

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE LETRAS**



**“ANÁLISIS PRAGMÁTICO DE LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS UTILIZADAS POR
LOS MIEMBROS DEL COENA EN SUS INTERVENCIONES MEDIÁTICAS,
TRANSMITIDAS ENTRE LOS MESES DE MARZO, ABRIL Y MAYO DE 2017, A
TRAVÉS DEL PROGRAMA DE ENTREVISTA TELEVISIVA: *FRENTE A FRENTE* DE
CANAL SEIS DE TELE CORPORACIÓN SALVADOREÑA (TCS)”**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE
LICENCIADO EN LETRAS**

PRESENTADO POR:

**NÉSTOR ARÍSTIDES ALVARADO MARTÍNEZ – CARNET: AM11087
WALTER AMÍLCAR SERRANO MARAVILLA – CARNET: SM11065**

**DOCENTE ASESOR DE TRABAJO DE GRADO
MAESTRO RAFAEL OCHOA GÓMEZ**

**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO EN EL DEPARTAMENTO DE LETRAS
MAESTRO SIGFREDO ULLOA SAAVEDRA**

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, 9 DE SEPTIEMBRE DE 2020

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ACADÉMICO

DOCTOR RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL

INGENIERO FRANCISCO ALARCÓN

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANA

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO GENERAL

MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE LETRAS

JEFE DEL DEPARTAMENTO

DOCTOR JOSÉ LUIS ESCAMILLA RIVERA

COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADO

MAESTRO SIGFREDO ULLOA SAAVEDRA

DOCENTE ASESOR DE TRABAJO DE GRADO

MAESTRO RAFAEL OCHOA GÓMEZ

TABLA DE CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
1.1. Situación problemática	3
1.2. Limitaciones para realizar la investigación.....	6
1.3. Justificación del problema	7
1.4. Objetivos de la investigación	9
1.5. Definición de términos básicos	10
CAPÍTULO II	
2.1. Antecedentes de la investigación.....	15
2.2. Aspectos preliminares: ¿Qué es el Consejo Ejecutivo Nacional (COENA)?	21
CAPÍTULO III	
MARCO HISTÓRICO.....	27
CAPÍTULO IV	
MARCO TEÓRICO.....	36
4.1. Pragmática y sus posturas teóricas	36
4.1.1. Orígenes de la pragmática	37
4.1.2. Pragmática y Análisis del Discurso.....	38
4.1.3. Teoría de los actos de habla: Searle y Austin	40
4.1.4. Principio de cooperación de Grice	42
4.1.5. Implicaturas: convencionales y no convencionales.....	43
4.2. Definición de discurso	44

4.3. Estrategias discursivas	46
4.4. Ideología.....	52
4.5. Poder: El control del discurso.	55
CAPÍTULO V	
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	57
5.1. Tipo de investigación.....	57
5.2. Metodología de trabajo	58
5.3. Instrumentos para el análisis de las muestras.....	61
5.3.1. Guía de análisis de las muestras.....	62
5.3.2. Matrices utilizadas en el análisis de las muestras	63
5.4. Presentación de las muestras	69
CAPÍTULO VI	
6.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	90
Matriz A: Evaluación del tipo de estrategia discursiva que se ha empleado	91
Matriz B: Análisis de los actos de habla.....	105
Matriz C: Análisis del principio de cooperación de Grice	122
Matriz D: Análisis de la teoría de cooperación de Grice, orientado hacia las implicaturas	135
Matriz E: Análisis de la manifestación ideológica expuesta en el discurso	149
Matriz F: Análisis del poder, como forma de manipulación ideológica expuesta en el discurso	163
6.2. INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.....	180
CAPÍTULO VII	
CONCLUSIONES	201
LISTA DE REFERENCIAS.....	206

RESUMEN

En este trabajo se analizó las principales estrategias discursivas utilizadas por los miembros del Consejo Ejecutivo Nacional (COENA) del partido ARENA. Para ello, se trabajó con un total de cinco muestras orales expresadas en el programa de entrevistas televisivas *Frente a Frente* de Canal 6 de Telecorporación Salvadoreña (TCS), entre los meses de marzo, abril y mayo de 2017. La investigación se sustenta en el método denominado Análisis Crítico del Discurso y del componente pragmático para evidenciar el papel desempeñado por las principales estrategias discursivas de las que echan mano estos sujetos. Fue precisa la utilización de un grupo de matrices para el ordenamiento y recolección de datos, que posteriormente dieron respuesta a las preguntas que se plantearon en la investigación. Los resultados indican que las intervenciones discursivas tienen una doble intencionalidad, por un lado, se ubican en la “demonización” del FMLN y por otro, la “divinización” de ARENA, por lo tanto, se concluye que las autoridades del COENA hacen uso de cada una de las estrategias discursivas para difundir sus pensamientos y reafirmar los procesos de dominación ideológica y el abuso de poder en los telerreceptores salvadoreños.

Palabras claves: Discurso, estrategias discursivas, ideología, poder, pragmática, COENA.

LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Miembros del COENA: periodo que comprende de septiembre de 2016 a septiembre de 2019	21
Tabla 2. Elementos que componen la propuesta de ED de Reisigl & Wodak	48
Tabla 3. Tipos de autopresentación positiva y presentación negativa	50
Tabla 4. Emisión de los discursos de los miembros y representantes del COENA.....	69

ABREVIATURAS USADAS

ACD	Análisis Crítico del Discurso
AD	Análisis del Discurso
AFP	Administradoras de Fondos de Pensiones
ARENA	Alianza Republicana Nacionalista
ASAFONDOS	Asociación Salvadoreña de Administradoras de Fondos de Pensiones
CEL	Comisión Ejecutiva Hidroeléctrica del Río Lempa
COENA	Consejo Ejecutivo Nacional
ED	Estrategias Discursivas
ETA	Euskadi Ta Askatasuna (del euskera)
FOVIAL	Fondo de Conservación Vial
FMLN	Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional
OEA	Organización de los Estados Americanos
PAN	Partido de Acción Nacional
PCN	Partido de Concertación Nacional
TCS	Telecorporación Salvadoreña

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación titulado *“Análisis pragmático de las estrategias discursivas utilizadas por los miembros del COENA en sus intervenciones mediáticas, transmitidas entre los meses de marzo, abril y mayo de 2017, a través del programa de entrevista televisiva: Frente a Frente de Canal Seis de Tele Corporación Salvadoreña (TCS)”*, constituye un esfuerzo orientado a poner en evidencia cuáles son las principales estrategias discursivas de las que echan mano los miembros del Consejo Ejecutivo Nacional del partido ARENA (COENA), en el mencionado programa de debate. La intención final del estudio es, por un lado, identificar la manera en que el lenguaje contribuye a la construcción y transmisión de la ideología de los miembros del partido de derecha en El Salvador; y por otro, advertir la manera en que estos sujetos ocultan la realidad, con el propósito de evitar futuros costos electorales para el instituto político en el que militan, recuperando así la credibilidad ante la opinión pública salvadoreña.

De lo anterior, se desprende entonces la importancia de estudiar el discurso de la derecha política salvadoreña, por su estrecho vínculo con los intereses de la clase dominante en El Salvador.

El estudio se realiza desde una orientación pragmática; no obstante, se hace necesario combinarlo con el método denominado: Análisis Crítico del Discurso (ACD), para ofrecer una visión panorámica del problema en cuestión. Esto involucra conceptos asociados a las relaciones de poder, la ideología, los grupos dominantes y, desde luego, las estrategias discursivas.

El texto está estructurado en siete capítulos. El primero de ellos, contiene la descripción del problema que motivó la realización de esta investigación, así como también las limitaciones para la ejecución de este trabajo. Posteriormente, se detalla la justificación o las razones por las que el presente estudio es relevante y novedoso. Luego se plantean los objetivos de la investigación, tanto el general como los específicos. Finalmente, el capítulo concluye con la definición de términos básicos.

En el capítulo dos se dan a conocer los antecedentes de este trabajo, y se añade un breve apartado donde se bosqueja la identidad y la práctica política del COENA. Posteriormente, el capítulo tres desarrolla el contexto histórico en el que se ha movido el discurso de ARENA. El capítulo cuatro, por su parte, corresponde al marco teórico y agrupa los componentes pragmáticos que rigen este estudio. Además, se explora el concepto de discurso, para desembocar después en la categoría central de análisis de esta investigación: las estrategias discursivas. Finalmente, se conceptualizan los términos: poder e ideología, como dos elementos fundamentales que integran el ACD, con los cuales se analizan las muestras seleccionadas desde la óptica «crítica».

En el capítulo cinco se expone la metodología, desarrollándose desde un paradigma interpretativo, cuyo enfoque se enmarca en una investigación cualitativa dada su estrecha cercanía con la realidad contextual. Para acometer esta tarea, se han seleccionado cinco corpus orales expresados en el programa televisivo *Frente a Frente*, por los diferentes miembros y representantes del COENA. Por su parte, el sexto capítulo corresponde al análisis e interpretación de los datos. Se concluye con el capítulo siete, que recoge las conclusiones del trabajo. Además, este apartado contiene el compendio bibliográfico utilizado en la elaboración y desarrollo del presente texto.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El salvador es un país resiliente, desde hace 25 años finalizó una guerra que se prolongó por doce años: de 1980 a 1992, cobrando la vida de aproximadamente 75.000 personas.

Desde la firma de los *Acuerdos de Paz*, el 16 de enero de 1992, la guerrilla salvadoreña, representada en la organización Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), deponen la lucha militar e ingresa a la vida política con el fin de iniciar desde la legalidad, y ya no de la clandestinidad, un proyecto de transformaciones históricas y sociales en beneficio de las grandes mayorías. Ese ingreso del FMLN a la vida civil modifica el escenario político salvadoreño, puesto que se planta como una oposición firme para contrarrestar los intereses de poder hegemónico representados en el partido político Alianza Republicana Nacionalista (ARENA).

Así, a partir de la firma de los *Acuerdos de Paz*, El Salvador inicia un período de posguerra y la dinámica de gobierno comienza a mostrar un giro hacia la democratización del poder, ya que se abren oportunidades para la participación de nuevos actores y nuevos partidos políticos aspirando a la conducción del Estado, con una ideología diferente de la que habían implementado los tradicionales partidos de derecha; PCN, PDC, ARENA.

Sin embargo, el incipiente espíritu democrático de aquel histórico momento en el escenario político salvadoreño, comienza a revelar que no será fácil la convivencia de dos fuerzas políticas opuestas: el FMLN, como partido político de izquierda, y ARENA, un instituto político de extrema derecha, cuyos principales aliados han sido siempre los diferentes medios de comunicación, incluido entre ellos el medio televisivo. Así, desde el inicio de la posguerra, este instrumento mediático: la televisión, se ha colocado siempre al servicio del poder hegemónico ejercido por la derecha oligárquica salvadoreña, desarrollando una labor sistemática de desinformación con el fin de contrarrestar el avance de un proyecto político divergente y evitar en las urnas el posible respaldo de la población hacia el FMLN.

Para conseguir ese objetivo, en alianza con diversos medios informativos, principalmente la televisión, ARENA comienza a desplegar en su discurso una serie de estrategias orientadas a la desinformación, respecto a la naturaleza, fines y esencia del FMLN, como instituto político que ostenta una ideología de izquierda. Los demás medios informativos también se suman a esa campaña de desprestigio hacia el FMLN, principal oponente de la derecha política salvadoreña, alentando entre la población receptora de los mensajes el surgimiento de un espíritu de miedo o desconfianza hacia esa fuerza política de izquierda.

A partir de ese momento, la agenda política de los medios informativos queda definida en su contenido por la defensa de los intereses de la clase dominante en El Salvador, cuyo monopolio de los distintos canales de televisión, radioemisoras y periódicos impresos, le permite manejar a su entera discreción y conveniencia, el principio de libertad de expresión. En medio de esa dinámica de desinformación, se generan entonces las condiciones adecuadas para que el partido ARENA, a través de sus voceros del COENA, impulse una campaña sistemática de desacreditación del

proyecto político de izquierda presentado por el FMLN, con el fin de contrarrestar la potencial victoria de este partido en futuros comicios electorales.

Veinticinco años después, en el 2017, y tras la implantación de cuatro gobiernos de ARENA y dos del FMLN, esa dinámica y esa agenda informativa de los *Mass Media*, incluida la televisión, no ha experimentado modificación alguna en su contenido ideológico, y la mayoría de canales y programas de entrevistas televisivas inclinan siempre su preferencia por la construcción de una imagen positiva, en favor del partido ARENA, y la consecuente deslegitimación y desprestigio del FMLN, al presentarlo ante la opinión pública como una fuerza política incapaz de dirigir los destinos de la nación salvadoreña.

En ese contexto, en el que el discurso de los medios informativos opera como una maquinaria que construye y legitima una determinada ideología política, es conveniente plantearse las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son las estrategias discursivas más usadas por los miembros del COENA para configurar y legitimar su ideología? ¿En qué medida las estrategias discursivas empleadas por los miembros del partido ARENA, contribuyen a legitimar el abuso de poder? ¿Cómo se construye la identidad política de ARENA, a través de las estrategias discursivas? ¿Cómo son nombrados y referidos los sujetos discursivos? ¿De qué manera contribuyen los elementos pragmáticos de la comunicación verbal, a la configuración y legitimación del discurso ideológico de la derecha política salvadoreña? Y finalmente: ¿En qué medida los elementos pragmáticos de la comunicación verbal contribuyen a que sean efectivas las estrategias discursivas utilizadas por los miembros del COENA, en sus intervenciones mediáticas del programa *Frente a Frente* de Canal 6 de Tele Corporación Salvadoreña?

1.2. LIMITACIONES PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN

Entre los aspectos puntuales que se interpusieron en el desarrollo de esta investigación se encuentran los siguientes:

- La primera limitación tiene relación con las categorías: ideología y poder. Esto es debido a que son conceptos polisémicos y que en su mayoría de aportes teóricos han sido desarrollados en Europa bajo determinadas condiciones históricas. Esto, como es de suponer, significaba la búsqueda y selección cuidadosa de una conceptualización adecuada a las características de los sujetos de estudio y, desde luego, a su producción discursiva. A pesar de lo que suponía dicho obstáculo, se logró anclar el problema de investigación con el bagaje teórico en su totalidad.
- El estudio no toma en cuenta al alocutario, puesto que no se considera como universo de análisis a la población salvadoreña. Por consiguiente, se han estudiado los posibles efectos que puedan causar las estrategias discursivas en la interacción con el oyente, desde un punto de vista crítico-pragmático. Esto, sin embargo, no quita crédito y relevancia a esta investigación, pues deja abierta la brecha para futuras investigaciones y orientaciones.
- Metodológicamente, no existe un tipo de instrumento estándar para el análisis de un discurso. Sin embargo, para la recolección de datos emanados de las muestras o fragmentos de los discursos de los miembros, o de las voces autorizadas del COENA, fue preciso optar por la elaboración de un grupo de matrices para organizar con precisión el examen e interpretación de los corpus.

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El tema de investigación seleccionado cumple el cometido de poner en evidencia, y a la disposición de los lectores legos y avezados, los variados recursos utilizados por los políticos de derecha para, por un lado, construir el sentimiento común de aceptación de su partido: ARENA; y por otro, para asegurar el rechazo de los potenciales votantes hacia el partido de oposición o de izquierda, representados en el FMLN.

En su esencia, el presente trabajo desmitifica la acostumbrada retórica de los miembros del Consejo Ejecutivo Nacional (COENA), del partido ARENA, al poner en evidencia el verdadero objeto de su discurso, que de manera subyacente se bifurca en dos vías de intencionalidad: una postura apologética de su instituto político, y una diatriba contra los adversarios en función de restarles credibilidad ante los votantes.

Por su parte, el sector académico tendrá la oportunidad de afinar su mirada acerca de la manera en que se ventila el conflicto ideológico entre ARENA y FMLN, a través de los actos de habla, desde una perspectiva lingüística y metodológica nada convencional, que une tres variables fundamentales: discurso, ideología, poder; en una tríada tan compleja, en la cual no es ajeno el involucramiento de los partidos políticos de derecha o izquierda, con su eterna e irreconciliable postura que impide la evolución de los pueblos hacia un verdadero estado de gobernabilidad y legítima democracia.

Además de lo anterior, la visión sincrónica del estudio compendia, visibiliza y sistematiza, con datos tomados de las emblemáticas entrevistas televisivas, ese cliché actitudinal que muchos representantes de los partidos adoptan a través de su discurso, con la finalidad de mantener el poder hegemónico en función de intereses muy particulares, que ciertamente no representan a los intereses de las grandes mayorías sociales.

Así, el estudio constituye una valiosa oportunidad para llevar a cabo, de manera sistemática, con herramientas metodológicas claras y adecuadas a la naturaleza de la investigación, el desmontaje del programa ideológico con el que se hilvanan los hilos del poder hegemónico ostentado por la derecha política en El Salvador, ese poder que circula en el discurso de los medios informativos, incluyendo la televisión.

Es, precisamente, en el espacio de estos medios informativos, donde se decide incluso el sistema de gobierno que los sectores económicamente poderosos han perpetuado para una sociedad. Es allí donde se castran las caras aspiraciones sociales de vivir con autodeterminación; donde se extirpan los idiomas de la convivencia entre naciones, independientemente de los regímenes ideológicos que identifican a sus estilos de gobierno. Bien lo advertía Pepe Mujica, expresidente de Uruguay, al afirmar: “*¿Qué es lo más importante para un pueblo? ¿Vivir con soberanía y autodeterminación, o la existencia, vivir en una democracia representativa?*”.

Escasos trabajos se atreven a sacar a luz, como lo hace el presente, unos resultados tan esclarecedores de la pauta político-discursiva que se impone como norma a la población receptora de los mensajes televisivos. Por esta razón, esta investigación busca superar la falta de idoneidad teórica de la que adolecen muchos trabajos de esta naturaleza, bien por desconocimiento metodológico, o por la falta de pericia en la presentación, el análisis y la interpretación de los datos. Esto, considerando la original manera en que se hermanan en este estudio el método de análisis pragmático y el Análisis Crítico del Discurso, este último una interesante orientación en el campo de las ciencias sociales.

En fin, el estudio abre espacio para conocer las encarnizadas o disimuladas luchas y formas de ejercer el poder simbólico que manejan los hilos de la dominación, el sometimiento, y los permanentes conflictos de una sociedad posmoderna, lo cual actualmente puede ser monitoreado, a través de la actividad discursiva.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

General

Analizar, desde el punto de vista pragmático, las estrategias discursivas utilizadas por los miembros del COENA en el programa de entrevistas *Frente a Frente* de Canal 6 de televisión, con el propósito de identificar cómo construye o articula su ideología el partido ARENA.

Específicos

- Identificar cuáles son las estrategias discursivas más utilizadas por los miembros del COENA, en las entrevistas televisivas del programa *Frente a Frente* de canal 6 de televisión, con la intención de advertir cómo se lleva a cabo el proceso de manipulación ideológica.
- Explicar, a partir de las estrategias discursivas, cómo se configura y sostiene el discurso ideológico de derecha, frente a la audiencia del programa *Frente a Frente* de Canal 6 de televisión, con la finalidad de advertir cuál es el vínculo que dichas estrategias mantienen con el ejercicio de un poder hegemónico por parte de la derecha política salvadoreña, representada en los miembros del Consejo Ejecutivo del partido ARENA.
- Describir los elementos pragmáticos que contribuyen a que sean efectivas las estrategias discursivas, con el propósito de descubrir de qué manera, el lenguaje favorece a la construcción y transmisión de la ideología de la derecha política salvadoreña.

1.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **Actos de habla:** Es la exposición del enunciado y puede realizarse en forma oral o escrita, siempre y cuando se lleve a cabo la realización de una acción mediante palabras. El «acto de habla» es una teoría propia de la pragmática.
- **Acto de habla ilocutivo:** Corresponde a la intención real del hablante.
- **Acto de habla locutivo:** Consiste en decir algo.
- **Acto de habla perlocutivo:** Es el efecto causado por el acto ilocutivo.
- **Alocutario:** Es quien recibe el mensaje en la dinámica discursiva.
- **Análisis crítico del discurso (ACD):** Es una herramienta teórica y metodológica, cuya finalidad última es el análisis de las relaciones de poder y la reproducción de la ideología de los sistemas sociales y grupos dominantes.
- **Corpus:** Muestra oral o escrita de extensión variable y representativa, que proporciona datos significativos para el estudio lingüístico.
- **Control:** Vocablo muy ligado al discurso y al concepto de poder. Está asociado a la estabilidad política, tanto de los grupos que controlan más o menos el poder, como de las masas dominadas.
- **Construcción simbólica:** Es un proceso socialmente discursivo en donde la palabra es el elemento configurador de la cultura. Es de vital importancia, ya

que, quien elabora un discurso y con complicidad de los *media*, dispone su visión de mundo particular o de grupo.

- **Discurso:** El discurso es el vehículo a través del cual se comunican ideas, propuestas, proyectos, etc. A través de este instrumento se persuade al oyente, o a la audiencia, con el fin de imponer toda una visión de mundo.
- **Destinatario:** Sujeto a quien está dirigido un discurso o mensaje.
- **Derecha política:** Corriente política asociada a los valores conservadores, respaldando privilegios corporativos o clasistas.
- **Discurso político:** Es el desarrollado por políticos y, por lo tanto, se desarrolla en la escena política.
- **Dominación:** Se comprende aquí como una relación social asimétrica, en donde un sujeto discursivo utiliza la persuasión para imponer sutilmente sus ideas.
- **Élite:** Grupo sectorial que defiende sus propias ideas e intereses, frente a las grandes mayorías.
- **Enunciado:** Segmento del discurso que expresa o dice algo de un contexto.
- **Emisor:** Quien emite un mensaje en el acto comunicativo.
- **Estrategia discursiva (ED):** Son procedimientos discursivos que de modo intencional, planificado o con escasa planificación, utiliza un locutor (hablante

o escritor) para incrementar la eficacia de su discurso al convencer o persuadir al destinatario en una situación comunicativa.

- **Ideología:** Es un sistema de ideas propias de un grupo, que lo orienta, define y que lo diferencia de otros grupos, en cuanto a su identidad, objetivos, normas y valores.
- **Instituto político:** Es una organización o entidad autónoma establecida para la vida política, cuya organización acuña un sistema ideológico, estatutos y normas que regulan una colectividad.
- **Implicatura:** Se refiere al tratamiento de descubrir la información implícita que el emisor trata en su mensaje.
- **Izquierda política:** Es un conjunto de doctrinas asociadas al supuesto de la defensa e igualdad social.
- **Locutor:** Es quien produce un discurso.
- **Matriz de análisis:** Es un cuadro de análisis que permite organizar y escrutar por etapas el proceso investigativo.
- **Mass Media:** Es un tipo de mercado tecnológico donde existe un mantenimiento y reproducción de la ideología dominante de una sociedad, donde opera la formación de las clasificaciones de la realidad en las diferentes subculturas. Es, por tanto, un espacio relevante para la política en las sociedades actuales. Sin embargo, la televisión, principalmente, es un asunto

de gran relevancia dentro del marco político, ya que es a través de este medio que se opera el establecimiento de agendas políticas.

- **Máximas conversacionales:** Son un grupo de reglas pragmáticas que regulan la dinámica comunicativa.
- **Mensaje:** Es la información, oral o escrita, que un locutor envía a un alocutario o a un colectivo.
- **Modalización:** Consiste en el grado de subjetividad que expresa el autor que arma un discurso. Se manifiesta a través de marcas explícitas del emisor del mensaje.
- **Modalización valorativa:** En el discurso, se manifiesta al expresar juicios apreciativos o despreciativos.
- **Nacionalismo:** Se entenderá por nacionalismo el control o la directriz que ejerce un gobierno sobre los valores o ideales de un país.
- **Neoliberalismo:** Es un lineamiento político-ideológico que tiende a reducir el poder del Estado en la regulación del mercado. Simultáneamente, el neoliberalismo utiliza un discurso amigable y democrático, sin embargo, su discurso es un instrumento al servicio de la dominación de las masas, convirtiendo al hombre en un *homo economicus*.
- **Opinión pública:** Ideas de acontecimientos sociopolíticos y económicos que atañen a un país, y son estimuladas y nutridas por un discurso altamente persuasivo. Este concepto está íntimamente asociado a la política.

- **Poder:** Se define como la imposición de la voluntad de una autoridad hacia los demás a través de un discurso, cuya finalidad es influir o concebir algún efecto o comportamiento en virtud de un argumento por medio de la persuasión sobre uno o más individuos.

- **Pragmática:** Es el estudio del lenguaje en uso en relación con los hablantes y el contexto. El eje central de la pragmática es el análisis de un enunciado; pero sobre todo los efectos que dicho enunciado causa en el receptor. De modo que, se interpreta la relación que existe entre lo que se expresa literalmente y lo comunicado.

- **Presentador:** Es quien asume la conducción profesional del programa, interactuando con el sujeto invitado y, en algunos casos, también con el televidente por medio de la llamada telefónica.

- **Programa de entrevista (Talk show):** Es un programa televisivo donde un protagonista o invitado es entrevistado por un presentador. Los temas que se manejan son de origen político, social, económico, entre otros, que consiguen captar la atención del televidente.

- **Republicanism:** Ideología partidaria que se caracteriza por los valores conservadores o tradicionales.

- **Visión de mundo:** Corresponde a una visión ideológica de las estructuras económicas y sociales. Esta, a su vez, puede ser heredada a otro individuo por medio de la persuasión.

CAPÍTULO II

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis del discurso de los diversos agentes políticos ha sido tema de referencia y abundante discusión para los académicos interesados en la temática, pues a través de su estudio, es posible conocer las variadas formas de concebir el estado de la coyuntura histórica nacional y las relaciones de poder que se fraguan entre los distintos sectores involucrados.

En ese orden, hay que destacar que las investigaciones relacionadas con el análisis del discurso ciertamente son abundantes; sobre todo, aquellas que enfocan el tema desde una perspectiva semántica. Sin embargo, con el afán de mostrar cuál ha sido la orientación o el rumbo que han tenido dichos estudios, se detallan a continuación los hallazgos más relevantes de aquellos trabajos que más se aproximan al tema seleccionado para esta investigación.

