

## La disputa por el liderazgo del PSOE en septiembre de 2016: Contenidos implícitos y marcos conceptuales

Francisco de la Iglesia Represa<sup>1</sup>

Recibido: 8 de febrero de 2019 / Aceptado: 3 de junio de 2019

**Resumen.** A finales de septiembre de 2016 el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) atravesó una de las mayores crisis internas desde su fundación. La pérdida de representación parlamentaria como consecuencia de la emergencia de nuevos partidos, la investidura fallida del líder socialista, la nueva convocatoria electoral que incrementa esta pérdida de representación o la posición respecto a la gobernabilidad del país en la XII legislatura son el contexto en el que se fraguó esta división. El análisis de los contenidos implícitos en los titulares de prensa nos permite observar las diferentes estrategias de persuasión ideológica empleadas en la transmisión del discurso político. El estudio de los marcos de referencia utilizados por los diferentes representantes del partido desvela, además, la evolución de la crisis del PSOE y los problemas de liderazgo que se ocultan tras el lenguaje empleado por sus protagonistas.

**Palabras clave:** Discurso político; discurso periodístico; marcos conceptuales; persuasión ideológica; contenidos implícitos.

### [en] The dispute over the leadership of the PSOE in September 2016: Implicit contents and conceptual frameworks

**Abstract.** At the end of September of 2016, the Spanish Socialist Party (PSOE) went through one of its biggest internal crises since its foundation. The loss of parliamentary representation resulting from the emergence of new parties, the failed investiture of the then socialist leader, and the new election campaign that emphasized this loss of representation or its position as regards to the country's governance during the 12th parliamentary term are the context for the advent of this breach. An analysis of the content in the press headlines brings to light the different strategies of ideological persuasion used to convey the political discourse. A study of the reference frames used by the various party representatives also reveals how the PSOE's crisis evolved and shows the leadership problems underlying the language used by the party's main actors.

**Keywords:** Political speech; journalistic speech; conceptual frameworks; ideological persuasion; implicit content.

**Sumario.** 1. Introducción. 2. La importancia del lenguaje político y periodístico 2.1 Estrategias persuasivas de los medios de comunicación: Contenidos implícitos 2.2 El enmarcado como estrategia persuasiva del discurso político 2.2.1 Entrevista de Pepa Bueno a Pedro Sánchez 2.2.2 Entrevista de Pepa Bueno a Felipe González 2.2.3 Discurso de dimisión de Pedro Sánchez como Secretario General 3. Conclusiones 4. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Iglesia Repesa de la, Francisco (2020): "La disputa por el liderazgo del PSOE en septiembre de 2016: Contenidos implícitos y marcos conceptuales". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(1), 157-166.

### 1. Introducción

El pasado 20 de diciembre de 2015 se celebran en España unas elecciones generales marcadas por un nuevo contexto político. La creciente situación de desafección política y social de los últimos tiempos y la aparición de nuevos partidos de ámbito nacional como PODEMOS y Ciudadanos –aunque este último contara ya con representación en Cataluña– hace presagiar una mayor fragmentación parlamentaria y el fin de la hegemonía de los dos partidos mayoritarios en los últimos años: PP y PSOE.

Como se esperaba, los resultados del proceso dejan un parlamento sin mayorías absolutas y a un

conjunto de partidos obligados a pactar para lograr la investidura del presidente del gobierno de la XI legislatura. Mariano Rajoy –el candidato con mayor número de apoyos– declina la propuesta del rey Felipe VI para optar a la presidencia, hecho que motiva una nueva consulta a Pedro Sánchez –representante del PSOE y líder del segundo partido con mayor número de escaños– que sí acepta presentarse.

Entre el debate y la votación de investidura, en marzo de 2016, Sánchez alcanza un acuerdo con Ciudadanos, pero sigue necesitando la abstención o el voto a favor del PP o de PODEMOS para conseguir la mayoría parlamentaria. La negativa de estos y del resto de fuerzas de la cámara baja resulta casi uná-

<sup>1</sup> Universidad de Valladolid (España)  
E-mail: francisco.iglesia@alumnos.uva.es

nime, lo que lleva al dirigente del PSOE a perder la votación de investidura, y al país a una nueva convocatoria electoral, que tendrá lugar el 24 de junio de 2016.

Los resultados de las elecciones del mes de diciembre son la causa por la que afloran las primeras divergencias dentro del Partido Socialista. Las razones resultan evidentes: la nueva pérdida de representación política –pasa de 110 a 90 diputados– y la estrategia política de alianzas del partido.

Aunque en las nuevas elecciones del mes de junio el PP es el único de los cuatro partidos que mejora sus resultados, la situación no varía sustancialmente. El Partido Socialista empeora los resultados –se sitúa en 85 diputados–, evitando lo que muchas encuestas pronosticaban y definían como el “sorpaso”, es decir; situación en la que PODEMOS habría desplazado al PSOE a la tercera fuerza política. El hecho de que no se consumen los temidos pronósticos lleva al propio Sánchez, esa misma noche electoral, a catalogar como “históricos” unos resultados catastróficos a la luz de la mayoría.

Es durante el periodo comprendido entre el 26 de septiembre y el 2 de octubre cuando se produce una externalización, sin precedentes, del debate interno en un partido político español. Es esta circunstancia particular la que nos permite realizar un análisis de contenido del discurso político de los protagonistas y de cómo este es reflejado por los medios de comunicación. El estudio de los diferentes marcos de referencia que se utilizan tanto en el lenguaje político como en el periodístico, así como las diferentes estrategias de persuasión empleadas en ambos lenguajes, son piezas fundamentales para entender los problemas ideológicos y de liderazgo que subyacen en la crisis interna del PSOE, tarea que abordamos en este estudio.

Los titulares publicados durante los siete días de la semana en cuestión en las portadas de los diarios *El País* y *El Mundo*, los recogidos en las plataformas digitales de *La Sexta* y *Antena 3* y los propios discursos de Felipe González y Pedro Sánchez en sendas entrevistas a la Cadena Ser y de este último en la rueda de prensa donde informa de su dimisión son las treinta y cinco piezas informativas elegidas para el análisis. La elección se enmarca en los datos elaborados por las últimas publicaciones del Estudio General de Medios (EGM)<sup>2</sup> en el que las cabeceras elegidas son mayoritarias. Con el fin de obtener un enfoque más adaptado a la actualidad, combinamos medios de comunicación tradicionales –prensa escrita– con medios más modernos –plataformas digitales de medios audiovisuales–.

