

María Eugenia Flores Treviño* y José María Infante Bonfiglio

Discurso sobre el populismo en México. Un estudio socio-pragmático

Discourse about populism in Mexico. A socio-pragmatic study

<https://doi.org/10.1515/soprag-2018-0006>

Resumen: Populismo es un término que ha devenido moda en el discurso político contemporáneo, después de que algunos lo creían desaparecido. El término es aún de uso impreciso y se utiliza en diversas realidades discursivas, las que a su vez remiten a diferentes mundos objetivos: ideologías políticas, movimientos y agrupaciones políticas, estilos discursivos y programas de acción política y modos de obrar, tanto en los regímenes autoritarios como democráticos. Una primera parte de este trabajo se destina a un intento de despejar esta selva semántica y tratar de ubicar el uso de los conceptos en su nivel adecuado, buscando definir los componentes que permiten caracterizar a un discurso populista. En alguna de las aproximaciones del populismo éste ha sido caracterizado como ideología, lo que también se analiza.

En un segundo momento se estudian las perspectivas del análisis del discurso político, poniendo énfasis en la práctica de la cortesía y la descortesía en las manifestaciones concretas del discurso sobre el populismo, donde aparece como una forma particular de lograr adhesión afectiva, recurriendo a la construcción de una imagen social del otro o del destinatario favorable o positiva, en oposición al diferente u opuesto. Se analizan discursos de diferentes políticos del hemisferio occidental, tomados de los medios de comunicación, donde se busca ubicar los elementos populistas y el contexto en el que tienen o tuvieron lugar, tratando de analizar los efectos de ese discurso. Se toma en cuenta que en los debates políticos de cualquier escenario alrededor del populismo son más las expresiones de agresividad verbal y descortesía que las derivadas de una actitud de cortesía.

*Corresponding author: **María Eugenia Flores Treviño**, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Autónoma de Nuevo León, Cd. Universitaria, Sn. nicolás de los Gza. N.L., San Nicolás de los Garza, Nuevo León 66451 Mexico, E-mail: meugeniaflores@gmail.com

José María Infante Bonfiglio, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Autónoma de Nuevo León, Cd. Universitaria, Sn. nicolás de los Gza. N.L., San Nicolás de los Garza, Nuevo León 66451 Mexico

Palabras clave: populismo, imagen social, discurso político, descortesía

Abstract: Although some people believed that it had disappeared, populism is a term that has become more common in the modern political discourse. The use of the term is still ambiguous and it is used in different discursive realities, which at the same time refer to different objective worlds: political ideologies, movements and political groups, discursive styles and political action programs, and behaviors, in authoritarian and democratic regimes. The first part of this work is intended to try to clear this semantic confusion and aims to place the use of the concepts at their correct level, looking to give a definition to the components that allow the characterization of the populist discourse. In one of our approaches, populism has been characterized as an ideology, and this is also analyzed.

Secondly, we examine the perspectives of the analysis of the political discourse, focusing on the practice of politeness and impoliteness in the concrete demonstrations of discourse about populism, where it appears as a particular way to create an affectional bond, using it as a resort to build a social image of the other or of the receiver that is positive or negative, in opposition to different or contrary. We analyze several political discourses from the Western Hemisphere that were extracted from the media by trying to locate the populist elements therein and the context where they come from, seeking to analyze the effects of that discourse. It is also taken into account that political debates in any situation around populism are more likely to be verbally aggressive and impolite than those that come from a courtesy attitude.

Keywords: populism, face, political discourse, impoliteness

1 Introducción

Democracia alude al pueblo o a lo popular, como única fuente de poder legítima para un sistema político. Sin embargo, la forma en que *el pueblo* se asimila a las instituciones de gobierno es motivo de debate; para el caso de las elecciones de representantes y gobernantes, hay una dimensión aritmética, por la cual una fracción, aunque sea mayoritaria, se toma como totalidad. La sinécdoque, considerada en todas partes como una operación válida, oculta, según Rosanvallón (2010), una insoportable mentira. Con la aparición del sistema de partidos, condición que no había sido contemplada en los primeros teóricos de la democracia, la polémica por conseguir ubicarse como los auténticos representantes del pueblo acentuó las rivalidades y alimentó imaginarios. La perspectiva procedimentalista canceló el debate, pero no lo solucionó.

Definimos los componentes que caracterizan al discurso sobre el populismo (de Ípola, 1982; Laclau, 1978, 2005), ubicamos los elementos populistas y el contexto en el que tienen o tuvieron lugar, y los efectos de ese discurso. Específicamente revisamos la (des)cortesía (Bravo, 2005, 2009) en el discurso populista y sobre el populismo para distinguir la construcción de la imagen social (Goffman, 1967, 1986), su interacción (Hernández Flores, 2004, 2013; Amosy, 2016)¹ e imaginarios (Pêcheux, 1970) en actividades descortesas (Kaul de Marlangeon, 2005, 2006).

Nuestras preguntas guía son: 1. ¿Cuáles son los elementos populistas en los discursos de los políticos mexicanos? 2. ¿Qué actividades (des)cortesas se identifican y de qué recursos se valen? 3. ¿Cuáles son las estrategias del discurso político implicadas? 4. ¿Qué impacto tienen en la imagen social de los referidos?

La comunicación en la política no se restringe al lenguaje, la determina el poder social y “los sistemas de comunicación usados reflejan y representan esas formas de intercambio de poder” (Flores e Infante 2014, p. 57), previstas en los marcos sociales de referencia (Goffman, 1986, p. 22) desde los cuales anticipamos las posiciones sociales de los otros para la interacción.

Este trabajo pertenece al Proyecto Discurso político, cuyo corpus son unos 600 discursos de políticos mexicanos publicados en los medios (desde 2008 hasta esta fecha)². Para este estudio, la muestra son artículos informativos, artículos de opinión y discursos, aparecidos en los medios mexicanos (*El Norte* y *Grupo Reforma Servicio informativo*³ entre 2012 y 2017) seleccionados por el tema en estudio, y por su representatividad como expresión de políticos con poder en México (presidentes, expresidentes, senadores, dirigentes políticos y sociales; del oficialismo y la oposición)⁴. La coyuntura temporal no restringe su aparición a un momento determinado de la dinámica de esa sociedad de discurso⁵, sino que han sido expresados sin temporalidad política específica (pre-campañas, campañas y debates, al asumir el puesto, durante el ciclo de gobierno y otros momentos), ya que en el

1 Con respecto a las actividades de imagen y los *marcos de referencia* goffmanianos (1963, 1986), a la *direccionalidad y modalidad* vinculados con el efecto social (Hernández Flores, 2013), y a la integración de los factores en un *ethos* (Amosy, 2016).

2 Como antecedentes se ha publicado sobre: ironía, polifonía, imagen, (des)cortesía, identidad, género y otros temas en el discurso político mexicano.

3 Para este trabajo, hemos analizado: *El norte digital*, *La jornada*, *La jornada on line*, *Excélsior*, *Milenio*, *Animal político* y otros medios electrónicos e impresos.

4 La representatividad estadística y tamaño de muestra asociados a inferencia estadística son complejos conceptos que no pueden ser discutidos aquí.

5 Para Foucault (1970), las comunidades de discurso, su dinámica y los referentes y tensiones que les son inherentes.

país los políticos usan el término *populismo/populista* como arma de ataque contra su rival.

Como estrategia metodológica revisamos el objeto de estudio desde dos perspectivas: a nivel macro, las instituciones del sistema político, y a nivel micro, las interacciones de sus agentes. Elegimos 14 discursos por presencia del tema. Segmentamos las transcripciones en que aparecieran los rasgos del populismo y obtuvimos las microestructuras semánticas (Van Dijk, 1980) para localizar los actos de habla (Austin, 1981), la unidad operativa. Elegimos los segmentos y con Bravo (2005, 2009) y Kaul de Marlangeon (2005, 2006) examinamos las estrategias (des)cortesés; para el estudio de la imagen nos sustentamos en Goffman (1967, 1986) y Hernández Flores (2004, 2013), y para los imaginarios en Pêcheux (1970)⁶, Charaudeau (2009)⁷ y de Amossy (2016), retomamos la integración de esos conceptos al *ethos*. Explicamos los recursos semánticos, retóricos y morfosintácticos y las estrategias del discurso político (Chilton y Schäfner, 2000) en que se sustentan la ideología populista y la descortesía. Revisamos las acciones argumentativas con base en las infracciones de las reglas de una discusión crítica (van Eemeren y Grootendorst, 2001, van Eemeren, Garsen, Krabbe, Henkemans, Verheij, y Wagemans, 2014), y, con Casino y Lodge (2007), Dockendorff y Kaiser (2009), los rasgos y alusiones al populismo⁸.

2 Breve esbozo: populismo y demagogia

El término *populismo* ha reaparecido con mayor frecuencia en los medios de comunicación y parece haber una relación directa entre la cantidad de referencias y la ambigüedad o confusión de su uso. Se habla de *oleada populista*, *candidatos populistas*, *programas populistas*, y a veces simplemente de *populismo*, sin que quede claro de qué se está hablando. Abajo esquematizamos⁹ la propuesta de Casino y Lodge (2007), quienes sugieren que entre otras cosas, populismo, puede aludir a los aspectos que colocamos en el Esquema 1:

⁶ Con Pêcheux, las formaciones imaginarias designan el lugar que el emisor y receptor tiene cada uno de sí mismos y el lugar que le atribuyen al otro locutor dentro de la formación social (1970, pp. 48–52).

⁷ Por su parte, Charaudeau habla de “imaginarios socio-discursivos” (2009, p.17) que son construidos como parte de la “actividad de categorización del mundo que requiere que el sujeto posea una doble competencia semántica y discursiva” (2009, pp. 17–18).

⁸ Las fichas de los documentos estudiados, las presentamos en un Anexo.