Para el caso, en la Universidad Francisco Gavidia se encuentra la tesis: *Análisis semiológico del lenguaje político de postguerra utilizado en el discurso de toma de presidencia de la República por el doctor Armando Calderón Sol, el 01 de junio de 1994* (Betancourth & Vásquez, 2000). Este trabajo es muy completo, pues en él se aplican los tres componentes que conforman el análisis de contenido de un discurso: el componente sintáctico, semántico y pragmático. Aunque dicha investigación retoma el discurso de un presidente miembro del partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), y además analiza los componentes pragmático y sintáctico, en realidad, se limita a un estudio estrictamente simbólico, ya que su enfoque es semiótico. Este trabajo de investigación de Betancourt & Vásquez, fue desarrollado en la década de los 90 y no guarda relación alguna con el actual contexto de la investigación.

Otra investigación trascendental se titula: *Análisis semántico del discurso de toma de posesión del presidente de El Salvador, Salvador Sánchez Cerén* (Fuentes, 2015). En este trabajo se demuestra que la estructura del discurso del presidente Salvador Sánchez Cerén presenta una serie de estrategias discursivas, entre las que predomina el empleo de un lenguaje popular con tendencia a persuadir a los oyentes, sin importar su ideología. Además, demuestra ser un discurso concebido en un tono bastante conciliador. El estudio está basado en un enfoque semántico y, a pesar de que analiza las estrategias discursivas, el contenido de este trabajo difiere mucho con el tema aquí desarrollado, ya que no aborda a profundidad los elementos pragmáticos. Además, se trata de una investigación aplicada a un representante del FMLN, un partido opuesto al instituto político al que pertenecen los sujetos de estudio en este trabajo.

Por otra parte, también se encuentra la tesis de posgrado titulada: *El lenguaje religioso utilizado en los discursos políticos de los presidentes de El Salvador desde el año 1989 hasta el año 2013* (Vásquez, 2014). El objetivo principal de dicho trabajo fue analizar el lenguaje religioso utilizado en los discursos políticos de los presidentes de El Salvador, y dio como resultado el descubrimiento de algunas estrategias discursivas utilizadas en las disertaciones de los mandatarios para introducir el componente espiritual en sus discursos, y así generar un sentimiento de empatía por parte de los receptores. Aunque el trabajo en realidad retoma como categoría de investigación las estrategias discursivas, lo cual permite suponer cierto vínculo conceptual con el tema de investigación propuesto, al revisar el contenido del trabajo se comprueba que no hubo un rastreo de componentes pragmáticos. Además, se trata de un trabajo que no guarda relación directa con los representantes actuales del COENA, debido a que ninguno de los presidentes mencionados pertenece actualmente a la cúpula del Consejo Ejecutivo Nacional.

Debido al carácter mediático de los discursos, y a pesar de que se analizan las estrategias discursivas en esta investigación, es necesario saber qué trabajos retoman el estudio de los medios de comunicación, como agentes difusores de las ideas expuestas por los sujetos políticos. Uno de ellos es: *Los medios de comunicación como actores sociales y políticos* (Castillo, 2011). El documento expone un esbozo de la función específica que desempeñan los *Mass Media* para influenciar a las audiencias, además de valorar su impacto en el mundo político. Hay que destacar, que este reporte retoma como categoría importante de análisis los *medios de comunicación*, que a su vez tiene relación con el presente tema de investigación. Sin embargo, dicho estudio se distancia mucho de la población, del enfoque, del contexto y de la temática, además, la exégesis no abarca las estrategias discursivas ni los recursos pragmáticos.

En otro sentido, la investigación titulada: *Análisis de las estrategias discursivas en el discurso religioso de la iglesia misión Boston* (Pinto & Vanega, 2012), llega a la conclusión de que los sacerdotes, que son los emisores de los discursos, utilizan estrategias discursivas que tienen como fin: persuadir, atraer y mantener atenta a la comunidad que los escucha (feligresía), dentro de su congregación. Aunque esta aportación académica está enmarcada dentro del análisis de las estrategias discursivas, en realidad se desliga totalmente del contexto salvadoreño, y de los actores del COENA.

Por otro lado, el estudio titulado: *Estudio de partidos políticos. El discurso de y sobre los partidos políticos en Centroamérica* (Velasco & Rivera, 2007), versa sobre las estrategias discursivas que los medios de comunicación construyen alrededor de los distintos partidos políticos. La investigación retoma como corpus de análisis el discurso de los periódicos de publicación diaria, como: *La prensa Gráfica* y *Diario Co-Latino*. Pero además, enrumba su trabajo hacia el análisis de los discursos periodísticos publicados en algunos rotativos del istmo centroamericano. Este estudio

enmarca estrategias discursivas (metáforas, atributos positivos y negativos, argumentos a favor y en contra, etc.) que los periodistas elaboran para construir o moldear la imagen de los partidos políticos. Sin embargo, no considera como objeto de estudio el discurso desde las filas del COENA, es decir, sólo se limita al análisis del discurso elaborado por los periodistas.

Por otra parte, la tesis titulada: *La construcción del discurso político electoral de ARENA: elecciones 2006* (Aurora, 2008), se enfoca principalmente en la interacción social que se produce por medio del discurso político-electoral, debido a la saturación de mensajes propagandísticos en el espacio público.

Evidentemente, el análisis llevado a cabo en esta investigación no es estrictamente pragmático, aunque se decante levemente, en ocasiones, hacia este nivel, es decir, intenta conocer los efectos que el discurso electoral de ARENA causa en el pensamiento social, a fin de encausar actitudes y decisiones de los diferentes sectores de la sociedad salvadoreña. Predomina la dimensión semiótica. En los niveles de abordaje del tema, se destaca el análisis de las funciones de la narración, como lo son: expresar y comunicar, dos tipologías que han sido estudiadas en la estructura del discurso. Así mismo, el trabajo carece de un estudio a profundidad de las estrategias discursivas utilizadas por los miembros del instituto político en mención. Finalmente, se debe destacar que esta investigación se desarrolló en el período comprendido de noviembre de 2005 a marzo de 2006.

También el trabajo de grado titulado: *La reproducción del discurso de ARENA en la prensa escrita y en la publicidad en el período electoral presidencial de 2009* (Guzmán, 2009), analiza el discurso en un campo meramente semiótico. En efecto, la investigación gravita alrededor de los elementos que configuran la narrativa del partido en cuestión, reproducidos a través de la prensa escrita y la publicidad. Se examinan las construcciones míticas de la derecha salvadoreña a la hora de construir

su propia historia, es decir, su relato de legitimación que reproduce y logra inspirar su imaginación quimérica.

Respecto a la tesina encontrada en la Universidad Dr. José Matías Delgado: *Caracterización de los discursos de Elías Antonio Saca González y Carlos Mauricio Funes Cartagena sobre lo que aconteció durante su primer año de gestión presidencial* (Rivera & Averle, 2010), destaca, como única categoría de análisis relacionable con la presente investigación, las estrategias discursivas. En este estudio, únicamente se identifican las técnicas de propaganda empleadas por Elías Antonio Saca González y Carlos Mauricio Funes Cartagena utilizadas como estrategias discursivas durante sus discursos del primer año de gestión. Sin embargo, las autoras no realizan un análisis pragmático, careciendo de dicha categoría en la tesis antes mencionada.

También, la Universidad Dr. José Matías Delgado cuenta con el trabajo de investigación titulado: *Análisis de la imagen gráfica propagandística utilizada por los partidos políticos ARENA y FMLN en las elecciones presidenciales 2014* (Gálvez, Ascencio & Magaña, 2014).

Como bien apunta el título, la atención de la investigación se enfoca en un análisis morfológico de las imágenes propagandísticas utilizadas en la campaña electoral 2014 en El Salvador. Por lo tanto, en su análisis se estudian elementos como mensajes claves y eslóganes de los segmentos impresos de los partidos políticos FMLN y ARENA. Así mismo, el análisis contempla estrategias que se utilizan en una campaña propagandística, como por ejemplo: estrategias de priorización, estrategias de ataque y defensa, estrategia comunicacional, etc. Además, se analizan como técnica propagandística las figuras retóricas más utilizadas, como: antítesis, elipsis, derivación, hipérbole, etc., todo ello, desde luego, en conjunto con elementos

gráficos. En consecuencia, la investigación anteriormente esbozada no contempla relación directa en su análisis con las categorías propuestas en el tema de investigación aquí desarrollado.

Después de las consideraciones anteriores, se puede concluir que, la mayoría de las tesis tratadas guardan algún tipo de relación con el tema ofrecido. Sin embargo, sus contenidos no son explícitamente similares en sus contextos espaciales y temporales, puesto que solo coinciden con alguna categoría propuesta en la estructura de este trabajo de investigación. Esto propició la realización del proyecto, como también, genera novedad en cuanto al eje temático aquí presentado.

2.2. ASPECTOS PRELIMINARES: ¿QUÉ ES EL CONSEJO EJECUTIVO NACIONAL (COENA)?

Los partidos políticos son los actores protagónicos en el campo mediático, ya que a través de los medios masivos de comunicación imponen su postura ideológica, contribuyendo así a la instauración de la tradicional lucha de poder. Como es de suponer, en esa disputa por la dominación ideológica, se hace necesaria la participación elocuente de una entidad responsable y autorizada que legitime el ideario o visión de mundo de un grupo de poder, mediante estrategias discursivas que permitan la difusión de sus objetivos en los *Mass Media*.

Como es natural, toda institución política tiene un órgano de mando responsable de las acciones impulsadas por un partido. En este caso, ARENA (Alianza Republicana Nacionalista), que es una de las principales fuerzas políticas de la República de El Salvador, posee el COENA (Consejo Ejecutivo Nacional), que es el organismo de mando y ejecución del partido y el máximo organismo de dirección y administración, integrado conforme lo establece el artículo 18 de los Estatutos de ese instituto político (2007). El período en funciones de los miembros del COENA es de tres años en sus cargos, pudiendo ser reelectos. Actualmente, el Consejo Ejecutivo Nacional (COENA) está estructurado de la siguiente manera:

Tabla 1

Miembros del COENA: periodo que comprende de septiembre de 2016 a septiembre de 2019

NOMBRE	CARGO
Mauricio Interiano	Presidente del COENA.
Rolando Alvarenga	Vicepresidente de Ideología
Eduardo Barrientos	Vicepresidente de Organización
Carolina Ramírez	Vicepresidenta de Campaña
Carlos Reyes	Director de Actas y de Acuerdos
Sherman Calvo	Director de Información y Comunicaciones
Jorge Santacruz	Director de Asuntos Jurídicos

Claudia de Ávila	Director de Afiliación y Estadísticas
Ernesto Muyschondt	Director de Relaciones Internacionales
Mario Ancalmo	Director de Asuntos Económicos
Milagro Navas	Director de Asuntos Municipales
René Portillo Cuadra	Director de Asuntos Políticos
Selim Alabí	Director de Asuntos Electorales y Defensa del Voto

Elaboración propia. Basado en "Conozca los nuevos rostros del COENA | elsalvador.com", 2018.

El manejo del partido recae en el grupo de personas listadas en la anterior tabla, siendo el presidente del Consejo Ejecutivo Nacional sobre quien recae la representatividad del instituto político. Dicho presidente se encuentra asistido por tres vicepresidentes: uno de Ideología, uno de Organización y otro de Campaña. El primero, es el responsable de promover la ideología, objetivos y principios de derecha¹ en toda la República, utilizando todos los medios que faciliten su divulgación. En lo que respecta al segundo vicepresidente, es el encargado de organizar la celebración de todas las asambleas a nivel nacional. En cuanto al vicepresidente de Campaña, este se encarga de planificar los actos y eventos, conjuntamente con el Director de Propaganda y de Comisión de Enlace.

En torno a la ideología que acuña, constituye e identifica al partido ARENA, y por extensión al COENA, es una ideología *republicana*. Dicha inclinación se caracteriza por ser conservadora o tradicionalista. No obstante, el partido de derecha se muestra liberal en lo económico, pues condenan la intervención absoluta del Estado sobre la

¹ Se entiende por derecha al espectro político asociado a la conservación de los valores éticos y el orden social tradicional, incluso respaldando privilegios corporativos o clasistas. En consecuencia, acepta las diferencias sociales como algo inevitable, natural o normal frente a la izquierda, que persigue la igualdad de la sociedad. Por tanto, es un orden de carácter hegemónico y estático. Existen dicotomías que diferencian a la derecha de la izquierda política, a saber: tradicionalismo frente a reformismo social, el individualismo frente a colectivismo, conservadurismo frente a progresismo, propiedad privada frente a propiedad pública de ciertas actividades económicas, igualdad de oportunidades frente a igualdad de resultados, la derecha se decanta por las primeras características, en mayor proporción que la izquierda.

propiedad. En consecuencia, ellos creen en la concentración de las propiedades o inmuebles en manos privadas; de ahí su fuerte vínculo con la concepción neoliberal y el corolario de los intereses del sector privado. No en balde, el republicanismo es una tradición muy fluida, como añeja, en el terreno latinoamericano. También el republicanismo se distingue por considerar la idea de mantener bajos los impuestos, además de creer que el ciudadano debe invertir para su propia jubilación, a través de las AFP (Administradoras de Fondos de Pensiones) (Parsley, 2012).

Estas características que distinguen al republicanismo de otras vertientes ideológicas se hacen patentes tanto en la práctica política, como en el discurso que nace del COENA. Tradicionalmente, los intereses que defienden los miembros de este organismo son los de la élite económica del país. Ello se muestra en su trayectoria, en los múltiples beneficios que ha tenido el pequeño grupo dominante, mediante nocivas políticas de privatización y apertura al libre mercado. Según estos indicadores, la única vía hacia el desarrollo del país es mediante la corriente económica denominada *neoliberalismo*. Contradictoriamente, bajo esta receta se ha impulsado y fortalecido el modelo elitista del país, y se han mantenido y agudizado los índices de pobreza. Estas políticas fueron implementadas por Alfredo Cristiani, Armando Calderón Sol, Francisco Flores y Elías Antonio Saca, todo ello en el marco de sus respectivas administraciones.

No se necesita ser un lector avezado para advertir que la actuación política de ARENA ante la sociedad ha sido eminentemente negativa y adversa para el pueblo, desde la existencia del partido. Su fuerte vínculo con las empresas del sector financiero, comercial e industrial, han marcado el distanciamiento con los intereses populares y de la sociedad en general, y ha hecho de El Salvador una de las naciones más polarizadas de toda Centroamérica. Pese a esto, en tiempos de campaña electoral, el partido ARENA cree conveniente mirar al cúmulo de problemas que enfrenta el

país; esto, desde luego, con fines propagandísticos. La verdadera práctica discursiva de este instituto político, tanto en un periodo electoral, como fuera de este, es una línea de ataque contra sus adversarios.

Por lo general, es característico de este partido político sembrar miedo y pánico entre la población, mediante la deslegitimación del adversario. A menudo, el partido recurre a la maliciosa distorsión de la información, restándole credibilidad a su oponente ante la opinión pública. También se presentan con un discurso afable, enérgico, lleno de esperanzas, imbuido de pretensiones libertarias. Sin embargo, la “libertad” que pretenden asegurar no es más que la *no dominación* comunista, tradicionalmente abanderada por la *izquierda* salvadoreña representada por el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional o FMLN², partido que constituye su contraparte ideológica. Para Oscar G. Arcaya (2005), este tipo de libertad corresponde a la *libertad negativa*, cuya influencia obedece a Maquiavelo y a Harrington. Dicho ideario se puede advertir en el siguiente principio de los Estatutos del instituto político: “Rechazamos todas aquellas doctrinas que pregonan la lucha de clases: defendemos nuestro Sistema Democrático, Republicano y Representativo ante la penetración ideológica y la agresión permanente del comunismo internacional” (P. 3).

Es evidente que el mecanismo de ataque de ARENA no solo se orienta a entorpecer la gestión del FMLN, sino que, a otras fuerzas ajenas a sus intereses. En fin, vuelcan toda su maquinaria contra cualquier diferencia ideológica, con el fin de mantener o conservar su posición privilegiada de élite política y económica de El Salvador.

² El partido de derecha FMLN es un instituto político de orientación socialista. Ha venido participando activamente en el terreno electoral desde 1994. En marzo de 2009, alcanzó el Poder Ejecutivo con Mauricio Funes Cartagena contra Rodrigo Ávila, de ARENA; en 2014 ganó nuevamente la gestión estatal con el profesor y político Salvador Sánchez Cerén.

Ahora bien, el *nacionalismo* es otra doctrina o ideología política en la que se enmarca ARENA. La Real Academia Española define el nacionalismo de dos maneras: como un sentimiento de pertenencia a una nación, identificable con su realidad y con su historia; simultáneamente, la define como una ideología de un pueblo que, afirmando su naturaleza de nación, aspira a constituirse como Estado (ASALE, 2018). Ciertamente, estos dos conceptos son acertados para un acercamiento de esta categoría política; no obstante, el término va más allá de un fervor inocente de un color nacional.

Hay que resaltar, sin embargo, que encontrar un término o una teoría universal del nacionalismo es totalmente imposible, puesto que existen múltiples enfoques e interpretaciones que se pueden acuñar de ese concepto, tanto desde un punto de vista histórico, como sociológico y político. Pese a esto, la definición o el bosquejo que a continuación se presentará, responde a las características que más se acoplan al entramado ideológico del COENA; aunque, no se pretende dar una concepción rigurosa de tal esquema. Queda abierta la brecha para futuros estudios.

Para efectos de esta investigación, se entenderá por nacionalismo el control o la directriz que ejerce un gobierno sobre los valores o ideales de un país, pues según plantea Alejandro T. Bassol: “Los auténticos representantes o portavoces de las naciones” (1995, p. 7), son los gobiernos, que, a juicio de este autor, tienen sus propias dinámicas e intereses. Ello implica que el nacionalismo es una construcción artificial pensada desde arriba, disfrazando su carácter real, es decir, ideológico, por un conjunto de emociones articuladas en la agresión o defensa de un supuesto ideario. Esto puede observarse abiertamente en los objetivos y en el artículo 6 de los Estatutos del partido ARENA:

Defender nuestras tradiciones occidentales ante el ataque ideológico y agresión permanente del comunismo internacional, y frente a otras ideologías y

organizaciones políticas que pongan en peligro la vida Institucional de El Salvador, adoptando para esto tres principios: Nacionalismo, Democracia y Libertad.

Esto deriva en la necesidad de organizar y gobernar una sociedad. Un factor determinante para dicho ordenamiento social, son los medios de comunicación que desempeñan una función relevante en la configuración de una *conciencia nacional*, ya que esto ayuda a legitimar la ideología y el ejercicio del poder.

Dicha necesidad de expandir formas ideológicas de dominación en la sociedad salvadoreña crea la motivación de examinar las estrategias discursivas que utilizan los miembros del COENA, las cuales ayudan a difundir sus pensamientos y a reafirmar los procesos de dominación ideológica y el abuso de poder. De ahí entonces la trascendencia y relevancia del presente estudio. Por esta razón, se identifican los mecanismos de persuasión que usan los miembros de este organismo político, desde un punto de vista pragmático y a la luz del Análisis Crítico del Discurso (en adelante ACD). Es por ello que, en el capítulo IV se detalla cada una de las teorías que sirven de brújula para el análisis y la interpretación de los datos emanados de las cinco muestras seleccionadas, procedentes de los representantes del partido ARENA, y que se expresaron en el programa de entrevistas televisivas *Frente a Frente* de Canal 6 de Telecorporación Salvadoreña.

CAPÍTULO III

MARCO HISTÓRICO

Durante la década de los 80, El Salvador fue un país sacudido por una cruenta guerra civil. Los bandos enfrentados militarmente durante esa coyuntura política fueron: por un lado, el ejército guerrillero del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN); y por el otro, el ejército gubernamental o Fuerza Armada de El Salvador (FAES), que defendía los intereses del Estado, en manos de los sectores económicamente poderosos del país. Sin embargo, a través de los años, debido a las múltiples variables que configuraban el conflicto bélico en El Salvador, quedó demostrado que ninguna de estas dos fuerzas en pugna resultaría ganadora en el terreno militar, situación que influyó para que el estado de guerra se prolongara por más de una década, hasta la firma de los *Acuerdos de Paz* en 1992, en Chapultepec, México. Aunque vale la pena recordar, que los primeros brotes de tensión social iniciaron en realidad en la década de los 70, como antesala del conflicto armado.

Esa firma de los *Acuerdos de Paz*, alcanzada el jueves 16 de enero de 1992, supuso la democratización del escenario político salvadoreño y el inicio de una libre competencia por conquistar en las urnas el legítimo derecho a participar en la conducción del Estado. Fue precisamente ese nuevo escenario, el que abrió las garantías para que la guerrilla del FMLN abandonara la clandestinidad y llegara a establecerse, oficialmente, como un nuevo partido político en el marco de la vida constitucional. A partir de ese momento, el reto que enfrentaría el partido FMLN sería consolidarse en una fuerza de oposición parlamentaria y llegar al poder Ejecutivo, como también convivir con una fuerza política de extrema derecha: ARENA, que recibía un fuerte apoyo del sector financiero, empresarial e industrial de El Salvador.

Así, el anterior enfrentamiento político entre dos fuerzas en pugna pasa a convertirse, de la lucha armada, en una disputa ideológica y discursiva que se ha prolongado en el tiempo sin variación aparente. De manera que, el campo de batalla se traslada ahora, de la clandestinidad y las montañas, al escenario de la Asamblea Legislativa y del poder Ejecutivo. Como es de suponer, el medio de enlace por excelencia entre esa nueva contienda política y la mirada del ciudadano, son ahora los medios masivos de comunicación, y de manera más explícita la televisión, como el medio audiovisual de mayor alcance social que se convierte ahora en instrumento idóneo de control del poder político, así como también de su legitimación, deslegitimación y manipulación.

Hay que recordar que el medio televisivo en El Salvador ha ocupado, y sigue ocupando, un lugar predominante en la afanosa tarea de desinformación social, impuesta por los diversos canales casi como si se tratara de un programa con una agenda de nación. El caso *in extremis*, es que aún después de veinticinco años de firmados los *Acuerdos de Paz*, la agenda mediática y la pauta informativa de la televisión no ha experimentado variación alguna, puesto que constituye la vía informativa por excelencia a través de la cual el partido ARENA, de manera discrecional y abierta, difunde a conveniencia sus puntos de vista sobre la realidad nacional e impone su autoridad como partido en el ejercicio del poder y en la conducción del Estado. Así, la televisión se convierte en un medio para que ARENA consolide su liderazgo ideológico en el escenario político salvadoreño, utilizando la programación local más demandada por los televidentes: los segmentos televisivos de noticias, diálogos y entrevistas.

Es un hecho innegable que los distintos medios de comunicación responden siempre a una determinada línea de pensamiento y es en este escenario, donde TCS³, de manera tendenciosa, adquiere trascendencia para el partido ARENA y para sus máximas autoridades y representantes. Es aquí, en este contexto, donde cobra especial importancia el discurso político de los miembros del COENA, máximo ente rector dentro del partido fundado por el mayor Roberto d'Aubuisson Arrieta.

Hasta hoy en día, y desde la firma de *Los Acuerdos de Paz*, dada su afinidad ideológica, las autoridades del partido ARENA recurren a TCS para expresar sus puntos de vista acerca de la coyuntura política nacional y para hacer efectiva su defensa del modelo económico neoliberal -impuesto por el entonces Presidente de la República, Alfredo Félix Cristiani Burkard (1989 - 1994)- sistema económico que tuvo continuidad hasta el gobierno de Elías Antonio Saca (2004 - 2009), último presidente de ARENA, después de que este instituto político estuviera veinte años al frente del Ejecutivo. Lo que vale la pena destacar en este escenario, es que en la defensa de su proyecto económico hacia el supuesto “desarrollo” del país, las armas por excelencia usadas por el partido ARENA siempre han sido el discurso político y la propaganda.

En esta concepción de “desarrollo” manejada por ARENA, este partido incluye, fundamentalmente, la estrategia de reactivación de la economía nacional, un rubro que durante la guerra se mantuvo estancado y sin pujanza. Sin embargo, a lo largo de los cuatro mandatos presidenciales en los que estuvo al frente del Ejecutivo el partido

³ Tele Corporación Salvadoreña (TCS) es una empresa de medios comunicativos de El Salvador. Fundada en 1985 a partir de la unión de los canales 2, 4 y 6. Cada mañana, dichos canales se unen entre sí para transmitir TCS Noticias y el espacio de entrevistas *Frente a Frente* con temas de interés nacional y general. Según Graciela Aguilar (2007) en su tesina: *La producción televisiva del noticiero TCS noticias, canales 2, 4 y 6*, de la Universidad de El Salvador, responde a estrictas líneas ideológicas que se manifiestan en sus coberturas. Dicha línea corresponde a la derecha política del país, ponderando al partido político ARENA en su agenda mediática.

ARENA (1989 - 2009), fue la empresa privada la única que obtuvo beneficios con la aplicación de ese proyecto neoliberal en la economía salvadoreña.

Una vez que hubo finalizado la gestión del presidente Alfredo Cristiani, en el año 1994, el partido ARENA emprendió la tarea de monopolizar el control del poder Ejecutivo y de conquistar la mayoría de diputados en el congreso salvadoreño. Para conseguir este objetivo, ARENA volcó toda su maquinaria ideológica y discursiva en función de conquistar el poder Ejecutivo en las próximas elecciones impidiendo así que el FMLN llegara a ocupar la silla presidencial y se consolidara como una fuerza política robusta.

A partir de lo anterior, la estrategia seleccionada por ARENA para mantener al FMLN al margen del gobierno central, fue la deslegitimación mordaz del adversario, una estrategia que contrastaba con el discurso de los políticos areneros en favor de la democracia electoral, en esa etapa inicial del período de posguerra. Para darle vida a la mencionada estrategia, durante el mandato presidencial de Alfredo Félix Cristiani Burkard, los distintos medios de comunicación se esmeraron en crear una imagen positiva de este mandatario, a la vez que construían, en forma paralela, una percepción negativa de los dirigentes del FMLN ante la población. Esta dinámica desencadenó con el tiempo la percepción social, de que el clima de confrontación política e ideológica entre el FMLN y ARENA se convertiría en “el pan de cada día” en la agenda mediática nacional, lo cual se perfilaba como un mal precedente para los dos partidos políticos, si de encontrarle solución a los más urgentes problemas de la sociedad salvadoreña se trataba, contradiciendo así el estribillo utilizado por varios representantes de ARENA en su discurso: “*La política es servicio*”.