Desde el punto de vista metodológico, este estudio se fundamenta en los principios y técnicas del análisis del discurso, tanto periodístico como po-

lítico. El análisis se nutre de diferentes disciplinas y se asocia con una perspectiva específica sobre la construcción y el procesamiento de los datos desde una óptica definida generalmente como cualitativa (Potter, 2003: 14-35). Esta perspectiva se aplica a los titulares obtenidos en los medios de comunicación, lo que permite dar cuenta, no solo del modo en que sus características gramaticales interactúan con los factores contextuales, sino también de la forma en la que el discurso, como producto de esa interrelación, responde a estrategias pragmáticas y a mecanismos lingüísticos de persuasión, íntimamente relacionados con los contenidos implícitos en la información.

En los discursos de Sánchez y González, el análisis parte de los presupuestos epistemológicos de las estrategias lingüísticas de encuadre centradas en el enfoque de los marcos cognitivos de Lakoff (2007). En este caso, nos acercamos a la vertiente cuantitativa del análisis del discurso (Sayago, 2014: 1-10) y establecemos la frecuencia de uso de los términos utilizados en cada marco, empleando la herramienta de análisis *AntConc* (versión 3.2.1)<sup>3</sup>. El análisis no se detiene aquí, ya que los datos exigen siempre una dimensión hermenéutica que permita la permanente tarea de interpretación de los mismos. En este sentido, y una vez establecidas las correlaciones, el análisis permite dar cuenta de las estructuras y estrategias discursivas propias de la legitimación y la deslegitimación, de sus funciones sociopolíticas en general y, especialmente, de su papel en la reproducción del poder.

## 2. La importancia del lenguaje político y periodístico

En una ‘democracia mediatizada’ en la que el papel intermediario de los medios de comunicación es fundamental a la hora de trasladar a la ciudadanía el discurso político, el análisis del lenguaje empleado por los interlocutores, sus relaciones y los mecanismos lingüísticos que emplean para intentar seducir y persuadir al electorado adquiere una especial relevancia.

Según Van Dijk (2000) el poder –y, en especial, el poder del discurso– puede ser concebido como “uno de los conceptos que organiza muchas de las relaciones entre el discurso y la sociedad”. Basándonos en él, nos acercamos también a la noción de poder discursivo para evidenciar que la obtención de poder y el papel del discurso se encuadran dentro de un mismo partido –el PSOE– y no en la tradicional rivalidad entre diferentes opciones políticas. Esta situación ejemplifica con claridad la importancia de este concepto, mucho más amplio que el establecido en la diferenciación del clásico antagonismo ideológico entre izquierda y derecha.

Por sus características intrínsecas, el discurso político presenta una gran complejidad. En lo que se refiere a sus receptores establece una “doble dinámica” (Fuentes, 2019): la que hace referencia a los mensajes dirigidos al exogrupo (otros partidos políticos) y

<sup>2</sup> Según los datos del EGM en su resumen correspondiente a los meses de febrero a noviembre de 2018 (<https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/11/resumegm318.pdf>) los diarios elegidos son los dos con mayor número de lectores si descartamos los de información deportiva. También se justifica la elección de los medios digitales por su gran penetración cuya evolución se puede ver en este estudio, alcanzando en la actualidad al 77,9% de individuos en relación con la penetración por medio.

<sup>3</sup> AntConc es una herramienta que nos permite realizar un análisis cuantitativo en relación con la cantidad de veces que aparece una palabra en un texto.

la representada por los mensajes dirigidos al indogrupo (miembros del propio partido).

El tipo de discurso también es importante para entender los distintos lenguajes que se emplean según el contexto en el que se encuentran los protagonistas. En nuestro marco de referencia, las piezas seleccionadas son entrevistas y declaraciones a los medios de comunicación, formatos en los que se apela directamente a los miembros del indogrupo: militantes y simpatizantes del PSOE. Este planteamiento suele utilizarse para construir una identidad frente a líderes de otros partidos, siendo escasas las veces en las que quienes lo emplean con tanta claridad son los miembros del propio partido en la pugna por el liderazgo interno.

El lenguaje periodístico no ejerce de mero transmisor del discurso político, “no nos sirven directamente los hechos sobre los que nos informan, sino que nos proporcionan una ‘interpretación’ de esos hechos” (Sánchez García, 2009: 81).

En este punto hay que señalar que se han realizado distintas clasificaciones de los titulares; por ejemplo, Zorrilla Barroso (1996) los estructura en función de la sintaxis, la coherencia, la referencia y la función comunicativa. Dada la relevancia que tiene el empleo de la metáfora en lo que se refiere a los titulares políticos –fruto generalmente del uso de este recurso retórico en el lenguaje de los propios protagonistas–, las metáforas estructurales suelen emplearse de forma recurrente; así vemos el establecimiento de “la política como una batalla” en varias referencias de la muestra seleccionada.

Por otra parte, el mero hecho de no aparecer es una forma de desinformación intencionada. La inclusión de la noticia en portada ya es, en sí misma, una actividad de encuadre discursivo. El titular nos remite a una actividad de focalización atencional, según el propio planteamiento cognitivo de Jorques (2000). Es ya un enmarcado particular que los medios de comunicación más representativos del país recojan, durante una semana completa, en sus principales titulares, el hecho referente a la crisis abierta en el PSOE.

La influencia que el lenguaje político ejerce en el periodístico es mayor que en el sentido contrario, “contagiándose” este último de usos perifrásticos y esotéricos, de la oscuridad lingüística fruto de expresiones ambiguas o del lenguaje figurado –especialmente de la metáfora– empleado en el discurso político (Emilio A. Nuñez y Susana Guerrero, 2002). “Se ha hecho mayormente a coz y flato entre apretones de letrina, con la coartada infame de hablar coloquialmente”; así describió Lázaro Carreter (2003: 74) el lenguaje empleado en la política y cuya forma parece haber impregnado el, en teoría, característico cuidado lenguaje de los medios de comunicación.

## 2.1. Estrategias persuasivas de los medios de comunicación: Contenidos implícitos

Las estrategias de las que se sirve el discurso periodístico para lograr la persuasión son diversas. Según

Van Dijk (1980) estas pueden caracterizarse por subrayar la naturaleza factual de los acontecimientos, construir una estructura relacional sólida para los hechos y proporcionar información que posea las dimensiones actitudinal y emocional.