⁹ Hemos asignado siglas a cada rasgo, para favorecer el reporte de resultados en el apartado correspondiente.

a) un movimiento político, más o menos homogéneo en su composición social, aunque siempre identificado con los que no pertenecen a las élites y con un líder	MPM
b) un agente político, líder o no de un movimiento político	AP-MP
c) un programa político de un partido o gobierno, con o sin tradición de movimiento	PP
d) un particular proceso político de gobernabilidad (no gobernanza) coyuntural	PPG
e) un estilo de discurso político, con o sin efectos de performatividad	EDP
f) una patología del sistema político, desarrollada a partir de actos específicos o como resultado de dinámicas históricas no previstas (efectos perversos del orden social)	PSP
g) un fantasma que no se define pero al que es preciso combatir y eliminar, un otro	E/O

Esquema 1: Referentes del populismo (adaptado de Casino y Lodge, 2007).

En todos los casos se agrega una carga afectiva a los juicios, así que puede evocar sensaciones de ira o enojo o sus contrarias: de agrado, satisfacción o atracción (Casino y Lodge, 2007). Los modelos teóricos pueden incluir dos o más de estos elementos pero no todos; asimismo, ciertos teóricos niegan alguno de estos rasgos como características de alguna forma de populismo, es decir, por ejemplo, que el populismo no implica alguna patología del sistema político (Müller, 2016).

Al inicio de las primeras fórmulas e instituciones democráticas, el debate sobre la capacidad del pueblo para gobernarse por sí mismo planteaba un problema que sería central en la definición de todo populismo, el de las maneras y procedimientos en que el pueblo puede aparecer en el gobierno democrático. Se acuñaron los términos que expresarían las relaciones, buenas y malas, entre pueblo, gobierno y democracia. *Demagogia* aparece por primera vez en la comedia *Los caballeros de Aristófanes* (Pazé, 2016). *Las opiniones platónicas sobre la democracia eran negativas* (Bobbio, 1987; Platón, 2008); en *Gorgias* (Platón, 1983) se utiliza una metáfora para oponerse a la participación del pueblo en el gobierno, diciendo que así como una persona que no sea médico no puede hablar de enfermedad, así tampoco el pueblo puede hablar de gobierno.

Platón (2008, pp. 477–480) establecía una distinción entre conocimiento científico e ignorancia y colocaba una categoría intermedia, la de la opinión: espacio intermedio de aquellos que opinan acerca de todo, pero no conocen nada acerca de lo que opinan; de una clase diferente de aquellos que Platón denomina filósofos, que son quienes deben gobernar la polis. Según él, la democracia surgía cuando los pobres victoriosos matan a unos y destierran a otros y hacen partícipes a los demás de la gestión gubernamental (Platón, 2008, 557a).

Aristóteles (2008, 1292) habla de las formas de democracia, señala que hay una, donde el soberano es el pueblo y no la ley, ello ocurre como consecuencia de la acción de los demagogos. En este régimen se ejerce un poder despótico, donde los demagogos adulan al pueblo y consiguen una gran influencia, controlan la

opinión del pueblo y el pueblo les obedece. Como para Aristóteles allí donde no mandan las leyes no hay república, no tendríamos aquí una democracia en sentido propio. El estado de derecho es entonces una condición esencial para la existencia de la democracia. Mientras que para Platón la opción a la demagogia es el gobierno de los técnicos, para Aristóteles la opción es el gobierno del pueblo dentro de los límites de la ley. Es evidente que puede presentarse la demagogia en la dinámica de cualquier sistema político, pero solo en la democracia es cuando tiene efectos profundos. Con Pazé (2016) enunciamos que la demagogia acompaña a la democracia como una sombra constante.

Demagogia ha sido utilizado como adjetivo o como sustantivo a través de la historia en variadas ocasiones para referirse no solo al campo político sino a otros; en la ciencia política moderna (Fedel, 1992) se habla de *demagogo* para designar a un líder político que influye en las decisiones de las asambleas populares mientras que *demagogia* son las acciones oratorias o actos de habla con las cuales el líder consigue aquel resultado.

Con Delsol (2015), los primeros populistas (sin ese nombre) de la historia serían los tiranos griegos de los siglos -VII y -VI, ya que en su accionar podemos encontrar analogías con el fenómeno populista actual. Esos gobernantes tomaron el poder aprovechando crisis alimentarias o peligros que provenían del exterior, exagerando su importancia y apelando a un discurso no exento de ambigüedades, como ya lo señaló Aristóteles (2008, V, 10, 1310b). Este autor agrega que la mayoría de los tiranos han surgido de demagogos que se ganaron la confianza del pueblo calumniando a los notables, un rasgo que se repite en muchos de los líderes populistas de la actualidad. Según Hermet (2008), Aristóteles creía que el gobierno del pueblo por el pueblo corría el riesgo de caer en manos de los demagogos, así que el buen gobierno debería ser mixto, abierto a las necesidades y expectativas de las masas populares, pero conducido por la élite de los más capacitados. Según Hermet (2008) la incorporación de las necesidades de los pobres a las políticas gubernamentales fue introducida por Solón (-596).

Pericles instalaría una democracia extrema (-443 y -429), incorporando a todos los ciudadanos considerados socialmente iguales. Para los griegos el sorteo constituía la regla de oro del igualitarismo, ya que la elección implicaba hacer una distinción entre una minoría y una masa pasiva. El problema fue la historia, ya que después de Pericles la población cayó bajo la demagogia de dirigentes mediocres y de intelectuales igualmente cautivadores.

Por ello, podemos decir, que mientras demagogia existe desde el periodo clásico griego, el término *populismo* parece haber aparecido en los últimos años del siglo XIX en Rusia y los Estados Unidos (Pazé, 2016). A pesar del tiempo, su definición teórica y su ubicación en la teoría social sigue siendo

causa de dificultades y problemas. Probablemente, porque el término se usa más para descalificar y porque aquellos que lo usan de este modo suelen hacer lo mismo que quienes quieren refutar o desacreditar a otro a quien se ve como enemigo: se fabrica un imaginario a modo, para anular el pensamiento del otro. El término populista está connotado muy ampliamente y por eso mismo, resulta ambiguo sin una aceptación de validez universal (Pantelimon, 2017).

Con Incisa (1991), el término populista se asigna a las fórmulas políticas en las que el pueblo, considerado como un conjunto social homogéneo y como depositario único de valores positivos, se convierte en la fuente principal y en objeto constante de referencia. No se trataría de una elaboración teórica sistemática y presenta una adaptación casi automática a otras doctrinas a veces divergentes; las definiciones suelen presentar la misma ambigüedad conceptual que el término.

En la democracia moderna -finales del siglo XVIII- el debate teórico y las discusiones sobre las formas prácticas de inserción del pueblo en el sistema político presentan un continuo sin solución. Sartori (2007) subraya que ya en el siglo -V se daban muchas interpretaciones del *demos*. Y añade que en la actualidad podemos encontrar como mínimo seis interpretaciones sobre el concepto en la práctica política: El pueblo como todos; como una mayoría plural; como las masas de los desafortunados; la multitud de los desposeídos; como una totalidad orgánica, homogénea y conceptualmente indivisible; como un principio mayoritario absoluto, -la metonimia a la que ya nos referimos- y el pueblo como un principio mayoritario relativo, aunque imponga a los demás esa mayoría. Salvo en el segundo caso, los populismos tienden a usar una o varias de las otras ideas como argumento justificatorio, como veremos. Cada una de esas acepciones, por otra parte, puede ser discutida mediante argumentación racional. Populismo, por su parte, posee una etimología confusa y una carga emotiva asociada en las lenguas romances (Ledroit, 2011). Se debe a que 'pueblo' tiene dos sentidos: *demos* y *populus*. En su versión griega, se trataría de un uso noble y nostálgico, mientras que en la latina es un término plebeyo y reprimido. Ledroit (2011) asevera que esa ambigüedad traduce la diferencia entre el principio político y la realidad sociológica. La polisemia del término no ha impedido su uso extenso e indiscriminado en el discurso político.

2.1 El populismo en América

En 1870 surgió un movimiento político en los Estados Unidos, centrado alrededor del Partido Populista, por aquellos que se sentían oprimidos por

la deuda y abandonados de las promesas de tierra barata y bajas tarifas ferroviarias (McLean y McMillan, 2003). El Partido del Pueblo presentaba en su programa de 1892 una serie de proposiciones relativamente simples, reclamando atención a las catástrofes económicas sobre las cuales no tenía responsabilidad; se atribuía al pequeño productor rural una superioridad moral, integrante de una de las dos mitades en que estaba dividida la sociedad: el ‘pueblo’ cuya fuente de subsistencia era su propio trabajo, y los especuladores que usufructuaban el trabajo ajeno. Aunque hay ciertas similitudes en el discurso, los populistas no asimilaron las teorías del marxismo con relación a la economía y la política. Parece, sin embargo, que entre los escritores populistas se infiltraron versiones paranoicas o conspirativas del orden social, señalando la existencia de ciertas fuerzas o grupos ocultos que manipulaban a su antojo los beneficios derivados del esfuerzo de los trabajadores. El Partido Populista, de todas maneras, tuvo un moderado éxito electoral y nunca pudo alcanzar una presencia importante en los órganos de gobierno. Para Lipset (1987), el movimiento populista estadounidense es el resultado del desarrollo del capitalismo industrial, en el que grandes sectores de la pequeña burguesía y de sectores populares se sumaron a la demanda por controlar a los grandes *trusts*, a los ferrocarriles y a los bancos, sectores dominantes de las empresas. Entre sus características, se presentaba una ideología xenófoba y antisemítica y la creación de una democracia lo más directa posible, introduciendo figuras como el referéndum y la iniciativa desplazando a todo lo que impedía que el pueblo actuara por sí mismo.

En general, en América latina el populismo ha atraído a los que se sienten desplazados: los migrantes y obreros industriales de los años 50 y 60 del siglo pasado, los sectores de clases medias que han quedado fuera de los beneficios de la globalización a fines del siglo XX y en este siglo. Se argumenta que el ascenso del populismo se debe al fracaso de otras políticas: “Los internacionistas liberales debemos seguir desmontando las mentiras demogógicas de los populistas antiliberales como como Trump, Nigel Farage y Jaroslaw Kaczynski” (Ash, 2016).

2.2 Rasgos del populismo

Dockendorff y Kaiser (2009) toman la caracterización formulada por Roberts para sintetizar en cinco los rasgos básicos fundamentales que caracterizarían el populismo, los colocamos en la Figura 1:

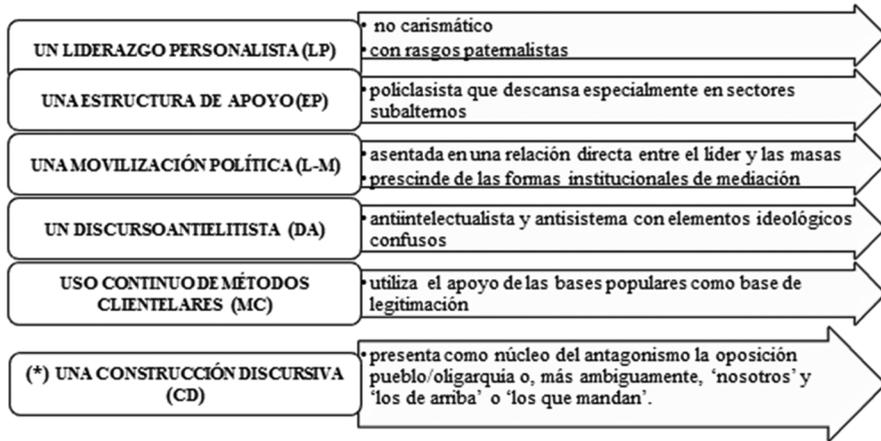


Figura. 1: Rasgos del populismo.¹⁰

A esos rasgos, agregamos (*) *una construcción discursiva* cuyo núcleo es la oposición pueblo/oligarquía o, más ambiguamente, *nosotros* y *los que mandan*.

El populismo sería una actitud favorable a la completa satisfacción de los deseos del pueblo, en contra de sus reales intereses (Drămnescu, 2017), una forma de cortesía fingida, o también, se trataría de una mentira que solo tendría como objeto agradar afectivamente a un grupo de ciudadanos. Esta idea del populismo favorece la presentación del otro o destinatario como positiva, es una estrategia de cortesía (Hernández Flores, 2004, 2013); sin embargo, esta cortesía hacia un grupo imaginario provoca inevitablemente descortesía hacia los excluidos, de manera que implícitamente al acentuar una atracción afectiva hacia este conjunto, se rechaza al opuesto. Así, la incidencia del marco enunciativo sobre los interactuantes y *el tercero* (Charaudeau, 2009) en la co-construcción del sentido¹¹; las actividades de imagen y su efecto social (Hernández Flores, 2013) la *direccionalidad*, que se relaciona con quién es el hablante, el destinatario y otros posibles interactuantes, cuyas imágenes son (significativamente) afectadas por el comportamiento comunicativo; el concepto de *modalidad*, relacionado con el tipo de efecto (positivo, negativo o neutro) que tiene ese comportamiento sobre la

¹⁰ Hemos asignado siglas a cada rasgo, para favorecer el reporte de resultados en el apartado correspondiente.

¹¹ De acuerdo con Koike (2003) “a nivel de las ideas, la co-construcción que tiene lugar en la interacción lleva a la formación de una ideología, o de un conjunto de ideas que reflejan algún tipo de conocimiento o alguna manera de pensar o de interpretar la realidad, proceso al que contribuyen todos los participantes de la conversación” (p. 12).

imagen, en este caso, de quienes elaboran un discurso populista y viceversa, de los posibles destinatarios de ese discurso, enmarcan el proceso. También el *ethos discursivo* como indisoluble de un posicionamiento político (Amossy, 2016, p. 23).

El populismo se ha categorizado como ideología (van Dijk, 1999) para lo cual no cabe la aplicación de las categorías de valor de verdad, de manera que no puede ser verdadero o falso.

En lo económico, los programas populistas tienden a privilegiar la redistribución en detrimento de otras variables económicas, como la inflación o la contención del déficit estatal, aun cuando estos tres factores presenten una relación peculiar. El partido político suele ser desplazado y asociado a ello, el desprecio por los ‘políticos’.

Un problema ambiguo es la exigencia para los populismos de sostener un liderazgo carismático; en todo caso, ello será una condición necesaria para un movimiento histórico específico, pero no para la ideología populista, que puede encarnar en más de un movimiento. Lo que parece universalmente aceptado es la relación entre populismo y nacionalismo.

Dix (1985) distingue entre un populismo autoritario y uno democrático, deslinde insostenible porque el eje autoritarismo/democracia es irrelevante en la determinación del populismo; en todo caso, se trata de ideologías con cierta carga afectiva que pretenden salvar al populismo de su carácter despectivo. Aun así, parece válido hablar de un populismo de derecha para referirse a una corriente ideológica que se ha desarrollado históricamente en los países europeos más ricos (Sturm, 2006). Su clave consiste en autodefinirse como representante de los intereses de la *mayoría silenciosa*, asumiendo un monopolio de la interpretación de esos intereses.

2.3 Hacia una interpretación del populismo

Laclau (1978, pp.166–174) presenta cuatro enfoques sobre una interpretación del populismo: 1) el populismo es visto como una expresión típica de una clase social; 2) el populismo es un concepto vacío de contenido (el *significante vacío*) que debería ser eliminado del lenguaje de las ciencias sociales (enuncia esta postura como nihilismo populista); 3) propone restringir el término populista para señalar una ideología y no un movimiento socio político. Una ideología que se plantea como antisistema, de desconfianza hacia los políticos, antiintelectualista y apelando a la categoría pueblo como concepto constituyente de la sociedad. 4) Por último, habría una concepción funcionalista del populismo, según la cual constituye un fenómeno aberrante, consecuencia de la asincronía en la dinámica de la transición de la sociedad tradicional a la sociedad industrial. Posteriormente,

Laclau (2005) presentó una nueva versión de su concepto de populismo, después de revisar algunos aspectos de la teoría psicoanalítica. Rechaza que el populismo sea un movimiento, se trata de una lógica política; señala que deben introducirse dos aspectos para conceptualizar el populismo: la operación de nombrar, pero separando el concepto del nombre, separación sin la cual no habría populismo, pero que atiende al aspecto afectivo. Plantea necesario apelar a la lógica de la diferencia y de la equivalencia, antagónicas pero necesitadas la una de la otra. Estas construcciones de Laclau son muy complejas y sería necesario un largo argumento para poder explicarlas y analizarlas, pero podríamos concluir diciendo que Laclau tiene una visión positiva del populismo, al que ve como una expresión válida de las aspiraciones y anhelos del pueblo, y busca rescatar el término populismo de su posición marginal en la teoría social.

De Ípola (1982) analiza las tesis de Laclau y propone una línea argumentativa específica, se expone en la Tabla 1.

Tabla 1: Tesis de Laclau.

-
- a) el estudio de la supervivencia del término ‘populismo’ en los análisis políticos, lo cual podría deberse a su vaguedad e imprecisión. Según de Ípola, para Laclau el término populismo alude a un fenómeno real, pero su polisemia es un indicador de la dificultad para delimitar el fenómeno que se intenta describir o analizar.
 - b) los diversos fenómenos históricos que en el mundo han sido calificados como populistas y las diversas interpretaciones de estos fenómenos, obviamente discordantes y por lo tanto de imposible correspondencia con un recorte empírico.
 - c) las diferentes interpretaciones del populismo, como movimiento o ideología, que Laclau termina descartando por incompletas o incoherentes.
 - d) las posibilidades de considerar el populismo como ideología y a la vez como movimiento, lo cual permitiría construir una teoría explicativa del fenómeno.
 - e) desechar la posible objeción de lo ideológico como derivado y secundario y asumir la determinación de clase de las ideologías
-

3 Descortesía y discurso político populista y sobre el populismo

La argumentación del populismo implica una inversión del grupo social oprimido que ahora pasa a ser dominante y viceversa: el pueblo es ahora el agente social que dinamiza la acción política y en este proceso la operación de cortesía consiste en preservar la imagen de un colectivo al que se supone puro y representante de lo justo (Forgas, 2004). Por su parte, Müller (2016) presenta siete tesis sobre el populismo, las ubicamos en la Tabla 2:

Tabla 2: Las tesis de Müller.

-
1. El populismo no es la presentación auténtica de la moderna democracia ni tampoco un tipo de patología causado por ciudadanos irracionales. Se trata de la sombra permanente de la política representativa. Siempre existirá la posibilidad de que un agente hable en nombre del ‘pueblo real’ como un modo de enfrentamiento a las élites poderosas del momento. Dado adopta como postulado que el populismo sólo puede existir en los sistemas representativos, no se debería hablar de populismo en la Grecia clásica. Toma el populismo como un tipo de discurso que sólo podría darse en la competencia electoral y en gobiernos sometidos a escrutinio de los votos, pero ignora que el discurso populista como modo de adulación a las masas para obtener apoyo a ciertas causas o programas. Los populistas no se oponen al principio de representación política; solo se presentan como los únicos representantes legítimos.
 2. Quien quiera que critique a las élites no se convierte por ello en populista. Adicionalmente a su reclamo antielitista, los populistas con antipluralistas. En su discurso demandan ser los únicos representantes del pueblo; todos sus competidores políticos son ilegítimos, y quienquiera que no los apoye forma parte del sector antipopular. Cuando se encuentran en la oposición, los populistas insisten permanentemente en que las élites son inmorales y que solo el pueblo se comporta moralmente.
 3. Los populistas reclaman el bien común perseguido por el pueblo, de allí que construyan una representación simbólica del ‘pueblo auténtico’ de la cual se infiere después la política correcta.
 4. Aun cuando los populistas reclaman a menudo los referenda, no se trataría de un ejercicio de auténtica democracia sino de la búsqueda de confirmación de lo que ellos han determinado como la voluntad del pueblo. El populismo no es la vía para una mayor participación política.
 5. Los populistas pueden gobernar, y están dispuestos a hacerlo en función de su idea básica de que solo ellos representan al pueblo. Estas prácticas encuentran una justificación moral explícita en la imaginación populista; están dispuestos a conducir a serios conflictos constitucionales en algunos aspectos.
 6. Los populistas podrían ser criticados por lo que son –un peligro para la democracia- pero eso no significa que no se debería entablar con ellos un debate político.
 7. El populismo no es un correctivo para la democracia liberal representativa, pero puede ser útil en esclarecer qué proporción de la población carece de representación, pero ello no justifica el reclamo de los populistas de ser los únicos representantes legítimos de la población.
-

Coincidimos con Chilton y Schäffner (2000), en que un vocabulario no es un reflejo de la realidad material sino una construcción de lo real que refleja los intereses de los grupos dominantes en una comunidad.