Como consecuencia de lo anterior, y después de transcurridos 25 años desde que el FMLN y ARENA iniciaron su carrera política en el período de posguerra, el

interminable clima de dos posturas ideológicas enfrentadas e irreconciliables aún continúa vigente, y con el mismo vigor con que surgió a principios de los años 90. Como resultado de lo anterior, y desde una perspectiva general, todavía prevalece entre la población salvadoreña una cultura de miedo y de terror hacia el supuesto “peligro rojo” que difunden los *Mass Media*, principalmente a través de los distintos canales de televisión de la Telecorporación Salvadoreña. Y ante esto, la conclusión es obvia: ARENA y el FMLN han sido la principal fuente de polarización ideológica en la política salvadoreña desde hace veinticinco años.

Ahora bien, en cuanto al discurso político manejado durante el gobierno arenero de Alfredo Félix Cristiani vale la pena recordar que, en su contenido, dicho discurso tuvo principalmente dos enfoques: por un lado, se decantaba por una renovación política y la conquista de la paz en El Salvador; pero, por otra parte, mostraba abiertamente su clara vocación ideológica anticomunista. La primera postura se encontraba ligada al espíritu restaurador de posguerra, mientras que la segunda se vinculaba con la *doctrina de contención*⁴ del comunismo, una extensión de la política exterior de los Estados Unidos en el continente americano.

Resulta claro que la radical postura anticomunista que fundamenta el perfil nacionalista de ARENA desde su fundación, ha sido clave en el andamiaje discursivo que circula en la agenda mediática de todos los gobiernos areneros. Así, en la segunda administración arenera, el expresidente Calderón Sol se caracterizó por un discurso defensor de la privatización, continuador del proyecto hegemónico impulsado por su antecesor. Vale recordar que, en la campaña electoral de Calderón Sol, este candidato manejó un discurso anticomunista con carácter muy radical, el cual obligatoriamente tuvo que modificar durante su gestión, presionado por el

⁴ La *doctrina de contención* implicaba en mantener alejada de la región americana la ideología política interior y exterior soviética.

espíritu concertador heredado de los *Acuerdos de Paz*. Además, su llegada al Ejecutivo fue el resultado de una acaudalada campaña electoral y de la buena imagen divulgada a través de la televisión y demás “medios de comunicación”, sobre la anterior gestión de gobierno de Alfredo Cristiani, a quien tendenciosamente calificaban como “el Presidente de la Paz”. Sin embargo, a pesar de su radicalidad y ultranacionalismo, Calderón Sol fomentó el diálogo y la concertación con el FMLN (a menudo se cataloga a Calderón Sol⁵ como un traidor, por haber confrontado a militares y a los areneros más extremistas entre las filas del partido).

A pesar de lo referido en las últimas líneas del párrafo anterior, es a partir de la campaña electoral de Francisco Guillermo Flores Pérez, tercer candidato arenero para la presidencia, que se intensifica el esquema discursivo anticomunista, mediante el despliegue de una propaganda diseñada, exclusivamente, para infundir el miedo o el terror hacia el FMLN, la cual llegó a su punto álgido en las elecciones de 2009, en la disputa por el poder Ejecutivo. Tal cual había sucedido en todas las votaciones anteriores, ARENA inyectó millonarias sumas de dinero en mercadotecnia electoral, cuyos mensajes comenzaron a circular en toda la maquinaria de medios informativos, principalmente a través de la televisión. De este modo, la derecha oligárquica y empresarial salvadoreña logró mantenerse en el poder, en forma consecutiva, por otro periodo más, consolidando así el proyecto económico neoliberal que había iniciado el político y empresario Alfredo Cristiani Burkard, quince años atrás.

Una vez que asumió el Ejecutivo, Francisco Flores Pérez se caracterizó por no dialogar con la oposición. Además, el 22 de noviembre de 2000, anunció la propuesta para un modelo económico basado en la instauración del “bimonetarismo”, llegando

⁵ Abogado y empresario, Armando Calderón Sol fue uno de los fundadores del partido ARENA, a su vez fue parte del COENA como Director de Asuntos Jurídicos. Su principal escuela política se encuentra en el grupo paramilitar de exterminio de miembros o simpatizantes de izquierda: “escuadrones de la muerte”, durante la guerra civil que aconteció El Salvador.

el anteproyecto a la Asamblea Legislativa el día 23 de ese mismo mes. Finalmente, el 30 de noviembre del mismo año, dicho proyecto fue aprobado sin aparente diálogo entre los diputados del Congreso salvadoreño. Los partidos políticos que votaron por la aprobación e implementación de esa *Ley de Integración Monetaria* fueron: ARENA, PCN y PAN. Y como consecuencia de ese Decreto, la circulación del dólar entró en vigencia a partir del 01 de enero de 2001.

El año 2000 se recordará también por la confrontación discursiva entre el mandatario Francisco Flores y el dirigente cubano Fidel Castro Ruz, el 18 de noviembre de 2000, en el marco de la X Cumbre Iberoamericana que se realizó en Panamá. La raíz de ese “encontronazo” de palabras fue producto de la moción que hizo Francisco Flores para que se condenaran las acciones del grupo armado ETA en Cataluña, España, provocando así la reacción inmediata del revolucionario líder y estadista cubano. Y como si esto fuera poco, en abril de 2002 Flores reconoce y apoya la instauración de un nuevo gobierno de facto en Venezuela, fruto de un golpe de Estado contra el gobernante Hugo Chávez Frías, lo cual permite evidenciar la dura vocación antiizquierdista de los miembros de ARENA, partido fundado y financiado por la oligarquía salvadoreña.

Posteriormente, y en línea de continuidad al frente del Ejecutivo, Flores fue relegado por el empresario de comunicaciones Elías Antonio Saca, en los comicios celebrados el 21 de marzo de 2004. Durante la coyuntura electoral que promovió su elección, la campaña realizada por el partido ARENA se caracterizó por la presencia de un denominador común: la implantación del miedo y la consecuente desinformación. Esta aseveración obedece a que, la estrategia propagandística utilizada por ARENA, intentaba convencer a los votantes de que, si ganaba el FMLN, el país se convertiría en otra Venezuela, u otra Cuba, lo que desencadenaría en un bloqueo de las remesas por parte del gobierno de los Estados Unidos de América, como consecuencia de la

adopción de una nueva política exterior en contra de El Salvador. Y como era de suponer, esa información tendenciosa que circuló entre todos los medios informativos, y principalmente en la televisión, influyó de manera significativa en el electorado salvadoreño al momento de ejercer el sufragio.

Hasta el día de hoy, no cabe ninguna duda de que la postura mostrada por los diferentes medios informativos ha sido determinante para inyectar en la conciencia política de muchos salvadoreños una masiva imagen de deterioro del partido FMLN durante los períodos electorales. No hay que olvidar que la utilización de la consigna el “peligro rojo”, ha formado parte de una premeditada estrategia de desprestigio muy utilizada por el partido ARENA, tanto en tiempos de campaña, como en los momentos en que los privilegios de la élite salvadoreña se han visto amenazados. Es de este modo como surge en el discurso de los areneros el estribillo de “presentes” por la “defensa” de la patria, aunque la patria que ellos promuevan no signifique beneficiar a las amplias mayorías sociales durante sus gobiernos, sino a un reducido sector oligárquico y empresarial.

Es evidente que, de la demonización del adversario político surge la divinización de la imagen de los miembros del partido ARENA. Aunque a menudo, aparentemente, la estrategia sugiera un dudoso interés por la defensa de los intereses de las grandes mayorías, como lo delata la creación de figuras “líderes” dentro del partido, las cuales llegan a convertirse en mitos, con una concepción cuasi mesiánica.

No cabe duda de que, por largos años, la manipulación ideológica ha sido uno de los componentes más sobresalientes en las campañas electorales y durante los gobiernos del partido ARENA. Un ejemplo claro de ello, ha sido la campaña presidencial del año 2009, durante la cual el medio televisivo invirtió todo su esfuerzo en el manejo de temáticas que trataban sobre la desconfianza política que generaba el FMLN entre

la población, y sobre los peligros que suponía su llegada al poder Ejecutivo. En aquel momento, la mayoría de actores políticos de derecha entrevistados por TCS, se referían de manera despectiva al candidato presidencial de la izquierda, Mauricio Funes, polemizando su imagen y la de su partido, lo cual se combinaba con el discurso de inconformidad de algunos sectores políticos estadounidenses, alertando además sobre el inminente peligro que eso representaba para el envío de las remesas, y de la potencial ruptura de relaciones diplomáticas y comerciales con el país norteamericano, si el FMLN llegaba al poder.

En síntesis, es en la televisión, y de manera particular en los canales que forman parte de TCS, donde se fragua el entramado ideológico del bloque derechista de El Salvador, pues es a través de ese medio que se reafirman los “valores” de ese sector económicamente poderoso e influyente en la vida política nacional. También se estimula la instauración de una falsa conciencia política, con el fin de convencer y persuadir a la teleaudiencia salvadoreña, a través del empleo de una serie de estrategias discursivas.

Y a pesar de que el FMLN ha logrado desplazar del Ejecutivo al partido ARENA en las elecciones presidenciales de 2009, este instituto político de derecha aún continúa permeando sus ideas y su doctrina en la mente de la teleaudiencia salvadoreña, ahora desde su función parlamentaria como oposición. Esto es posible, sin embargo, debido a que en la actualidad la nación salvadoreña vive un drama político, social y económico bastante complejo, circunstancia que es aprovechada por la fracción de ARENA para elaborar su retórica partidista y así obtener réditos políticos en futuras campañas electorales.

CAPÍTULO IV

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se definen las teorías que se utilizan a lo largo de la investigación. En vista de que el trabajo está dirigido al estudio de un corpus discursivo de naturaleza oral, se toman en consideración aquellas teorías pragmáticas y aquellos conceptos que orbitan alrededor del ACD. De modo que, estas teorías consiguen articularse con el tema de investigación aquí propuesto, tomando en cuenta su complejo vínculo y total coexistencia. La estructura que adopta este marco teórico parte de la premisa de que las investigaciones que conllevan un análisis discursivo deben seguir un orden racional entre categorías conceptuales y, como resultado de esto, se tiene a bien partir de lo más general a lo más específico.

4.1 PRAGMÁTICA Y SUS POSTURAS TEÓRICAS

En El Salvador, el discurso político está íntimamente ligado a la dimensión pragmática, ya que el usuario es un hablante funcional inserto en un contexto y constituido por una intención comunicativa, en virtud de satisfacer sus propias necesidades o las de grupo. El punto de partida es influir en el destinatario por medio de la persuasión. Para que dicha persuasión tenga los efectos deseados, el productor del discurso ocupa un conjunto de estrategias discursivas que ayudan a fortalecer sus intervenciones mediáticas a través de los elementos pragmáticos, ya sea, implicando información más allá de lo que se dice, expresar agrado o desagrado mediante un acto de habla, o manifestar una idea, todo ello en el esquema «cooperativo» de la información.

El planteamiento anterior justifica la incorporación de la dimensión pragmática en esta investigación, ya que es imprescindible para comprender los mecanismos ocultos que configuran y dinamizan el empleo de estrategias discursivas en la comunicación política de los voceros del COENA, en el programa de entrevistas matutinas *Frente a Frente* de Telecorporación Salvadoreña de Canal 6 de televisión, entre los meses de marzo, abril y mayo de 2017.

4.1.1. Orígenes de la pragmática

Los orígenes de la pragmática están íntimamente ligados a los orígenes de la lingüística moderna como ciencia. Vale destacar, que la lingüística se estableció como tal en el siglo XIX, gracias a los aportes de Ferdinand de Saussure y su obra póstuma *Curso de Lingüística General* (publicado en 1916), abriendo así el camino a futuras investigaciones e interesando a futuros lingüistas y escuelas epistemológicas muy dispares con las ideas de su fundador⁶. De este modo, se han expandido los estudios del lenguaje a otras esferas de análisis, como, por ejemplo, el surgimiento del interés por el estudio del discurso, trasladándose gradualmente a la exploración de fenómenos que exceden los límites de la oración (Meruane, 2009).

Partiendo de lo anterior, fue Charles Morris el primero en utilizar el término pragmática, definiéndola como: “la ciencia de la relación de los signos con sus intérpretes” (Morris, 1985, p. 67, citado en López & Hernández, 2016, p. 70). Si bien es cierto, propone el concepto de pragmática influenciado por las ideas de Charles Sanders Peirce, Morris toma en consideración aspectos sociológicos, psicológicos y culturales que puedan determinar la interpretación de un signo.

⁶ La propuesta de Ferdinand de Saussure (1916) para la conformación de la lingüística se encuentra en un enfoque dicotómico del lenguaje: lengua y habla. La primera categoría tiene por objeto el análisis de la lengua, la cual es un estudio psíquico y social, independiente del individuo. Por otro lado, el estudio abarca el habla, que corresponde a la parte individual del lenguaje, siendo esta de naturaleza psicofísica, que a su vez puede incluir la fonación.

Efectivamente, la pragmática nace de la conjunción de numerosos estudios y pensamientos, puesto que, han surgido a partir de las ideas de Saussure y han ido evolucionando con el devenir del tiempo, hasta llegar al reconocimiento de los factores contextuales que ilustran el acto de habla en un discurso y cómo este último, está barnizado de una intencionalidad capaz de influenciar la realidad sociocultural. Lo dicho hasta aquí, sugiere una conceptualización terminológica de pragmática y cómo esta se ancla en el ACD.

4.1.2. Pragmática y Análisis del Discurso

A pesar de que son varias las definiciones que se plantean sobre pragmática, en la presente investigación se toma la postura teórica de Victoria Escandell y la de Juan Herrero Cecilia:

[...] se entiende por pragmática el estudio de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, es decir, las condiciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante concreto en una situación comunicativa concreta, como su interpretación por parte del destinatario. (Escandell, 1996, pp. 13-14)

Para ello, se toma en cuenta:

[...] la actividad enunciativa y de la elaboración del enunciado, relacionándose también con el estudio de los actos de habla y el estudio de la interacción en el intercambio verbal, las máximas conversacionales de Grice, etc. (Herrero, 2006, p. 17)

En resumidas cuentas, se entenderá por pragmática a la disciplina que estudia el lenguaje en uso, a partir de la interpretación que se toma de los factores lingüísticos y

extralingüísticos que determinan los signos verbales y no verbales. Para ello, se toman en cuenta nociones como las de emisor, destinatario, contexto verbal, intencionalidad y todo factor que entra en juego. Precisamente, la pragmática se ocupa de esos factores que la gramática como tal, no se encarga de estudiar. De ahí el salto de la oración como unidad de análisis al enunciado.

En el proceso de comunicación, las palabras siempre tienen un sentido que va más allá del significado, esto es, el propósito del emisor. De acuerdo con esto, la pragmática analiza la relación que existe entre lo que se expresa literalmente y lo comunicado, en términos intencionales. De igual manera, el ACD toma en cuenta las maquinaciones del locutor en el habla. Este objetivo de estudio que comparten en común estas dos vertientes de análisis justifica, sin duda, la incorporación de las estrategias discursivas y el enfoque del ACD en esta investigación, ya que, es bien sabido que el político salvadoreño sin distinción alguna, usa la palabra, la hace suya, la convierte en acción y luego en regulación; sin embargo, para ello necesita echar mano de estrategias que le permitan hacer de su discurso algo más efectivo, creíble y persuasivo.

Así, la presente investigación persigue un objetivo comunicativo que implica una determinada competencia de enunciación, que en este caso sería: determinar cuáles son las estrategias discursivas más utilizadas por los miembros del COENA, y explicar a partir de los elementos pragmáticos cómo se configura y legitima el discurso ideológico de la derecha política salvadoreña y cómo se legitima el abuso de poder que deriva de sus acciones. Para esto, se ha tomado en consideración la teoría de los actos de habla de Searle y Austin, y los principios de cooperación de Grice. Es por ello que, a continuación se exponen los aportes teóricos de estos autores, con el fin de comprender los procesos comunicativos en los que participan las autoridades del partido ARENA.

4.1.3. Teoría de los actos de habla: Searle y Austin

Un componente insoslayable en pragmática y en cualquier estudio del ACD es la teoría de los *actos de habla*, cuya formulación original se debe a John Langshaw Austin en su libro: *Cómo hacer cosas con palabras*, publicado en 1962, postura teórica que posteriormente fue robustecida por J. Searle, quien sigue la línea de Austin, implementando un modelo más desarrollado.

De acuerdo con Austin, un acto de habla es la exposición del enunciado y puede realizarse en forma oral o escrita, siempre y cuando se lleve a cabo la realización de una acción mediante el empleo de palabras⁷. Es decir, que mediante los actos de habla se puede ofrecer o solicitar información, expresar agrado o desagrado, proferir amenazas o simplemente justificar una idea, etc.

Para explicar a profundidad la finalidad de cada uno de estos actos, Austin (1956, citado en Marimón, 2008) propone una clasificación en tres niveles:

- Acto locutivo: Es el hecho de decir algo, comprende un acto fónico “emitir sonidos”, un acto fático “emitir palabras” y un acto rético “emitir tales secuencias con cierto sentido y referencia”.
- Acto ilocutivo: Es el propósito o finalidad concreta del acto de habla.
- Acto perlocutivo: Es el que tiene lugar por haber dicho algo, por ello, es el efecto que se produce en el receptor en una determinada circunstancia.

Esta clasificación ayuda a entender las funciones de los diferentes actos de habla. A esto se suma la clasificación de los actos ilocucionarios que retomó y perfeccionó

⁷ Tanto para Austin como para Searle, el discurso tiene un contenido intencional expresado por los actos de habla en los enunciados. Para ello, se hace necesaria la presencia de un emisor-receptor, una actividad discursiva y un contexto, para poder transmitir significados.

Searle de la propuesta austiana. Searle propone cinco categorías operables según la intención o finalidad del acto⁸.

La clasificación propuesta por Searle (1979) es la siguiente:

- Actos aseverativos: La intención del emisor es expresarle al receptor el estado psicológico del locutor mediante la aseveración, corrección o la negación, con diferentes grados de certeza.
- Actos directivos: Orientan a que el receptor del mensaje haga o ejecute una acción.
- Actos compromisorios: Implican un compromiso o una obligación por parte del locutor.
- Actos expresivos: La intención del locutor es expresar su estado anímico y actitudes.
- Actos declarativos: Ocurren cuando la intención del locutor es provocar un cambio en el mundo a través de sus declaraciones. No existe condición de sinceridad.

Como puede observarse, esta última clasificación de actos de habla refiere una intención o finalidad en la dinámica comunicacional, por consiguiente, es indispensable para explicar a qué tipo de acto ilocucionario pertenece la estrategia discursiva empleada por el miembro o portavoz del COENA.

⁸ Searle considera que un acto de habla debe de cumplir unos requisitos para su emisión: primero, se deben de dar las condiciones para que el hablante se dé a entender y el oyente pueda comprender; en segundo lugar, lo que se dice sea cierto, dicho de otro modo, que exista responsabilidad ante lo expresado.

4.1.4. Principio de cooperación de Grice

La teoría de los actos de habla de Austin dio paso a otra de las teorías más relevantes en el campo de la Pragmática: el *principio de cooperación*, del filósofo y lingüista Herbert Paul Grice. Según el Diccionario de Términos Clave de ELE (2019), “se entiende como principio de cooperación un supuesto pragmático muy general de intercambio comunicativo, por el que se espera un determinado comportamiento en los interlocutores, como consecuencia de un acuerdo previo”. Para llegar a un entendimiento en el acto comunicativo, Grice deriva cuatro máximas:

- Máxima de cantidad: “Haga su contribución tan informativa como se requiera, pero no más de lo necesario”.
- Máxima de calidad: “Intente que su contribución sea verdadera”.
- Máxima de relación: “Diga cosas relevantes”.
- Máxima de modalidad: “Sea claro”. Esta máxima comprende a su vez cuatro submáximas:
 - a. Evite la oscuridad expresiva
 - b. Evite la ambigüedad
 - c. Sea breve
 - d. Sea ordenado

Sin embargo, en la comunicación cotidiana, y en especial en el discurso político salvadoreño (que es lo que analiza esta investigación), estas máximas se incumplen con demasiada frecuencia. Por ello, Grice habla de cuatro tipos de incumplimientos, listados a continuación:

- Violación encubierta: El emisor del mensaje induce a error, o a un engaño.
- Supresión abierta: El diálogo se rompe porque el interlocutor se niega a colaborar.

- Conflicto o colisión: Uno de los interlocutores opta por una máxima en detrimento de otras.
- Incumplimiento o violación abierta: Desprecio de una máxima, entorpeciendo a las demás. Este incumplimiento se lleva a cabo cuando se respetan todas las máximas, con excepción de una, impidiendo que lo enunciado siga al pie de la letra el cumplimiento de cada una de las máximas.

4.1.5. Implicaturas: convencionales y no convencionales

Ahora bien, para suplir estos incumplimientos, Grice (1989) propone un concepto clave llamado *implicatura*. El autor establece una distinción de los enunciados de aquello que se dice y lo que se comunica. Lo que se dice se expresa formalmente, sirviéndose del código lingüístico y corresponde al contenido proposicional. En contraposición, lo que se comunica, es toda la información que transmite el enunciado; se parte, pues, de la base de que los enunciados explican el significado de ese contenido proposicional. Ese algo más es un contenido implícito y recibe el nombre de implicatura.

Grice propone dos tipos de implicaturas⁹, las *convencionales* y las *no convencionales*. Las implicaturas convencionales son las que se derivan directamente de los significados de las palabras, mientras que, para descifrar los no convencionales, se debe recurrir a los factores contextuales. A su vez, las implicaturas también pueden ser conversacionales, ya que se explican a través de factores de la conversación; y no conversacionales, que tienen que ver con factores de naturaleza moral, estética o social, por ejemplo las cortesías.

⁹ El proceso inferencial que lleva a cabo un enunciado es intencional, esto implica, conseguir una acción o unos fines particulares por parte del locutor en el alocutario. En consecuencia, una implicatura no debe recibirse ingenuamente.

4.2. DEFINICIÓN DE DISCURSO

En El Salvador, como en otras latitudes del mundo, el discurso constituye una herramienta esencial en el escenario mediático. En cada manifestación de la vida pública donde aparezca un político: en un mitin, en un campo pagado o en un spot publicitario, en una entrevista o en una sección informativa, siempre emergerá un discurso que se considere “depósito” de una ideología. Después de todo, se trata de un suceso de comunicación.

Como puede observarse, el discurso es una categoría clave en esta investigación, muy ligada al ACD y a la pragmática. Sin la conceptualización previa del discurso no sería posible entender las unidades más abstractas que orbitan esta investigación, como ideología y poder, y del mismo modo, las estrategias discursivas. Por esta razón, es importante presentar una exposición clara de dicho término operativo, y de las características particulares que se ajustan, tanto al perfil idiosincrático de los actores políticos de ARENA, como a la orientación que sigue el presente estudio.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, para Emile Benveniste, el discurso es parte de un modelo de comunicación. Para este autor, el habla es la puesta en acción del código, donde se circunscriben tres elementos definatorios que constituyen el aparato formal de la *enunciación* (el decir). Ellos son: un *enunciado* (lo dicho, el resultado de la actividad enunciativa); un *locutor* (quien habla, en este caso la autoridad o representante del COENA) y un *alocutario* (quien recibe el mensaje, la audiencia del programa de entrevistas televisivas *Frente a Frente*). En términos concretos, el sujeto es productor del discurso o voz enunciativa, en función de un determinado destinatario (tú, vosotros) que se apropia de la lengua con el fin de persuadir o convencer al otro, para lo cual utiliza diversas estrategias (Benveniste, 1985).

Es importante mencionar que, cuando se habla de un enunciado, se habla de un *acto de habla*. Para Van Dijk (2000, citado en Koutný, 2006), la suma de secuencias de actos de habla puede formar unidades más abstractas que desempeñan una función global del discurso en su totalidad: “comunican significados y al mismo tiempo tienen una dimensión social” (Koutný, 2006, p. 7). Simultáneamente, el discurso es interacción verbal, alude a un proceso comunicativo, ocurre en un marco social, donde los participantes interactúan pasiva o activamente en la construcción del mismo. Según Manuel Alvar (2000), esto implica la existencia de tres funciones primarias en todo acto comunicativo:

- Locución: Hace referencia a que todo acto de lenguaje requiere de un locutor que se haga presente ante otro. En este sentido, los miembros del COENA se hacen presentes ante un alocutario, a una audiencia televisiva, mediante un medio masivo de comunicación.
- Relación: Proyecta el acto locutivo sobre el otro. En otras palabras, refiere a la relación de fuerzas que se da en la interacción.
- Tematización: Constituye la sustancia semántica que compone el mensaje. Es decir, tiene que ver con los tópicos del discurso que las autoridades del COENA organizan alrededor de sus intereses, así por ejemplo: la supuesta mala gestión gubernamental de su contrincante, gastos excesivos, endeudamiento, nuevas políticas fiscales o populismo.

Por ello, Van Dijk (1994) sostiene que el discurso es una poderosa arma de construcción y reproducción de las ideologías y del abuso de poder. Así, para dicho autor, el sujeto que ejerce el poder despliega un control mental de manera indirecta sobre su interlocutor, con el fin de conseguir lo que desea a través de la persuasión. El discurso puede provenir de un político, un profesor, un dirigente sindical, una institución, etc.

De acuerdo con todo lo anterior, se entenderá en esta investigación como discurso: la suma de actos de habla que tiene como propósito la mera (re)producción ideológica, cargada de una fuerte intencionalidad y objetivos personales o de grupo, cuya eficacia recae, en vigor, en los mecanismos de persuasión y manipulación para lograr influir en los grupos subalternos a los cuales va dirigido el mensaje. Este concepto, que unifica las anteriores posturas, discurre en cinco aspectos:

- El discurso de los miembros del COENA se encuentra integrado al ámbito pragmático (acto de habla).
- Las estrategias discursivas están al servicio de los objetivos e intereses del locutor, por lo tanto, el discurso es susceptible de enmarcarse en una relación que derive en un abuso de poder.
- ARENA, por constituirse en un instituto político, alberga en su seno un sistema ideológico que se transmite, reproduce y transforma la vida social mediante la utilización de un discurso.
- El discurso de las autoridades del COENA es importante para la reproducción y mantenimiento de los valores dominantes, es decir, de la élite salvadoreña.
- Por tanto, la anterior conceptualización se enmarca en un *discurso político*, debido a que su producción procede de la “escena política” y el locutor es propiamente un político.

