

Manipulación, persuasión y discurso



Verba Hispanica cumple treinta ediciones. En 1992 esta revista o, según rezaba su segunda página, el *Anuario del Departamento de la Lengua y Literatura Españolas de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Ljubljana*, estaba dirigida por el profesor Mitja Skubic, su secretario era Matías Escalera Cordero y el comité de redacción estaba compuesto por Branka Kalenić Ramšak, Jasmina Markič, Juan Octavio Prenz, Nubia Zrimec y Maja Turnher, mientras que el diseño de la portada, que se mantuvo prácticamente idéntico durante dos décadas, corría a cargo de Franco Juri.

El mundo y su comunidad hispanófona e hispanófila, tanto en Europa como en Iberoamérica, han cambiado vertiginosamente desde aquellos primeros pasos. Los Estudios Hispánicos, que a principios de los años noventa experimentaban un impulso decisivo en Eslovenia de la mano de un equipo de profesores y profesoras entusiastas, también han evolucionado, pero treinta promociones de estudiantes e hispanistas sienten y sentimos un profundo y sincero agradecimiento a la dedicación abnegada de aquel equipo fundador. El presente número XXX quiere ser también un homenaje a aquellos primeros esfuerzos para apuntalar la Filología Hispánica en la Universidad de Ljubljana, de la mano del querido y ya legendario prof. Skubic en 1981. Muy pronto estaremos celebrando el medio de siglo en la Universidad, con una sección que se enriquece además con la inauguración oficial en octubre de 2022 de los Estudios de Lengua y Literatura Portuguesas, que amplían y otorgan mayor definición a los estudios culturales peninsulares e iberoamericanos.

Esta trigésima edición, cuya orientación temática propuesta y anunciada en febrero pasado gira en torno a la *Manipulación, Persuasión y Discurso*, trae a colación la manipulación lingüística desde muy variadas perspectivas: la sociológica, bien política o mediática, que es la que mayor eco ha tenido por parte de las contribuciones, la léxica, la del análisis del discurso, la pragmática, la multimodal, y también la metafórica, cubriendo todas ellas aspectos y consideraciones histórico-culturales. Junto al análisis del discurso de la prensa tienen fuerte presencia, como no podía ser de otra manera en nuestro actual universo digitalizado, las redes sociales. Igualmente, y sin que haya mediado acción alguna por parte de quienes firmamos esta introducción, dos temas

sobresalen en el contenido de los artículos aquí incluidos: discurso político, especialmente el comúnmente denominado conservador, y reacciones (a menudo violentas) ante el feminismo. Los artículos aquí compilados contribuyen a darnos una visión crítica e informada de las narrativas sociales que imperan y proliferan tanto en la prensa que leemos, como en los medios de comunicación y agentes discursivos que elegimos (o no) seguir. Es la intención de este volumen ofrecer a los lectores perspectivas de pensamiento desde el análisis del discurso en temas como la política, el feminismo, los nacionalismos o la inclusividad.

En el apartado de discursos sociales y políticos sobresalen a su vez dos temáticas. En primer lugar, la irrupción del partido Vox en 2013 en España, con representación en el sistema bicameral de la democracia española desde 2019, y cuyas características discursivas son estudiadas en el primer y tercer artículo desde ángulos diferentes. Carolina Arrieta-Castillo lo hace desde una perspectiva comparativa regional, pues estudia las diferencias de eco mediático del mismo partido tanto en el marco de las elecciones autonómicas de Andalucía en 2018, como en el de las elecciones en Castilla y León cuatro años después. Su conclusión es caracterizar a Vox más como una voz de oposición y denuncia que de propuestas reales de acción política. El punto de partida del otro artículo, firmado por Ricardo Connett, es el del análisis discursivo identitario a partir de un corpus oral del líder nacional de Vox, Santiago Abascal. Las conclusiones aquí confirman la adscripción del líder político al discurso populista de derechas.

Jorge Canals Piñas, que ya co-inaugurara aquel memorable primer número de la revista a principios de los noventa con el estimulante artículo «*El coloquio de los perros* a la luz de la *Poética* del Pinciano», nos regala esta vez una interesante contribución sobre la Primera Guerra Mundial y el caso específico de un corresponsal del diario ABC de Madrid, Juan Pujol, que informó desde las filas del frente durante buena parte del año 1915 y dejó patente su apoyo a las Potencias Centrales a través de sus discursos periodísticos. Canals estudió, a partir de un nutrido corpus de artículos, las vivaces representaciones metafóricas de las que Pujol se servía para persuadir acerca de la superioridad austrohúngara en la *Gran Guerra*.