La persuasión es definida por Ricarte Bescós (2000) como un “proceso de influencia en el que intervienen la incitación, la intencionalidad, la razón y la emoción, y finalmente la seducción”. Existen diferencias entre el poder de la persuasión que actúa sobre la inteligencia y la seducción relacionada más directamente con la emoción (Grijelmo, 2000). Convencer al mayor público posible es el objetivo de los medios de comunicación para incrementar los seguidores de su línea editorial y aumentar, así, su audiencia desde la persuasión ideológica.

Según Sánchez García (2009: 82-87), la influencia a través de los titulares puede presentarse de forma directa, intentando persuadir a través de la omisión o la exageración, o de forma indirecta: utilizando los contenidos implícitos o las tergiversaciones en la reproducción del discurso. La Teoría de la Relevancia (Dan Sperber y Deirdre Wilson, 1986) se basa en dos modelos: uno referente a la codificación-descodificación (vía convencional) y otro en relación con la ostensión-inferencia (vía no convencional). Ambos intervienen en el proceso que provoca la interpretación del significado dentro de la información implícita y se refuerzan mutuamente en aras de una mayor eficacia comunicativa.

El análisis que presentamos seguidamente intenta dar cuenta del modo en que los titulares de los principales medios de comunicación del país reflejan la realidad política de estos días. Para ello, estos aparecen clasificados cronológicamente. Los contenidos implícitos dejan ver el manejo que los medios hacen de los titulares para poner de relieve cuestiones de la crisis socialista que escapan a la percepción directa del espectador.

### Lunes 26 de septiembre de 2016

- (1) País Vasco y Galicia dejan más pistas para las terceras elecciones. (El País).
- (2) Galicia catapultada a Feijóo y la debacle del PSOE debilita aún más a Sánchez. (El Mundo).
- (3) Sánchez reta a sus rivales internos a medirse en primarias: “El que tenga un proyecto mejor que dé un paso al frente”. (Antena 3).
- (4) Pedro Sánchez anuncia la convocatoria de un Congreso Federal del PSOE con primarias en octubre. (La Sexta).

El titular de *El País* (1) ofrece como conclusión implicada que los resultados electorales en sendas comunidades autónomas conducen indefectiblemente a unas terceras elecciones. No hace referencia ni a ganadores ni a perdedores; se entiende solo en clave electoral nacional. El titular de *El Mundo* (2), sin embargo, sitúa metafóricamente los hechos

en el marco de una batalla en la que se muestra a Feijóo como responsable de la victoria del PP en Galicia y a Sánchez, como el más perjudicado por los resultados del PSOE.

*Antena 3* refleja en su titular (3), entrecomilladas, las declaraciones de Sánchez en las que, a su juicio, no hay un proyecto mejor que el suyo. El titular de *La Sexta* (4), por su parte, recoge de forma bastante aséptica el anuncio del responsable socialista de convocatoria de Congreso y primarias del PSOE.

El empleo de verbos como *retar* (3) o *anunciar* (4), utilizados por los medios de comunicación como verbos de enlace y no como verbos de acción, buscan describir o aportar información inferencial sobre los hechos; en el primer caso, para deslegitimar a su autor y, en el segundo, para defender su planteamiento. Otro tanto ocurre con el empleo, en el titular de *El Mundo* (2), de la dualidad semántica creada por medio de la oposición verbal entre *catapulta* y *debilita*, que sitúa los acontecimientos en el terreno metafórico de la guerra, para acentuar la debilidad de Sánchez.

### Martes 27 de septiembre de 2016

(5) Sánchez: “Lo que no se puede hacer es que se me intente imponer una decisión que no comparto para administrarla”. (*Antena 3*).

(6) Pedro Sánchez no se plantea dimitir: “Los que se opongán a mi hoja de ruta, que planteen otra alternativa”. (*La Sexta*).

(7) Sánchez cambia su dimisión por un Congreso del PSOE. (*El País*)

(8) Sánchez reta a Susana Díaz a batirse con él ante las bases. (*El Mundo*).

El titular de *Antena 3* (5) destaca las declaraciones directas del responsable del PSOE de las que se deduce, como contenido implícito, la existencia de una lucha interna y en la que Sánchez no está dispuesto a escuchar otras voces. El titular de *La Sexta* (6) centra el entrecomillado en otras palabras de Sánchez. Se vuelve a poner de relieve la crisis interna mostrando a un líder desafiante y dispuesto a contraatacar. Esta pieza de *La Sexta* resulta de singular importancia porque, por primera vez, introduce el concepto de dimisión que permanecerá en los medios hasta que esta se produce realmente. Es cierto que esta cita se enmarca en un contexto de justificación de su decisión de no dimitir, lo que permite inferir que es algo que ya se le ha solicitado.

El titular de *El País* (7) se construye con el verbo *cambiar* en su acepción de ‘convertir algo en otra cosa’. De forma implícita sugiere la idea de que Sánchez debería haber dimitido y, en lugar de ello, ha planteado la realización de un congreso. El titular de *El Mundo* (8) retoma de nuevo el verbo *retar*, empleado el día anterior por *Antena 3*. La acción verbal –claramente violenta, enmarcada en el escenario de la guerra– sitúa a Sánchez como agente y se aprovecha para hacer ver que su oponente –citada explícitamente–

no quiere el enfrentamiento en unas primarias al no aceptar su propuesta de *batirse*. Se afirma, implícitamente, que es Sánchez quien aspira a hacerse más fuerte al solicitar una votación de militantes.

### Miércoles 28 de septiembre de 2016

(9) Felipe González revela sentirse “engañado” por Sánchez porque le dijo que se abstendría en la investidura de Rajoy. (*Antena 3*)

(10) Felipe González dice sentirse “engañado” por Sánchez porque le dijo que se abstendría en la investidura de Rajoy (*La Sexta*)

(11) Sánchez: “Creo que González está en el bando de la abstención, yo en el del voto en contra. Me gustaría saber en qué bando está Susana” (*Antena 3*).

(12) Pedro Sánchez responde a Felipe González: “Él está en el bando de la abstención. Me gustaría saber en cuál está Susana Díaz”. (*La Sexta*)

(13) Los críticos del PSOE presentan 17 dimisiones en Ferraz para forzar la salida de Sánchez (*Antena 3*)

(14) Los críticos presentan 17 dimisiones en Ferraz para provocar la salida de Pedro Sánchez (*La Sexta*)

(15) Díaz da un paso al frente y se postula como Secretaria General (*El Mundo*)

(16) El PSOE se alza ante el intento de Sánchez de retener el cargo. (*El País*).