4.3. ESTRATEGIAS DISCURSIVAS

Para llevar a cabo la construcción de significados y sentidos en el escenario político salvadoreño por medio del discurso, los miembros y portavoces del COENA, de manera sistemática, consciente o con escaso grado de planificación, despliegan un conjunto de estrategias discursivas (en adelante ED) a través de las cuales manipulan, persuaden e influyen ideológicamente sobre el receptor, mediante una determinada configuración de la realidad transmitida en el mensaje. Por consiguiente, describir

esta combinación de recursos es dar cuenta de una planificación discursiva particular de los miembros del partido de derecha en El Salvador; de ahí su vital importancia como categoría de análisis en la presente investigación.

Ante la situación planteada, es importante establecer un concepto claro y preciso de ED que dé respuesta al fenómeno discursivo anteriormente esbozado, que sirva de enlace entre la teoría y el análisis e interpretación de los corpus, como también que facilite a los ciudadanos identificar los niveles de distorsión de la realidad, producto del abuso de poder.

En consecuencia, las ED son todos aquellos recursos lingüísticos de los que hace uso un locutor, a fin de intensificar y reforzar su mensaje para lograr un objetivo en particular. Las ED se presentan en todas las manifestaciones de la vida cotidiana, a nivel político, social, educativo, académico, etc. Otro rasgo particular de las ED, es que se manifiestan tanto en el discurso oral, como en el escrito¹⁰.

La anterior conceptualización se refuerza con la propuesta de Salvio Martín Menéndez, profesor de las Universidades de Buenos Aires y Mar del Plata (2000), quien plantea que las ED son un plan estratégico global, diseñado con el objeto de obtener una finalidad en función de la situación interactiva de los interlocutores, los cuales pueden identificarse a partir de los recursos gramaticales (ligado al análisis textual) o pragmáticos (de tipo discursivo contextual). Para Menéndez, es en el discurso dónde se manifiesta la efectividad de la selección de las ED. Vale destacar, que para la presente investigación interesan las estrategias de carácter pragmático, por

¹⁰ Numerosos autores han contribuido a la noción de «estrategia discursiva» desde diferentes sub-disciplinas y campos del discurso, como por ejemplo: Calsamiglia Blancafort, Iber Verdugo, Maingueneau y Charaudeau, desde el AD; Wodak y Meyer en la vertiente del análisis crítico del discurso; en la semiótica discursiva se encuentra a Verón, como su principal exponente (Sal de Paz & Maldonado, 2009).

las implicaciones que tienen en la construcción simbólica de la realidad por parte del receptor salvadoreño.

La definición antes expresada es importante para entender la utilidad de las ED en este trabajo, pues la propuesta de S.M. Menéndez encaja con el postulado de Ruth Wodak (2000), enmarcada en el ACD, quien asegura que toda ED es un plan de acción, más o menos deliberado, que se asocia a un fin. Desde esta línea, las ED sirven para persuadir y lograr que un mensaje cumpla con los objetivos e intenciones del locutor: persuadir y manipular al alocutario. Ante esto, la autora propone una serie de ED listadas en la tabla número 2 de este apartado, las cuales son utilizadas en el análisis de este trabajo.

Tabla 2

Elementos que componen la propuesta de ED de Reisigl & Wodak

ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	INSTRUMENTOS (Ejemplos)
Referencia, o modo de nombrar	Construcción de grupos internos y externos	<ul style="list-style-type: none"> • Categorización de la pertenencia • Pronombres • Metáforas
Predicación	Etiqueta a los actores, de forma positiva y negativa	<ul style="list-style-type: none"> • Atribuciones estereotípicas • Atribuciones valorativas de los rasgos negativos o positivos.
Argumentación	Justificación y cuestionamiento de las atribuciones positivas o negativas.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Topoi</i> (Método para construir o tratar un tema para ganar el apoyo o simpatía del receptor.)
Intensificación y mitigación	Modificación de la posición epistémica de una proposición.	<ul style="list-style-type: none"> • Intensificación: Refuerza la verdad de lo expresado, a fin de ejercer influencia en el receptor. En consecuencia, es un acto de <i>poder</i>. • Atenuación: Mecanismo de protección de la imagen

Puesta en perspectiva, enmarcado o representación del discurso	Ubicación del punto de vista del que habla	positiva del locutor o de su interlocutor.
		<ul style="list-style-type: none"> • Expresiones vagas • Fuerza argumentativa • Fuerza ilocucionaria de las afirmaciones • Comunicación • Descripción • Uso de pronombres y personas gramaticales

Adaptado de: Wodak & Ferreiro (2014)

Las ED mencionadas están íntimamente relacionadas con la ideología y el poder, elementos fundamentales para la producción de un discurso político. Por ello, y en opinión de Wodak (2009, citado en Wodak & Ferreiro, 2014): las ED “intentan construir y establecer una cierta identidad nacional promoviendo unificación, identificación y solidaridad, así como diferenciación” (p. 14).

En otro orden, Van Dijk (2003) considera que las ideologías se manifiestan abiertamente, otras disimulada o tímidamente. Defiende la idea de que todo discurso ideológico tiene ED que consisten en la autopresentación positiva de un grupo y, desde luego, presentar negativamente al otro. Para tal efecto, el lingüista neerlandés considera la existencia de cuatro ED que relacionan ellos-nosotros, donde se presentan los elementos positivos de “nosotros”, y los aspectos negativos de “ellos”, brinda diferentes categorías que permiten evidenciar el modo en que intervienen las ideologías en un discurso.

Tabla 3

Tipos de autopersección positiva y presentación negativa

Hablar de nuestros aspectos positivos.	No hablar de nuestros aspectos negativos.
Hablar de sus aspectos negativos.	No hablar de sus aspectos positivos.

Estas ED permiten enfocarse en la articulación y construcción de la identidad de un grupo, en este caso, en la identificación política de ARENA, y cómo sus autoridades posicionan sus puntos de vista frente a sus contrincantes políticos en términos de polarización.

Por su parte, Molero y Cabeza (2009) plantean un conjunto de ED en función del contexto y la finalidad del discurso:

- Estrategias de captación: Se utilizan principalmente para cautivar al receptor y persuadirlo, mediante la efectiva construcción del mensaje enviado o mediante el reforzamiento y la exaltación de posiciones interesadas. Su particularidad reside en generar un cambio de perspectiva en el oyente, a fin de atraer nuevos adeptos.
- Estrategia de credibilidad: Según Molero y Cabeza (2009), son recursos utilizados para reforzar y aumentar el nivel de credibilidad del sujeto discursivo, su finalidad es ser el foco de referencia. El uso de esta estrategia debe estar sostenido por un manejo y dominio previo del discurso a esgrimir, ya que deben valerse de argumentos sólidos y genuinos que no puedan ser refutados.
- Estrategia de deslegitimación: Su intención es el desconocimiento o la descalificación, de entrada, a la figura del adversario, apelando a la pulsión del sujeto receptor del mensaje. Este tipo de estrategia se considera la más común de aplicar en los espacios de debate, y de forma mucho más intensiva y directa en las campañas electorales. Se considera que el abuso de este recurso puede incurrir en ataques sin fundamentos.

- Estrategias de dramatización: "Mueve al emisor político a poner en práctica una actividad discursiva hecha de analogías, comparaciones, metáforas, anécdotas, etc., y que se apoya más en creencias que en conocimientos, para producir en el otro determinadas emociones buscando seducir, amenazar, aterrorizar, es decir, buscando captar a un interlocutor o a un auditorio" (Molero & Cabeza, 2009, p. 116).
- Estrategias polémicas: Según la opinión de Molero y Cabeza, estas estrategias son consideradas negativas, puesto que van orientadas a la descalificación del adversario, siendo utilizadas principalmente en discursos políticos y sociales para generar reacciones abruptas, extremas en el destinatario. Su fin es producir un cambio rápido en la perspectiva del receptor, haciéndolo reaccionar negativamente contra el sujeto del que se habla. El uso indiscriminado de esta ED puede afectar al locutor, si la información que este enuncia es falsa o de dudosa procedencia.

El análisis contempla la hibridación de las tres propuestas de ED planteadas en este apartado, tanto por Molero y Cabeza, Van Dijk y el aporte de Ruth Wodak. A través de esta combinación de estrategias se pretende dar un acercamiento a:

- ¿Cuáles son las ED más usadas por los miembros del COENA para configurar y legitimar su ideología?
- ¿En qué medida las ED empleadas por los miembros del partido ARENA, contribuyen a legitimar el abuso de poder?
- ¿Cómo se construye la identidad política de ARENA, a través de las ED?
- ¿Cómo son nombrados y referidos los sujetos discursivos?

4.4. IDEOLOGÍA

Un concepto inseparable y vinculado profundamente al ACD es el de ideología. Particularmente, el discurso político en El Salvador se encuentra en constante enfrentamiento con otros discursos. Esto es debido a la necesidad de los políticos de legitimar sus acciones, como también a la de convencer o persuadir al alocutario. Tradicionalmente, este choque de discursos se produce entre la ideología de la derecha y la de la izquierda. Es por ello que interesa delimitar el concepto específico de ideología, como categoría de análisis en esta investigación.

Sin duda alguna, la ideología es un término bastante polisémico, a veces controvertido y sin consenso, a veces unánime. Su primera acepción fue ideada por un intelectual francés ilustrado: Destutt de Tracy en 1796, cuya intención era desarrollar una ciencia de las ideas que permitiera liberar de la mente humana las mistificaciones, sobre todo aquellas que estuvieran relacionadas con la concepción metafísica o religiosa de la época. Sin embargo, fue a partir de la obra del filósofo y economista alemán Karl Marx, que el concepto de ideología cobró la importancia que le reviste hoy en día. Así, para Marx no es más que un conjunto de ideas ilusorias (a lo que Hegel llamaría “falsa conciencia”) que las clases dominantes montan para legitimar los mecanismos de explotación, siendo el trabajador asalariado un individuo alienado, cuya existencia social se traduce en un sujeto dominado¹¹.

Sin embargo, la concepción que se ha de seguir acá es la propuesta por Van Dijk (2008), considerando la ideología como un sistema de ideas o creencias socialmente

¹¹ El punto de ruptura de la concepción marxiana de ideología, según José Eduardo Moreno (2015), lo advierte Van Dijk en los ensayos críticos de Seliger sobre *La concepción marxista de la ideología* (1979), en donde ideología ayunta un conjunto de ideas propias de un grupo o una colectividad, rompiendo así, con el pensamiento marxista de realidad ilusoria ligada a las condiciones materiales de existencia. La novedad, en lo que se refiere a esta nueva orientación, radica en que a partir de una determinada concepción de mundo se formulen un conjunto de ideas inherentes a la práctica social y política.

compartidas. Para dicho autor, todos los usuarios del lenguaje pertenecen a una comunidad, grupos u organizaciones con sus respectivos marcos de ideas. En efecto, cada uno de los miembros que conforman una sociedad o grupo está barnizado de un sistema ideológico dado, diferenciándolo y definiéndolo de los demás en cuanto a su identidad, tareas, metas, normas, valores, posiciones y recursos. Como puede observarse, corresponde al orden social en oposición al marco personal. De esto último, señala el lingüista neerlandés, que no existe correspondencia de ideas con otros individuos.

Siguiendo el punto de vista de Van Dijk (1999), la ideología se manifiesta en el discurso para la divulgación, legitimación y promoción de los intereses de un grupo. El discurso es pieza clave en la determinación ideológica del orden social, ya que a través de dicha herramienta quedan manifiestos los privilegios, los deberes, las sanciones y, desde luego, la intención de ejercer influencia sobre los demás. Este nuevo abordaje se ancla propiamente con el enfoque teórico metodológico del ACD, mediante las estrategias discursivas de quienes ostentan el poder, con el fin de advertir actitudes inaceptables que dejen en evidencia las relaciones de dominación.

Teun Van Dijk destaca otras características de la ideología: “[son] sistemas básicos de cognición social, [además de ser] elementos organizadores de actitudes y de otros tipos de representaciones sociales compartidas por los miembros pertenecientes a un grupo” (2008, p. 202). En esta definición, se puede encontrar una doble dimensión del concepto de ideología: la cognitiva y la social. La primera, hace alusión al sostenimiento y sustento de las ideologías por parte de los individuos, ya que son ellos quienes mantienen a flote un sistema de creencias mediante juicios, opiniones y evaluaciones. En esta dimensión interviene el campo simbólico del pensamiento, puesto que las ideologías son parte inherente de la vida mental de las personas.

En lo que respecta a la segunda dimensión, esta se refiere a un grupo de personas que comparten creencias o representaciones sociales, formuladas deliberadamente, de manera racional y coherente, con el fin de defender sus intereses como colectivo. Ante esto, es de apuntar que existen dos polos, por un lado, se encuentra la ideología dominante, muy ligada a la clase en el poder; y por el otro, la ideología que se ubica en las clases dominadas, llamada subalterna, siendo esta última clase social la que se encuentra susceptible a la manipulación de sus estructuras mentales.

Considerando todo lo anterior, resulta obvio afirmar que, como instituto político, ARENA posee un conjunto de creencias o ideas propias que lo determinan y lo diferencian de otras organizaciones políticas de El Salvador. Como se apuntó en el apartado dedicado al COENA, el partido de derecha no solo acuña la ideología republicana y nacionalista, sino también las ideas del sector privado, de ahí que se muestre liberal en lo económico. Además, se diferencia de la izquierda salvadoreña representada por el FMLN, tanto en su identidad ideológica, característica de su discurso, como en los valores del partido y en su práctica política.

El medio por el cual la ideología del partido ARENA se filtra, transita y sostiene en las mentes de las personas salvadoreñas en una coyuntura determinada es el discurso. A su vez, dicho discurso se mueve y circula en los medios masivos de comunicación afines a los intereses del partido, siendo TCS uno de los principales bastiones en la divulgación de la ideología arenera. La orientación estratégica que sigue esta empresa de audiovisuales es la de servir de instrumento de control, manipulación y ocultamiento de la realidad, por lo que su importancia es capital en la legitimación del orden social salvadoreño. Sin Telecorporación Salvadoreña, la ideología arenera no alcanzaría la cobertura que hoy en día ha logrado.

Lo anterior se traduce en un problema hacia la sociedad salvadoreña, puesto que se legitiman los designios ideológicos de la clase dominante, abanderados por el partido

ARENA, manteniendo el *status quo* que a lo largo de muchos años ha suscitado la dominación y las desigualdades sociales en las masas populares, que durante décadas han sido víctimas del abuso de poder.

4.5. PODER: EL CONTROL DEL DISCURSO

Otro concepto necesario para la interpretación del corpus es el de poder. Al igual que la ideología, *poder* es una categoría necesaria para la interpretación crítica de las muestras discursivas de los miembros del COENA. Su importancia es ineludible en cualquier análisis e interpretación de un discurso político, por tratarse de un fenómeno social que nunca debe ser visto o tratado de forma aislada. Por este motivo, se justifica la incorporación de este término en el presente trabajo de investigación.

Hecha la observación anterior, para el historiador y filósofo francés Michel Foucault (1992, 2001), se debe entender el concepto de poder como una estrategia, y no como una propiedad que puede ser adquirida. Por lo tanto, no se circunscribe a una institución o a un Estado, como lo concebía el florentino Nicolás Maquiavelo¹², sino más bien deriva en unas instituciones concretas, se manifiesta en todas partes como expresiones de vigilancia, sometimiento, dominación, coerción, tanto en iglesias, Estados, sistema educativo, los cuerpos policiales, institutos políticos, etc. El poder también surge en las interacciones sociales, en los grupos pequeños, incluso en el marco de la cotidianidad. Finalmente, considera que en el discurso se manifiesta el poder en lo dicho y lo no dicho.

Entonces, se define el poder como la imposición de la voluntad propia hacia los demás a través de un discurso, cuya finalidad es influir o generar algún efecto o

¹² Maquiavelo plantea que es en la acción política donde se manifiesta la lucha, adquisición y mantenimiento del poder, acentuando el uso de cualquier medio para obtener o mantenerse en él de manera exitosa. Para lograr dichos fines, se debe desmarcar de cualquier valor ético el ejercicio del poder. Maquiavelo plantea una interpretación bipartita de los individuos: el gobernante y los dominados, este último sí debe regirse por la moral tradicional. En líneas generales, la noción del poder aquí, no es otra cosa que el sometimiento sobre los demás hombres.

comportamiento por medio de la persuasión sobre uno o más individuos. Dicho concepto habilita un control sobre dos instancias: los actos de las personas y la mente de las personas. Para esta dinámica, es necesario que la persona o el grupo que ejerce el poder haga uso de un potente discurso, y este a su vez necesita de una serie de estrategias que le ayuden a alcanzar sus objetivos.

En el campo de disputa por el poder, puede observarse que las fuerzas políticas mayoritarias del país (ARENA y FMLN) buscan posicionarse con carácter hegemónico¹³. En consecuencia, buscan implantar una forma de dominación, en la cual la coerción y la violencia simbólica no desaparecen, pero sí coexisten con formas de aceptación del poder y la dominación más o menos voluntarias o consensuales por parte de los sujetos subalternos. Para ello, no basta con poder ejercer el liderazgo político o hegemonía, o la fuerza material del gobierno, sino, con la aceptación más o menos voluntaria de los sujetos dominados.

Por ello, hay que considerar discurso, ideología y poder como una tríada inseparable. Esto significa que el discurso es un instrumento en el que se mueven los sistemas ideológicos en las prácticas sociales; mientras el poder es la realización o ejercicio de una praxis o voluntad subordinada irremediabilmente a una ideología. Esta forma de control y manipulación expresada en estatutos, idearios, manifiestos y programas electorales, necesita un despliegue de ED para legitimar e influenciar la construcción simbólica de la realidad, con la que los grupos dominantes bombardean a los individuos, a través de los medios masivos de comunicación. Sirvan de ejemplo las actividades del COENA, cuando sus miembros pretenden influir sobre el electorado mediante estrategias discursivas, con el fin de condicionar la decisión y el comportamiento de la opinión pública.

¹³ De acuerdo con el *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*, hegemonía es la capacidad que ostenta un grupo o clase para ejercer la dirección intelectual y moral sobre la totalidad de la sociedad.

CAPÍTULO V

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se ha desarrollado desde un paradigma interpretativo, iniciando con la descripción y acercamiento al discurso de los miembros del COENA. La interpretación fue el mecanismo a través del cual se advirtió el modo en que se revela y erige el ideario y el abuso de poder de los miembros del partido ARENA, a través del empleo de estrategias discursivas. Para ello, fue necesaria la convergencia del componente pragmático y del Análisis Crítico del Discurso para cumplir los objetivos trazados en esta investigación.

De forma sintética, el paradigma interpretativo¹⁴ se caracteriza por centrar su interés en las prácticas sociales y en los significados de las acciones humanas. Por ello, surge como alternativa opuesta al paradigma positivista, puesto que la realidad social es dinámica y diversa, y no fragmentada y estática. Por otra parte, el enfoque utilizado en esta investigación corresponde al enfoque cualitativo, puesto que existen diferentes fenómenos que no podrían comprenderse desde una dimensión cuantitativa.

En el enfoque cualitativo se desarrolla e incluyen conocimientos que ayudan a comprender el objeto en estudio a partir de información cualitativa. Esto quiere decir, que se usan categorías de análisis propuestas en un marco teórico para explicar un

¹⁴ Existen múltiples términos para denominar a este paradigma de investigación, entre ellos: Hermenéutico, etnográfico, simbólico y fenomenológico, etc. Según Monteagudo (2001), el vocablo interpretativo es más abarcador y menos restringido que las anteriores expresiones, ya que no tiene un campo específico derivado de alguna corriente de investigación. Ciertamente, el historicismo, la hermenéutica (desde las ideas del filósofo alemán Martin Heidegger) y la fenomenología han contribuido en su epistemología; de este último, se considera al filósofo y matemático moravo Edmund Husserl el fundador del paradigma interpretativo.

tema cuya naturaleza es profunda y dinámica, por tanto, el método es inductivo y analítico. Su objetivo es la comprensión de los datos, más allá de un manejo de estadísticas o de la aglomeración de información cuantitativa sobre variables.

Por otra parte, es necesario destacar que el presente estudio partió de un análisis descriptivo de los hechos comunicativos. Esto significa, que para rendir cuenta de las estrategias discursivas más utilizadas por los miembros del COENA, se ha utilizado como cimiento de análisis un presupuesto teórico proveniente de la pragmática: actos de habla, las máximas de H. P. Grice y sus respectivas implicaturas; y desde luego, un compendio de estrategias junto a los conceptos del ACD como: discurso, ideología y poder.

5.2. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Con el propósito de cumplir con los objetivos que rigen esta investigación, se hizo necesario incorporar el Análisis Crítico del Discurso como método al presente trabajo. Esto se justifica, por ser el análisis del discurso una valiosa herramienta en las ciencias humanas y sociales, empleada para desentrañar el abuso de poder sobre los grupos subalternos, y para poner en evidencia los sistemas de dominación ideológica a partir del lenguaje en uso de los hablantes insertos en un grupo o marco social. Significa pues, que el ACD reconoce la correspondencia de discurso y sociedad, razón por la cual, se ocupa exclusivamente de problemas sociales y políticos con mirada «crítica» (Van Dijk, 1999).

Teun van Dijk (1999) apunta que el ACD¹⁵ es una propuesta de investigación social con carácter analítico de las estructuras y estrategias de texto y habla. Dicha propuesta permite conocer y describir lo que dice el locutor, como también su contexto y el entorno circunstancial en que los discursos son formulados. Su característica peculiar es la interdisciplinariedad, debido a las complejidades entre fenómenos discursivos y las estructuras sociales. Metodológicamente, el ACD integra componentes procedentes de otras disciplinas para ofrecer una interpretación adecuada del objeto de estudio. De ahí su compatibilidad con la pragmática¹⁶, la planificación de estrategias discursivas, los actos de habla, implicaturas, etc.

Entre los aspectos centrales del ACD se citan los siguientes:

- Se caracteriza por interpretar y dejar en evidencia cómo el discurso contribuye a la reproducción de la desigualdad y la injusticia social en el escenario de los medios de comunicación, ya que dicho enfoque ayuda a la resistencia y a la solidaridad en la disparidad social, permitiendo reivindicar y reorientar al subalterno, a la clase que tradicionalmente ha sido castigada por la maquinaria política e ideológica.
- El ACD es interpretativo y explicativo, ya que como cualquier metodología cualitativa, persigue comprender las múltiples interpretaciones que puedan derivarse de un discurso.
- El foco del ACD es descubrir prácticas anómalas y socialmente inaceptables. Desde esta perspectiva de análisis, se evidencia cómo los discursos

¹⁵ En lo tocante a los principios teóricos del ACD, éste tiene sus antecedentes en la teoría crítica de la escuela de Frankfurt, y en críticos neo marxistas como Gramsci y Louis Althusser. De la Fuente García (2002) señala que estos estudios no se centraron explícitamente en el lenguaje, sino en una visión crítica, donde conceptos como: hegemonía, ideología, poder social, etc., tomaron relevancia. Para Van Dijk (2004), fue Roger Fowler quien introdujo el enfoque crítico en su libro: *Lenguaje y control*. Otros como Bajtín y Foucault influyeron poderosamente en la configuración de los primeros estudios.

¹⁶ Lupicinio Íñiguez Rueda (2003) apunta que los actos de habla y la pragmática son las mayores contribuciones a este presupuesto teórico.

manifiestan realidades distintas para mantener el desequilibrio de poder entre grupos subalternos y grupos hegemónicos; en este caso, la élite salvadoreña representada por el partido ARENA.

- El ACD presenta a menudo un vocabulario típico, ajustado a la naturaleza de una investigación analítica, como: *dominación, poder, discurso, hegemonía, subalternidad, estrategias discursivas, discriminación, racismo, abuso, ideología, género*, etc.; no obstante, las categorías vinculadas a esta investigación son: *estrategias discursivas, discurso, poder e ideología*, las cuales orbitan alrededor del Análisis Crítico del Discurso.

En lugar de ofrecer reflexiones acrílicas, lo que se pretende es producir conocimiento que pueda ser útil a la resistencia mental de los grupos dominados. Para ello, fue necesario partir de seis interrogantes puntuales que dieron respuesta al papel que jugó la tríada (discurso, ideología y poder) y más concretamente las estrategias discursivas en el control de las creencias y acciones del alocutario. Precizando de una vez:

- ¿Cuáles son las estrategias discursivas más usadas por los miembros del COENA para configurar y legitimar su ideología?
- ¿En qué medida las estrategias discursivas empleadas por los miembros del partido ARENA, contribuyen a legitimar el abuso de poder?
- ¿Cómo se construye la identidad política de ARENA, a través de las estrategias discursivas?
- ¿Cómo son nombrados y referidos los sujetos discursivos?
- ¿De qué manera contribuyen los elementos pragmáticos a la configuración y legitimación del discurso ideológico de la derecha política salvadoreña?
- ¿En qué medida los elementos pragmáticos contribuyen a que sean efectivas las estrategias discursivas utilizadas por los miembros del COENA, en sus

intervenciones mediáticas del programa *Frente a Frente* de Canal 6 de Telecorporación Salvadoreña?

5.3. INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE LAS MUESTRAS

Los instrumentos de análisis han sido diseñados para dar respuesta a las anteriores preguntas de investigación. Así, el análisis, desde la óptica pragmática, sirvió para dar una explicación funcional de cómo: actos de habla, implicaturas, máximas, etc., contribuyeron a dinamizar las estrategias discursivas emanadas de los discursos emitidos por las autoridades de ARENA en el programa de entrevistas televisivas *Frente a Frente*.