3.1 El discurso político populista

El discurso político ha sido estudiado desde distintas perspectivas, para Charaudeau (2011) la palabra política pertenece a una práctica social, circula en cierto espacio público donde tienen que ver las relaciones de poder que ahí se instauran (2011, p.

16). Nosotros nos ubicamos en aquel “enfoque discursivo [que] considera que en el fenómeno político del estado se produce un conjunto complejo de ‘sujetos políticos’” (Chilton y Schäffner, 2000, p. 301). Adoptamos la noción de *formación discursiva* (Foucault, 1970) que se refiere a la comunidad de prácticas socio-discursivas de los hablantes, como ya lo hemos expuesto en Flores e Infante (2012, 2014–2016).

El discurso político populista mexicano posee ciertas características que lo diferencian de otros tipos de discursos políticos. Una de ellas: el argumento de la popularidad (Walton, Reed, y Macagno, 2008). Los argumentos basados en la opinión popular fueron considerados por primera vez en la lógica de Port Royal, asignándosele un carácter falaz. El tratamiento estándar de la falacia a partir de la opinión popular permite esclarecer el poder retórico y el carácter emocional del esquema argumentativo. La forma básica subyacente al argumento *ad populum* presenta el Esquema 2:

S ₁ : Todo el mundo (en un grupo de referencia particular) acepta A
Por lo tanto, A es verdadero (o usted debe aceptar A)
S ₂ : Todo el mundo (en un grupo de referencia particular) rechaza A
Por lo tanto, A es falso (o usted debe rechazar A). (Walton <i>et al.</i> , 2008:123)

Esquema 2: Argumento *ad populum*.

Se ha señalado que el punto crítico de este esquema es la aceptación de la referencia a ‘todo el mundo’. La fuerza del argumento depende, por lo tanto, del conjunto de compromisos y valores compartidos por el grupo al cual el oyente se siente pertenecer emocional y culturalmente. La conclusión no debería ser expresada como una necesidad lógica sino como una actitud pragmática (dialogal) hacia la proposición.

Este esquema tiene varios subtipos: el argumento de que algunos poseen un conocimiento especial sobre el asunto, vinculado al de la opinión de expertos. Otro tipo es el argumento de la deliberación popular: si un grupo ha deliberado extensamente e inteligentemente sobre la verdad de la proposición y la ha aceptado, entonces la proposición es verosímil o creíble. Hay dos subtipos de este esquema argumental que son especialmente importantes para este trabajo están en los Esquemas 3 y 4:

<i>Premisa 1:</i> Todos los que son buenos o quienes representan a un grupo G con buenas cualidades, acepta la política P
<i>Premisa 2:</i> Su meta es (o debería) ser una buena persona, o miembro de un grupo con buenas cualidades
<i>Conclusión:</i> Por lo tanto, usted debería aceptar P

Esquema 3: El argumento de la justificación moral (Walton *et al.*, 2008, pp. 312–313).

<i>Premisa 1:</i> Yo soy una persona ordinaria eso es, comparto intereses comunes con usted (la audiencia o los oyentes)
<i>Conclusión:</i> por lo tanto, usted debe tomar lo que digo como más creíble o aceptable

Esquema 4: El argumento de la gente común (Walton *et al.*, 2008:312–313).

3.2 Discurso, cortesía e interacción comunicativa

El discurso de cortesía –como todo discurso– preexiste a sus usuarios y es plurivalente, como resultado de que para una secuencia dada de conducta, hay varias descripciones posibles como el principio de polivalencia semántica de la acción social (Verón, 1972). Por ejemplo: En las elecciones holandesas de marzo de 2017, el líder del partido Llamada Democristiana, Sybrand Buma, cerró su campaña electoral solicitando a la reina Máxima de Holanda que renuncie a su pasaporte argentino: “Si por mí fuera, todo el mundo debería tener un único pasaporte. Y eso significa que la reina también. Un holandés de origen marroquí no debería poder usar su nacionalidad marroquí” (*Clarín.com*, 2017).

Según Pazé (2016) es difícil distinguir los discursos basados en datos aceptables o verosímiles o los razonamientos coherentes de aquéllos que presentan discursos falaces o pseudorazonamientos; ello porque la finalidad del discurso político no es cognoscitiva sino emocional y persuasiva. Las construcciones del discurso político no son enunciados constativos, sino que predominan en él los enunciados performativos para los cuales la condición de verdad y falsedad es indecible. La fuerza de todo discurso demagógico es su apelación a la afectividad y se basa en estereotipos (*topos*¹²) y expresiones que funcionan como lugares comunes y cuya obviedad le permite imponerse a otras expresiones o argumentos.

En síntesis, en la teoría política, el populismo aparece en dos dimensiones o perspectivas: en una, negativa, se adscribe a los movimientos y a los agentes calificados como populistas causantes de diversos males. En la otra, positiva, se encuentra en el populismo un modo válido de hacer política en pro de una democracia imaginaria donde el pueblo es el agente social por excelencia.

El discurso de cortesía y (des)cortesía ha sido analizado en diversos trabajos (Kaul de Marlangeon 2005, Blas Arroyo 2001) y en México, en el discurso político por Flores e Infante (2012, 2014–2016). Sobre los usos (des)cortesés en el discurso político desde la sociopragmática, concordamos con Kaul de Marlangeon (2005) en que el tratamiento lingüístico que se da a un determinado acto verbal está determinado en la previa relación que existe entre los interlocutores (jerarquía y

¹² Usamos *topos* en el sentido propuesto por van Eemeren *et al.* (2014), una proposición universal que puede ser usada en varias deducciones similares.

familiaridad) y de los efectos (positivos y negativos¹³) que puede tener el acto sobre esa relación. Por ello se usa la cortesía estratégica (Bravo, 2005), que es opuesta a la normativa y se emplea específicamente de acuerdo con los fines de los locutores. La fórmula lingüística puede utilizarse para atenuar¹⁴ o para intensificar¹⁵ los efectos no deseados de un determinado acto (cuando supone una cierta imposición sobre el interlocutor, al emisor le puede interesar valerse de los medios lingüísticos disponibles para compensarlo). Hay que considerar que los usuarios, para adherirse a un grupo usan la estrategia de afiliación, y la autonomía (Bravo, 2002), para desligarse de él. Según Kaul de Marlangeon (2006) emplean la descortesía por afiliación exacerbada, orientada hacia un blanco común de su grupo, o la usan deslindándose de él, por refractariedad.

4 Estudio de la interacción discursiva

Empleamos el concepto amplio del dialogismo (Bajtin, 1982) para estudiar la interacción discursiva tanto entre aquellos que circulan en la sociedad mexicana, como entre éstos y los pre construidos socioculturales en que se sustentan, además de las relaciones que se generan entre ellos y los agentes políticos mexicanos que se ubican en la disputa por el poder. Explicamos las estrategias de descortesía (Kaul de Marlangeon, 2005, 2006), y actividades de imagen -su direccionalidad, modalidad y sus efectos- (Hernández Flores, 2013) los actos de habla/discursivos¹⁶ desde la propuesta de Austin (1962) y los recursos -semánticos, retóricos y morfosintácticos- de que se valen. Ubicamos las estrategias del discurso político (Chilton y Schäfner, 2000), y de van Eemeren y Grootendorst (2001) -violaciones a las reglas de una discusión crítica-; se identifican los rasgos y alusiones al populismo (Casino y Lodge, 2007, Dockendorff y Kaiser, 2009).

13 Hernández Flores (2013) considera estos efectos y añade *el neutro*, los refiere a la imagen social. Así, se complementa el enfoque con respecto a las acciones y sus efectos en la imagen.

14 Briz vincula esta estrategia, entre otros propósitos al de “esconder la verdadera intención” (2005, p.56).

15 Categoría pragmática “...relacionada con la actividad retórica del hablante quien la emplea con un propósito determinado ‘reforzar la verdad de lo expresado, y en ocasiones, hacer valer su intención de habla’” (Briz, 2005, p.94).

16 Los hemos llamado así en trabajos previos, porque trascienden la dimensión lingüística, atañen al discurso.

4.1 Un fantasma que no se define, pero al que hay que combatir

En el discurso político mexicano encontramos dos vertientes: la del *populismo* como caracterización de una entidad particular y la de *populista* como atributo de una persona. Con respecto al primer enfoque, tenemos en el Esquema 5:

<p>[1] Hace doce años, cuando inició el programa de pensión a los adultos mayores y todo el plan social del DF, el gobierno capitalino fue calificado de populista (D-C)¹⁶ (...) Decían: populismo (D-C). Y ahora hasta copian los programas (L-I-FRC) ... qué bueno, qué bueno que los copien bien (L-I-FRR), qué bueno que beneficien a muchos (L-I). <i>Rosa Icela Rodríguez, Secretaria de Desarrollo Social del D.F.</i> (Durán, 20 marzo 2013).</p>
<p>[2] Las consecuencias de esta nueva ola populista (Vag-Im) son graves (E-D-C). Sus costos se advierten ya en la experiencia de vida en otras naciones (...) las decisiones populistas, demagógicas e irresponsables destruyen (Im-D-C) en solo unos días lo que llevó décadas de esfuerzo institucional construir (Im-D-C) (...) México tiene que estar consciente de estos riesgos (A). <i>Enrique Peña Nieto, presidente de la República, en la sede nacional del PRI</i> (Baranda y Marí, 2015).</p>
<p>[3] Creo hoy que <i>El Machete</i>¹⁷ fue una expresión política reformista y socialdemócrata que se enfrentó hace casi 40 años al viejo comunismo dogmático y al populismo nacionalista revolucionario (A) (...) El viejo comunismo (A) prácticamente desapareció, pero el populismo nacionalista en sus formas más conservadoras (A-D-C) ha sobrevivido y se ha expandido (V) en los territorios de la izquierda (Im) hasta devorarse a sí mismo (FRZ) (FRS)(...) (Israde, 2017).</p>
<p>[4] Uno de los dilemas que hoy enfrentan las sociedades del mundo, el avance del populismo (Vag) que pone en riesgo los valores que defiende el liberalismo (Vag-D-C) (...) A qué me refiero cuando hablo de populismo: a posiciones dogmáticas (A-Vag-D-C) que postulan soluciones aparentemente fáciles (A-Vag-D-C), pero que en realidad cierran espacios de libertad (V-Vag-D-C) y participación a la ciudadanía (V-Vag-D-C). <i>Enrique Peña Nieto, discurso a la 80 Convención Nacional Bancaria</i> (Hernández, 2017).</p>

Esquema 5: Ejemplos.

En [1] existe una actividad de imagen¹⁷ orientada al referente¹⁸, que primero se presenta en condiciones desfavorables por deslegitimación (D) y coercionado (C),

¹⁷ AI de ahora en adelante.

¹⁸ La posición de populista que le cabría por metonimia o cadena de significantes (Laclau, 2005).

luego se efectúa una intensificación (I) halagadora, por contrastación (FRC) y reiteración (FRR) de la AI que la legitima (L); como efecto social (ES), el populismo es visto positivamente como un programa de gobierno provechoso para sectores en condiciones de desigualdad¹⁹. Otras veces se ve como algo a lo que hay que vencer (Casino y Lodge, 2007). En [2] el populismo se muestra como un otro amenazante pero vago (Vag) sin formas definidas: ¿Cuál es la ola populista? ¿cuáles son los costos? Se construye un acto cortés, pues parece protegerse al país de algún peligro²⁰, pero en el implícito (1m) (Ducrot, 1986) hay un propósito descortés, pues se efectúa una lesión a la imagen (Kaul de Marlageon 2006, p. 258) por la tendencia ideológica del rival. Es una estrategia de encubrimiento (E), donde hay deslegitimación (D) y coerción (C) (Chilton y Schäfner, 2000). Como ES, la denigración de la imagen de la corriente ideológica y de quien la sustenta, éste es un rasgo típico del discurso de algunos políticos, que tratan sobre imaginarios catastróficos, donde se proyecta a esa entidad como una patología del sistema (Dockendorff y Kaiser, 2009). En la argumentación, se falta a la Regla²¹ 6 (van Emereen y Grotendorst, 1992, p. 225), porque la premisa se propone como si fuera un punto de partida aceptado, ya la R10 (van Emereen y Grotendorst, 2001, p. 226) por la ambigüedad, vaguedad e imprecisión en la proposición.

En [3] la AI está dirigida al referente, su ES es negativo porque deslegitima (D) y coerciona (C) al populismo. La actividad comunicativa aparenta un acto cortés, pero su propósito es descortés (Kaul de Marlangeon, 2006). Hay un populismo con adjetivos (A) que se presenta como perjudicial para los intereses del *in-group*. Aquí la fórmula se invierte, ya que el enemigo es el populismo. Se manifiesta como una patología del sistema político, desarrollada a partir de actos específicos (Casino y Lodge, 2007). Se ha violado la R10: se usa formulaciones confusamente ambiguas cuyos recursos retóricos (FRZ) son el zoomorfismo (devorarse), el implícito (Im: la izquierda) y el símil (FRS: una fiera) que colaboran a la degradación de la imagen.

Por lo que respecta a [4], la AI empleada por el actual presidente de México, se dirige al programa político populista, su ES es negativo; se proyecta como perjudicial en (todas) las sociedades en el mundo, aunque los mexicanos sabemos que la postura ideológica del Enunciador²² condiciona sus afirmaciones. En la

19 Otra de las características del discurso populista: la identificación con los *de abajo*.

20 En el implícito, existe una alusión a un tercero no presente en el discurso, que es el líder del Movimiento de Regeneración Nacional, Andrés Manuel López Obrador identificado con el populismo en México, hacia él está dirigida la AI de su oponente.

21 R, en adelante.

22 Que enunciaremos como E, en adelante: aquí, un miembro del partido en el poder que descarta las ideas de la competencia.

ambigüedad típica del discurso político mexicano, se viola la R10, pues las expresiones son vagas (Vag), así, mediante la deslegitimación (D) y la coerción (C), el E induce al oyente a ubicar lo expresado en un imaginario que conviene a sus intenciones. Se trata de un acto que parece ser cortés –prevención, preocupación por el otro– pero su efecto es descortés (Kaul de Marlangeon, 2006), en cuanto la estrategia descalifica y deslegitima al referente.

4.2 Un agente político, líder o no de un movimiento político

Encontramos casos en que el populismo ha sido asociado con un dirigente político: En la aplicación [5] la AI se dirige a una entidad ausente²³, un candidato a la gubernatura y su ES es negativo, pues el enunciador²⁴ le ubica, confusamente, en una posición populista mediante recursos como asociaciones semánticas (AS), y la edificación de un imaginario por deslegitimación (D), coerción (C)²⁵, con descortesía por fustigación²⁶ (Kaul de Marlangeon, 2006); se lo asocia a conceptos socialmente negativos (AS). E viola la R1 (van Emereen y Grotendorst, 2001, p. 224), porque pone en duda el argumento de una de las partes y también infringe la R2 (van Emereen y Grotendorst, 2001, p. 224), ya que E vuelve su punto de vista inmune a toda crítica.

En los ejemplos del Esquema 6, se establece la oposición entre ese discurso y aquél éticamente aceptable estado de: derecho, transparencia, institucionalidad. E alude a una relación directa entre el líder y las masas y que prescinde de las formas institucionales de mediación (Dockendorff y Kaiser, 2009). El *otro* es populista y por ello, es descalificado.

En [6] la AI es dirigida por E²⁷ al presidente de México. Es una descortesía descubierta (Kaul de Marlangeon, 2006, p. 258), con recursos como la adjetivación (A) negativa, las flexiones verbales (V), que colaboran al ES negativo. Así, E deslegitima (D) la imagen social y ejerce coerción (C) sobre el Ref. Ha faltado a

²³ Que llamaremos Ref., por referente.

²⁴ Un expresidente, que en este discurso, aboga por el candidato de su partido, el PAN.

²⁵ Chilton y Schäffner (2000, pp. 302–303) consideran a estos y otros recursos dentro de las funciones estratégicas que les permiten a los analistas del discurso concentrarse en los elementos que constituyen el fenómeno político.

²⁶ La descortesía por fustigación “es agresión verbal del hablante al oyente, un tipo de descortesía abrumadoramente constituida por comportamientos volitivos, conscientes y estratégicos destinados a herir la imagen del interlocutor”

(Kaul de Marlangeon, 2005, p. 32).

²⁷ AMLO, su habitual oponente político.

[5] ... debe hacer reflexionar a mucha gente del **enorme riesgo que corre Nuevo León (AS) de caer en una alternativa populista como la que este señor representa (C) (D)** (...) efectivamente, **el señor es “Bronco” y esto de Bronco (AS) (C) (D) me da totalmente la idea contraria(AS) (C) (D)** a las cosas que yo creo **de institucionalidad, de legalidad, de estado de derecho, de transparencia(AS). Me da la idea de violencia (AS), incluso de violencia hasta doméstica(AS) (C) (D)**, **violencia** de otro tipo, **criminal (AS) (C) (D)**, en fin, **no me late simplemente (...)** Yo lo que **he visto en América Latina es que esas opciones caudillistas, populistas, siempre terminan mal (C) (D)**, siempre terminan en **gobiernos autoritarios, poco transparentes, y opresores (C) (D)**. *Felipe Calderón en un discurso de campaña del candidato panista, Felipe de Jesús Cantú (Robles, 2015).*

[6] Peña es **totalmente demagógico (A-D-C); nunca dijo (V)**, por ejemplo, **en la campaña, de que iba a aumentar los impuestos (V-D-C) o de que iba a privatizar el petróleo (V-D). Engañó a la gente (V-D-C)). Ha sido (V-C) populista y demagogo (A-D-C))... y corrupto (A-D-C)**. *Andrés Manuel López Obrador, mítin en la plaza de Tlacotalpa, Tabasco (Marí, 2015).*

Esquema 6: Ejemplos.

la R3 (van Emereen y Grotendorst, 2001, p. 225) puesto que el ataque no se refiere al punto de vista y se viola la R10: el locutor hace uso de formulaciones que son confusamente ambiguas.

4.2.1 López Obrador. Un agente político, líder de un movimiento político²⁸

Los segmentos que se presentan tratan de la imposición del calificativo de *populista*, asociado a una carga agresiva hacia un político en especial, como se ve en los ejemplos.

En el Esquema 7, iustramos en [7] la AI, que se dirige a AMLO quien es calificado con una acumulación de adjetivos descorteses (A) -en el contexto de México, *conservador* posee (ES) negativo- y usos verbales (V) que resultan en una descortesía de fustigación (Kaul de Marlangeon, 2006, p. 258). El ES resulta intensificado (Briz, 2005), ya que se usa *populismo* más *conservador*, que deslegítima (D) (Chilton y Schäfner, 2000) y coerciona (C) la imagen del aludido. Hay una infracción a la R2, ya que E propone su punto de vista como defendible de cualquier crítica.

²⁸ Andrés Manuel López Obrador, aspirante desde 2006 a la presidencia de la República y habitual opositor del gobierno en turno desde esa fecha.

- [7]...el **populismo nacionalista** (A-D) en sus **formas más conservadoras** (A-D) ha sobrevivido y se ha expandido en **los territorios de la izquierda** (AS) hasta **devorarse a sí mismo** (AS)) sobre todo desde que López Obrador enfrentó al cardenismo de Cuauhtémoc (Cárdenas). El **populismo conservador de López Obrador** (A-D-C) tuvo una importante expansión, pero la **aspereza y la falta de sensibilidad de su líder** (A-D-C) **acabaron minándola e impidieron que lograra triunfar** (V-D-C) en dos elecciones presidenciales (Israde, 2017).
- [8] El que **está equivocado** (A-V) es **López Obrador** (D-C), que **tiene un pensamiento de hace 100 años** (D-C): **populista, demagogo, engañoso, mentiroso** (A-D-C), que **quiere imponer su ley** (D-C) (...) ¿Cómo puede creer la gente en **este personaje** (P-D-C)? . *Declaraciones de Vicente Fox en una entrevista periodística* (El Norte, Staff, 2012).
- [9] Lo que tenemos que **evitar** es que **un populista** (Ep) **como López Obrador llegue a la presidencia** (E) porque entonces **todo lo que ven ustedes aquí** (A-V) en Querétaro, de **desarrollo, de bienestar** (A-V), **se va a ir al traste** (C-E). *Javier Lozano Alarcón, senador panista, en entrevista ante los medios* (Paniagua, 2016).
- [10] El **discurso mesiánico y populista** (A-D-C) **de López Obrador ya da risa** (AS-D-C) porque **ha llegado a niveles fuera de proporción** (AS-D-C). De un **discurso de rencor** (A-D-C) quiere **ahora pasar a uno de perdonavidas** (A-D-C) (...) **La mayoría de los mexicanos** (Vag) sabe que **es un personaje** (AS-D-C) **inconsistente, incongruente y cambiante** (A-D-C), que **se acomoda de acuerdo con las circunstancias del momento** (AS-D-C). **Va sin un proyecto claro** (AS-D-C), porque **nunca dice en realidad qué es lo que quiere para el país** (AS-D-C). *Marko Cortés, líder de los diputados panistas, después de las declaraciones de López Obrador en el sentido de que si llegara a la presidencia en 2018 perdonaría al grupo en el poder y no le guardaría rencor* (Ricardo, 2016).

Esquema 7: Ejemplos.

En [8] la AI se compone de un acto verbal descortés de muy alto grado, por fustigación (Kaul de Marlangeon, 2006), por medio de él E (un expresidente de México, por lo que el enunciado cobra mayor fuerza ilocutiva) coacciona (C) y deslegitima (D) (Chilton y Schäfer, 2000) la imagen de AMLO. Como recursos: una acumulación de adjetivos (A) degradantes, la pregunta retórica (P) y la asociación semántica (AS) referente a la falsedad (personaje), generan una degradación (D) y coacción (C) sobre la representación del líder, porque de él se esperan las virtudes opuestas a lo dicho.

Se falta: a la R3, pues no se ataca el punto de vista, sino la persona; a la R4, ya que la argumentación no se relaciona con ese punto de vista (van Emereen y Grotendorst, 2001, p. 225) sino con el sujeto referido; a la R6 porque se presenta una premisa como si fuera un punto de partida aceptado.

En cuanto se refiere a [9], hay una descortesía encubierta (Kaul de Marlangeon, 2006, p. 258) pues lo enunciado se presenta como si tuviera un buen propósito: el de que se conserve la prosperidad, por tanto es un encubrimiento (E); la AI dirigida a AMLO radica en el argumento que deslegitima (D) la imagen del aludido, por ello el ES resulta negativo. El Ref. es colocado –coercionado - como futuro responsable de un panorama pésimo para Querétaro. Los recursos que colaboran a este propósito son: el uso de epíteto (Ep), la ambigüedad, la vaguedad (A-V), la causa-efecto (C-E). Se cometen infracciones a las R4 y R10, pues se presenta una argumentación que no está relacionada con algún punto de vista y se emplean formulaciones ambiguas.

En el fragmento [10] la AI del E se dirige al discurso de AMLO de parte de un líder del partido opositor²⁹, mediante adjetivos (A) y asociaciones semánticas (AS) relacionadas con el ridículo, la desmesura, la falsedad y la incapacidad, se alude a un estilo de discurso político con o sin efectos de performatividad asociado al líder de un programa político de un partido, con tradición de movimiento (Casino y Lodge, 2007). Es una descortesía por fustigación (Kaul de Marlangeon, 2006) con la que se deslegitima (D) y coacciona (C) su imagen social y la de su discurso. El ES es negativo para la imagen, el discurso y el enunciador. Se viola la R3, ya que el ataque no se refiere a ningún punto de vista; la R4, pues no se presenta una argumentación vinculada a alguna postura; la R6, porque E presenta una premisa como si fuera un punto de partida aceptado; la R9 (van Emereen y Grotendorst, 2001, p. 226), ya que E convierte el éxito de la defensa en absoluto.

En el Esquema 8 presentamos tres interacciones cuyo blanco es el “enemigo”, AMLO, e incluimos un segmento donde este personaje se resiste a los ataques.

El segmento [11] contiene una AI que se orienta al líder opositor AMLO de parte de otro líder de partido, la exposición se adereza con algunos rasgos del populismo: una estructura de apoyo policlasista que descansa especialmente en sectores subalternos (Dockendorff y Kaiser, 2009). Se trata de una descortesía encubierta (Kaul de Marlangeon, 2006, p. 258) con un ES social negativo, pues hay lesión a la imagen, porque la comparación (FRC) con otro líder político de América cuya gestión ha tenido terribles consecuencias para su país, es un

²⁹ Partido Acción Nacional.

[11] **López Obrador quiere para México lo mismo que Hugo Chávez hizo en Venezuela (FRCS-E). Tiene las mismas propuestas (Vag) (...) Con una visión populista (A-D-C), con una lógica de que el ciudadano no debe ser el promotor del empleo y del desarrollo, sino que tiene que ser el estado (AS-Im-D-C), López Obrador está proponiendo un camino que no ha funcionado en país alguno en América Latina (D-C-Im). Enrique Ochoa, presidente del PRI (El Norte/Staff, 2017).**

[12] **Aquí en el estado de México habrá una universidad pública y gratuita en cada uno de los 125 municipios (FR-Vag-L). Se va a apoyar al campo (Vag-L), se va a rescatar a los productores del campo (FRH-Vag-L) del abandono en que se encuentran (Im-D-C-R), se van a fijar precios de garantía para los productos del campo (Vag-L) (...) Que se tapen los oídos si hay algún conservador aquí (AE-D-C) de los que creen que soy populista (DR-D-C). Si ayudar a los pobres, a los adultos mayores, si combatir la corrupción, si apoyar a los jóvenes, darles estudio, darle trabajo, es ser populista (FRS-L-R)-, que me apunten en la lista (FRA). López Obrador, en un acto de campaña partidaria para la gobernación del estado de México (Raziel, 2017).**

[13] **¿Qué no es así, Lopitos? (FRPrS-Dim) Tu demagogia, tu populismo (P-A-D-C) es lo mismo. No tienes propuestas económicas sólidas, responsables (Im-D-C). Dar, dar y dar (FRR) lo que no es tuyo (FRPa-D-C). Vicente Fox, en su cuenta de Twitter, sobre las semejanzas entre López Obrador y Nicolás Maduro (Gutiérrez, 2017).**

[14] **Tienes poco o nada que ofrecerle al país, eres un Maduro (I-H-C-D), eres un inmaduro (A-I-C-D), eres un Chávez (I- H-C-D) , eres un falso profeta (AS-H-I-C-D), eres un líder mesiánico (AS- H-I-C-D), eres un populista (A-I-C-D), (...) Por favor (Ir), Manuel, deja ya de joder (FRR- I-C-D), ya deja de frenar al país (FRR- I-V-C-D), ya deja de impulsar a la mafia (FRR- I-V-C-D), ya deja de afectar instituciones (FRR-V-I-C-D), vete a tu rancho (Im-I-D-C) allá en Tabasco. Vicente Fox, en declaraciones al salir del foro The Funding Tour 2017 Norte (González, 2017).**

Esquema 8: Ejemplos.

similar (S), por tanto se asocia semánticamente con él (AS), se sugiere en el implícito (Im), que sus ideas son erróneas. Hay encubrimiento (E) y coerción

(C) ya que se coloca al referido en cierto imaginario para su deslegitimación (D). Se incumplen las R: 2, 6 y 10. Presenta el punto de vista como evidente por sí mismo, disimula una proposición en una presuposición, hay vaguedad (Vag), y se explota la ambigüedad referencial.

La AI en [12] está dirigida por AMLO a sus oponentes. Mediante afirmaciones vagas (Vag) legitima (L) su imagen y se resiste (R) a sus detractores, a quienes deslegitima (D) y coacciona (C) mediante la autofagia³⁰. Incurre en una descortesía descubierta (Kaul de Marlangeon, 2006, p. 258) por afiliación exacerbada (AE) a su grupo y por refractariedad (DR) a los conservadores. Colaboran recursos como la hipérbole (FRH), la sinécdoque (FRS), y la aliteración (FRA) que apoyan la edificación de un imaginario ideal del futuro gobierno que se propone. En la argumentación se manifiestan rupturas a las Reglas 2, 9 y 10, pues se evade el peso de la prueba al presentar el punto de vista como evidente por sí mismo, se absolutiza el éxito de la defensa, concluye que el punto de vista es verdadero y manipula la falta de claridad, explota lo implícito y la vaguedad. Observamos que el discurso del político presenta rasgos del populismo: el proyecto de una movilización política asentada en una relación directa entre él y las masas sin formas institucionales de mediación; una estructura de apoyo policlasista apoyada en sectores subalternos y un discurso antielitista, antiintelectualista y antisistema con elementos ideológicos confusos (Dockendorff y Kaiser, 2009).

La AI realizada en [13] por un expresidente de México se dirige a AMLO. Hay una descortesía directa (Kaul de Marlangeon, 2006) hacia el referido y, como ES, resulta lesionada su imagen. Para ello se usa la adjetivación (A), la pregunta retórica (FRPr) y el sarcasmo (S), manifiesto en el empleo del diminutivo³¹; el uso del posesivo (P) que intensifica la coacción, complementada por la reiteración (FRR) y la paradoja (FRPa). Hay coacción (C) de la imagen del sujeto, mediante el implícito (Im) así como una deslegitimación (D) que devienen en la degradación de su imagen social. Se incumplieron las R3 y la 10, pues se distorsiona el punto de vista por simplificación excesiva (se ignoran matices semánticos) y se exagera al generalizar sobre las proposiciones; hay falta de claridad, al explotar lo indefinido y la vaguedad. Se alude a algunos rasgos del populismo (Casino y Lodge, 2007): un estilo de discurso político, con o sin efectos de performatividad y

30 “La retorsión, *redargutio elenchica*, constituye el uso mas célebre de la autofagia; es un argumento que tiende a mostrar que el acto por el cual se ataca una regla es incompatible con el principio que sostiene este ataque” (Perelman y Olbrecht-Tyteca, 1989, p. 319), como defensa, se usa los mismos argumentos por los que se condena.

31 En México, las flexiones del diminutivo se usan para intensificar, tal como mostramos en Flores (2016); en este caso, para acentuar la degradación (pequeñez + ignorancia + minusvalía).

el uso continuo de métodos clientelares que usa el apoyo de las bases populares como legitimación (Dockendorff y Kaiser, 2009).

En [14] hay descortesía por fustigación (Kaul de Marlangeon, 2006) en la AI del expresidente Fox contra AMLO, se vale, entre otros, de recursos como la asimilación de la imagen del aludido con otras de personajes y entidades³² que connotan (AS) un imaginario peyorativo; la reiteración (FRR) colabora al énfasis en la coerción (C) y deslegitimación (D) del referido. Observamos la acumulación de adjetivos (A), y el acopio de verbos operativos (V) con sentido degradante, que forman parte de la lista de acusaciones/peticiones formuladas irónicamente (FRIr). El enunciado es una compleja intensificación. La analogía tiene un ES negativo: ocurre la deslegitimación de la imagen, del *ethos* social. Se infringen: la R3, pues el ataque contra el político aludido debía referirse a su razonamiento, la R4, la argumentación no está relacionada con algún punto de vista y la R6, pues se presenta una premisa como si fuera evidente. Con Dockendorff y Kaiser (2009) se percibe un liderazgo personalista, con rasgos paternalistas, un discurso antisistema con confusos elementos ideológicos.

5 Resultados

Una vez que se procesaron los hallazgos derivados del estudio, en este apartado y para fines heurísticos, hemos organizado los resultados cuantitativos como sigue:

5.1 Estrategias (des)corteses

Para documentar las estrategias de (des)cortesía empleadas por los locutores nos apoyamos en la clasificación de Kaul de Marlangeon (2006). La Gráfica 1 expone los hallazgos.

En el corpus abundó la descortesía por fustigación (28%), le sigue la descortesía encubierta (27%); el enmascarar un propósito descortés, y la descortesía evidente tuvieron frecuencias de un 18%; la ausencia de cortesía, un 9%. Es posible afirmar que predominó la descortesía sin disimulos con un 46%.

³² Se trata de *hipertonos* conectados con el nombre (H). Ullmann (1978) se refiere a los rasgos semánticos connotativos que conforman el sentido intensificándolo, así como a las marcas emotivas a las que corresponden las referencias integradas en los términos utilizados por el emisor. Rasgos semánticos evocativos que se relacionan al nombre (pp. 52–53).



Gráfica 1: Estrategias descortesas.

5.2 Funciones estratégicas del discurso político

Empleamos la clasificación que proponen Chilton y Schäfner (2000) para distinguir esas funciones. Mostramos los datos en la Gráfica 2.



Gráfica 2: Funciones estratégicas del discurso político.

La deslegitimación de la imagen, del discurso, o de la entidad referida tuvo 45% de frecuencias, enseguida la coerción sobre el referente o el aludido: 36%; el encubrimiento un 9% y el 5% para la legitimación y la resistencia. Se impone la deslegitimación en el corpus.

5.3 Otros recursos

Hay recursos que colaboran, semántica, morfosintáctica y retóricamente, a las interpretaciones socio pragmáticas ya expuestas líneas arriba. Mostramos los resultados en la Gráfica 3.



Gráfica 3: Otros recursos.

Existe mayoría en los recursos retóricos, pues presentan 50% de frecuencias, siguen los recursos semánticos, con 31% y al final los morfosintácticos, con 19%. Las asociaciones semánticas sirvieron para evocar sentidos que colaboraron a la estrategia discursiva, los recursos lingüísticos, determinaron el acto de habla o complementaron el ES. Predominaron los recursos retóricos porque instrumentalmente, en el discurso político mexicano, facilitan la proyección de la intencionalidad de la actividad comunicativa, al matizar, connotar y, a través del *ornatus*, favorecer valoraciones por parte del receptor.

5.4 Rasgos del discurso populista

Fusionamos las propuestas de Casino y Lodge (2007) y de Dockendorff y Kaiser (2009), para ubicar los 12 rasgos del populismo en los fragmentos. En la Tabla 3, ordenamos los rasgos del populismo por frecuencias descendentes de aparición en el corpus:

Tabla 3: Rasgos del populismo por frecuencia de aparición.

RASGOS DEL DISCURSO POPULISTA	% APARICIÓN
Un movimiento político más o menos homogéneo en su composición social, siempre identificado con los que no pertenecen a las élites y con un líder.	14%
Un estilo de discurso político con o sin efectos de performatividad: anti elitista, anti intelectualista y anti sistema con elementos ideológicos confusos.	
El uso continuo de métodos clientelares que utiliza el apoyo de las bases populares como base de legitimación.	10%
Una estructura de apoyo policlasista que descansa especialmente en sectores subalternos.	

(continued)

Tabla 3: (continued)

RASGOS DEL DISCURSO POPULISTA	% APARICIÓN
Una patología del sistema político, desarrollada a partir de actos específicos o como resultado de dinámicas históricas no previstas.	9%
Un fantasma que no se define pero al que es preciso combatir y eliminar	
Un agente político, líder o no de un movimiento político, un programa político de un partido o gobierno, con o sin tradición de movimiento.	5%
Una movilización política asentada en una relación directa entre el líder y las masas y que prescinde de las formas institucionales de mediación.	
El ejercicio de un liderazgo personalista, aunque no carismático, y con rasgos paternalistas	

Como se observa, predominó la afiliación con las clases populares, sectores subalternos y el discurso antisistema.

5.5 Violación a las Reglas de una discusión crítica

Empleamos la propuesta Eemeren et al. (2001, 2014), para examinar la validez de las argumentaciones encontradas. Los resultados se muestran en la Gráfica 4.



Gráfica 4: Violaciones a las 10 Reglas de una discusión crítica.

La Regla a la que más faltaron los enunciadores fue a la 10, con 29% de frecuencias; las R6, 4 y 2 se infringieron 14% ocasiones; las R9 y 3 en 11% casos, y la R17% veces. Los enunciadores usaron mayormente formulaciones que resultaron insuficientemente claras o confusamente ambiguas.

6 Conclusiones

Si se atiende a la dimensión cortesía/descortesía en el discurso político mexicano con respecto al tema del populismo:

- A. Se confirman los resultados que hemos obtenido en etapas anteriores: en cuanto concierne a las AI, predominaron las dirigidas a un tercero, y emitidas por figuras de poder político, cuyos ES fueron en mayoría, negativos. Predominaron la descortesía descubierta y por fustigación, cuyo propósito fue la lesión de la imagen sin reparación del concepto, el discurso o el sujeto aludidos. Se propone que el macro-acto de denigración o degradación de la imagen, se localiza como transversal en los discursos revisados, y que la elaboración del discurso mexicano sobre el populismo se sostiene en falacias, violaciones a las normas de una discusión crítica predominantemente por ambigüedad y vaguedad, así como que los recursos y estrategias están determinadas, como ya apuntó Bravo (2005), en el contexto sociocultural que delimita la interacción, pues el rango de E incidió en el ES.
- B. Entre los rasgos del discurso populista más frecuentes, están: un discurso anárquico con elementos ideológicos confusos, un estilo de discurso político, con o sin efectos de performatividad y la alusión a un movimiento político, siempre identificado con los que no pertenecen a las élites y con un líder.
- C. Se aporta al estudio del discurso político en México que, la asignación de la categoría *populista* a un agente político es siempre ofensiva o descalificadora (descortés), y se ha demostrado que esa denominación no encuentra fundamentación pertinente, sino que procede de un imaginario difuso, sustentado en una intención agresiva, es decir, no se asigna una categoría calificadora en un presupuesto fundamentado, sino que se desacredita al otro en su imagen, su ideología, sus acciones, su discurso.
- D. Los locutores usaron recursos retóricos para aderezar e intensificar los efectos de su discurso; formulaciones ambiguas para agredir las representaciones de los oponentes (entidades o sujetos); la adjetivación acentuó la violencia verbal para desacreditar la imagen social del tema o de los sujetos referidos en el discurso. Las asociaciones sémicas contribuyeron al dispositivo que orientó tal fin.
- E. El populismo sirvió como recurso eficaz para la deslegitimación del referente o referido, y frecuentemente empleó la coerción, orientada a dañar un concepto, la imagen social, o el discurso referido, sin argumentaciones fundadas.

Las proyecciones de esta investigación se orientan a probar estas categorías y la aproximación metodológica en otros corpus discursivos, para obtener resultados que permitan confirmar los hallazgos expuestos, a fin de caracterizar este tipo de recurso comunicativo.

Referencias

- Amossy, R. (2016). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. (Dilson Ferreira, Fabiana Komesu y Sirio Possenti, trads.). Sao Paulo: Contexto.
- Aristóteles (2008). *Política* (García Valdés, M., trad). Madrid: Gredos.
- Ash, T. G. (2016). Liberales del mundo, hacedlo mejor. *El País*, año XLI, nº 14359, 27 octubre 2016.
- Austin, J. L. (1962). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Austin, J. L. (1981). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Bajtin, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI Editores
- Blas Arroyo, J. L. (2001). 'No diga chorradas...' La descortesía en el debate político cara a cara. Una aproximación pragma-variacionista. *Oralia*, 4, 9–45.
- Bobbio, N. (1987). *La teoría de las formas de gobierno en la historia del pensamiento político*. CdMx: Fondo de Cultura Económica.
- Bravo, D. (2002). Actos asertivos y cortesía: Imagen del rol en el discurso de académicos argentinos. En D. Bravo y M. E. Placencia (Eds.), *Actos de habla y cortesía en el español* (pp. 141–174). Munich: Lincom Europa.
- Bravo, D. (Ed). (2005). *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*. Buenos Aires: Dunken.
- Bravo, D. (2009). Pragmática, sociopragmática y pragmática sociocultural del discurso de la cortesía: una introducción. En D. Bravo, N. Hernández Flores y A. Cordisco (Eds). *Aportes pragmáticos, sociopragmáticos y socioculturales a los estudios de cortesía en español, vol.2* (pp. 31–68). Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken.
- Briz, A. (2005). Eficacia, imagen social e imagen de cortesía. Naturaleza de la estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española. En D. Bravo (ed.) *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos* (pp. 53–91). Buenos Aires: Dunken.
- Casino, D. y Lodge, M. (2007). The primacy of affect in political evaluations. En W. Russell Neuman, G. E. Marcus, A. Crigler y M. MacKuen (Eds.), *The affect effect. Dynamics of emotion in political thinking and behavior* (pp. 101–123). The University of Chicago Press.
- Charaudeau, P. (2009). Tercero ¿dónde estás? A propósito del *tercero* en el discurso. En R. G. Montes y P. Charaudeau (Coords.). *El "tercero". Fondo y figura de las personas del discurso* (pp.17–44). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Charaudeau, P. (2011). *Discurso político*. (Dilson Ferreira y Fabiana Komesu, trad.) Sao Paulo: Contexto.
- Chilton, P. y Schäffner, C. (2000). Discurso y política. En T. Van Dijk (Comp.), *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria* (pp. 297–329). Barcelona: Gedisa.

- Clarín.com (2017). Un candidato holandés le pidió a la reina Máxima que renuncie a su pasaporte argentino. [Recuperado de: <https://www.airesantafe.com.ar/tapa-de-diario/clarin-miercoles-15-marzo-2017/>] [Consultado el 15 de marzo de 2017].
- Delsol, C. (2015). *Populismos. Una defensa de lo indefendible*. Barcelona: Ariel.
- Dix, R. (1985). Populism: Authoritarian and democratic. *Latin American Research Review*, volumen 20(2), 29–52.
- Dockendorff, A. y Kaiser, V. (2009). Populismo en América Latina. Una revisión de la literatura y la agenda. *Revista austral de ciencias sociales*, volumen 17, 75–100.
- Drămnescu, M. (2017). Populism and democratic values. South-East European. *Journal of Political Science*. [Recuperado de: <http://www.seejps.lumina.org>. Consultado el 31 de diciembre de 2017].
- Ducrot, O. (1986). *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Barcelona: Paidós.
- Eemeren van, F., Grootendorst, R. (1992) Argumentación, comunicación y falacias. Una perspectiva pragma-dialéctica (Celso López S. y Ana María Vicuña N., trads.). Santiago de Chile: Universidad Católica de Chile
- Eemeren van, F. y Grootendorst, R. (2001). *Argumentación, comunicación y falacias. Una perspectiva pragma-dialéctica*. (Celso López y Ana María Vicuña, trads.). Santiago de Chile: Universidad Católica de Chile.
- Eemeren van F., Garssen, B., Krabbe, E., Snoeck Henkemans, A., Verheij, B. y Wagemans, J. (2014). *Handbook of argumentation theory*. Dordrecht: Springer.
- Fedel, G. (1992). Il concetto di demagogia nella scienza politica. En L. Canfora y G. Fedel, *Enciclopedia delle scienze sociali*. Roma: Treccani.
- Flores, M. E. (2016). Co-presencia de la atenuación e intensificación en el uso de bastante y su derivación en el habla del noreste de México. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*. Volumen XIV, Nº 1 (27). Madrid: Iberoamericana; Frankfurt: Vervuert, pp. 137–156.
- 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
- Flores, M. E. e Infante, J. (2014). Descortesía-imagen y performance en el discurso político. En M. E. Flores y J. Infante (Eds.), *La (des)cortesía en el discurso: perspectivas interdisciplinarias (imagen, actos de habla y atenuación)* (pp. 53–84). Monterrey/Estocolmo: Universidad Autónoma de Nuevo León/Programa EDICE.
- Flores, M. E. e Infante J. (2015). Imagen y descortesía en el discurso de los políticos mexicanos. En D. Bravo y M. Bernal (Eds.), *Perspectivas socio-pragmáticas y socio-culturales del análisis del discurso* (pp. 265–303). Buenos Aires: Dunken.
- Flores, M. E. e Infante, J. (2016). Imagen, estereotipos y rasgos de personalidad en el discurso político de campañas electorales. Nuevo León (2015). *Revista Discurso y Sociedad*, 10 (2), 2016. [Recuperado de <http://www.dissoc.org/ediciones/v10n02/>] Consultado 12 de diciembre de 2017].
- Forgas, E. (2004). Diccionario, cortesía lingüística y norma social. En D. Bravo y A. Briz (Eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 341–354). Barcelona: Ariel.
- Foucault, M. (1970). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual*. New York: Doubleday.

- Goffman, E. (1986). *Frame analysis, an essay on the organization of experience*. Northeastern Univ. Press.
- Hermet, G. (2008). *El invierno de la democracia. Auge y decadencia del gobierno del pueblo* (Nieves Burrell, trad.). Barcelona: Los libros del Lince.
- Hernández Flores, N. (2004). La cortesía como la búsqueda del equilibrio de la imagen social. En D. Bravo y A. Briz (eds). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 95–108). Barcelona: Ariel.
- Hernández Flores, N. (2013). Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa. *Pragmatica Sociocultural/Soprag*, volumen 1(2), 175–198. doi: 10.1515/soprag-2012-0012.
- Incisa, L. (1991). Populismo. En N. Bobbio, N. Matteucci y G. Pasquino (Eds.), *Diccionario de Política* (José Aricó, Martí Soler y Jorge Tula, trads.) (pp. 1247–1253). CdMx: Siglo veintiuno.
- Ípola, E. de (1982). *Ideología y discurso populista*. CdMx: Folios.
- Kaul, S. (2005). Descortesía de fustigación por afiliación exacerbada o refractariedad. En D. Bravo (Ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos* (pp. 299–318). Buenos Aires: Dunken.
- Kaul de Marlangeon, S. (2006). Tipología del comportamiento verbal descortés en español. En A. Briz, et al. (Eds.), *Cortesía y conversación. De lo escrito a lo oral. Actas del III Coloquio Internacional del Programa EDICE* (pp. 254–266). Valencia, España, 22–26 nov. De 2006, Valencia: Depto. De Filología Española, Universitat de Valencia.
- Koike, D. A. (2003). La co-construcción del significado en español: elementos pragmáticos de la interacción dialógica. En D. A. Koike (Ed.), *La co-construcción del significado en las Américas: acrecimientos discursivos* (pp. 11–23). Toronto: Legas.
- Ledroit, O. (2011). *Les usages du terme populisme dans la campagne présidentielle de 2007. Du succès des utilisations stratégiques d'un mot équivoque*. Sarrebruck (Alemania): Éditions Universitaires Européennes.
- Laclau, E. (1978). *Política e ideología en la teoría marxista. Capitalismo, fascismo, populismo*. Madrid: Siglo XXI de España.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. CdMx: Fondo de Cultura Económica.
- Lipset, S. M. (1987). *El hombre político. Las bases sociales de la política*. Madrid: Tecnos.
- McLean, I. y McMillan, A. (2003). *The Concise Oxford Dictionary of Politics*. Oxford University Press.
- Müller, J. (2016). *What is populism?* University of Pennsylvania Press.
- Pantelimon, V. (2017). Populism and Neo-populism as the main characteristics of the XXIst. Century politics. *South-East European Journal of Political Science*, vol. II, números 1 y 2. [Recuperado de <http://seejps.lumina.org/index/php/archive>. Consultado 15 enero de 2017]
- Pazé, V. (2016). La demagogia, ayer y hoy. *Andamios*, volumen 13, 30, 113–132.
- Pêcheux, M. (1970). *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid: Gredos.
- Perelman CH. y Olbrecht-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva Retórica* (Julia Sevilla Muñoz, trad.). Madrid: Gredos.
- Platón (1983). *Diálogos, II* (Calonge Ruiz, J., trad.). Madrid: Gredos.
- Platón (2008). *Diálogos, IV. República* (del Pozo Ortiz, A., trad.). Madrid: Gredos.
- Rosanvallon, P. (2010). *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad y proximidad*. Barcelona: Paidós.
- Sartori, G. (2007). *¿Qué es la democracia?* (Tribunal Federal Electoral mexicano, trad.). CdMx: Santillana ediciones generales.

- Sturm, R. (2006). Populismo de derecha. En Dieter Nohlen (Ed.), *Diccionario de ciencia política. Teoría, métodos, conceptos* (pp. 1097–1099). CdMx: Porrúa/El Colegio de Veracruz.
- Ullmann, S. (1978). *Significado y estilo*. Madrid: Aguilar.
- Van Dijk, T. A. (1980). *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*. Madrid: Cátedra.
- Van Dijk, T.A. (1999). *Ideología. Una aproximación interdisciplinaria*. Barcelona: Gedisa
- Verón, E. (1972). *Conducta, estructura y comunicación*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Walton, D., Reed, C., y Macagno, F. (2008). *Argumentation schemes*. Cambridge University Press.

ANEXO

Referencias documentales

- Baranda, A. y Marí C. (2015). Advierte Presidente por ola de populismo. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 26 julio 2015.
- El Norte/ Staff (2012). Con FCH se volvió a la pobreza. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 24 junio 2012.
- El Norte/Staff (2017). Comparan con Chávez a dirigente de Morena. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 8 mayo 2017.
- Durán, M. (2013). Destaca GDF plan social que se criticó *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 20 marzo 2013.
- González, A. (2017). Cuestiona Fox a empresario con AMLO. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 16 agosto 2017.
- Gutiérrez, H. (2017). Compara Fox a AMLO con Nicolás Maduro. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 30 julio 2017.
- Hernández, É. (2017). Advierte Peña por populismo. *El Norte*, año LXXIX, número 28585, sección Nacional, 23 marzo 2017.
- Israde, Y. (2017). La izquierda se quedó atrás. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 2 marzo 2017.
- Marí, C. (2015). Peña, populista y demagogo.- AMLO. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 25 julio 2015.
- Paniagua, F. (2016). Llama Lozano a frenar a AMLO para 2018. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 24 julio 2016.
- Raziel, Z. (2017). Ofrece AMLO 125 universidades en Edomex. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 17 mayo 2017.
- Ricardo, J. (2016). Ironiza PAN: AMLO es perdonavidas. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 12 agosto 2016.
- Robles, O. (2015). Es Bronco peligroso para NL.- Calderón. *El Norte.com: Grupo Reforma Servicio Informativo*, 12 mayo 2015.