En primer lugar, vamos a analizar el bloque de cuatro titulares (9), (10), (11) y (12) de *Antena 3* y *La Sexta*, en los que, de forma prácticamente análoga, se refleja el cruce de declaraciones entre Sánchez y González. Los titulares (9) y (10) son estructuralmente idénticos, pero el verbo empleado hace que, aunque lo parezca, el significado difiera sustancialmente. *La Sexta* utiliza *decir*, el “verba dicendi” neutro por excelencia; *Antena 3*, sin embargo, emplea *revelar*, cuyo significado proporciona certidumbre. Su aparición posiciona al medio a favor de quien realiza el acto de habla, concediendo credibilidad al planteamiento de González frente al de Sánchez, que tacha de engaño. En el bloque de titulares (11) y (12) los medios ofrecen relevancia a Sánchez y entrecomillan las palabras dirigidas a González en relación con la misma cuestión, aunque utilicen una expresión literal distinta. Nótese que, a pesar de reproducir palabras textuales de Sánchez, estas no son las mismas en ambos titulares. Según *Antena 3* (11), Sánchez cree que González quiere abstenerse, mientras que *La Sexta* (12) lo afirma de manera inequívoca. Ambos medios hacen referencia al deseo del político socialista por saber qué piensa al respecto Susana Díaz, su virtual contrincante. Los dos titulares incluyen el empleo, por parte de Sánchez, de la voz *bando* para delimitar la posición de cada uno. Este término, de significado claramente



te beligerante, intensifica el contexto de división en el propio partido, pero deja ver que ya no son los medios los que hablan de esa manera, sino que es el propio Sánchez quien lo hace, reconociendo y trasladando a la esfera pública la división interna.

Los titulares de *Antena 3* (13) y *La Sexta* (14) reflejan de forma similar el hecho de la presentación de las dimisiones de la ejecutiva como acción deliberada para que Sánchez, a su vez, dimita. Se eligen los verbos *forzar* y *provocar* para enlazar lo ocurrido con la consecuencia buscada. Los medios legitiman así la fórmula utilizada contra el responsable socialista y consideran consecuencia lógica de ella la salida de Sánchez. No consideran como opción que este pueda seguir como Secretario General, lo que se traslada de manera implícita.

El titular de *El Mundo* (15) es una respuesta al titular del día anterior. Supone un evidente posicionamiento del medio a favor de Díaz, que responde al reto de Sánchez y se postula como secretaria general. Se hace uso de la construcción “*da un paso al frente*” que, convertida en refuerzo semántico, aporta relevancia e intensifica de forma positiva la acción realizada. La pieza (16), de *El País*, sitúa ya al propio Sánchez fuera del partido al afirmar que el PSOE “*se alza*” contra el responsable socialista. La lucha interna se extrapola y los dos bandos son ahora el PSOE y Sánchez. Aparece también como causa de esta situación el hecho de que el responsable socialista intenta *retener* el cargo, una acción valorada negativamente. El posicionamiento contra Pedro Sánchez por parte del medio resulta ya evidente.

#### Jueves 29 de septiembre de 2016

(17) Sánchez hace frente al golpe de mano de los críticos y el PSOE se parte en dos. (El Mundo).

(18) Sánchez se atrinchera tras su cese. (El País).

(19) Sánchez preside la reunión de lo que aún queda de la Ejecutiva Federal del PSOE. (Antena 3)

(20) Pedro Sánchez resiste en el cargo reuniendo a una Ejecutiva de tan sólo 16 miembros (La Sexta)

En el titular (17), *El Mundo* critica las dimisiones presentadas considerándolas un “*golpe de mano*”, un exceso de autoridad de aquellos a los que define, además, como “*críticos*”. El escenario de la guerra está servido. Sánchez les “*hace frente*”, es decir, se defiende de algo negativo. De esta manera, el diario se posiciona de su parte. La consecuencia de la situación es valorada como negativa para el PSOE, que se divide de forma radical, para lo cual se recurre a la expresión “*se parte en dos*”. En el titular (18), *El País* da por hecho un cese –no producido– del responsable socialista considerando, además, que se resiste a ello.

Se hace patente una nueva crítica a Sánchez, que “*se atrinchera*”, y a su decisión de continuar después de que el medio considere que ha sido cesado.

*Antena 3* también se posiciona en el titular (19) al referirse a Sánchez, en primer término, como quien “*preside*”, con lo que carga de validez su condición de secretario general. Pero, seguidamente, da cuenta de su situación real al hacer uso de la expresión “*lo que aún queda*” –refiriéndose a la ejecutiva federal– con lo que resta importancia a este órgano del partido. La pieza (20) de *La Sexta* nos sitúa de nuevo en el escenario metafórico de una guerra cada vez más abierta y evidente, al afirmar que el responsable socialista “*resiste en el cargo*”. La acción expresada por el verbo *resistir*, claramente positiva en su propia acepción, se hace acompañar, sin embargo, de la voz “*cargo*”. Ese “*resistir en el cargo*” se proyecta, así, como un contenido implícito ya que se interpreta como “*aferrarse al poder*”. A ello se suma el hecho de que, al referirse a la ejecutiva, se emplee la construcción “*tan sólo*” para aludir al número de sus miembros, en lo que no puede interpretarse más que como un opinativo, un juicio de valor sobre la validez de una ejecutiva con ese número de integrantes.

#### Viernes 30 de septiembre de 2016

(21) Pedro Sánchez: “Si el Comité Federal pasara a la abstención, no podría administrar una decisión que no comparto”. (Antena 3).

(22) Sánchez anuncia que dimitirá si el Comité Federal decide abstenerse ante Rajoy: “No podría administrar una opción que no comparto”. (La Sexta)

(23) Sánchez y los críticos luchan por apropiarse del PSOE. (El Mundo).

(24) Susana Díaz reclama unidad y recuperar un PSOE ganador. (El País).

*Antena 3* emplea unas declaraciones literales de Sánchez en el titular (21). En él destaca una oración condicional en la que su autor plantea, de forma implícita, que dimitirá si el Comité no aprueba lo que propone. En el titular (22), *La Sexta* hace referencia al mismo hecho, aunque sin entrecorillararlo, para después citar la frase concreta que lo justifica y reforzar así el planteamiento del medio.