Para mejor claridad en torno a la relación entre estrategia discursiva, actos de habla, implicatura, máximas, principio de cooperación, ideología y poder, se tuvo a bien utilizar un conjunto de matrices que facilitaron el análisis, el cual posteriormente posibilitó la interpretación de los resultados. Las matrices están dispuestas de la siguiente manera:

- Matriz A: Evaluación del tipo de estrategia discursiva que se ha empleado
- Matriz B: Análisis de los actos de habla
- Matriz C: Análisis del principio de cooperación de Grice
- Matriz D: Análisis de la teoría de cooperación de Grice, orientado hacia las implicaturas
- Matriz E: Análisis de la manifestación ideológica expuesta en el discurso
- Matriz F: Análisis del poder, como forma de manipulación ideológica expuesta en el discurso

5.3.1. Guía de análisis de las muestras

1. ¿Cuáles son las estrategias discursivas más utilizadas por los miembros del COENA? Se identifican por medio de la matriz A, que evalúa el tipo de estrategia, el tipo de recurso utilizado y su intencionalidad.
2. ¿De qué manera las estrategias discursivas utilizadas por los miembros del COENA, exponen los elementos de la teoría de los actos de habla, planteados por John Searle? Se identifican mediante la matriz B, que especifica los actos locutivos, ilocutivos y perlocutivos.
3. ¿Cuáles son los elementos pragmáticos de la teoría de cooperación planteada por H.P. Grice? Se presentan a través de la matriz C, que analiza las estrategias discursivas y el cumplimiento de las máximas.
4. ¿Cuáles son las implicaturas derivadas del incumplimiento de las máximas planteadas en la teoría de Cooperación de Grice? Se identifican a través de la matriz D.
5. ¿De qué manera se relacionan las muestras obtenidas con los elementos del ACD? Para ello se toman en consideración los conceptos operativos: Discurso, ideología y poder; ubicados en la matriz E y F.

Ahora bien, en cuanto a la elaboración de las matrices comparativas, estas están planteadas de la siguiente manera en la siguiente página.

5.3.2. Matrices utilizadas en el análisis de las muestras

Matriz A: Evaluación del tipo de estrategia discursiva que se ha empleado

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA <i>FRENTE A FRENTE</i>			
Fecha:		Locutor:	
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de recurso utilizado	Intencionalidad
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	...	Verdadero objetivo que busca la estrategia
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	...	Verdadero objetivo que busca la estrategia
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	...	Verdadero objetivo que busca la estrategia
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	...	Verdadero objetivo que busca la estrategia
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	...	Verdadero objetivo que busca la estrategia
...

Descripción:

La primera matriz comparativa se divide en 4 secciones: en primer lugar, se hace alusión a la muestra ocupada; posteriormente, el tipo de estrategia discursiva interpretada, el tipo de recurso utilizado y, la verdadera intención de la estrategia discursiva.

Matriz B: Análisis de los actos de habla

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA <i>FRENTE A FRENTE</i>				
Fecha:		Locutor:		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Actos de habla		
		Locutivo	Ilocutivo	Perlocutivo
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Lo dicho	La intención o finalidad	Consecuencias que causan en el alocutario
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Lo dicho	La intención o finalidad	Consecuencias que causan en el alocutario
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Lo dicho	La intención o finalidad	Consecuencias que causan en el alocutario
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Lo dicho	La intención o finalidad	Consecuencias que causan en el alocutario
...

Descripción:

La segunda matriz comparativa se divide en 3 segmentos. En un primer momento, se enmarca el enunciado de la muestra seleccionada. Seguidamente, se procede a la clasificación de la estrategia discursiva utilizada por el locutor y, por último, se analizan los tres tipos de actos de habla (locutivo, ilocutivo y perlocutivo).

Matriz C: Análisis del principio de cooperación de Grice

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA <i>FRENTE A FRENTE</i>		
Fecha:		Locutor:
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de Máxima
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Máxima que se derive de la muestra
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Máxima que se derive de la muestra
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Máxima que se derive de la muestra
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Máxima que se derive de la muestra
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Máxima que se derive de la muestra
...

Descripción:

En esta tercera matriz comparativa, se analizan las máximas propuestas por H.P. Grice. De igual manera, la matriz se divide en 3 segmentos: en primer lugar, se toma el enunciado que sirve de muestra emitida por el actor político entrevistado; luego la estrategia discursiva en la que se enmarca, para finalmente explicar qué tipo de máxima se cumple en el enunciado.

Matriz D: Análisis de la teoría de cooperación de Grice, orientado hacia las implicaturas

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA <i>FRENTE A FRENTE</i>		
Fecha:		Locutor:
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de implicatura: convencional o no convencional
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Implicatura que se derive de la muestra
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Implicatura que se derive de la muestra
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Implicatura que se derive de la muestra
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Implicatura que se derive de la muestra
...

Descripción:

Esta cuarta matriz comparativa analiza las implicaturas derivadas de la muestra discursiva, es decir, la información que el emisor transmite sin expresarla explícitamente. Dicha información se ve reflejada en el último cuadro, pues se analiza si la implicatura es *convencional* (lo que se dice), o *no convencional* (lo que quiere significar).

Matriz E: Análisis de la manifestación ideológica expuesta en el discurso

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha:		Locutor:		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DE LA IDEOLOGÍA EN EL DISCURSO		
		republicanismo	nacionalismo	neoliberalismo
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Muestra	Muestra	Muestra
...

Descripción:

Esta matriz expone cómo determinadas estrategias discursivas favorecen la construcción y transmisión de la ideología de la derecha política salvadoreña, a fin de ganar y mantener adeptos. Para ello, se toman en consideración tres indicadores que componen la ideología de la derecha salvadoreña:

- **Republicanismo:** En la práctica, fuerte oposición al control absoluto del Estado sobre la propiedad privada. En consecuencia, creen en la concentración de la propiedad, recursos o inmuebles en manos privadas, y en la defensa de los intereses del sector comercial, industrial y bancario. Como se enfatizó en el apartado titulado *Aspectos preliminares, ¿Qué es el Consejo Ejecutivo Nacional (COENA)?*, el republicanismo considera la praxis de mantener bajos los impuestos y la idea de que el ciudadano invierta en su jubilación a través de las AFP.
- **Nacionalismo:** Predominio de un discurso anticomunista y polarizante.
- **Neoliberalismo:** Apertura al libre mercado, dañinas políticas de privatización, fuerte control salarial, mayor participación del capital privado en la provisión de servicios públicos.

Matriz F: Análisis del poder, como forma de manipulación ideológica expuesta en el discurso

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA <i>FRENTE A FRENTE</i>				
Fecha:		Locutor:		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DEL PODER EN EL DISCURSO		
		Persuasión	Deslegitimación del adversario	Credibilidad propia
Muestra	Tipo de estrategia discursiva utilizada	Descripción de la forma en que la manipulación ideológica se ve inmersa en el discurso.		
...		

Descripción:

La intención de esta matriz de análisis radica en explicar, a partir de la estrategia discursiva, cómo los indicadores de persuasión, deslegitimación del adversario y credibilidad propia, son medios de legitimidad y autoridad frente al destinatario, entendido esto como abuso de poder.

Se han tomado en cuenta tres indicadores en el proceso de análisis de la manipulación ideológica.

- **Persuasión:** El objetivo principal es provocar algún cambio de perspectiva en el receptor durante el proceso comunicativo.
- **Deslegitimación del adversario:** Buscan la descalificación o desconocimiento del adversario.
- **Credibilidad propia:** El objetivo principal es blindarse, reforzando y aumentando el nivel de confianza que el receptor pueda tener hacia el emisor.

5.4. PRESENTACIÓN DE LAS MUESTRAS

Se ha seleccionado un corpus enteramente oral, formado por un total de cinco muestras¹⁷ que proceden del discurso de los miembros del COENA. Dichas muestras fueron expresadas en el programa matutino de entrevistas televisivas *Frente a Frente*, entre los meses de marzo, abril y mayo de 2017. Para ello, se analizaron bloques de quinientas a más de mil palabras por cada muestra, permitiendo advertir la peculiaridad de la estructura discursiva de cada ejemplar.

A continuación se presenta una tabla de los nombres de los políticos de ARENA, miembros del COENA, quienes encabezan las entrevistas televisivas seleccionadas:

Tabla 4

Emisión de los discursos de los miembros y representantes del COENA

LOCUTOR DEL COENA	FECHA DE EMISIÓN DEL DISCURSO	CARGO
Margarita Escobar	01 de marzo de 2017	Diputada de la Asamblea Legislativa
David Reyes		Diputado de la Asamblea Legislativa
Norman Quijano	31 de marzo de 2017	Diputado de la Asamblea Legislativa
Ernesto Muyschondt	05 de abril de 2017	Director de Relaciones Internacionales
Ana Vilma de Escobar	19 de abril de 2017	Diputada de la Asamblea Legislativa
Norman Quijano	04 de mayo de 2017	Diputado de la Asamblea Legislativa
Carlos Reyes		Director de Actas y de Acuerdos

Diseño propio

¹⁷ Al respecto, Begoña Learreta (2012) en *Paradigma interpretativo de investigación educativa (Investigación cualitativa)*, tema 6, señala que las muestras deben ser pequeñas, pero con datos muy significativos al momento de procesar la información.

ENTREVISTA 1:

Programa *Frente a Frente* del miércoles 01 de marzo de 2017: tuvo como tema principal el anuncio de las elecciones internas del partido ARENA, de cara a los comicios electorales para alcaldes y diputados del año 2018. Entre los invitados a la entrevista se encuentran la Arquitecta Margarita Escobar, presidenta de la Comisión de Economía y diputada del partido ARENA, así como el Lic. David Reyes, miembro del Comité de Trabajo y diputado del partido derechista. La entrevista estuvo a cargo de Moisés Urbina.

Corpus:

Moisés Urbina: Hola ¿Qué tal? Buenos días, gracias por estar con nosotros iniciando mes. Por cierto, el tercero del 2017. Hoy es miércoles, 01 de marzo. Gracias por el tiempo que nos brindan para estar con nosotros esta mañana. Nos visitan aquí en el estudio la arquitecta Margarita Escobar, presidenta de la Comisión de Economía. ¿Cómo ha estado, señora? Buenos días.

Margarita Escobar: ¡Buenos días! Moisés. Un placer estar con usted en este programa. Buenos días, amigos televidentes, y por supuesto a mi colega David.

Moisés Urbina: Qué bueno tenerla acá. Nos acompaña también el Lic. David Reyes, miembro del Comité de Trabajo y de Obras Públicas. Señor ¿Cómo está?

David Reyes: ¡Buenos días! Moisés. Un placer estar con mi colega, y un saludo muy especial a todos los televidentes, hoy que iniciamos este mes de marzo, que para mí en lo personal es el mejor mes del año.

Moisés Urbina: Muy bien. Gracias por estar con nosotros esta mañana. Bueno, hay un proceso que va a ser anunciado básicamente esta tarde, porque tengo entendido de

que, por lo menos ha sido detallado, informado a ustedes desde ayer martes, que es el proceso de elección interna de los candidatos del partido ARENA. Una exigencia por cierto de las nuevas reglas y marco electoral que existe. ¿Este fue informado a usted ayer, verdad?

Margarita Escobar: ¡Efectivamente! Yo creo que es importante que nuestros televidentes comprendan el porqué de este proceso. Los partidos políticos no son instituciones privadas. Los partidos políticos son instituciones de carácter público, donde se toman decisiones que impactan la vida de los ciudadanos. Es ahí donde se eligen los gobernantes que pronto serán presidentes de la República. Por eso mi partido comenzó desde hace algunos años a impulsar una reforma de renovación política y elecciones internas que comenzó con la *Ley de los Partidos Políticos*, que obliga a los partidos políticos a varias cosas: a desarrollar y democratizar internamente a los partidos políticos; segundo, elegir a sus candidatos que luego serán las postulaciones, para que usted elija a quiénes quiere ver en la Asamblea o en las alcaldías o en la Presidencia de la República, impulsar un proceso interno de elección de los afiliados. Lo tercero, obligó al partido ARENA a desarrollar la reforma estatutaria más profunda en las historia desde su nacimiento. Entonces, esto se llama democratizar internamente a los partidos políticos, y ahí estamos en esta aspiración de hacer de ARENA un instituto político democrático internamente, que ofrezca las mejores candidaturas y las mejores plataformas, para sacar adelante a todo El Salvador.

Moisés Urbina: Bueno, lo que les han anunciado ayer es un momento en el cual pues, ¡Bueno! Me imagino que viene un período, de aquí hasta la elección interna, en la que cada quien va a presentar su solicitud o su intención de participar en este proceso para ser eventualmente candidato.

Margarita Escobar: ¡Efectivamente! El Consejo Ejecutivo Nacional (COENA), y la Comisión Nacional Electoral estarían dando a conocer las reglas de participación. Eso no nos compete a nosotros hacer, hay que respetar la institucionalidad, esto tiene que ir acorde a la *Ley de los Partidos Políticos*, acorde a los procedimientos establecidos por el Tribunal Supremo Electoral y por ello hay que esperar a que ARENA anuncie las reglas de participación, este día. Por supuesto, todo el mundo sabe que ARENA ya está en este procedimiento dinámico, pero el llamamiento formal a las elecciones internas debemos esperarlo.

Moisés Urbina: Lic. Reyes, buenos días bienvenido. Un proceso en el cual comparte todos los procedimientos, o por lo menos el inicio de señales que se han dado ayer en la reunión. ¿Va a buscar la reelección, por supuesto?

David Reyes: ¡Bueno! Una de las principales motivaciones por las cuales yo decidí involucrarme en política fue representar a un sector de la población que es muy amplio, pero que sus derechos no se practican o no se defendían, y puedo decirte que a lo largo de estos años unos de los principales logros que hemos conquistado, y esa palabra es clave, es que se ha metido en la agenda pública-mediática el tema de inclusión y de igualdad de oportunidades a las personas con discapacidad. Hay muchísimo camino por supuesto que hace falta por recorrer, y yo, cada vez que se acercan elecciones de diputados, siempre invito a los demás partidos políticos de que le den la oportunidad a tener representación en la Asamblea Legislativa, a personas que defiendan los derechos de las personas con discapacidad. Fíjate que el día de ayer yo veía una noticia que me llenó de satisfacción, porque, durante las últimas semanas ustedes han visto como he estado denunciando, como he estado proponiendo y hasta cierto punto poniendo el dedo sobre la llaga, por el tema del transporte público y el día de ayer se lanzaban alrededor de 40 o 50 unidades de transporte público que ya vienen con un mecanismo de accesibilidad para personas discapacitadas, y esto lo logramos gracias a esa presión que ejercimos dentro de la Asamblea.

Moisés Urbina: Muy bien, hay preguntas que naturalmente surgen en estos momentos como este en los que va a elecciones internas. Algunas de ellas dicen, la política debe ser al servicio público desinteresado, pero en El Salvador se usa para conseguir influencia y poder. Usted estará consciente de la imagen que se tiene de la Asamblea Legislativa y la de los diputados es muy diferente de los que algunos piensan que debería ser la imagen de los legisladores en este país.

David Reyes: Ciertamente, esta es una tendencia, no solamente a nivel nacional, sino que la podemos ver a nivel de casi todo el mundo; pero, hay que entender que la política debe de ser un sinónimo de servicio. Por supuesto, si queremos seguir con esa política sucia de compra de voluntades, de asilo político, de transfuguismo, pues eso no es la política o lo que debería ser la política. Ahora bien, vivimos en una nueva civilización más demandante y no fuese posible esto si no se le hubiese abierto las puertas a la democracia. Y para ARENA no es algo nuevo, no es algo raro, ya que dimos un paso sumamente importante, puesto que no solo elegimos nuestros candidatos, sino también nuestras dirigencias. Nosotros nos sentimos orgullosos de decir que ARENA fue el partido pionero en la renovación política.

Moisés Urbina: Hay situaciones que parecen contrastantes entre uno y otro instituto político, y les traigo a colación lo que dicen los estatutos del partido FMLN, no es a manera de comparación, sino que solo para que me digan, ¿Por qué sí? y ¿Por qué no? El FMLN lo que dice es que sus candidatos no pueden optar a más de tres períodos dentro de la Asamblea Legislativa. En ARENA ¿No existe esa limitante, verdad?

Margarita Escobar: No

Moisés Urbina: ¿Por qué no?

Margarita Escobar: Mire yo creo que la democracia no es un café instantáneo y eso lo sabemos en ARENA, el proceso de modernización política pasa por un proceso y eso lo sabemos en ARENA. Hay que entender que los partidos políticos son consustanciales a la democracia misma. Sobre eso, en primer lugar, ARENA fue el partido pionero en la renovación política. No ha sido fácil. Yo participé como miembro del COENA en todos esos años de formación del partido y créame que no es fácil. Fuimos nosotros en la legislación anterior, los que solitos, nos quedamos promoviendo el voto por rostro. Eso ha sido posible por la concepción política que tuvo ARENA, no solo la propia, sino la del país. Lo segundo, cuando se producen debates internos, siempre la gente cree que ARENA está dividida ¡Eso no es correcto! Lo que enriquece al partido ARENA es el debate, y podremos no estar de acuerdo todos en la misma óptica, pero sí en el mismo destino, y al final tomaremos la mejor decisión para el país, porque nosotros no somos una empresa de carácter privado, somos un instituto público, cuyas decisiones influyen en la vida de las familias salvadoreñas. Sobre los 3 períodos, si usted limita a un diputado a 3 períodos para que participe en la Asamblea Legislativa; pero, impone una planilla para elegir a esos diputados y deja en manos de las cúpulas partidarias la decisión de quiénes van a entrar y quiénes no, ¡eso es un engaño! Es un engaño porque no le permite libremente al electorado a elegir sus representantes, como estamos haciendo en ARENA.

Moisés Urbina: Solo déjeme entender algo, ¿Esperan algún anuncio en el que vayan a cambiar drásticamente el modelo que se utilizó en la última elección interna, al anuncio que se va a hacer este día?

Margarita Escobar: No, todo apunta a que si hay cambios es para perfeccionar nuestra democracia, para ampliarla y para profundizarla, y yo no veo a nuestro partido ARENA retrocediendo en este impulso tan grande de renovación política, que comenzó ya, al apoyar la reforma política con la *Ley de los Partidos Políticos*. Por eso apoyamos los consejos plurales, por eso apoyamos el rostro por voto de los

diputados, por eso apoyamos y aprobamos la *Ley de Acceso a la Información Pública* y la creación del instituto, que fue una iniciativa ciudadana que nosotros le dimos iniciativa de ley. Por eso también hemos ratificado la Convención Interamericana Contra la Corrupción que tiene mecanismos de informe periódicos a la OEA, a través de lo que se conoce como el mecanismo de seguimiento a la aplicación de lo estipulado en la Convención Interamericana Contra la Corrupción. Entonces, creo que hay que ver las cosas desde su justa dimensión. ¡No todo es malo!, ¡No todo no sirve! No toda la Asamblea Legislativa es sucia, corrupta, poco transparente. ¡No es así! Por ejemplo, ARENA ha cambiado, hay un proceso grande de democratización. Por ejemplo, en esta fracción, por primera vez en la historia, la fracción trabaja con un ente colegiado en donde se vota y yo creo que eso fortalece al partido.

ENTREVISTA 2:

En la intervención del día 31 de marzo de 2017, participó el diputado por Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), Norman Quijano. El tema del fragmento seleccionado fue la “mala administración” del Alcalde de San Salvador, Nayib Bukele (2015 - 2018). Según Quijano, el patrimonio capitalino ha sido “destruido” por una administración “velocista”, en favor de dar resultados en poco tiempo. El programa *Frente a Frente* fue conducido por el Lic. en Ciencias Jurídicas y periodista, Federico Zeledón.

Corpus:

Norman Quijano: Ahora veo que ha pintado el Teatro Nacional. Mira que bueno, lo que yo no estoy de acuerdo es cuando en forma dispendiosa se gasta los recursos del erario municipal que pertenece a todos los capitalinos.

La plaza Morazán nosotros la remodelamos, Federico, y la entregamos en los últimos veinte días de mi administración, y hasta cercada, [...] y quedó muy linda con bolardos en la orilla. Se cambió piso, se cambiaron muchas cosas, y quedó muy linda la plaza Barrios. Incluso, trajimos una fuente del exterior que me encantaba cuando el mismo Gobierno hacía comerciales con la plaza Barrios. Ahí fue la antigua plaza de los Dominicos, porque donde ahora es catedral, que primero se quemó [...] la última catedral se había quemado en mil novecientos cincuenta y cinco, ahí estuvo el convento de los Dominicos. Se llamaba la plaza los Dominicos.

Allí en esa plaza Barrios, nosotros dejamos la banca de la réplica de donde fue, [...] bueno, donde se produjo el atentado, el cuatro de febrero de mil novecientos trece, contra el doctor Manuel Enrique Araujo, que fue el magnicidio de él. Falleció cinco días después. Ahí dejamos la banca, porque esa banca está en el museo de los presidentes en la antigua Casa Presidencial. Fuimos a tomar las medidas, nos dieron permiso y todo, y la dejamos; y dejamos una plaza Barrios realmente bella. Pusimos unos mástiles para las banderas ahí, y resulta que en cuestión de [...] eso lo hicimos, si no mal recuerdo, en el dos mil doce, eh, cuando yo estaba terminando mi primer período como alcalde; pues ya está todo eso borrado.

Es decir, se gasta el dinero, cómo qué sí se predominase siempre el afán de lucimiento, el afán de dar, eh... resultados en poco tiempo. Por eso he llegado a calificar a la actual administración como una administración que ha hecho todo en los primeros tres años [...] como cuando yo digo es un velocista. Corre sin reparar en...

Federico Zeledón: ¿En realidad es una cuestión cosmética?

Norman Quijano: Bueno mira, si se le quiere llamar una cuestión cosmética, es cosmética. Yo lo que veo...

Federico Zeledón: ¿Qué calificativo le pondría usted?

Norman Quijano: ¿A qué? ¿A ese afán?

Federico Zeledón: Velocista, dice usted.

Norman Quijano: Bueno, es una administración velocista porque ha querido mostrar y echar todo en los primeros tres años, en desmedro del patrimonio de la ciudad.

El famoso Mercado Cuscatlán, el famoso Mercado Cuscatlán...

Federico Zeledón: Perdone que le interrumpa, ya vamos a hablar del mercado; Pero, alguien podría decir, que por el contrario, es efectiva una obra por día, por ejemplo: eh... Ha hecho una buena cantidad de obras adicionales el nuevo alcalde, por eso se lo traslado a manera de pregunta, ¿Le parece a usted que es una gestión atropellada, que está buscando dar más de lo que en realidad está haciendo, o decir que hace más de lo que está haciendo, o por el contrario, es capaz de hacer una obra por día, y es capaz de dar incluso más que ese proyecto?

Norman Quijano: Bueno, mira, eh... yo le respeto al señor alcalde, a su administración, la forma como maneja, eh... en los medios de comunicación. Él es un publicista, y qué hace muy bien las cosas en ese sentido.

El tema de una obra por día, [...] yo he podido constatarlo que no es cierto. Yo creo que nosotros, en nuestra administración de este servidor hicimos más de una obra por día; porque para mí no es hacer una obra por día poner una luminaria, ir a poner un plástico a una comunidad como sucede en la comunidad La Isla, que se ha ido gran parte, ya se fue la casa comunal y todo; y que no estoy corresponsabilizando a la Alcaldía, porque ese proceso empezó desde hace muchos años y es una obra de tal

magnitud que debería haberse hecho en forma conjunta entre el Ministerio de Obras Públicas y la alcaldía. Yo busqué ese apoyo de los titulares de Obras Públicas y no lo tuve. Esa obra vale millones de millones de dólares. Pues yo fui a ver cuándo se produjo todo eso que se ha ido produciendo, todos esos deslizamientos, y me dijeron: “Ya vinieron de la alcaldía y pusieron el plástico y el rótulo: "Una obra por día””.

Eh... Si tú te recuerdas, San Salvador "cero bache" [...] yo les pregunto a los salvadoreños si creen que San Salvador no tiene baches, verdad. Sin embargo, la ciudad se llenó de afiches de: "Cero baches". Es decir, hay mucha promoción publicitaria que realmente no es cierto. Cuando tú constatas las cosas, te das cuenta de... bueno promueven el mercado como el mejor mercado de Centroamérica. Eso tiene más visos de un centro comercial que un mercado, lo que nosotros conocemos como propiamente mercado. La ciudad tiene veintitrés mercados Federico. Ese mercado a mí me lo ofrecieron en cuatro millones de dólares, y cuando yo dije que no reunía las condiciones porque allí no hay tránsito...

Mira, los mercados son exitosos cuando hay tránsito de personas en los alrededores, y ese tránsito se da en el transfer que hacen los salvadoreños que viven en Santa Tecla, trabajan en San Marcos, el que vive en Soyapango, en Apopa, y tiene que venir a trabajar al centro o a otro de los puntos cardinales de la ciudad. Eh... Allí se da ese transfer y allí, el ciudadano [...] como los mercados cierran a las cuatro, cuatro y media de la tarde, el ciudadano ya no puede acceder a los mercados y va en el camino con el celular hablándole la esposa: "tráeme los tomates, tráeme esto, tráeme lo otro”.

Federico Zeledón: Pero doctor...

Norman Quijano: En ese lugar, ese mercado le está costando a los capitalinos aproximadamente veintipico de millones de dólares, creo, veinticuatro millones de dólares `pa´riba´.

Federico Zeledón: ¿Veinticuatro qué, perdón?

Norman Quijano: El Mercado Cuscatlán...

Federico Zeledón: ¿Cómo llega a esa cifra usted, veinticuatro millones?

Norman Quijano: Bueno, si multiplicas un promedio de casi noventa mil dólares, que me dicen de que lo que están recuperando, anda casi por la mitad de lo que recupera en el alquiler de los locales. Si tú multiplicas noventa mil dólares con impuesto, con IVA y todo eso que se paga mensual por veinte y pico de años que va a estar en ese negocio, yo creo de que te des cuenta de que ese mercado es sumamente caro.

Federico Zeledón: La alcaldía lo consideró un éxito, usted dice que no lo es, que es un fracaso.

Norman Quijano: Yo te invito a que vayas a ese mercado, tiene un bar en la parte superior. Yo aplaudo la biblioteca, pero ese mercado está condenado al fracaso.

Federico Zeledón: Pero, quiero terminar de entender su argumentación, porque esto me parece más un centro comercial que un mercado. Alguien podría decir que es un nuevo tipo de mercado, no más moderno, más amable con la gente, más limpio.

Pregunto, no lo traslado como afirmación y he pasado por ahí, lo conozco. Por eso se lo pregunto: ¿Por qué lo considera usted como un fracaso?

Norman Quijano: Bueno, en primer lugar, porque no transita la cantidad de personas que debería de transitar en una inversión de esa envergadura. Con ese dinero, nosotros habíamos presupuestado para el mercado que no me permitieron construir, el mercado Libertad [...] perdón, habíamos presupuestado, si no mal recuerdo, seis millones de dólares. En el centro, en el corazón de la ciudad, donde se produce esa movilidad de transeúntes. Con veinticuatro millones, tú podrías haber construido muchas cosas.

ENTREVISTA 3:

La entrevista fue realizada el día 05 de abril de 2017. En esta ocasión, El diálogo se establece entre el conductor de la entrevista matutina *Frente a Frente*, Moisés Urbina y el diputado de la Asamblea Legislativa de la fracción de ARENA (del periodo 2015 - 2018) y miembro del COENA, Ernesto Muyschondt.

El fragmento que se ha tomado tiene la peculiaridad de albergar dos temas, el primero, se circunscribe a las posibles candidaturas que el partido ARENA pretende para el periodo electoral del 2019; la segunda temática se desplaza al futuro político del empresario Nayib Bukele.

Corpus:

Moisés Urbina: Muy bien, ahora en temas políticos, estamos a un año de elecciones de diputados y alcaldes y estamos a dos años de elección presidencial. ¿Usted estará consciente, licenciado Muyschondt, que su nombre suena en algunas fórmulas que ya se manejan políticamente para buscar candidaturas presidenciales?

Ernesto Muyschondt: Mire, yo... el partido ahorita está enfrascado en las elecciones del 2018. Se ha abierto el proceso interno para las elecciones para alcaldes y diputados. Creo que los resultados del 2019, también tienen que ver muchísimo por lo que pase en el 2018. Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país.

Creo que, ARENA tiene una gran cantidad de personas capaces, que pueden optar a una candidatura a la presidencia y a la vicepresidencia de la República. Creo que he visto con muchísima satisfacción, que hay gente entusiasmada como Carlos Calleja, por ejemplo. Creo que sería un excelente candidato y un excelente presidente de la República, pero es muy temprano en este momento. Creo que habría de enfocarnos en sacar muy buenos resultados en las elecciones del 2018. Eso nos prepararía el terreno para poder buscar un buen candidato que recupere la presidencia de la República y que pueda enrumbar adecuadamente el país, y enfrentar de una mejor manera los problemas que viven los salvadoreños y sacar al país adelante.

Moisés Urbina: Precisamente con Carlos Calleja lo señalan a usted como fórmula presidencial.

Ernesto Muyschondt: No, yo en este momento voy por la reelección como diputado en la Asamblea Legislativa, eso es lo que voy a buscar. Carlos es mi amigo, creo que es una gran persona. Sé que muchos liderazgos del partido lo han buscado entusiasmar, y esperaría pues, que según lo ha comentado, pues, él estaría dispuesto a someterse a un proceso cuando sea el momento de elección interna para buscar la presidencia de la República. Yo creo que... como dije, sería un excelente candidato y un excelente presidente de la República. Hay mucha gente en ARENA que puede formar parte de una fórmula presidencial. Tenemos Liderazgos grandísimos dentro del partido y también gente afín al partido, como Carlos, que es cercano al partido y

comparte los principios y valores de Alianza Republicana Nacionalista, que estén dispuestos a eso. Creo que esa es una gran ventaja que nos da. Creo que el país necesita un cambio, con urgencia. Necesitamos corregir el rumbo equivocado que lleva el país, y ARENA es la única opción que puede sacar a El Salvador adelante.

Moisés Urbina: ¿El señor Carlos Calleja ha confirmado interés?

Ernesto Muyshondt: Yo creo que está dispuesto. Según lo que nos ha expresado a varios. Tal vez estoy metiendo la pata porque no me ha autorizado él a decirlo públicamente; pero según lo que nos ha expresado, existe disposición y tiene interés. Creo que es una gran cosa para nuestro país que gente como él, que tiene un gran amor por el país, un gran compromiso con El Salvador, estén dispuestos a salirse de una zona de confort y meterse en la política, trabajar por El Salvador.

Moisés Urbina: Le doy dos nombres más, solo para que me confirme si ha oído algo dentro del partido: Javier Simán y Fernando Poma.

Ernesto Muyshondt: Creo que ambos son gente afín al partido, que son excelentes personas. He oído nada más a nivel de rumores, no he platicado de eso con ellos, ni me han buscado para platicar de eso.

Moisés Urbina: Muy bien, y termino con esto, con la opinión de los dos: ¿Qué les pareció lo que dijo el alcalde Nayib Bukele, anunciando su futuro político el pasado domingo?

Ernesto Muyshondt: Para serte sincero, no le escuché. Lo que dice: habla mal de los políticos siendo un político, habla mal de su partido, pero quiere usar a su partido para buscar nuevamente la Alcaldía de San Salvador o buscar otras cosas. No sé si es

compadre hablado con el FMLN, que da ataques o cachetadas de payaso a su partido. Sí sé que no debe ser muy bien visto por parte de mucha gente. Creo que él ha fracasado en todas las gestiones que ha hecho. En nuevo Cuscatlán, en dónde llegó, casi cuadruplicó la deuda del municipio sin que se viera traducido en obras, en San Salvador está haciendo lo mismo.

El próximo alcalde de San Salvador va a tener serias dificultades en cómo administrar esa herencia de deudas que está dejando la administración de Nayib Bukele, y no vemos obras. Yo he estado visitando muchísimo las comunidades de San Salvador que se sienten abandonados, que se sienten... Con la alcaldía de Norman Quijano tenían un alcalde cercano, un alcalde que les resolvía problemas, un alcalde que llegaba a las comunidades. Con este señor, ven que nunca se aparece por ahí, solo pasa viajando y otros administran la alcaldía o solo pasa promocionándose él sin resolverle los problemas a los capitalinos.

Ojalá, también haya un cambio en la alcaldía de San Salvador y podamos tener nuevamente un alcalde como Norman Quijano. Ojalá, Norman se anime para la alcaldía de San Salvador, porque estoy seguro de que ganaría, y seguro que podría corregir la administración municipal de San Salvador.

ENTREVISTA 4:

Frente a Frente del 19 de abril de 2017, tuvo como tema principal la situación de impago que enfrenta el país en el tema de pensiones. En la muestra, la economista y política, Ana Vilma de Escobar, de la fracción de ARENA, considera que la situación de impago es provocada por el “mal gobierno” del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN). A su vez, discurre que el presupuesto 2017 no es “sincero”. Entre los invitados en esta entrevista se encuentran: Ana Vilma de Escobar

de ARENA, Rolando Mata del FMLN, Guadalupe Antonio Vásquez de Gana y Mario Ponce del PCN. La conducción del diálogo estuvo a cargo de Moisés Urbina.

Corpus:

Ana Vilma de Escobar: Yo creo que, lo que estamos viviendo en este momento que es una situación de impago y para nosotros es una situación de un impago provocado por el FMLN, porque se dejó llevar la situación hasta el último momento. No hemos visto siquiera, que haya una convocatoria para buscar soluciones; sino, se dejó llevar esto hasta el último momento. Pero viene también, de un desorden en el manejo de las finanzas públicas, y esto es algo que venimos tratando de decirle al FMLN, que deben ordenarse las finanzas públicas, porque no puede continuarse manejando así como se ha hecho hasta ahora.

¿Qué puede esperarse? o ¿Qué puede esperar el gobierno del FMLN, cuando no le asigna suficientes fondos en una partida presupuestaria al pago de pensiones? ¿Qué puede esperar, qué va a suceder, cuando toque pagar, si a una partida presupuestaria para el pago de pensiones, le ha apuesto mil dólares?, y lo que corresponde pagar son doscientos treinta millones de dólares. Entonces, nosotros, desde que el presupuesto se aprobó, le dijimos al FMLN y a los demás partidos: Mire, ¡Este presupuesto no está cabal! A este presupuesto le faltan fondos. Hablemos de cómo modificarlo, pero no, el FMLN insistió que quería nada más poner mil millones. Por supuesto, cuando llegue el momento, y la obligación que se va a tener en el año, es de doscientos treinta millones, claro, hay faltante.

Esto es una situación para nosotros provocada, donde el FMLN deja que esto llegue a una situación de crisis, para luego poder justificar que colapsó el sistema de pensiones. Y por tanto, el Gobierno, entonces dueño del Estado, va luego a ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones. Esto es lo que

verdaderamente nos preocupa a nosotros, no hemos visto que el gobierno del FMLN mueva un solo dedo para resolver este problema, a pesar de todos los campanazos de alerta que ha tenido de los organismos internacionales; a pesar de que esta situación ha sido recurrente; a pesar de que hemos tenido todas las iniciativas y hemos tenido toda la disposición para sentarnos y dialogar; a pesar de que hemos llegado a acuerdos, no cumple con los acuerdos.

Entonces, aquí tenemos una situación de un desorden, que al final, el FMLN, creyendo que va a dañar a la oposición, o que las finanzas públicas es un juego político, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie. A ellos es a quien se está dañando.

Le hemos ya planteado en repetidas ocasiones... mire, todo lo que tienen que hacer es una transferencia dentro del Ministerio de Hacienda, una reasignación presupuestaria, que ni siquiera necesita votos de nadie, un movimiento del Ejecutivo, una transferencia dentro del Ministerio de Hacienda, no. Mire, hagamos una reforma a la ley de presupuesto entonces, con cuarenta y tres votos lo hacen sin necesidad de ARENA; no, bueno, ocupen parte, entonces, de los ciento veintidós millones que ya colocaron en bonos. No, tampoco es la solución. Entonces, bajen el gasto del Gobierno y vean cómo hacen una reforma al presupuesto, tampoco, bueno, ¿y qué alternativa está? ¿Más deuda? No, Los salvadoreños nos lo dicen claramente, no quieren ni más deuda, ni más impuesto. Aquí necesitamos ordenar la casa.

ENTREVISTA 5:

Frente a Frente del 04 de mayo de 2017, el tema principal de esta entrevista fue las declaraciones del partido oficial FMLN sobre el impago de las pensiones, señalando al partido ARENA de ser el responsable de que el país cayera en el impago

previsional, al mantener un bloqueo en materia financiera con fines electorales. Entre los invitados a esta entrevista se encuentran: Norman Quijano y Carlos Reyes, diputados de ARENA. El diálogo estuvo a cargo de Moisés Urbina.

Corpus:

Moisés Urbina: Gracias por decirlo aquí en primicia en *Frente a Frente*, señor, y después de escuchar las palabras y los discursos que se dieron el pasado 01 de mayo, por parte del partido oficialista, el partido del gobierno también, uno dice: “Comenzó la campaña electoral”, impresiones sin pregunta alguna de lo que ocurrió ese día, comienzo con usted, ingeniero.

Carlos Reyes: Bueno, lamentable, lo que ha estado pasando en este país, lo que está pasando y lo que hemos visto este primero de mayo, primero todo los ministros obligando a sus empleados a que vayan a la marcha, incluso pasando lista. Ayer me hablaba un ingeniero de Obras Públicas, mire aquí el señor ministro, el señor Gerson Martínez lo obligó a que fuera a la marcha, incluso con el uniforme del FOVIAL, incluso con el uniforme de Obras Públicas, entonces cuando uno comienza a ver ese tipo de manifestaciones o ese tipo de obligaciones, porque está bien que cualquier empleado pueda ir a una manifestación, eso no tiene ningún problema, pero ya cuando el jefe le dice, “si usted no viene, lo quito el siguiente día”.

Entonces ahí uno comienza a ver esas cosas, ya uno comienza a ver que este país, no está realmente del todo bien; y luego, ver al presidente hablar un discurso, primero, realmente, nuevamente desperdigando contra la empresa privada, nuevamente creando incertidumbre, nuevamente creando polarización, no diciéndole la verdad al pueblo salvadoreño.

Debería decir la verdad, por ejemplo, cuando él habla de impago por culpa de ARENA, uno comienza a decir y este señor ¿En qué está, pues? , lo que dice, a veces, en forma privada es una cosa, y lo que dice en forma pública es otra. Por ejemplo, nosotros veíamos un documento que dio el Presidente de la República en las famosas reuniones que teníamos justamente en Casa Presidencial. Este documento nos lo llevó a la fracción doña Milena, cuando se presentó justamente allá, y ¿Qué decía el Presidente de la República en este documento?, si cumplimos todo lo que dice este cuadrito (muestra un documento) vamos a dejar de caer en el impago, de remuneraciones. Vamos a sacar el 40.3 millones de dólares, de productos alimenticios para personas \$40.1 millón, de servicio básicos, o sea, que dijo aquí, de pasajes y viáticos voy a regresar 0.2 millones de dólares, de consultorías y estudios de investigaciones 0.7, y así sucesivamente, esto lo dio el Presidente de la República, o sea antes de caer en el impago, ¿y cuánto significaba eso? 51.8 millones, después cambió la estrategia justamente el FMLN, y nos llevan al impago y nos llevan, primero a que nos bajen de categoría los organismos que nos están calificando; después de eso, que estemos en esta incertidumbre y, además de eso, cuando vienen a solucionar el problema que ya tienen vienen a solucionarlo de una manera que uno se asusta.

En primer lugar, le bajan a un ministerio tan importante como el Ministerio de Educación, como el Ministerio de Salud, como el Ministerio de Justicia. Entonces, uno comienza a ver, o sea, cometen el primer error de decirnos, esto era lo correcto, de dónde iban a sacar todos los fondos, que iban a hacer un reajuste en el presupuesto, y después de eso nos dicen: “Miren, señores, hay que corregir eso”; después de que realmente tienen un impago programado, para justamente llevar este país al caos.

A ellos les encanta el caos. Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá. Y al final terminan cometiendo otro error. Primero, sacando los fondos de Ministerios tan importantes, recortándoles \$5.5 millones, como están todas las escuelas en educación; recortándole \$4.1 millones a salud, y además de eso reforman justamente la Ley de Pensiones y cada préstamo que hagan 50 años, 5 años, le bajan el interés al 4%, o sea, terminan solucionando el problema, afectando a los trabajadores, afectando al área social, y nosotros les dijimos: “Miren, nosotros tenemos una propuesta”, perfectamente se las dijimos. Incluso, se las hicimos ver, ¿por qué no reducimos los viáticos?, incluso con ARENA dijimos ahí podemos ahorrar \$12 millones, si reducimos todo esto, también que nadie gane mayor sueldo que el Presidente de la República, ahí podemos ahorrarnos \$6 millones. Hombre, es que tengamos aquí funcionarios como el de la CEL, que gana \$10,000 y que tiene no sé cuántos vehículos. También, miren, solo congelen las plazas, ustedes han contratado 41,000 nuevos, la mayoría de ellos activistas, solo que congelen ya toda plaza que vaya saliendo, que se vaya haciendo, porque se jubiló, se enfermó, porque se fue, por cualquier cosa, solo congelan \$42 millones, eso es razonable.

Todo lo que planteó ARENA es más que razonable. Les dijimos también: “Miren, con solo que ustedes reduzcan las consultorías”. \$15 millones, les dijimos congelar los salarios del sector público por la emergencia \$33 millones, con solo no aumentarles, y eso cuanto nos va a dar \$210 millones de justamente de ahorro. Y les dijimos, miren, del Presidente de la República de la cantidad que tiene reduzcámosle de la cantidad que tiene \$60 millones también, porque tiene ahí un uso discrecional, ¡Ah no! No hay que atacar al presidente de la República, no hay que atacar a la Asamblea Legislativa; incluso, a la Asamblea también quitémosle unos \$2.5 millones, vámonos mejor por lo más fácil, quitémosle a educación, quitémosle a seguridad, quitémosle a salud y además afectemos a los trabajadores. Esas son las

grandes soluciones que presenta este gobierno, en vez de tomar decisiones verdaderamente concretas, justamente para solucionar el tema del impago.

Entonces vimos a un Presidente, el primero de mayo, echándonos la culpa diciendo que no le hemos aprobado préstamos. Yo le quiero decir al Presidente de la República que si de verdad no le hemos aprobado préstamos. Y le quiero decir al FMLN, del 2009 para acá le hemos aprobado \$883.60 millones, y ARENA ha votado, por ejemplo de Obras Públicas no hay uno que no haya votado; de seguridad, no hay uno que no haya votado. Claro, a excepción que el que ya le voy aclarar, porque el señor de Obras Públicas realmente viene a decirnos: “Miren señores, nosotros realmente, tenemos un tema importantísimo, tenemos caminos rurales sostenibles y tenemos aquí un préstamo de alrededor de \$30 millones, \$25 millones más, \$5 millones más.”

CAPÍTULO VI

6.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El análisis e interpretación de los datos se moviliza a partir y ante todo del ACD. Esto desde luego, con mirada crítica. Lo que significa que, se pone de manifiesto el papel desempeñado por las principales ED de las que echan mano los miembros del Consejo Ejecutivo Nacional (COENA) del partido ARENA, para difundir sus pensamientos y reafirmar los procesos de dominación ideológica y el abuso de poder.

El análisis se divide en matrices que exponen las diferentes categorías expuestas en la investigación. En un primer momento, se presenta una matriz que expone las diferentes ED derivadas de las muestras y los recursos utilizados en ellas; esto, a partir de la hibridación de las propuestas discursivas de Ruth Woodak, Van Dijk y Molero y Cabeza. Se exponen, además, matrices de análisis que detallan los diferentes componentes pragmáticos, tales como: los actos de habla y el principio de cooperación de Grice con sus máximas e implicaturas. Finalmente, se presentan las matrices correspondientes a la manifestación ideológica y la forma de manipulación en el discurso de los miembros del COENA.

Matriz A: Evaluación del tipo de estrategia discursiva que se ha empleado

El estudio de las ED supone un apartado importante en este trabajo de investigación, puesto que es la categoría principal e insoslayable de análisis.

Ahora bien, como se expuso en el marco teórico y partiendo de la premisa que una ED es un plan que un locutor lleva a cabo con un fin determinado, y en función de la situación interactiva en la que se encuentra, conviene dedicarle una matriz de análisis a la forma en que las ED se manifiestan. Es por ello que, en la siguiente página se expone la matriz de análisis del tipo de ED más comunes encontradas en las muestras extraídas del programa televisivo *Frente a Frente* de Telecorporación Salvadoreña.

La matriz de análisis está dividida en cuatro secciones: en primera instancia, se expone la muestra o el enunciado seleccionado del cual deriva el tipo de ED, que sería la segunda sección. Partiendo del tipo de ED expuesta, se rastrea el recurso utilizado para finalmente interpretar la verdadera intención de la estrategia. En consecuencia, la matriz A, como todas las demás, debe ser leída de izquierda a derecha, es decir, horizontal.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE			
Fecha: 01 de marzo de 2017		Locutores: Margarita Escobar y David Reyes	
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	TIPO DE RECURSO UTILIZADO	INTENCIONALIDAD
<i>“ARENA fue el partido pionero en la renovación política”.</i>	Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos	Categorización de la pertenencia / Persuasión	Busca convencer al alocutario de que ARENA es un partido comprometido con la democracia y renovación de sus actores políticos.
<i>Fuimos nosotros en la legislación anterior, los que solitos, nos quedamos promoviendo el voto por rostro. Eso ha sido posible por la concepción política que tuvo ARENA, no solo la propia, sino la del país.</i>	Estrategia de credibilidad / Hablar de nuestros aspectos positivos	Persuasión	Busca enaltecer la imagen de ARENA, como principal partido de renovación política al ser, según ellos, los principales impulsores del voto por rostro que posteriormente abrió la brecha para que en el país se adoptara este modelo de elección.
<i>Sobre los 3 períodos, si usted limita a un diputado a 3 períodos para que participe en la Asamblea Legislativa; pero, impone una planilla para elegir a esos diputados y deja en manos de las cúpulas partidarias la decisión de quiénes van a entrar y quiénes no. ¡Eso es un engaño!</i>	Estrategia de deslegitimación	Descalificación	El objetivo primordial en esta estrategia es desacreditar los estatutos políticos del partido político de oposición (FMLN), al limitar la participación de 3 periodos a sus diputados. Margarita Escobar hace referencia a que estos estatutos son un engaño, puesto que se coloca al candidato que la cúpula prefiere sin darle oportunidad a las bases de elegir.
<i>Cuando se producen debates internos, siempre la gente cree que ARENA está dividida ¡Eso no es correcto! Lo que enriquece al partido ARENA es el debate, y podremos no estar de acuerdo todos en la misma óptica, pero si en el mismo</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos	Categorización de la pertenencia	Fortalece el sentido de pertenencia a un determinado grupo y expone con total seguridad las fortalezas que caracterizan al partido ARENA como instituto político al exponer que son un grupo en donde cabe el

<i>destino, y al final tomaremos la mejor decisión para el país.</i>			debate.
<i>Yo le doy gracias a Dios por la calidad de padres que tuve, porque si mi madre hubiese sabido que yo iba a nacer con una malformación y hubiese decidido abortarme, yo no estuviera aquí.</i>	Captación.	Empatía	David Reyes utiliza la estrategia de captación, ocupando como principal recurso la apelación a la compasión, para que el receptor empatices con él y cambie de opinión respecto al tema de la despenalización del aborto.
<i>¡No todo es malo!, ¡No todo no sirve! No toda la Asamblea Legislativa es sucia, corrupta, poco transparente. ¡No es así!</i>	Estrategia de Dramatización	Fuerza ilocutiva	El locutor acepta que hay cosas malas en el ambiente político; sin embargo, hace creer al alocutario, implícitamente, que ellos son el grupo que hace bien su trabajo, a diferencia de sus oponentes políticos a quienes regularmente descalifica.
<i>Todo verdadero líder tiene que saber cuándo llegar y cuando irse.</i>	Captación	Persuasión	El emisor del mensaje busca, a través de esta ED, influir en el receptor para convencerlo de que los actores políticos del COENA están dispuestos a una renovación democrática dentro de su partido, y así lograr más adeptos para su instituto político.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE			
Fecha: 31 de marzo de 2017		Locutor: Norman Quijano	
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	TIPO DE RECURSO UTILIZADO	INTENCIONALIDAD
<i>La plaza Morazán nosotros la remodelamos, Federico, [...]</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de	Pronombre / Descalificación	Representación identitaria del partido de derecha, ARENA, en la comuna capitalina. También, la ED hace énfasis en que ellos

	nuestros aspectos positivos		han realizado mejor gestión frente al actual gobierno municipal de la izquierda, representada por el FMLN.
<i>[...] he llegado a calificar a la actual administración como una administración que ha hecho todo en los primeros tres años [...] como cuando yo digo es un velocista.</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de sus aspectos negativos	Metáfora	Contextualmente, la idea que intenta transmitir el invitado en la entrevista es la de identificar a la administración Bukele como un gobierno destructor del patrimonio capitalino en virtud, según Norman Quijano, de “un afán de lucimiento”.
<i>[...] Él (Nayib Bukele) es un publicista, [...]</i>	Predicación	Atribución estereotipada	Para Norman Quijano, un rasgo negativo que posee el alcalde Nayib Bukele es la difusión desmedida de su administración en los medios masivos de comunicación.
<i>El tema de una obra por día, [...] yo he podido constatarlo que no es cierto. Yo creo que nosotros, en nuestra administración de este servidor hicimos más de una obra por día; [...]</i>	Polémica / Referencia, o modo de nombrar / Hablar de sus aspectos negativos y presentar sus positivos	Descalificación	La intencionalidad que se desprende de esta ED, es la de invalidar el programa «Una obra por día», lanzado por el Alcalde de San Salvador, Nayib Bukele.
<i>[...] y que no estoy corresponsabilizando a la Alcaldía, porque ese proceso empezó desde hace muchos años y es una obra de tal magnitud que debería haberse hecho en forma conjunta entre el Ministerio de Obras Públicas y la alcaldía. Yo busqué ese apoyo de los titulares de Obras Públicas y no los tuve. Esa obra vale millones de millones de dólares.</i>	Puesta en perspectiva, enmarcado o representación del discurso	Comunicación / Victimización	El locutor pone ante el oyente del programa de entrevistas matutinas su punto de vista acerca de la supuesta falta de ayuda financiera y logística por parte del Ministerio de Obras Públicas. Su objetivo es victimizarse, ya que, afirma que él no pudo realizar dicha obra por falta de apoyo del MOP.

			El punto medular de la estrategia es generar en el receptor del mensaje un cambio de perspectiva hacia la imagen institucional de esta cartera de Estado.
<i>Pues yo fui a ver cuándo se produjo todo eso que se ha ido produciendo, todos esos deslizamientos, y me dijeron ya vinieron de la alcaldía y pusieron el plástico y el rótulo: "Una obra por día".</i>	Estrategia de credibilidad / Hablar de sus aspectos negativos	Afirmación	A través de esta ED, el locutor pretende reforzar sus argumentos, a fin de generar un clima de veracidad, y de paso, deslegitimar el trabajo de la comuna capitalina.
<i>Eh... Si tú te recuerdas, San Salvador "cero bache", yo les pregunto a los salvadoreños si creen que San Salvador no tiene baches, verdad. Sin embargo, la ciudad se llenó de afiches de: "Cero baches". Es decir, hay mucha promoción publicitaria que realmente no es cierto.</i>	Predicación / Hablar de sus aspectos negativos	Atribuciones valorativas de los rasgos negativos	A través de esta estrategia, el emisor pretende legitimar su visión de mundo, por tanto, busca persuadir al receptor de que las obras de la comuna son una falacia publicitaria.
<i>Cuando tú constatas las cosas, te das cuenta de... bueno promueven el mercado como el mejor mercado de Centroamérica. Eso tiene más visos de un centro comercial que un mercado, lo que nosotros conocemos como propiamente mercado.</i>	Predicación	Atribuciones estereotipadas: califica	La esencia del comentario es la descalificación de la obra arquitectónica, con el fin de generar desaprobación por parte del receptor.
<i>Mira, los mercados son exitosos cuando hay tránsito de personas en los alrededores, y ese tránsito se da en el tranfer que hacen los salvadoreños que viven en Santa Tecla, trabajan en San Marcos, el que vive en Soyapango, en Apopa, y tiene que venir a trabajar al centro o a otro de los puntos cardinales de la ciudad. Eh... Allí se da ese tranfer y allí, el ciudadano, como los mercados cierran a las cuatro, cuatro y media de la tarde, el ciudadano ya no puede</i>	Dramatización	Identifica el discurso con el receptor	Busca que el receptor acompañe al emisor en su visión de mundo, apelando a vivencias y emociones. Esto permite un mayor reforzamiento del conjunto de ideas que se transmiten.

<p><i>accesar a los mercados y va en el camino con el celular hablándole a la esposa: "tráeme los tomates, tráeme esto, tráeme lo otro".</i></p>			
<p><i>En ese lugar, ese mercado le está costando a los capitalinos aproximadamente veintipico de millones de dólares, creo, veinticuatro millones de dólares parriba.</i></p> <p><i>Bueno, si multiplicas un promedio de casi noventa mil dólares, que me dicen de que lo que están recuperando, anda casi por la mitad de lo que recupera en el alquiler de los locales. Si tú multiplicas noventa mil dólares con impuesto, con IVA y todo eso que se paga mensual por veinte y pico de años que va a estar en ese negocio, yo creo de que te des cuenta de que ese mercado es sumamente caro.</i></p>	<p>Argumentación / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>Justificación y cuestionamiento</p>	<p>Busca que el alocutario se encabalgue en la misma línea de reflexión del invitado.</p> <p>Su conclusión opera como una interfaz mediadora, es decir, el cierre del argumento orienta al receptor al tipo de razonamiento o posición que este debe adoptar: una visión de aliado.</p>
<p><i>Yo te invito a que vayas a ese mercado, tiene un bar en la parte superior. Yo aplaudo la biblioteca, pero ese mercado está condenado al fracaso.</i></p>	<p>Predicación / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>Atribuciones valorativas de rasgos negativos</p>	<p>El emisor busca reforzar el anterior argumento, descalificando la obra de la comuna capitalina.</p>
<p><i>Con veinticuatro millones, tú podrías haber construido muchas cosas.</i></p>	<p>Estrategia polémica</p>	<p>Descalificación</p>	<p>Tras el enunciado, la intencionalidad es infundir en el receptor una posición negativa frente al contrincante político, es decir, al partido de izquierda que gobernó la comuna en el periodo 2012-2015. En definitiva, se ataca la gestión de un partido político.</p>

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE			
Fecha: 05 de abril de 2017		Locutor: Ernesto Muyschondt	
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	TIPO DE RECURSO UTILIZADO	INTENCIONALIDAD
<i>Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país.</i>	Estrategia de captación	Seducción / persuasión	Busca concientizar al receptor de que el partido ARENA es la salvación al cúmulo de problemas que enfrenta el país. Por ello, la estrategia se orienta en encuadrar al alocutario en la corriente de pensamiento del locutor, con el fin de ganar rédito electoral para las próximas elecciones presidenciales.
<i>Creo que, ARENA tiene una gran cantidad de personas capaces, que pueden optar a una candidatura a la presidencia y a la vicepresidencia de la República.</i>	Estrategia de captación / Hablar de nuestros aspectos positivos	Persuasión	La ED pretende inculcar confianza e invita al oyente a unirse a la causa, a través del apoyo reflejado en las urnas.
<i>[...] buscar un buen candidato que recupere la presidencia de la República y que pueda enrumbar adecuadamente el país, y enfrentar de una mejor manera los problemas que viven los salvadoreños y sacar al país adelante.</i>	Captación	Persuasión	El propósito del emisor es seducir al receptor, de que su posible candidato es el salvador, la clave a los problemas sociales y económicos que enfrenta el país.
<i>[...] como dije, sería un excelente candidato y un excelente presidente de la República.</i>	Estrategia de captación	Persuasión	Planta en el inconsciente del oyente la idea de que los candidatos del partido ARENA a presidente y vicepresidente a la República de El Salvador son la mejor propuesta que tiene la sociedad salvadoreña.
<i>Creo que el país necesita un cambio, con</i>	Puesta en	Comunicación del	De igual manera que la anterior estrategia,

<p><i>urgencia. Necesitamos corregir el rumbo equivocado que lleva el país, y ARENA es la única opción que puede sacar a El Salvador adelante.</i></p>	<p>perspectiva / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>punto de vista del hablante</p>	<p>busca enfatizar y convencer al público de que el partido ARENA es la mejor opción ante el “peligro” que corre la nación de mantenerse en el poder la izquierda salvadoreña (FMLN) o a la llegada de otra fuerza política ajena a sus intereses y objetivos como instituto político.</p> <p>La reiteración constante hace que la idea logre calar en la mente de la audiencia del programa de entrevistas televisivas.</p>
<p><i>Creo que es una gran cosa para nuestro país que gente como él (Carlos Calleja), que tiene un gran amor por el país, un gran compromiso con El Salvador, estén dispuestos a salirse de una zona de confort y meterse en la política, trabajar por El Salvador.</i></p>	<p>Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos</p>	<p>Atribución valorativa de rasgos positivos</p>	<p>Con la construcción de rasgos positivos se busca seducir, hacer creer al receptor que su posible candidato es superior a otras propuestas ajenas al partido, que está por encima de otros.</p> <p>Esencialmente, la ED permite que el posible candidato de ARENA sea conocido por la sociedad.</p>
<p><i>Lo que dice: habla mal de los políticos siendo un político, habla mal de su partido, pero quiere usar a su partido para buscar nuevamente la Alcaldía de San Salvador o buscar otras cosas.</i></p>	<p>Predicación</p>	<p>Atribuciones valorativas de rasgos negativos</p>	<p>Causa un efecto negativo sobre la figura pública del alcalde capitalino, Nayib Bukele, en la audiencia del programa de entrevistas televisivas.</p>
<p><i>Creo que él ha fracasado en todas las gestiones que ha hecho. En nuevo Cuscatlán, en dónde llegó, casi cuadruplicó la deuda del municipio sin que se viera traducido en obras, en San Salvador está haciendo lo mismo.</i></p> <p><i>El próximo alcalde de San Salvador va a tener serias dificultades en cómo administrar esa</i></p>	<p>Deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>Descalificación</p>	<p>Influye en la percepción de la realidad del alocutario a través del desprestigio del político y empresario salvadoreño, Nayib Bukele. Su foco es debilitar la imagen pública de su contrincante, con la finalidad de restarle réditos electorales.</p>

<i>herencia de deudas que está dejando la administración de Nayib Bukele, y no vemos obras.</i>			
<i>Con la alcaldía de Norman Quijano tenían un alcalde cercano, un alcalde que les resolvía problemas, un alcalde que llegaba a las comunidades.</i>	Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos	Atribuciones valorativas de los rasgos positivos	Presenta de forma halagadora la imagen del ex alcalde Norman Quijano, a fin de generar simpatía en el oyente. Esto contribuye, en última instancia, al fortalecimiento de la imagen del político en mención y, desde luego, al partido ARENA.
<i>Con este señor, ven que nunca se aparece por ahí, solo pasa viajando y otros administran la alcaldía o solo pasa promocionándose él sin resolverle los problemas a los capitalinos.</i>	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos	Descalificación	El locutor continúa construyendo discursivamente una imagen negativa de su contrincante político, intentando imponer nuevos sentidos en la audiencia.
<i>Ojalá, también haya un cambio en la alcaldía de San Salvador y podamos tener nuevamente un alcalde como Norman Quijano. Ojalá, Norman se anime para la alcaldía de San Salvador, porque estoy seguro de que ganaría, y seguro que podría corregir la administración municipal de San Salvador.</i>	Captación / Hablar de sus aspectos negativos	Persuasión	Después de la construcción negativa de su oponente, ahora se expone e infunde el punto de vista del locutor, el cual, busca encuadrarlo en la mente del alocutario. Crea empatía para seducir al oyente del discurso.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE			
Fecha: 19 de abril de 2017		Locutor: Ana Vilma de Escobar	
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	TIPO DE RECURSO UTILIZADO	INTENCIONALIDAD
<i>Yo creo que, lo que estamos viviendo en este momento que es una situación de impago y para</i>	Puesta en perspectiva / No	Comunicación	El locutor construye y transmite una imagen negativa de su contrincante

<i>nosotros es una situación de un impago provocado por el FMLN, [...]</i>	hablar de nuestros aspectos negativos		político. La posición individual del locutor se construye mediante el uso marcado del “yo”, mientras la inclusión de un “nosotros”, devela la autorepresentación política de ARENA.
<i>[...] se dejó llevar esto hasta el último momento.</i>	Captación	Refuerzo de posición interesada	Crea en la audiencia del programa de entrevistas un cambio de perspectiva, mediante la transmisión de tensión emocional en el discurso.
<i>[...] esto es algo que venimos tratando de decirle al FMLN, que deben ordenarse las finanzas públicas, [...]</i>	Puesta en perspectiva / Hablar de nuestros aspectos positivos	Forma verbal	Provoca una reacción negativa en el receptor del mensaje hacia el partido de gobierno. La inclusión del “venimos”, sugiere la autorepresentación positiva del partido de derecha, frente a la negativa ubicada en el FMLN. Según la valoración que expone el locutor, este se sitúa en lo políticamente correcto.
<i>¿Qué puede esperarse? o ¿Qué puede esperar el gobierno del FMLN, cuando no le asigna suficientes fondos en una partida presupuestaria al pago de pensiones? ¿Qué puede esperar, qué va a suceder, cuándo toque pagar, si a una partida presupuestaria para el pago de pensiones, le ha apostado mil dólares?, y lo que corresponde pagar son doscientos treinta millones de dólares.</i>	Intensificación	Fuerza argumentativa	Crea incertidumbre en el oyente del mensaje, a través de la supuesta incapacidad del Ejecutivo de solucionar el impago de pensiones.

<p><i>[...] nosotros, desde que el presupuesto se aprobó, le dijimos al FMLN y a los demás partidos: Mire, ¡Este presupuesto no está cabal! A este presupuesto le faltan fondos.</i></p>	<p>Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos contraponiendo los negativos de ellos</p>	<p>Pronombre</p>	<p>La ED resalta el posicionamiento del locutor frente a la audiencia del programa <i>Frente a Frente</i> a través del “<i>nosotros</i>”. Marca distanciamiento entre “<i>ellos</i>” y “<i>nosotros</i>”.</p>
<p><i>Esto es una situación para nosotros provocada, donde el FMLN deja que esto llegue a una situación de crisis, [...]</i></p>	<p>Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos contraponiendo los negativos de ellos</p>	<p>Ubicación del punto de vista del que habla</p>	<p>La ED recalca y refuerza su posición. La difusión constante de la idea de que la crisis es provocada por el FMLN, pretende generar rechazo y descontento en el receptor.</p> <p>Obsérvese que se intensifica el “<i>nosotros</i>”, sugiere polarización, como también busca dirigir exclusivamente la responsabilidad de la crisis al gobierno del FMLN.</p>
<p><i>[...] el Gobierno, entonces dueño del Estado, va luego a ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones.</i></p>	<p>Polémica</p>	<p>Controversia</p>	<p>Pretende generar tensión emocional en el receptor pasivo, provocando un rechazo y repudio abrupto, ya que toca fibras sensibles para el oyente, al tejer la idea de que el Estado pretende posicionarse las pensiones de los salvadoreños.</p>
<p><i>Esto es lo que verdaderamente nos preocupa a nosotros, no hemos visto que el gobierno del FMLN mueva un solo dedo para resolver este problema, [...]</i></p>	<p>Argumentación</p>	<p>Cuestionamiento</p>	<p>La ED pretende deslegitimar al adversario político mediante la evaluación negativa de su gestión gubernamental, como también, formar en la audiencia una imagen de aprobación hacia el supuesto actuar de la oposición encabezada por la bancada arenera (introducido por “<i>nosotros</i>”).</p>

<p><i>[...] hemos tenido toda la disposición para sentarnos y dialogar, [...]</i></p> <p><i>[...] le hemos ya planteado en repetidas ocasiones...</i></p>	<p>Referencia o nominación / Hablar de nuestros aspectos positivos</p>	<p>Categorización de la pertenencia</p>	<p>La ED realiza la supuesta posición de compromiso político del locutor y su instituto político frente al oyente del programa.</p>
<p><i>Entonces, aquí tenemos una situación de un desorden, que al final, el FMLN, creyendo que va a dañar a la oposición, o que las finanzas públicas es un juego político, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie. A ellos es a quien se está dañando.</i></p>	<p>Deslegitimación / captación</p>	<p>Descalificación / persuasión</p>	<p>Reiteración constante de la idea de que la crisis es provocada por el FMLN. Esto permite asimilar las ideas que el locutor emite en sus intervenciones discursivas, para que las mismas sean recordadas en la mente del alocutario y se inserten en la opinión pública.</p> <p>Marca una fuerte confrontación desde el punto de vista discursivo.</p>
<p><i>[...] un movimiento del Ejecutivo, una transferencia dentro del Ministerio de Hacienda, no. Mire, hagamos una reforma a la ley de presupuesto entonces, con cuarenta y tres votos lo hacen sin necesidad de ARENA; no, Bueno, ocupen parte, entonces, de los ciento veintidós millones que ya colocaron en bonos, no tampoco es la solución. Entonces, bajen el gasto del Gobierno y vean cómo hacen una reforma al presupuesto, tampoco, bueno, ¿y qué alternativa está? ¿Más deuda?</i></p>	<p>Intensificación</p>	<p>Fuerza argumentativa</p>	<p>El locutor introduce, a través de la ED, una valoración del compromiso que debe tener el gobierno del FMLN respecto a su rol en el Ejecutivo, por tanto, impone su perspectiva frente al tema en cuestión.</p>
<p><i>[...] los salvadoreños nos lo dicen claramente, no quieren ni más deuda, ni más impuesto. Aquí necesitamos ordenar la casa.</i></p>	<p>Captación / No hablar de nuestros aspectos negativos</p>	<p>Persuasión</p>	<p>En este segmento destaca la falsa autoridad del receptor frente al problema en mención. Su eje focal es persuadirlo mediante la puesta en escena de que la única salvación es el partido de derecha frente a las “malas” decisiones del gobierno de turno.</p>

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA <i>FRENTE A FRENTE</i>			
Fecha: 04 de mayo de 2017		Locutores: Norman Quijano y Carlos Reyes	
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	TIPO DE RECURSO UTILIZADO	INTENCIONALIDAD
<i>“Soy un funcionario que tiene alta aceptación en las capas medias urbanas y de los sectores más desfavorecidos”.</i>	Estrategia de credibilidad	Persuasión / Atribuciones valorativas de rasgos positivos	La ED busca resaltar la imagen del locutor, exponiendo la aceptación de la que él goza, para lograr convencer a la audiencia de su buen desempeño como político.
<i>“He visto con profunda pena, y también así me lo expresan muchos vecinos, de que han caído nuevamente los niveles de limpieza que tenía la ciudad de San Salvador”.</i>	Estrategia de deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	Descalificación	El objetivo es desacreditar el trabajo de la administración de Nayib Bukele en la alcaldía de San Salvador.
<i>Me gustó la función pública y creo que la he desarrollado con mucha honradez, nunca he estado en puestos cupulares, no pertenezco a élites financieras, ni empresariales del país, soy una persona que llega limitadito al fin de mes, pero lo hago con mucha honradez.</i>	Estrategia de dramatización / Habla de su aspecto positivo	Empatía	Norman Quijano busca, a través de esta estrategia, crear un sentimiento de pertenencia en el oyente, puesto que hace referencia clara de su supuesta no participación en las élites nacionales. El emisor apela incluso a la exageración al decir que <i>“llega limitado a fin de mes”</i> , cuando ya se sabe de antemano que el salario del diputado es excesivo para un funcionario público.
<i>“Fui el diputado más votado en porcentaje en cara, de cada 100 votantes de ARENA en Cabañas, 62 marcaron mi cara y alrededor de 38 marcaron la bandera”.</i>	Estrategia de credibilidad	Persuasión/ Atribuciones valorativas de rasgos positivos	El diputado Carlos Reyes expone la preferencia y credibilidad que los votantes tienen hacia él, para lograr convencer a más adeptos para que acepten su imagen política.
<i>“Después de que realmente tienen un impago</i>	Estrategia de	Comparación –	El emisor del mensaje busca, mediante la

<p><i>programado, para justamente llevar este país al caos. A ellos les encanta el caos. Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá”.</i></p>	<p>polémica / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>descalificación</p>	<p>ED, generar una reacción negativa abrupta de la imagen del FMLN, y así originar un cambio de perspectiva en el receptor.</p>
<p><i>“Quitémosle a educación, quitémosle a seguridad, quitémosle a salud y además afectemos a los trabajadores, esas son las grandes soluciones que presenta este gobierno, en vez de tomar decisiones verdaderamente concretas, justamente para solucionar el tema del impago”.</i></p>	<p>Estrategia de predicación / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>Descalificación / Sarcasmos</p>	<p>Busca desacreditar la administración del FMLN en el gobierno, usando ataques y sarcasmos, refiriéndose a las soluciones expuestas por la bancada izquierdista para solucionar el tema del impago.</p>
<p><i>Sobre el discurso del profesor Sánchez Cerén, mira ya nos tiene acostumbrados a esa metamorfosis, pasa de la inacción, pasa de la inercia, lo ves varias veces casi taciturno, lo ves que tiene un ausentismo impresionante para ser el Presidente de la Nación, y de repente lo ves, cuando tiene la oportunidad de estar ante toda su base, lo ves con un histrionismo sorprendente, lo ves estridente, pronunciando discursos polarizantes.</i></p>	<p>Estrategia de dramatización / intensificación</p>	<p>Metáforas / descalificación / intensificación</p>	<p>El locutor recurre a la metáfora para perjudicar y descalificar la imagen del Presidente de la República. A su vez, utiliza la intensificación de adjetivos calificativos para reforzar la ED.</p>
<p><i>En el afán de potenciar su imagen (Gerson Martínez) dilapida los recursos.</i></p>	<p>Deslegitimación</p>	<p>Descalificación</p>	<p>Busca dañar la imagen del ministro de Obras Públicas haciendo referencia a una supuesta malversación de los fondos del MOP.</p>

Matriz B: Análisis de los actos de habla

Expuesto el análisis de las estrategias discursivas, es necesario ahora relacionarlo con la dimensión pragmática. Para ello, es preciso iniciar con la categoría «acto de habla», la cual, constituye un elemento importante en el presente trabajo de investigación. La teoría de los actos de habla tuvo su origen con John Langshaw Austin en su libro *Cómo hacer cosas con palabras*, publicado en 1962.

Según Austin, un acto de habla es la exposición del enunciado que se puede realizar en forma oral o escrita, siempre y cuando conlleve la ejecución de alguna acción influenciada a través de la palabra. Es decir, mediante los actos de habla se puede ofrecer o solicitar información, expresar agrado o desagrado, amenazas o simplemente justificar una idea, etc.

Ahora bien, en vista de la necesidad de analizar esta parte importante en el trabajo, en la siguiente página se presenta la matriz de análisis de la teoría de los actos de habla. Dicha matriz se divide en cinco segmentos: el primero de ellos, expone el enunciado que constituye la muestra seleccionada. Posteriormente se procede a la clasificación de la ED que se desprende del enunciado. Finalmente, se hace la distinción de los 3 tipos de actos de habla, exponiendo el acto locutivo, que constituye lo dicho por el emisor, el acto ilocutivo que es la intención verdadera del locutor y el acto perlocutivo, siendo este el efecto que causa en el receptor.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 01 de marzo de 2017		Locutores: Margarita Escobar y David Reyes		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Actos de habla		
		Locutivo	Ilocutivo	Perlocutivo
<i>Yo le doy gracias a Dios por la calidad de padres que tuve, porque si mi madre hubiese sabido que yo iba a nacer con una malformación y hubiese decidido abortarme, yo no estuviera aquí.</i>	Estrategia de captación.	“Si mi madre hubiese decidido abortarme, yo no estuviera aquí”.	Aseveración	El emisor busca influir afectivamente sobre el receptor, con el fin de generar empatía al contar su historia de superación personal.
<i>La democracia no es un café instantáneo, la modernización de los partidos políticos pasa por un proceso y eso lo sabemos en ARENA.</i>	Argumentación	“La democracia no es un café instantáneo”.	Metáfora	El locutor justifica su continuidad como diputado en la Asamblea Legislativa, por más de 3 periodos, con la intención de convencer a los receptores de que los cambios se llevan a cabo con el tiempo a través de un largo proceso.
<i>Cuando se producen debates internos, siempre la gente cree que ARENA está dividida ¡Eso no es correcto! Lo que enriquece al partido ARENA es el debate, y podremos no estar de acuerdo todos en la misma óptica, pero si en el mismo destino, y al final tomaremos la mejor decisión para el país.</i>	Referencia o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos	“Lo que enriquece al partido ARENA es el debate”.	Fuerza argumentativa	Su intención es presentar al partido ARENA como una institución democrática, cuya principal fortaleza es el debate interno.

<i>Fuimos nosotros en la legislación anterior, los que solitos, nos quedamos promoviendo el voto por rostro. Eso ha sido posible por la concepción política que tuvo ARENA, no solo la propia, sino la del país.</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos	“Fuimos nosotros los que nos quedamos promoviendo el voto por rostro”.	Declarativo	La estrategia busca provocar en el receptor una reacción positiva hacia la imagen del partido ARENA.
<i>Por supuesto, si queremos seguir con esa política sucia de compra de voluntades, de asilo político, de transfuguismo, pues eso no es la política o lo que debería ser la política.</i>	Polémica	“Eso no es lo que debería de ser la política”.	Aseveración	Despierta en el receptor el recuerdo de las supuestas compras de voluntades por parte de la bancada del FMLN; así mismo, evoca la actual situación de asilo político del exmandatario Mauricio Funes.
<i>ARENA ha cambiado, hay proceso grande de democratización. Por ejemplo, en esta fracción, por primera vez en la historia, la fracción trabaja con un ente colegiado en donde se vota y yo creo que eso fortalece al partido.</i>	Estrategia de captación / hablar de nuestros aspectos positivos	“ARENA ha cambiado”.	Aseveración	El emisor busca persuadir al receptor, haciéndole creer que ARENA ha dejado atrás los errores del pasado y se ha renovado como partido político.
<i>Todo apunta a que si hay cambios es para perfeccionar nuestra democracia, para ampliarla y para profundizarla.</i>	Argumentativo	“Si hay cambios es para perfeccionar nuestra democracia”.	Aseveración	A través de la ED, el locutor justifica cualquier tipo de cambio que se pueda generar en el proceso de elección interna del partido ARENA.

<i>Yo no veo a nuestro partido ARENA retrocediendo en este impulso tan grande de renovación política.</i>	Argumentativo	“Yo no veo a ARENA retrocediendo”.	Aseveración	El emisor intenta seducir al receptor del mensaje, haciéndole creer que la supuesta democratización de ARENA es verdadera.
---	---------------	------------------------------------	-------------	--

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 31 de marzo de 2017		Locutor: Norman Quijano		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Actos de habla		
		Locutivo	Ilocutivo	Perlocutivo
<i>La plaza Morazán nosotros la remodelamos, Federico, [...]</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos	“Nosotros la remodelamos”.	Declarativo	Provoca en el alocutario una reacción positiva hacia la imagen del partido ARENA.
<i>[...] he llegado a calificar a la actual administración como una administración que ha hecho todo en los primeros tres años [...] como cuando yo digo es un velocista.</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de sus aspectos negativos	“He llegado a calificar a la actual administración velocista”.	Declaración	Pretende generar un cambio en la visión de mundo del receptor, a través de sus declaraciones. La intención del locutor también es convencer al oyente de que la administración Bukele es, supuestamente, inadecuada.
<i>[...] Él (Nayib Bukele) es un publicista, [...]</i>	Predicación	“Él es un publicista”.	Aseverativo	Busca generar en el receptor una imagen falsa sobre la imagen del

				político Nayib Bukele, a través de la difamación.
<i>El tema de una obra por día, [...] yo he podido constatarlo que no es cierto. Yo creo que nosotros, en nuestra administración de este servidor hicimos más de una obra por día; [...]</i>	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos y presentar sus positivos	“Nosotros hicimos más obras que el alcalde Nayib Bukele”.	Aseverativo	El emisor le antepone al receptor la idea de que su administración edilicia fue mejor que la del político Nayib Bukele.
<i>[...] y que no estoy corresponsabilizando a la Alcaldía, porque ese proceso empezó desde hace muchos años y es una obra de tal magnitud que debería haberse hecho en forma conjunta entre el Ministerio de Obras Públicas y la alcaldía. Yo busqué ese apoyo de los titulares de Obras Públicas y no los tuve. Esa obra vale millones de millones de dólares.</i>	Puesta en perspectiva, enmarcado o representación del discurso.	“Busqué apoyo del Ministerio de Obras Públicas, y no lo obtuve”.	Declaración	Pretende implantar en el oyente un cambio de perspectiva hacia la imagen institucional del Ministerio de Obras Públicas, pues en el enunciado da a entender que él no realizó la obra por falta de apoyo institucional. Por lo tanto, crea una reacción negativa hacia la mencionada cartera de Estado.
<i>Pues yo fui a ver cuándo se produjo todo eso que se ha ido produciendo, todos esos deslizamientos, y me dijeron ya vinieron de la alcaldía y pusieron el plástico y el rótulo: "Una obra por día".</i>	Estrategia de credibilidad	“Fui cuando se produjo el deslizamiento, y me dijeron: “Los de la alcaldía vinieron y pusieron un plástico y un rótulo””.	Declaración	Pretende generar en el receptor un clima de veracidad; a la vez que lo orienta para que descalifique al adversario político.
<i>Eh... Si tú te recuerdas, San Salvador "cero bache", yo les pregunto a los salvadoreños si creen que San Salvador no tiene baches,</i>	Predicación / Hablar de sus aspectos	“La ciudad tiene baches, sin embargo, la	Aseveración	El entrevistado hace creer en la audiencia que su proposición es verdadera, al afirmar que la gestión

<i>verdad. Sin embargo, la ciudad se llenó de afiches de: "Cero baches". Es decir, hay mucha promoción publicitaria que realmente no es cierto.</i>	negativos	ciudad se llenó de afiches: "Cero baches".		edilicia de Nayib Bukele no cumple sus promesas de campaña.
<i>Cuando tú constatas las cosas, te das cuenta de... bueno promueven el mercado como el mejor mercado de Centroamérica. Eso tiene más visos de un centro comercial que un mercado, lo que nosotros conocemos como propiamente mercado.</i>	Predicación	“Eso tiene más visos de un centro comercial que un mercado”.	Expositivo	Pretende modificar la actual concepción que se tiene del mercado capitalino, con el fin de provocar en el receptor una actitud de rechazo hacia la obra pública.
<i>Mira, los mercados son exitosos cuando hay tránsito de personas en los alrededores, y ese tránsito se da en el tranfer que hacen los salvadoreños que viven en Santa Tecla, trabajan en San Marcos, el que vive en Soyapango, en Apopa, y tiene que venir a trabajar al centro o a otro de los puntos cardinales de la ciudad. Eh... Allí se da ese tranfer y allí, el ciudadano, como los mercados cierran a las cuatro, cuatro y media de la tarde, el ciudadano ya no puede acceder a los mercados y va en el camino con el celular hablándole a la esposa: "tráeme los tomates, tráeme esto, tráeme lo otro”.</i>	Dramatización	“El éxito de un mercado es debido al tránsito que se da entre los salvadoreños que circulan cerca del lugar”.	Asertivo	El efecto que busca provocar en el alocutario es una actitud de rechazo, hacia la supuesta mala ubicación del Mercado Cuscatlán.
<i>En ese lugar, ese mercado le está costando a los capitalinos aproximadamente veintipico de millones de dólares, creo, veinticuatro millones de dólares `pa `rriba´.</i>	Argumentación	“Ese mercado les está costando más de veinticuatro	Declaración	Induce al receptor del mensaje hacia el tipo de razonamiento o postura que como ciudadano debe adoptar, ante el costo de la

<i>Bueno, si multiplicas un promedio de casi noventa mil dólares, que me dicen de que lo que están recuperando, anda casi por la mitad de lo que recupera en el alquiler de los locales. Si tú multiplicas noventa mil dólares con impuesto, con IVA y todo eso que se paga mensual por veinte y pico de años que va a estar en ese negocio, yo creo de que te des cuenta de que ese mercado es sumamente caro.</i>		millones de dólares”. “Ese mercado es sumamente caro”.		inversión financiera.
<i>Yo te invito a que vayas a ese mercado, tiene un bar en la parte superior. Yo aplaudo la biblioteca, pero ese mercado está condenado al fracaso.</i>	Predicación / Hablar de sus aspectos negativos	“Ese mercado está destinado a fracasar”.	Declaración	El locutor pretende generar un cambio de perspectiva, entre la audiencia del programa matutino <i>Frente a Frente</i> .
<i>Con veinticuatro millones, tú podrías haber construido muchas cosas.</i>	Estrategia polémica	“Con veinticuatro millones, tú podrías haber construido muchas cosas”.	Aseverativo	Orienta al receptor hacia un acto de reflexión, enmarcado en una visión negativa de la inversión realizada.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA <i>FRENTE A FRENTE</i>		
Fecha: 05 de abril de 2017		Locutor: Ernesto Muysshondt
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Actos de habla

		Locutivo	Ilocutivo	Perlocutivo
<i>Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país.</i>	Estrategia de captación	“Nosotros queremos más diputados, que nos permita corregir el rumbo del país”.	Declaración	El locutor pretende ganar y mantener adeptos y seguidores, a fin de favorecer y fortalecer los intereses del partido ARENA.
<i>Creo que, ARENA tiene una gran cantidad de personas capaces, que pueden optar a una candidatura a la presidencia y a la vicepresidencia de la República.</i>	Estrategia de captación / Hablar de nuestros aspectos positivos	“ARENA tiene personas capaces para optar a presidente y vicepresidente de la República”.	Aseveración	Persuade al oyente del programa de entrevistas, afirmando que ARENA es la opción política más viable que hay en El Salvador, en términos de gobernabilidad.
<i>[...] buscar un buen candidato que recupere la presidencia de la República y que pueda enrumbar adecuadamente el país, y enfrentar de una mejor manera los problemas que viven los salvadoreños y sacar al país adelante.</i>	Captación	“Es preciso buscar un candidato que recupere el gobierno y que enfrente los problemas que viven los salvadoreños”.	Declaración	El emisor intenta influir en el estado psicológico del receptor, acentuando con énfasis que la nación está en crisis, con la finalidad de sugerir que la única salvación para el país es el regreso de la derecha política al gobierno.
<i>[...] como dije, sería un excelente candidato y un excelente presidente de la República.</i>	Estrategia de captación	“Sería un excelente candidato y un excelente presidente”.	Aseveración	Más que un punto de vista llano, el objetivo del enunciado es atraer y convencer a posibles votantes.
<i>Creo que el país necesita un cambio, con urgencia. Necesitamos corregir el rumbo</i>	Puesta en perspectiva	“ARENA es la única opción que	Declaración	El objetivo de la declaración es convencer al oyente de que el

<i>equivocado que lleva el país, y ARENA es la única opción que puede sacar a El Salvador adelante.</i>		puede corregir el rumbo equivocado del país”.		retorno de ARENA al gobierno es la “única” alternativa que le queda a los salvadoreños para sacar adelante al país.
<i>Creo que es una gran cosa para nuestro país que gente como él (Carlos Calleja), que tiene un gran amor por el país, un gran compromiso con El Salvador, estén dispuestos a salirse de una zona de confort y meterse en la política, trabajar por El Salvador.</i>	Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos	“Creo que Carlos Calleja es la mejor opción”.	Declarativo	Induce a creer que el posible candidato presidencial de ARENA es la mejor oferta política que tiene el pueblo salvadoreño.
<i>Lo que dice: habla mal de los políticos siendo un político, habla mal de su partido, pero quiere usar a su partido para buscar nuevamente la Alcaldía de San Salvador o buscar otras cosas.</i>	Predicación	“Habla mal de los políticos y de su partido, siendo él un político que usa su partido”.	Aseveración	Imprime en la audiencia el rechazo hacia la imagen política del señor Bukele.
<i>Creo que él ha fracasado en todas las gestiones que ha hecho. En nuevo Cuscatlán, en dónde llegó, casi cuadruplicó la deuda del municipio sin que se viera traducido en obras, en San Salvador está haciendo lo mismo.</i> <i>El próximo alcalde de San Salvador va a tener serias dificultades en cómo administrar esa herencia de deudas que está dejando la administración de Nayib Bukele, y no vemos obras.</i>	Deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	“El ha fracasado en todas sus gestiones”. “El próximo alcalde tendrá serias dificultades en la administración, debido a la herencia de deudas”.	Declaración	El locutor pretende influir en la opinión del alocutario, haciendo creíble y aceptable su deliberación.
<i>Con la alcaldía de Norman Quijano tenían</i>	Predicación	“Tenían un	Declaración	Valora positivamente la imagen

<i>un alcalde cercano, un alcalde que les resolvía problemas, un alcalde que llegaba a las comunidades.</i>		alcalde (Norman Quijano) cercano y que les resolvía los problemas”.		del político Norman Quijano, con el fin de provocar un sentimiento de empatía en el receptor del mensaje.
<i>Con este señor, ven que nunca se aparece por ahí, solo pasa viajando y otros administran la alcaldía o solo pasa promocionándose él sin resolverle los problemas a los capitalinos.</i>	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos	“Este señor nunca se aparece, solo pasa viajando y promocionándose, sin resolverle los problemas a los capitalinos”.	Aseveración	Infunde un sentimiento de apatía, mediante la construcción de una imagen negativa hacia la figura de Nayib Bukele.
<i>Ojalá, también haya un cambio en la alcaldía de San Salvador y podamos tener nuevamente un alcalde como Norman Quijano. Ojalá, Norman se anime para la alcaldía de San Salvador, porque estoy seguro de que ganaría, y seguro que podría corregir la administración municipal de San Salvador.</i>	Captación	“Ojalá Norman Quijano se postule nuevamente a la alcaldía de San Salvador, para que así, haya un cambio”.	Declaración	La declaración del locutor fanatiza la imagen del político arenero Norman Quijano, con el fin de generar una sensación de esperanza, y así despertar un espíritu de confianza en el alocutario.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA *FRENTE A FRENTE*

Fecha: 19 de abril de 2017

Locutor: Ana Vilma de Escobar

ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Actos de habla		
		Locutivo	Ilocutivo	Perlocutivo
<i>Yo creo que, lo que estamos viviendo en este momento que es una situación de impago y para nosotros es una situación</i>	Puesta en perspectiva / No hablar de	“Yo creo que la situación de	Aseveración	El efecto es generar y transmitir rechazo en el receptor, hacia el

<i>de un impago provocado por el FMLN, [...]</i>	nuestros aspectos negativos	impago es provocado por el FMNL”.		FMLN.
<i>[...] se dejó llevar esto hasta el último momento.</i>	Captación	“Se dejó llevar esto hasta el último momento”.	Declaración	Crea una actitud de desdén hacia la administración del FMLN en el gobierno.
<i>[...] esto es algo que venimos tratando de decirle al FMLN, que deben ordenarse las finanzas públicas, [...]</i>	Puesta en perspectiva / Hablar de nuestros aspectos positivos	“Esto es algo que venimos tratando de decirle al FMLN, que deben ordenarse las finanzas públicas”.	Aseveración	El enunciado procura generar incertidumbre en el alocutario, hacia las políticas y decisiones del FMLN en el Ejecutivo.
<i>¿Qué puede esperarse? o ¿Qué puede esperar el gobierno del FMLN, cuando no le asigna suficientes fondos en una partida presupuestaria al pago de pensiones? ¿Qué puede esperar, qué va a suceder, cuándo toque pagar, si a una partida presupuestaria para el pago de pensiones, le ha apostado mil dólares?, y lo que corresponde pagar son doscientos treinta millones de dólares.</i>	Intensificación	“¿Qué puede esperar el gobierno del FMLN, cuando no le asigna suficiente fondos en una partida presupuestaria al pago de pensiones? si lo que corresponde pagar son doscientos treinta millones de dólares”.	Declaración	La declaración estimula en el receptor del mensaje una reacción negativa, hacia la gestión del partido en el gobierno.

<p><i>[...] nosotros, desde que el presupuesto se aprobó, le dijimos al FMLN y a los demás partidos: Mire, ¡Este presupuesto no está cabal! A este presupuesto le faltan fondos.</i></p>	<p>Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos contraponiendo los negativos de ellos</p>	<p>“Nosotros le dijimos al FMLN y a los demás partidos: “este presupuesto no está cabal, le faltan fondos”.</p>	<p>Aseveración</p>	<p>Su efecto es generar un visto bueno a la supuesta participación oportuna del partido ARENA.</p>
<p><i>Esto es una situación para nosotros provocada, donde el FMLN deja que esto llegue a una situación de crisis, [...]</i></p>	<p>Puesta en perspectiva</p>	<p>“Esto es una situación para nosotros provocada, donde el FMLN deja que esto llegue a una situación de crisis”.</p>	<p>Declaración</p>	<p>La reiteración constante de que la situación de crisis es provocada por el partido salvadoreño de izquierda, consolida en la mente del alocutario la visión negativa hacia la gestión del FMLN.</p>
<p><i>[...] el Gobierno, entonces dueño del Estado, va luego a ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones.</i></p>	<p>Polémica</p>	<p>“El Gobierno, entonces dueño del Estado va luego a ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones”.</p>	<p>Aseveración</p>	<p>Pretende producir una reacción abrupta en el oyente, promoviendo un discurso de miedo y terror hacia la política adoptada por el FMLN, en el manejo del Fondo de Pensiones.</p> <p>El locutor orienta la atención del alocutario hacia dos fenómenos: el primero de ellos, al supuesto secuestro del Estado; y el segundo,</p>

				a la hipotética apropiación del fondo de pensiones por parte del Gobierno.
<i>Esto es lo que verdaderamente nos preocupa a nosotros, no hemos visto que el gobierno del FMLN mueva un solo dedo para resolver este problema, [...]</i>	Argumentación	“A nosotros nos preocupa que el gobierno del FMLN no mueva un solo dedo”.	Aseveración	Seduca al alocutario, haciéndole creer que la aseveración vertida por el locutor es verdadera.
<i>[...] hemos tenido toda la disposición para sentarnos y dialogar, [...]</i> <i>[...] le hemos ya planteado en repetidas ocasiones...</i>	Referencia o nominación / Hablar de nuestros aspectos positivos	“Hemos tenido toda la disposición para sentarnos y dialogar”. “Le hemos ya planteado en repetidas ocasiones”.	Aseveración	Hace creer al receptor que el sector de ARENA está en defensa de los intereses del pueblo. Mueve al alocutario a la simpatía hacia los miembros del partido.
<i>Entonces, aquí tenemos una situación de un desorden, que al final, el FMLN, creyendo que va a dañar a la oposición, o que las finanzas públicas es un juego político, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie. A ellos es a quien se está dañando.</i>	Deslegitimación / captación	“Aquí tenemos una situación de impago, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie”.	Declaración	Como se recalcó anteriormente, al enfatizar el sujeto discursivo una idea, está asegurando que esta se fije en la mente del receptor y se recuerde en un futuro.
<i>[...] un movimiento del Ejecutivo, una</i>	Intensificación	“Un movimiento	Declaración	Esta declaración pretende provocar

<p><i>transferencia dentro del Ministerio de Hacienda, no. Mire, hagamos una reforma a la ley de presupuesto entonces, con cuarenta y tres votos lo hacen sin necesidad de ARENA; no, Bueno, ocupen parte, entonces, de los ciento veintidós millones que ya colocaron en bonos, no tampoco es la solución. Entonces, bajen el gasto del Gobierno y vean cómo hacen una reforma al presupuesto, tampoco, bueno, ¿y qué alternativa está? ¿Más deuda?</i></p>		<p>del Ejecutivo, una transferencia dentro del Ministerio de Hacienda, no. Mire, hagamos una reforma a la ley de presupuesto entonces, con cuarenta y tres votos lo hacen sin necesidad de ARENA; no, bueno, ocupen parte, entonces, de los ciento veintidós millones que ya colocaron en bonos, no, tampoco es la solución. Entonces, bajen el gasto del Gobierno y vean cómo hacen una reforma al presupuesto, tampoco, bueno, ¿y qué alternativa está? ¿Más</p>		<p>en el receptor una actitud de rechazo hacia la supuesta actuación del FMLN frente al impago.</p>
--	--	--	--	---

		deuda? ”		
<i>[...] los salvadoreños nos lo dicen claramente, no quieren ni más deuda, ni más impuesto. Aquí necesitamos ordenar la casa.</i>	Captación / No hablar de nuestros aspectos negativos	“Los salvadoreños nos lo dicen claramente, no quieren ni más deuda, ni más impuesto. Aquí necesitamos ordenar la casa”.	Declaración	A través de la ED, el locutor induce a la audiencia a tomar una postura, con la cual, le orienta a reaccionar negativamente contra la izquierda salvadoreña “enquistada” en el poder. También reafirma en el oyente la idea de que el partido de derecha es la solución ante los problemas que el país adolece.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 04 de mayo de 2017		Locutores: Norman Quijano y Carlos Reyes		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Actos de habla		
		Locutivo	Ilocutivo	Perlocutivo
<i>“Soy un funcionario que tiene alta aceptación en las capas medias urbanas y de los sectores más desfavorecidos”.</i>	Estrategia de credibilidad	“Soy un funcionario que tiene alta aceptación”.	Declarativo	El locutor busca legitimar su imagen ante el alocutario, haciéndole ver la confianza que la población tiene en él.
<i>He visto con profunda pena, y también así me lo expresan muchos vecinos, de que han caído nuevamente los niveles de limpieza que tenía la ciudad de San Salvador.</i>	Estrategia de deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	“He visto con profunda pena, que han caído los niveles de limpieza”.	Declarativa	La intención es hacer creer al oyente que la administración Bukele es ineficiente.
<i>Nunca he estado en puestos cupulares, no pertenezco a élites financieras, ni empresariales del país, soy una persona que llega limitadito al fin de mes, pero lo</i>	Estrategia de dramatización / Habla de su aspecto positivo	“No pertenezco a élites financieras”.	Aseveración	Busca crear empatía y un sentimiento de pertenencia a los grupos subalternos.

<i>hago con mucha honradez.</i>				
<i>“Después de que realmente tienen un impago programado, para justamente llevar este país al caos. A ellos les encanta el caos. Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá”.</i>	Estrategia polémica / Hablar de sus aspectos negativos	“A ellos les encanta el caos, ¡Bueno! Si su faro es Venezuela”.	Declaración	El sujeto político apela a la situación actual en Venezuela, para infundir temor en el receptor, y así rechazar la imagen del partido FMLN.
<i>Sobre el discurso del profesor Sánchez Cerén, mira ya nos tiene acostumbrados a esa metamorfosis, pasa de la inacción, pasa de la inercia, lo ves varias veces casi taciturno, lo ves que tiene un ausentismo impresionante para ser el Presidente de la Nación, y de repente lo ves, cuando tiene la oportunidad de estar ante toda su base, lo ves con un histrionismo sorprendente, lo ves estridente, pronunciando discursos polarizantes.</i>	Estrategia de dramatización / intensificación	“Tiene un ausentismo impresionante para ser el Presidente de la Nación”.	Expresivo	El emisor recurre al empleo del recurso literario de la metáfora, a fin de motivar una respuesta negativa en el oyente del programa, acerca de la imagen del Presidente de la República.
<i>He visto la necesidad que tenemos de una Asamblea Legislativa consolidada fuerte, hay verdaderos retos para la próxima legislatura en la Asamblea Legislativa. La elección de 5 magistrados, 4 de ellos de la sala de lo constitucional, y eso me ha llevado a la decisión de buscar mi reelección como diputado en la Asamblea Legislativa.</i>	Estrategia de captación / Argumentación	“Hemos visto la necesidad que tenemos de una Asamblea Legislativa fuerte. Eso me ha llevado a buscar mi reelección como diputado”.	Declarativo	El emisor busca causar empatía en el receptor, presentándose como un representante político comprometido con el deber legislativo, para conseguir más simpatizantes.
<i>Hubiera querido otra vez, avocarme a</i>	Predicación	“Avocarme a	Declaración	Valoración autopositiva

<i>recuperar lo que ya habíamos logrado en la ciudad de San Salvador, más orden y los niveles de limpieza que tenía la ciudad.</i>		recuperar lo que ya habíamos logrado en la ciudad de San Salvador”.		Conceptúa empatía para seducir a la audiencia del programa televisivo.
<i>Han roto lo que nunca se tenía que haber roto ¡La confianza! Cuando se pierde la confianza es difícil volver a tender puentes, y este Gobierno rompe la confianza.</i>	Estrategia de deslegitimación /Dramatización	“Este gobierno rompe la confianza”.	Declaración	La declaración busca descalificar las acciones del Ejecutivo, tachándolo como un Gobierno que no cumple, victimizándose además, ante esa situación.

Matriz C: Análisis del principio de cooperación de Grice

Después de haberse finalizado el análisis de la matriz correspondiente a la teoría de los actos de habla, es preciso dar tratamiento al principio de cooperación que reflejan los enunciados de los miembros del partido ARENA.

Ahora bien, como principio de cooperación se entiende un supuesto pragmático muy general de intercambio comunicativo, por el que se espera un determinado comportamiento en el receptor del mensaje, como consecuencia de un acuerdo previo, para llegar a un entendimiento en el acto comunicativo ("CVC. Diccionario de términos clave de ELE. Principio de cooperación.", 2019). En este sentido, en la siguiente matriz se analizan los componentes principales que forman parte de esta teoría.

La matriz se divide en tres segmentos: en primer lugar, se expone el enunciado emitido por el actor político entrevistado que sirve de muestra. Posterior a ello, se expone el tipo de ED que se desprende del ejemplo anteriormente mencionado. Además, siguiendo el postulado del principio de cooperación de Grice, se rastrea cuáles son los enunciados donde se cumple o incumplen las máximas de Grice, siendo estas las siguientes:

- Máxima de cantidad: "Haga su contribución tan informativa como se requiera, pero no más de lo necesario".
- Máxima de calidad: "Intente que su contribución sea verdadera".
- Máxima de relación: "Diga cosas relevantes".
- Máxima de modalidad: "Sea claro".

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE		
Fecha: 01 de marzo del 2017		Locutores: Margarita Escobar y David Reyes
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de Máxima
<i>ARENA fue el partido pionero en la renovación política. No ha sido fácil. Yo participé como miembro del COENA en todos esos años de formación del partido y créame que no es fácil.</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos	Se viola la máxima de cantidad, porque el entrevistado comparte más información de la requerida después de enunciada esta ED: “No ha sido fácil, yo participe como miembro del COENA en todos esos años de formación del partido y créame que no es fácil.”
<i>La democracia no es un café instantáneo y eso lo sabemos en ARENA.</i>	Referencia o modo de nombrar	El locutor incumple con la máxima de calidad, debido a la ambigüedad del mensaje. Su objetivo es evadir la pregunta que el entrevistador le hace sobre el exceso de periodos en la Asamblea, por parte de algunos diputados de la fracción de ARENA.
<i>Fuimos nosotros en la legislación anterior, los que solitos, nos quedamos promoviendo el voto por rostro. Eso ha sido posible por la concepción política que tuvo ARENA, no solo la propia, sino la del país.</i>	Estrategia de captación / Hablar de nuestros aspectos positivos	El enunciado cumple con la máxima de calidad, debido a la claridad del mensaje. Su objetivo es penetrar en la mente del receptor a través de la persuasión.
<i>“Cuando se producen debates internos, siempre la gente cree que ARENA está dividida ¡Eso no es correcto! Lo que enriquece al partido ARENA es el debate, y podremos no estar de acuerdo todos en la misma óptica, pero si en el mismo destino, y al final tomaremos la mejor decisión para el país”.</i>	Referencia o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos	Este segmento discursivo cumple con la máxima de cantidad, relación y modalidad, puesto que el mensaje es relevante y claro, con la intención de persuadir al receptor.

<i>Yo le doy gracias a Dios por la calidad de padres que tuve, porque si mi madre hubiese sabido que yo iba a nacer con una malformación y hubiese decidido abortarme, yo no estuviera aquí.</i>	Estrategia de captación.	El emisor viola la máxima de cantidad, porque comparte más información de la requerida.
<i>ARENA ha cambiado, hay proceso grande de democratización. Por ejemplo, en esta fracción, por primera vez en la historia, la fracción trabaja con un ente colegiado en donde se vota y yo creo que eso fortalece al partido.</i>	Estrategia de captación / hablar de nuestros aspectos positivos	En este enunciado se viola la máxima de cantidad nuevamente, al brindar más información de la requerida al expresar este complemento innecesario: <i>Por ejemplo, en esta fracción, por primera vez en la historia, la fracción trabaja con un ente colegiado en donde se vota y yo creo que eso fortalece al partido.</i>
<i>Por supuesto, si queremos seguir con esa política sucia de compra de voluntades, de asilo político, de transfuguismo, pues eso no es la política o lo que debería ser la política.</i>	Estrategia polémica	En este segmento, el locutor viola hasta dos tipos de máximas: primero, la máxima de modalidad, ya que el enunciado no es muy claro; segundo, viola la máxima de relación al no proveer información relevante.
<i>Yo no veo a nuestro partido ARENA retrocediendo en este impulso tan grande de renovación.</i>	Estrategia de captación	Este enunciado cumple con la máxima de cantidad, calidad, relación y modalidad, puesto que el mensaje es concreto, claro y relevante.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE

Fecha: 31 de marzo de 2017

Locutor: Norman Quijano

ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de Máxima
<i>La plaza Morazán nosotros la remodelamos, Federico, [...]</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos	Se viola la máxima de cantidad, porque el locutor dispensa más información de la requerida después de enunciada esta ED:

	positivos	<p>[...] y quedó muy linda con bolardos en la orilla. Se cambió piso, se cambiaron muchas cosas, y quedó muy linda la plaza Barrios. Incluso, trajimos una fuente del exterior que me encantaba cuando el mismo Gobierno hacía comerciales con la plaza Barrios.</p> <p>También viola la máxima de calidad, puesto que la remodelación parcial de la plaza fue efectuada por la administración Bukele.</p>
[...] he llegado a calificar a la actual administración como una administración que ha hecho todo en los primeros tres años [...] como cuando yo digo es un velocista.	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de sus aspectos negativos	Expresa un enunciado de carácter oscuro, por tanto, violenta la máxima de calidad.
[...] Él (Nayib Bukele) es un publicista, [...]	Predicación	El locutor vulnera la máxima de modo y relevancia. Persiste un matiz hosco, en favor de deslegitimar la imagen del político Nayib Bukele. La información también es innecesaria, ya que se desvía de la pregunta que el entrevistador le hizo anteriormente (ver muestra completa). Además, el diálogo queda roto, por tanto, se da una supresión abierta.
El tema de una obra por día, [...] yo he podido constatarlo que no es cierto. Yo creo que nosotros, en nuestra administración de este servidor hicimos más de una obra por día; [...]	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos y presentar sus positivos	Violación oculta, ya que agrede la máxima de cualidad. Esto sirve para mantener y reforzar el abuso de poder del que goza el emisor.
[...] y que no estoy corresponsabilizando a la Alcaldía, porque ese proceso empezó desde hace muchos años y es una obra de tal magnitud que debería haberse hecho en forma conjunta entre el Ministerio de Obras Públicas y la alcaldía. Yo busqué ese apoyo de los titulares de Obras Públicas y no los tuve. Esa obra vale millones de millones de dólares.	Puesta en perspectiva, enmarcado o representación del discurso.	Se quebranta la máxima de modo, ya que el foco de esta ED es informar al oyente de que “no recibió el apoyo del Ministerio de Obras Públicas”, por tanto, infringe la sub-máxima: sea breve.
Pues yo fui a ver cuándo se produjo todo eso que se	Estrategia de	El emisor del mensaje violenta la máxima de calidad, por

<p><i>ha ido produciendo, todos esos deslizamientos, y me dijeron ya vinieron de la alcaldía y pusieron el plástico y el rótulo: "Una obra por día".</i></p>	<p>credibilidad</p>	<p>consiguiente, se produce una violación encubierta. La información provista puede prestarse a engaño.</p>
<p><i>Eh... Si tú te recuerdas, San Salvador "cero bache", yo les pregunto a los salvadoreños si creen que San Salvador no tiene baches, verdad. Sin embargo, la ciudad se llenó de afiches de: "Cero baches". Es decir, hay mucha promoción publicitaria que realmente no es cierto.</i></p>	<p>Predicación / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>Violación encubierta de la máxima de cualidad al exponer información con el supuesto de ser verdadera, cuando puede ser verificable. