individual characteristics of political leaders and the use of analogy in foreign policy decision making. *Political Psychology*, 27, 2, 265-288.
- Flores-Treviño, M.E., e Infante, J.M. (2012).** El discurso de agentes políticos en México. Polifonía (des)cortesía y poder. En J. Escamilla Morales y G. Henry Vega (eds). *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico*. (pp. 246-269). Barranquilla: Universidad del Atlántico – Programa EDICE (ISBN 978-958-8742-25-0).
- Flores-Treviño, M.E., e Infante, J.M. (2014).** 2014 Descortesía-imagen y performance en el discurso político. En Flores Treviño, M.E., e Infante, J.M. (Eds). *La (des)cortesía en el discurso: perspectivas interdisciplinarias (imagen, actos de habla y atenuación)* (pp. 53-84). Monterrey, NL./Estocolmo: UANL/EDICE.
- Foucault, M. (1970).** *La arqueología del saber*. CDMX: Siglo XXI.
- Freud, S., y Bullitt, W. (1973).** *El presidente Thomas Woodrow Wilson, un estudio psicológico*. Buenos Aires: Letra Viva.
- Goffman, E. (1963).** *Behavior in Public Places: Notes on the social organizations of gatherings*. Glencoe: The Free Press.
- Haidar, J. (2006).** *Debate CEU-Rectoría. Torbellino pasional de los argumentos*, México, D.F.: UNAM.
- Hermann, M. (2002).** *Assesing leadership style: a trait analysis*. S.d.: Social Science Automation.
- Huddy, L., y Capelos, T. (2002).** Gender stereotyping and candidate evaluation. En Ottati, V., Tindale, R.S., Edwards, J., Bryant, F., Heath, L., O’Connell, D., Suarez-Balcazar, Y., y Posavac, E. (eds). *The social psychology of politics* (pp. 29-53). Nueva York: Kluger Academic/Plenum Publishers.
- Ignatieff, M. (2014).** *Fuego y cenizas. Éxito y fracaso en la política*. Madrid: Taurus.
- Infante, J.M., y Flores Treviño, M.E. (2015).** Imagen y descortesía en el discurso de los políticos mexicanos. En Diana Bravo y María Bernal (eds). *Perspectivas socio-pragmáticas y socio-culturales del análisis del discurso* (pp. 265-303). Buenos Aires: Dunken.
- Jakobson, R. (1981).** *Ensayos de Lingüística general*. Barcelona: Seix-Barral.
- Jodelet, D. (1986)** La representación social: Fenómenos, concepto y teoría. En Moscovici, S. *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales* (pp.469-494). Barcelona: Paidós.

-
- Kaul de Marlangeon, S. (2008).** Tipología del comportamiento verbal descortés en español. En Briz, A., Hidalgo, A., y Albelda, M. (eds). Cortesía y conversación: de loa escrito a lo oral. *III Coloquio Internacional del Programa Edice* (pp. 254-266). Universidad de Valencia: Departamento de Filología Española.
- Kaul de Marlangeon, S. (2014).** Delimitación de unidades extralingüísticas de análisis del discurso de (des)cortesía. *Signo y Seña*, 26, diciembre 2014, 7-22.
- Kerbrat-Orecchioni, C. y Plantin C. (eds.). (1995).** *Le triologue*, Lyon: PUL.
- Koike, D. (2003).** La co-construcción del significado en español: elementos pragmáticos de la interacción dialógica. En Koike, D. A (ed). *La co-construcción en el español de las Américas. Acercamientos discursivos*. (pp. 11-24). Toronto: Legas.
- Lakoff, G. (2007).** No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político. Madrid: Editorial Complutense.
- Lamas, M. (2000).** *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. CDMX: UNAM/PUEG.
- Lasswell, H. (1948).** *Power and personality*. Nueva York: W.W. Norton.
- Lasswell, H. (1977).** *Psychopathology and politics*. Chicago: The University of Chicago Press (texto original publicado en 1930).
- Miller, A., Wattenberg, M., y Malanchuk, O. (1986).** Schematic assessments of presidential candidates. *American Political Science Review*, 80, 2, 521-540.
- Mondak, J. (2010).** *Personality and the foundations of political behavior*. Cambridge University Press.
- Muñiz, C. (1998).** *Impersonalidad y despersonalización: estudio contrastivo*. Oviedo (España): Universidad de Oviedo.
- Okulska, U. y Cap, P. (2010).** Analysis of political discourse: landmarks, challenges and prospects. En Okulska, U., y Cap. P. (eds). *Perspectives in politics and discourse* (pp. 23-41). Amsterdam: John Benjamins.
- Pancer, S. M., y Brown, S., y Barr, C.W. (1999).** Forming impressions of political leaders: A cross-national comparison. *Political Psychology*, 20, 2, 345-368.
- Pardo Abril, N. (2007).** *Cómo hacer análisis crítico del discurso*. Santiago (Chile): Frasis.
- Pêcheux, M. (1970).** *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid: Gredos.

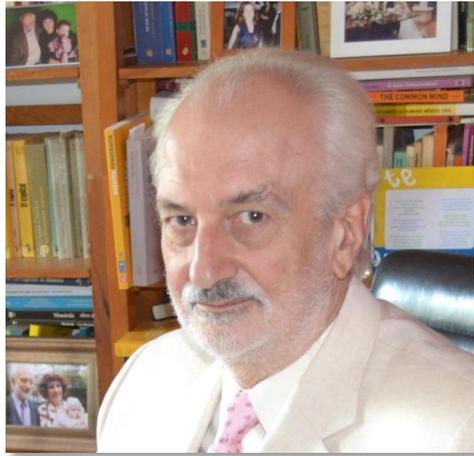
- Pervin, L. (1993).** *Personality. Theory and research*. Nueva York: John Wiley and Sons.
- Reboul, O. (1986).** *Lenguaje e ideología*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Renshon, S. (1998).** *The psychological assessment of presidential candidates*. Nueva York: Routledge.
- Thoemmes, F., y Conway, L.G. (2007).** Integrative complexity of 41 U.S. presidents. *Political Psychology*, 28, 2, 193-226.
- Van Dijk, T.A. (1982).** *Estructuras y funciones del discurso*. México, D.F.: Siglo XXI.
- Van Dijk, T. (1996).** Análisis del discurso ideológico. [disponible en la página web de Teun van Dijk].
- Van Dijk, T. (2000).** *El discurso como estructura y como proceso*. Barcelona: Gedisa.
- Weston, A. (2001).** *Las claves de la argumentación*. Barcelona: Ariel.

Notas biográficas



María Eugenia Flores Treviño es doctora en Humanidades y Artes por la Universidad Autónoma de Zacatecas, México. Trabaja como profesora investigadora en la Universidad Autónoma de Nuevo León (México) desde 1988; imparte cursos de Análisis del discurso, didáctica de la lengua, semiótica e historia del español. Su interés principal en la investigación se ubica en la pragmática, estudios de género, y el discurso político y literario. Actualmente se desempeña como Subdirectora de Posgrado e Investigación en la Facultad de Filosofía y letras de la UANL.

E-mail: maria.florestr@uanl.edu.mx



José María Infante Bonfiglio es doctor en Psicología por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

Trabaja como profesor investigador en la Universidad Autónoma de Nuevo León desde 1976, donde imparte cursos de teoría social. Su interés principal en la investigación es el comportamiento político. Actualmente desempeña sus actividades en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UANL.

E-mail: jose.infanteb@uanl.mx