El titular (22) de *El Mundo* hace uso del verbo *luchar*, con el que ofrece relevancia a la división interna del partido antes que al contenido de la declaración. Su postura se intensifica al establecer que esta lucha es “*por apropiarse del PSOE*”. La construcción no puede ser más clara. El empleo de la construcción exocéntrica “*apropiarse de*” muestra, de forma explícita en esta ocasión, que el objetivo de ambos bandos es conseguir algo que no les pertenece, dando entrada a la idea de ambición desmedida por lograr el poder del propio partido.

En el titular (24), *El País* toma partido por Díaz, a quien convierte en protagonista de su titular. El es-

cenario de la guerra no resulta ya necesario porque ha quedado instaurado de manera permanente en los lectores. Se trata, ahora, de acercarse Díaz, a quien se considera –y a quien se desea– como vencedora. En el titular, es ella quien, erigiéndose como nueva líder, *reclama* un partido unido. El empleo del verbo no es en modo alguno inocente, pues su acción favorece a quien la ejecuta, que se convierte no solo en agente de la misma, sino en la única voz existente. Además, es ella también quien plantea *recuperar* un partido capaz de ganar las elecciones. Y es evidente que, en el escenario político que se vive en este momento en el país y en el partido, quien logra volver a ganar se convierte en el héroe necesario en todo arco narrativo.

### Sábado 1 de octubre de 2016

(25) La guerra abierta en el PSOE llega hoy a la batalla decisiva. (El País).

(26) Sánchez afirma que dimitirá hoy si pierde ante los críticos (El Mundo)

(27) Pedro Sánchez dimite como secretario general del PSOE: “La gestora que elija el partido tendrá mi apoyo fiel”. (Antena 3).

(28) Pedro Sánchez, tras dimitir: “Lo importante es sostener la palabra. No puedo sostener esa decisión”. (La Sexta)

El titular (25) de *El País* vuelve a recurrir a la metáfora de la guerra para ofrecer relevancia a dos cuestiones: la división en el partido y la importancia de lo que ocurra ese día para el futuro del mismo. *El Mundo*, en el titular (26), recoge la posible consecuencia de la dimisión de Sánchez si no gana la votación. Carga de validez al responsable socialista al emplear el verbo *afirmar*; contundente a la hora de dar por ciertas las declaraciones de quien realiza el acto de habla.

En *Antena 3*, el titular (27) recoge la dimisión de Sánchez y destaca un entrecomillado del mismo en el que, de forma indirecta, considera que el partido no lo ha apoyado, no le ha sido leal, pero que él sí seguirá manteniendo la lealtad a la gestora que resulte del proceso. En la pieza (28), de *La Sexta*, resalta también la dimisión del responsable socialista, pero se entrecomilla otra cuestión que se ofrece como causa de ese acto. Se realiza la figura de Sánchez quien considera que lo importante es la palabra, no lo que haya ocurrido, y personaliza la imposibilidad de defender la posición adoptada por el partido. El titular se sitúa a favor de Sánchez, a quien carga de valor al acudir a la expresión “*la palabra dada*” como justificación de la dimisión. Si dimite es porque lo había prometido, algo que, según el medio, lo honra.

### Domingo 2 de octubre de 2016

(29) Sin control, ni censo, ni interventor: la votación que causó los gritos de “pucherazo” en el Comité Federal del PSOE. (La Sexta)

(30) Javier Fernández dirigirá la gestora del PSOE hasta la celebración de un Congreso (Antena 3)

(31) Los críticos tumban a Sánchez en un bochornoso Comité Federal (El Mundo)

(32) Pedro Sánchez dimite y deja un PSOE mas dividido y derrotado (El País)

*La Sexta*, en el titular (29), resalta el momento de tensión vivido durante la reunión, y da por válido que se intentara llevar a cabo una votación. De forma indirecta, se acusa al entorno de Sánchez, a quien no se menciona ya en ningún momento, al considerarlo un “*pucherazo*”. El titular (30) de *Antena 3*, en el que tampoco se hace mención a Sánchez, se vale del verbo de enlace *dirigir*; con una clara connotación positiva sobre el agente de la acción, Javier Fernández. De manera también implícita, el medio considera que Fernández conducirá acertadamente al PSOE hasta su congreso.

Aunque con motivaciones muy diferentes, las piezas (31) y (32), de *El Mundo* y *El País*, respectivamente, incluyen de nuevo a Sánchez, que ha ido sido reiteradamente excluido de los titulares de otros medios de comunicación. El titular de *El Mundo* (31) se construye en torno al verbo *tumbar*; acción que se atribuye a sus “*críticos*”, con la consiguiente revalorización del líder caído. A pesar de su dimisión, el titular de *El País* (32), sin embargo, sigue considerando a Sánchez culpable de la situación en la que deja el partido tanto a nivel interno (división), como a nivel electoral (derrota). Las diferentes perspectivas desde las que ambos medios analizan y se enfrentan al mismo hecho resultan sintomáticas y proyectan lingüísticamente con toda claridad su posicionamiento.

### El enmarcado como estrategia persuasiva del discurso político

Los marcos conceptuales son uno de los elementos principales para la persuasión en la retórica política. El objetivo es la estimulación, por medio de una serie de recursos cognitivos, de un sistema de valores que son compartidos por un grupo social determinado. Esta teoría se enmarca en la lingüística cognitiva, área de estudio en el que destaca George Lakoff, quien hace referencia a la importancia del “enmarcado” o de cómo “elegir el lenguaje que encaja en tu visión del mundo” (Lakoff, 2007: 25).

Es una opinión ampliamente consensuada que el lenguaje, entre otros factores, funciona como intermediario en el acceso al mundo de cada sujeto, siendo, por lo tanto, relevante a la hora de construir nuestros marcos cognitivos y emocionales. La pertenencia a una colectividad, a una serie de valores comunes depende de los elementos –el lenguaje, la cultura o los símbolos– que conforman nuestras relaciones sociales y de las distintas fuentes de conocimiento –la escuela, los amigos o los medios– que influyen en la construcción del marco de referencia.

En el discurso de los responsables políticos, las estrategias lingüísticas de encuadre sitúan aquel den-

tro del nivel enunciativo; concretamente, en la estrategia intencional de ilocutividad expresiva (Beatriz Gallardo-Paúls y Salvador Enguix Oliver, 2014). Son los propios políticos quienes utilizan actos de habla de ataque y autoalabanza sobre ellos mismos al situar en un segundo plano las cuestiones generales del ámbito político.

