LLAMAS SAÍZ, Carmen (ed.) (2018): *El análisis del discurso político: género y metodologías*, Pamplona: EUNSA/Ediciones de la Universidad de Navarra, 265 págs. ISBN 978-84-313-3328-7.

Natalia RUIZ-GONZÁLEZ
Universidad de Granada (España)

El análisis del discurso político: género y metodologías aúna un conjunto de trabajos de investigación surgidos en el seno del proyecto «El *demos* en el imaginario de la nueva política: el debate sobre la voluntad popular en el discurso público en Europa» (Ref. FFI2015-65252-R)¹. Como su propio nombre revela, el proyecto no se centra exclusivamente en el discurso político en español, sino que tiene en cuenta también otras lenguas europeas, lo cual se aprecia en las dos últimas contribuciones del volumen, dedicadas al francés y al alemán, respectivamente. Su finalidad fundamental es establecer cómo se organiza el concepto *demos*, entendido como ‘pueblo’, en los partidos y grupos políticos en Europa desde 2008 en adelante.

El libro se compone de un prólogo y ocho capítulos organizados en dos partes. El primero (pp. 7-12) es presentado por Carmen Llamas Saíz, como editora del volumen. En él expone las líneas generales del proyecto y anuncia los contenidos que el lector va a encontrarse y los objetivos que de este manual se pretenden conseguir, esto es, principalmente, conocer en profundidad los géneros y subgéneros en los que encuadra el discurso político, sobre todo a raíz del nacimiento de nuevos entornos como las redes sociales, y establecer las diferentes perspectivas metodológicas desde las que es analizado.

En cuanto a los capítulos se refiere, la primera parte de la obra, denominada «El análisis del discurso político: géneros y metodologías», comprende los capítulos del uno al seis y examina los diferentes géneros en que se manifiesta el discurso político, tal como el programa electoral, la tertulia o los sitios web de los partidos.

Encontramos, en primer lugar, un texto de Beatriz Gallardo Paúls, con el título «Discurso político y desplazamientos discursivos» (pp. 13-41), en el

¹ Para más información se puede consultar la página web <<https://www.unav.edu/web/demo>>.

que la autora reflexiona acerca de la importancia de los mensajes que se difunden en las redes o, incluso, en los medios de comunicación. Ellos son, de manera recurrente, y siguiendo la teoría del encuadre o *framing*, reinterpretados como una nueva realidad, y toman tal repercusión que son capaces de constituir una noticia en sí mismos, produciendo lo que se ha convenido en denominar «desplazamiento discursivo». De ahí que Gallardo-Paúls y Enguix, en un trabajo previo de 2016, calificaran este tipo de discurso de pseudopolítico, pues intervienen en él tres grandes factores que modifican el estado original de las cosas: el personalismo de las figuras políticas, la espectacularización de las informaciones y la desideologización de los ciudadanos. Para la investigación que nos ocupa, la autora hace un recorrido por una serie de acontecimientos en los que personajes relevantes del panorama político español realizan declaraciones y ofrecen titulares que se reinterpretan y se convierten en nuevas informaciones, ya sea a través de una rueda de prensa o de mensajes de Twitter.

La importancia de este análisis radica en una evidencia y es que actualmente una de las formas más directas que tiene el ciudadano común de acceder al discurso político es la que se transmite en los medios de comunicación de masas o en Internet, sobre todo en alguna red social candente. De hecho, los políticos son los primeros en usar este salvoconducto para debatir o propiciar que se hable de determinados temas, y para el ciudadano de a pie hoy resulta impensable no pronunciarse sobre ello.

En segundo lugar, aparece el capítulo «El discurso parlamentario: Acercamientos metodológicos y perspectivas de estudio» (pp. 43-77), de Catalina Fuentes Rodríguez. En él se hace un balance de las diferentes concepciones teóricas y metodológicas que se han seguido en las últimas décadas para abordar el discurso parlamentario de dos cámaras: por un lado, el Congreso de los Diputados y, por otro, el Parlamento andaluz. En ambas es posible obtener de forma sencilla un corpus mediante la descarga directa de los diarios de sesiones, transcritos y publicados, y la visualización de las sesiones plenarias a través de los canales dispuestos para ello, entre otras cosas gracias a la *Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno*. Sin embargo, como Fuentes Rodríguez señala, este tipo de discurso ha generado, por su rigidez y falta de dinamismo, poco entusiasmo en los estudiosos del lenguaje.

Aun así, resulta de notable interés explorar cómo proceden los sujetos en el acto comunicativo y sus características más significativas, tal como el grupo parlamentario en el que se integran, su caracterización profesional, cultural o ideológica, así como los signos paralingüísticos que se hallan detrás de sus argumentaciones políticas y que permiten dirimir sus intenciones, como, por ejemplo, la duración de las pausas, miradas y gestos, el tono de voz, los alargamientos vocálicos, la entonación o la forma de

vestir y ocupar el espacio. Todo ello parece fundamental para construir la identidad de los diputados y entender cómo se plantea la figura del *nosotros* –grupo parlamentario o partido político propio– frente a *ellos* –la oposición.

Después de este análisis del discurso parlamentario, interviene Marina González-Sanz con «La tertulia política: estudios y perspectivas de análisis» (pp. 79-101). En este trabajo persigue caracterizar la tertulia como género del discurso político y desentrañar los principales enfoques sobre los que gira su análisis. González-Sanz estudia, por tanto, cómo se abren, discurren y cierran este tipo de secciones y cómo actúan los participantes durante ese tiempo, pues, si bien es cierto que este género ha sido investigado desde diferentes perspectivas, desde la Pragmalingüística hasta los principios del Análisis crítico del discurso o la Teoría de la descortesía verbal, quedan aún por dilucidar numerosas cuestiones metodológicas sobre cómo afecta al discurso político y a la opinión pública, así como los cambios recientes que ha sufrido, como la incorporación de encuestas de opinión, por ejemplo.

En este momento, la tertulia política, a medio camino entre el discurso político y el mediático, ocupa una importante esfera en los medios de comunicación de masas en España. Suele integrarse en un programa de corte generalista, normalmente magacín informativo, como, por ejemplo, *Espejo Público*, de Antena 3, o *La Ventana*, de la Cadena Ser, y se encuentra tanto a nivel nacional como regional o local, en radio, televisión e Internet. Su principal objetivo es dirimir los asuntos trascendentales relacionados con la política nacional e internacional y cualquier noticia de actualidad vinculada con ellas, mediante la intervención de expertos o representantes de los propios partidos políticos, así como un moderador, que regula las intervenciones, dirige los temas y organiza de alguna forma el programa.

Lejos de este género semiespontáneo o sumamente coloquial, se encuentran los programas electorales, que Ricardo-María Jiménez-Yáñez analiza en el cuarto capítulo del libro, «El programa electoral: el análisis desde la teoría del *framing*» (pp. 103-129). El autor considera aquí la organización de los programas electorales de la campaña para las elecciones generales españolas del 26 de junio de 2016 de dos de los grandes y más opuestos partidos a nivel estatal, Unidos Podemos y Partido Popular. Y también lo hace, como en el primer capítulo, a través de la teoría del encuadre o *framing* mediático, que selecciona la realidad para rescatar de ella una interpretación propia, que es la que revela a los demás como si de la realidad misma se tratase; y el *frame*, que alude a la idea central sobre la que se organizan una serie de hechos y que aporta el problema o la motivación que se oculta tras ellos. Jiménez-Yáñez trata de averiguar así cómo los partidos políticos definen en su programa electoral una serie de problemas, diagnostican sus causas y proponen soluciones, y para ello se ocupa

de buscar y estudiar las palabras clave, analizar las concordancias y examinar las colocaciones, para determinar cómo las palabras se presentan y combinan en este tipo de discurso.

Un paso más allá de los programas electorales, otra parte importante de la campaña es la que tiene lugar en las redes, especialmente en Twitter. En torno a esto gira la investigación de Manuel Alcántara-Plá y Ana Ruiz-Sánchez, «Las campañas electorales en las redes sociales. El ejemplo de Twitter en España» (pp. 131-154), que considera los mensajes de este servicio de *microblogging* efectuados durante la campaña para las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015 por los principales líderes políticos en aquel instante. El resultado son 16 300 mensajes en apenas dos semanas, un aumento significativo con respecto a lo que Mancera y Pano (2013) dataron en esta misma red durante la campaña electoral de 2011. Debido a esta magnitud, el trabajo se centra, principalmente, en tres temas de candente actualidad en ese momento: la concepción de la democracia, la crisis de los refugiados y la representación de las minorías. Su principal interés radica en que, como ya hemos apuntado antes, la propia estructura de las redes facilita que los actores políticos hagan públicas sus acciones, decisiones y opiniones, para crear contenidos, difundirlos y, de manera indirecta, captar seguidores o posibles votantes. Por lo tanto, los mensajes que allí se publiquen llegarán de manera rápida a una audiencia muy amplia y podrán tener una repercusión igual o superior al discurso parlamentario o los debates políticos.