En otro frente discursivo más actual, Alba Macías Couso propone reflexionar sobre el fenómeno del negacionismo durante la reciente pandemia de Covid-19, partiendo de la crucial relación de manipulación que se establece entre mensaje e imagen en medios multimodales, y demostrando que las estrategias

de dicha manipulación son análogas a las que se establecen tanto en la publicidad como en el discurso político. El análisis se centra en la emocionalidad y las consecuentes reacciones sociales que generan en el público meta sentimientos como el temor y la incertidumbre.

Tan de rabiosa actualidad como las narrativas negacionistas son hoy día los canales de comunicación por los que esas narrativas circulan, y no podíamos ignorar el papel fundamental que juegan las redes sociales para su difusión. Ana Pano Alamán se focaliza en una de ellas, Twitter, estudiando de manera detallada y exhaustiva el uso y el abuso del concepto de *libertad* en diferentes líderes de formaciones políticas españolas. Especial atención desde este artículo merece el discurso de Vox y su uso de *libertad* como elemento de polarización y de la construcción del *otro* frente al *nosotros*.

Otro de los temas sociales de gran impacto y vigencia que se reflejan en este número de *Verba Hispanica* es la defensa de los derechos de las mujeres y su presencia explícita en narrativas sociales, por ejemplo frente a los ciberataques. Tal es el caso del artículo «*Terf*, ¿Insulto o meme? El sesgo ideológico en el análisis crítico del discurso», de María Isabel Rodríguez Ponce, quien denuncia la falta de atención de las instituciones sociales y políticas en España acerca de los discursos de odio sexista, *gendertrolling* y ciber-antifeminismo que el propio término *TERF* (siglas de *trans-exclusionary radical feminist*) condensa y cuya agresividad rampante en redes sociales queda patente a través de una minuciosa revisión del estado de la cuestión en el análisis crítico del discurso.

Dentro del mismo campo de análisis de discurso relacionado con el feminismo, María Amparo Montaner Montava nos invita a observar la evolución o falta de ella de algunos mitos misóginos a través de las portadas de las publicaciones dirigidas al público femenino. De nuevo la imagen se yergue aquí como elemento de manipulación de los mensajes subliminales (y no tan subliminales) en el proceso persuasivo de domesticación de la mujer en torno a un modelo concreto e intachable de comportamiento y categorización social.

En un viraje suave desde el feminismo, y desde Uruguay, Verónica Viera Izeta nos informa sobre los aspectos y conflictos, actualísimos en todo el mundo occidental, del lenguaje inclusivo en las aulas escolares uruguayas. Su análisis supone un pormenorizado estudio sobre cómo las élites simbólicas, de alto nivel socioeconómico e ideología conservadora, operan para influir en la opinión y el debate público mediante concepciones ideológicas determinadas de carácter nacionalista y esencialista. El objetivo: la perpetuación del lenguaje

no inclusivo y la consecuente invisibilización del colectivo femenino en discursos institucionales.

Taresa Fernández Lorences, desde Oviedo, y Vita Veselko, desde nuestra Universidad de Ljubljana, nos informan en su artículo «Una forma de oscurecer la información: sujetos no agentes en posición temática» sobre un sutil procedimiento de manipulación mediática en la prensa: el de eliminar o invisibilizar la responsabilidad de ciertos agentes sociales (gobiernos, instituciones, etc.) en los titulares de periódico mediante la colocación de sujetos no agentivos en posición de tema para difuminar o directamente hacer desaparecer a los responsables directos de problemas sociales que preocupan a todos. Se trata de un mecanismo tan aceptado y asumido en el discurso mediático que gracias a esta contribución podemos reflexionar sobre lo intrínseco o inevitable de cualquier manipulación, atendiendo siempre a todo lo que *no* se dice.

Esperamos que este volumen concite el interés de sus lectores y muestre un panorama tan rico y variado como para estimular la reflexión sobre un asunto complejo y escurridizo a veces, pero también apasionante y omnipresente en su vertiente más profunda y filosófica, como es el fenómeno al que se dedica este número especial de *Verba Hispanica*, y que no es otro que el de la manipulación y de la persuasión en los discursos orales, impresos y digitales que nos rodean. Lo contrario de decir algo podría no ser solo no decir nada, sino decirlo de otra manera, generándose así posibilidades infinitas de acometer y verbalizar un concepto, una escena o toda una narrativa social, según la óptica de quien controla la difusión del mensaje. La finitud del discurso real, sin embargo, lo circunscribe a una materialización concreta (retórica, redes sociales, memes, prensa impresa o digital) y no a una inefable e ilimitada potencialidad o pluralidad. Nos guste o no, somos quienes leemos, a quienes escuchamos o a quienes elegimos creer.

Reyes Llopis-García y Alejandro Rodríguez Díaz del Real