Además de esta estrategia intencional, la estrategia léxica es frecuente en el lenguaje político. Con razón, Gallardo y Enguix afirman que “el emisor del discurso político realiza el acto de designación apoyándose en un uso semántico ambiguo, impreciso o sesgado, que explota las relaciones léxicas y la connotación, activando esferas de significación que exceden o solapan la dimensión informativa estricta del mensaje” (Beatriz Gallardo-Paúls et al. 2014: 99), concepto que podemos asimilar al de encuadre o enmarcado de la lingüística cognitiva.

En los discursos políticos que analizamos en este trabajo observamos cómo se presentan actos de habla, principalmente de tipo emocional, con el objetivo de lograr la persuasión de los receptores a través del impacto producido –provocado– en sus marcos mentales. Los planteamientos de los marcos seleccionados pertenecen, en este caso, a dos ámbitos que, al decir de Pastor García (2015), resultan claramente diferenciados: el de *la veracidad* (decir lo que se cree cierto, no lo que es cierto) y el de *la simplificación* (razonamientos sencillos que sean fácilmente compartidos). Vemos, además, cómo en estos discursos se tratan cuestiones que afectan al receptor –en nuestro caso la militancia socialista–, con el objetivo puesto en involucrar a otros como responsables del problema y al emisor como héroe. En el análisis de los marcos empleados aparece, entre paréntesis, el número de veces que se alude a los conceptos en cursiva, en cada uno de los discursos estudiados.

### 2.2.1. Entrevista de Pepa Bueno a Pedro Sánchez

Fecha: 27 de septiembre de 2016

Lugar: Estudios de la Cadena Ser, Madrid.

#### Planteamientos Principales:

La primera parte de la entrevista tiene como hilo argumental la asunción de responsabilidades por parte de Pedro Sánchez en relación con la situación del PSOE y los resultados electorales. Cuáles son esas responsabilidades y la diferencia entre el planteamiento de una parte de los dirigentes y el del propio secretario general desarrolla esta fase en la que se establece lo que es la propuesta principal de Sánchez, contraria a Rajoy y a favor de un gobierno alternativo, vinculando la abstención al PP a la pluralidad de voces que lo cuestionan en su propio partido.

En el núcleo central de la entrevista se van intercambiando preguntas y respuestas en las que Sánchez desarrolla su propuesta, a la vez que profundiza en lo que él considera el mal gobierno de Rajoy, centrándose en la corrupción e incluyendo en su enumeración,

de forma particular, la situación de Cataluña. En esta parte, argumenta también su posición, planteando las diferencias entre su propuesta y la que aboga por la abstención.

La última parte encuadra lo que puede ocurrir en el comité federal asegurando que no dimitirá y desarrollando un calendario de elección interna en el mes de octubre en el que aspira, incluso, a no tener rival, al considerar que tiene un apoyo mayoritario por parte de los militantes. Concluye planteando como causa de los malos resultados obtenidos en las elecciones la discrepancia de voces existentes dentro del partido, entre otras razones.

### Marco General: Un gobierno alternativo

Cuando se está en la oposición, el objetivo de todo partido político es convertirse en la alternativa al gobierno. Si quien está dirigiendo el país es, además, el Partido Popular, su rival por excelencia y contraposición ideológica en los últimos treinta años, el anhelo del cambio de gobierno entre la militancia del Partido Socialista se convierte en un marco cargado de fuerza ideológica.

Este enmarcado se refuerza constantemente a lo largo de la entrevista con una descripción detallada de la *crisis* (8) que atraviesa el país y de la que se señala como responsable a *Mariano* (22) *Rajoy* (27), con especial incidencia en el problema que existe con *Cataluña* (8). Otro de los conceptos que Sánchez establece como enmarcado por este contexto es el de la *abstención* (13) que plantean, de forma directa o indirecta, algunos dirigentes del PSOE, lo que permitiría la continuidad de Rajoy frente a la propuesta de Sánchez de un *gobierno alternativo* (11). Dentro de esta cuestión, se plantea el enmarcado en relación con la propuesta de un Congreso donde la *militancia* (5) decida en relación con el liderazgo del partido, puesto también en entredicho. Esta propuesta se establece como medio para resolver el problema creado por la pluralidad de voces entre los socialistas en relación con el posicionamiento en la investidura citado con anterioridad, llegando incluso a señalar a esa discrepancia de voces como una de las causas de los malos resultados del partido.

### 2.2.2. Entrevista de Pepa Bueno a Felipe González

Fecha: 28 de septiembre de 2016

Lugar: Entrevista telefónica de la Cadena Ser.

#### Planteamientos Principales:

González expone su opinión sobre la necesidad del PSOE de recuperar el carácter de alternativa a la derecha, de la no imposibilidad en la formación de gobierno y sobre el “*disparate*” que supondría la celebración de unas terceras elecciones.

El grueso de la entrevista se desarrolla entre preguntas y respuestas relacionadas con lo planteado por Sánchez el día anterior. En este sentido, el expresidente



socialista destaca aspectos como la importancia de respetar la democracia –en clara alusión a unos resultados electorales desfavorables a Sánchez– e insiste en varias ocasiones en la obtención del PSOE de los peores resultados de su historia o de ir de “derrota en derrota”. Un momento importante es cuando afirma que se siente engañado por Sánchez, asegurando que este le había dicho que el partido se abstendría ante la investidura de Rajoy. También le acusa de no respetar su propia posición en relación con la decisión de no convocar un congreso del partido mientras no hubiera gobierno. Reitera la necesidad del PSOE de ser alternativa a la derecha en votos y no pelear por ganar a PODEMOS.

En la última parte, González habla de las dificultades de un gobierno de coalición entre partidos que, a su juicio, defienden ideas distintas de país, lo que considera un impedimento para llegar a cualquier tipo de acuerdo.

### Marco General: Recuperar la alternativa de gobierno

El marco general que plantea González es la recuperación de la alternativa de gobierno de forma democrática, por medio de la mayoría de votos en las elecciones. La idea de volver a ganar, de ser la fuerza mayoritaria es, sin duda, una de las aspiraciones de militantes y responsables del PSOE. Este planteamiento es, al mismo tiempo, una forma de desacreditar la propuesta de Sánchez de formar un gobierno alternativo sin respetar –según el expresidente– los resultados electorales y, en definitiva, la democracia.

Durante toda la entrevista se van intercalando distintas cuestiones en relación con la *responsabilidad* (5) de la situación del Partido Socialista sobre las sucesivas *derrotas* (5) electorales. Se plantea el problema de ir empeorando resultados proceso tras proceso en el último año y de la necesidad de abrir una reflexión a este respecto. La idea principal es la importancia de respetar la democracia, asumir los resultados y que el partido se convierta en una *alternativa* (4) *de gobierno* (22) con votos. Hace responsable a Sánchez (6) de la *responsabilidad* (5) de los resultados, de haberle engañado, de cambiar de posición sin explicarlo y de contradecirse a sí mismo. En esta idea del respeto a los resultados electorales enmarca la cuestión del respeto también a los votantes del *Partido Popular* (8), aunque aclara que Rajoy (5) no es un buen candidato y lo califica negativamente. Plantea la *abstención* (3) no como un apoyo, sino como un medio para empezar una legislatura con distintas mayorías en el parlamento ante una situación en la que considera que un gobierno de coalición no sería bueno, al no existir un *proyecto* (5) común de país entre quienes tendrían que formarlo.

### 2.2.3. Discurso de dimisión de Pedro Sánchez como Secretario General

Fecha: 1 de octubre de 2016

Lugar: Sede del PSOE en la Calle Ferraz, Madrid.

### Planteamientos principales:

En la introducción del relato que Sánchez realiza sobre lo acontecido en el comité federal insiste, de manera reiterada, en el agradecimiento a los medios de comunicación. Incluso llega a parecer irónico en algunos momentos en los que aprovecha también para enmarcar la mala situación del partido y deslizar una primera idea sobre algunos de sus culpables.

Considera que el Partido Socialista se encuentra en un momento crítico como consecuencia de dos factores: el primero, el cuestionamiento del liderazgo, dada la dimisión de diecisiete miembros de la ejecutiva; el segundo, las discrepancias de voces de dirigentes en relación con el posicionamiento político de cara a la investidura. Ante esta situación, plantea como única solución la celebración de un congreso del partido –lo que él denomina “dar la voz a la militancia”– y votar “no” a Rajoy e intentar un gobierno alternativo. Pierde la votación y, apelando a su palabra, justifica su dimisión como secretario general del PSOE.

El discurso termina con un llamamiento directo a la militancia a la que solicita, de forma reiterada, que siga perteneciendo al partido. Concluye con una referencia a la lealtad que él afirma tendrá, a pesar de que no siempre la hayan tenido con él.

### Marco General: La voz de la militancia

Hasta el momento, los partidos progresistas se han caracterizado por tener una mayor participación y por defender la libertad y la democracia interna. En los últimos años, desde la izquierda y entre las bases del propio Partido Socialista, se ha defendido y se ha ido estructurando una democracia más directa en la elección de quién ha de ejercer como líder, lo que supone que las nociones de participación y de liderazgo son valores en alza dentro de los marcos que comparten los socialistas.

Este enmarcado, la defensa de la *militancia* (10) y de su participación, es el argumento principal empleado por Sánchez a lo largo de todo su discurso. Como marco de referencia, parte de la existencia de un problema: “*la situación crítica del Partido*”, cuya solución se asocia a la existencia de un líder, de un *héroe*, él mismo, que defiende esta posición frente a dirigentes y dimisionarios, que han generado el problema al cuestionar el liderazgo del *partido* (8). Desde esa posición, Sánchez defiende su propuesta de decir *no a Mariano Rajoy* (3) y formar un gobierno alternativo, como solución. Ubicado en este marco, las palabras de Sánchez se centran entonces en la activación de un submarco de referencia para las bases socialistas como es la oposición a la derecha, el oponerse con claridad a la *investidura* (4) de Rajoy e intentar formar una alternativa en este sentido, algo que activa y apoya, a su vez, los valores que comparten los progresistas.



### 3. Conclusiones

El análisis que desarrollamos aquí profundiza en las relaciones existentes entre el lenguaje político y el lenguaje periodístico, y da cuenta del modo en que tales relaciones aparecen centradas en la construcción de marcos de referencia que buscan la persuasión ciudadana, tanto desde los medios de comunicación como desde los propios actores políticos.

Somos conscientes de que una visión más completa de los hechos y de las circunstancias que los enmarcan solo puede venir de la mano de un análisis más profundo que amplíe el desarrollo de las estrategias pragmáticas de persuasión y explique, en detalle, los contenidos implícitos en los titulares de los medios de comunicación, un análisis que, en lo que toca a los marcos de referencia en el discurso político, incluya un mayor número de piezas informativas al tiempo que un planteamiento más exhaustivo de los enmarcados que aparecen en ellas.

Partiendo de que existe una tendencia general a identificar políticamente las líneas editoriales de los distintos medios de comunicación a la hora de transmitir el discurso político, en el caso que nos ocupa, los acontecimientos se ciñen al debate interno del PSOE, por lo que nos enfrentamos a distintos posicionamientos dentro de la misma línea ideológica. A pesar de ello, dentro de los medios estudiados, existe consenso general en identificar a Pedro Sánchez como protagonista de unos acontecimientos valorados negativamente, lo que determina que su imagen no sea buena en la mayoría de los elementos analizados. Aunque antagónicos, otros protagonistas que aparecen negativamente valorados son los denominados “críticos”, identificados también como culpables en distintos titulares. La imagen de Susana Díaz, principal opositora de Sánchez, aparece dibujada, sin embargo, en medios de distinta línea ideológica, de manera más positiva.

Cabe destacar la diferencia entre los medios escritos (*El País* y *El Mundo*) que construyen su propio relato de lo que va aconteciendo, enmarcando su historia desde la construcción de la metáfora de la guerra, y las ediciones digitales de los medios audiovisuales (*Antena 3* y *La Sexta*) que, al menos de manera general, se ciñen a declaraciones literales de

los protagonistas y acontecimientos concretos que se suceden a lo largo de la semana más relacionados con la inmediatez de los hechos.

El análisis de los marcos cognitivos empleados permite distinguir dos posturas claramente enfrentadas, evidenciadas fundamentalmente en las entrevistas a los dos líderes socialistas. Ambas entrevistas establecen marcos generales de marcado carácter político. Por un lado, la de Sánchez, centrada en la construcción de un gobierno alternativo y, por el otro, la que plantea González, focalizada en la necesidad de recuperar la alternativa de gobierno. No obstante, y aunque revestidas de carácter político, lo que subyace es, claramente y de forma bastante explícita, un problema de liderazgo.

De hecho, el planteamiento de Sánchez de convocar un congreso y de señalar como causa obligada la propia división en el partido, provocada por la diversidad de voces críticas, o las continuas acusaciones de González a Sánchez como responsable de las sucesivas derrotas electorales son una muestra de que el tema central de las piezas periodísticas seleccionadas es la lucha por el liderazgo del PSOE. El discurso de dimisión de Sánchez hace aún más patente, si cabe, el problema, pues deja en segundo plano cualquier cuestión política para centrarse en el tema de la división interna forzada por los críticos, lo que le permite a este no solo justificar su dimisión, sino hacerlo, además, al menos a su juicio, desde una postura de dignidad que aspira sea entendida por la militancia.

El análisis de la relación existente entre las estrategias de persuasión de las que se valen los discursos políticos elegidos y su influencia en los titulares de los medios seleccionados permite mostrar que el marco de referencia desde el que crean su discurso se basa en la metáfora que sustenta la idea de la guerra dentro del PSOE. Los planteamientos ideológicos de los discursos políticos no se reflejan en los titulares de los medios, que se centran en la división interna por el liderazgo del partido. Es evidente que la estrategia de los protagonistas de ocultar con cuestiones de carácter político la disputa por el poder no tiene éxito y, a efectos mediáticos, es como si no existiera. En consecuencia, tanto en los titulares, como en sus contenidos implícitos, solo aparecen referencias a la confrontación por el liderazgo del partido.

### 6. Referencias bibliográficas

- AIMC (2018): *Audiencia general de medios. Febrero a noviembre 2018*. <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [Última visita: 20 de enero de 2019]
- Alarcos Llorach, Emilio (1977): “Lenguaje de los titulares”. *Lenguaje en periodismo escrito*, 125-149. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306787>
- Beristáin, Helena (1988): *Diccionario de retórica y poética*. México: Porrúa.
- Charaudeau, Patrick (2003): *El discurso de la información: la construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Charaudeau, Patrick (2009): “La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político”. *Haciendo discurso*. Homenaje a Adriana Bolívar, 277-295. <http://www.patrick-charaudeau.com/La-argumentacion-persuasiva-El.html>
- Ducrot, Oswald (1980): *Les mots du discours*. Paris: Minuit.
- Messina Fajardo, Luisa (2016): “El lenguaje político. Características y análisis del discurso político con ejercicios y clave”. *Boletín de Lingüística*, XXVIII (45-46), 159-164. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6439122>

- Fillmore, Charles et al. (1983): *Los objetivos de la teoría lingüística*. Madrid: Gredos.
- Fuentes Rodríguez, Catalina (2016): *Estrategias argumentativas y discurso político*. Madrid: ARCO/LIBROS.
- Fuentes Rodríguez, Catalina y Alcaide Lara, Esperanza (2002): *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: ARCO/LIBROS.
- Gallardo-Paüls, Beatriz y Enguix Oliver, Salvador (2014): “Estrategias de encuadre discursivo en periodismo político: análisis de un corpus de titulares”. *Circulo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 58, 90-109 <https://recyt.fecyt.es/index.php/CLAC/article/view/29339>
- Grijelmo, Álex (2000): *La seducción de las palabras*. Madrid: Taurus.
- Jorques, Daniel (2000): *Discurso e información: Estructura de la prensa escrita*. Cádiz: Universidad de Cádiz.
- Lakoff, George (1991): “La metáfora en política. Carta abierta a Internet”. *A Parte Rei*, 4. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3866499>
- Lakoff, George (2007): *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial complutense.
- Lakoff, George y Johnson, Mark (1986): *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra
- Lázaro Carreter, Fernando (2003): *El nuevo dardo en la palabra*. Madrid: Aguilar.
- Martin Rojo, Luisa y Whittaker, Rachel, eds (1998): *Poder-Decir o El poder de los discursos*. Madrid: Arrecife.
- Moriyón Mojica, Carlos (1992): *Exégesis pragmalingüística del discurso publicitario. Ejemplos prácticos y selección bibliográfica*. Valladolid: Universidad de Valladolid
- Nuñez Cabezas, Emilio Alejandro y Guerrero Salazar, Susana (2002): *El lenguaje político español*. Madrid: Cátedra.
- Pastor García, Beatriz (2015): “Análisis del discurso político de Barack H. Obama desde la perspectiva lingüística discursiva de George Lakoff”. (Tesis doctoral). Universidad de Valencia. Recuperado de: <http://roderic.uv.es/handle/10550/50070>
- Peñarín, Cristina (2009): “¿Hay vida política en el espacio público mediatizado?”. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, 61-78. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0808110061A>
- Ricarte Bescós, José María (2000): *Creatividad y comunicación persuasiva*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Sánchez García, Francisco José (2009): “Estudio pragmático del discurso periodístico político español: a propósito de los debates sobre el estado de la nación”. (Tesis doctoral) Universidad de Granada. Recuperado de: <https://digibug.ugr.es/handle/10481/2703>
- Sayago, Sebastián (2014): “El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las Ciencias Sociales”, *Cinta de Moebio*, 49, 1-10. <https://www.moebio.uchile.cl/49/sayago.html>
- Schedler, Andreas (2004): “La relevancia pública de la política comparada”. *Revista PostData*, 10, 341-349. <https://es.scribd.com/document/75518668/La-relevancia-publica-de-la-politica-comparada-Andreas-Schedler>
- Searle, John (1986): *Actos de habla*. Madrid: Cátedra.
- Sperber, Dan y Wilson, Deidre. (2004). “La teoría de la relevancia”. *Revista de Investigación Lingüística*, 7 (1), 237-288. <https://revistas.um.es/ril/article/view/6691>
- Van Dijk, Teun Adrianus (2000): *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, Teun Adrianus (2002): “El análisis crítico del discurso y el pensamiento social”. *Athenea Digital: Revista de pensamiento e investigación social*, 1, 18-24. <https://atheneadigital.net/article/view/n1-van>
- Van Dijk, Teun Adrianus (2003): “La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad”. *Métodos de análisis crítico del discurso*, 143-177. <http://www.discursos.org/oldarticles/La%20multidisciplinariedad.pdf>
- Van Dijk, Teun Adrianus (2010): “Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso”. *Revista de investigación lingüística*, 13, 167-215. <https://revistas.um.es/ril/article/view/114181>
- Zorrilla Barroso, José Manuel (1996): “El titular de la noticia: estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional”. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/1865/>