Finalmente, Axel Balog de Manko Bück, Nieves Fernández Rodríguez y Carmen Sancho Guinda cierran esta primera parte mediante su investigación «*Prima facie* política: directrices para el análisis del discurso en las páginas webs de partidos» (pp. 155-193). En ella analizan una serie de ítems o *cleavages* que intervienen en la comunicación política, concretamente aquella que se realiza a través de la página web, uno de los géneros textuales más utilizados y populares en la actualidad. Los autores exponen una metodología para el estudio de estos espacios con respecto a los principales partidos de la esfera política española, y para llevarla a cabo y conocer cómo los partidos expresan su identidad en la *Web*, la investigación condensa los enfoques de la Lingüística Aplicada y la Ciencia Política. Esto toma mayor sentido por la estructura que tiene el propio entorno de observación, pues la *Web* permite generar nuevas formas de crear significados y unir la esfera pública y la privada, enormemente variante y heterogénea.

En la segunda parte del libro, «Aplicaciones de la Lingüística de corpus para el estudio del discurso político», encontramos dos capítulos: uno centrado en la manifestación del populismo en los principales partidos franceses y otro, en la aparición del término *Volk* en los programas electorales alemanes.

El primero de estos trabajos es de Dámaso Izquierdo Alegría y GRANDUNICS y lleva por título «¿Puede la Lingüística de Corpus medir el populismo? Aspectos metodológicos de la integración efectiva de la Lingüística de Corpus en el análisis del discurso político» (pp. 195-240). Supone, como su nombre nos anuncia, la aplicación de las técnicas de la Lingüística de Corpus al estudio del discurso político. Y lo hace presentando los resultados de dos estudios de caso en el panorama de la política francesa. La intención es conocer el nivel de populismo en cada uno de ellos, pues este está relacionado con la constante alusión al pueblo, con el estilo provocador de los partidos que siguen esta ideología y con su insistencia en la percepción de crisis. Se persigue, en definitiva, la detección de rasgos lingüístico-discursivos identificativos o característicos del discurso populista mediante textos publicados en la sección de novedades de los sitios web de los tres principales partidos del Estado francés entre septiembre de 2015 y agosto de 2016. En ese apartado es frecuente encontrar diferentes tipos de texto, como notas de prensa, discursos, cartas o entrevistas.

Por último, cierra la obra Miguel Ayerbe-Linares con «La relevancia y el alcance del léxico en el discurso político: el caso del lexema *Volk* en el discurso político en lengua alemana» (pp. 241-265), donde plantea una propuesta metodológica de análisis del léxico en el lenguaje político de la lengua alemana. En concreto, se estudia el uso del lexema *Volk*, entendido como una realidad que comprende al conjunto de individuos que comparten una misma cultura, historia y lengua, por parte de los diferentes partidos políticos de Alemania durante las elecciones de 2017.

El léxico tiene un peso indiscutible en el discurso, especialmente en el político, pues la elección de un término u otro denota toda una serie de creencias e intenciones por parte de quien lo emplea. Además, incluso el uso del mismo lexema por parte de políticos o partidos diferentes conlleva una repercusión u otra, en función del entorno en el que se integra. Al autor de este capítulo le interesa conocer si el término es recurrente también en partidos de corte no populista y de qué manera se exhibe.

En conclusión, este libro supone un recorrido por las nuevas formas de afrontar el discurso político en entornos clásicos o tradicionales, como el discurso parlamentario y los programas electorales, o en otros más recientes y dinámicos, en los que los actores políticos interactúan directamente con el público, esto es, redes sociales como Twitter o el sitio web del partido. A través de cada uno de los análisis y revisiones propuestos por los autores de la obra, podemos entender cómo se configura la figura del *demos*, o *pueblo*, y los temas que giran en torno a él. Sería, igualmente, interesante comparar los resultados arrojados en esta obra colectiva con investigaciones efectuadas sobre otros países, dentro y fuera de Europa.

BIBLIOGRAFÍA

- GALLARDO-PAÚLS, Beatriz y Salvador ENGUIX OLIVER (2016): *Pseudopolítica. El discurso político en las redes sociales*, Valencia: Universitat.
- MANCERA RUEDA, Ana y Ana PANO ALAMÁN (2013): *El discurso político en Twitter*, Barcelona: Anthropos.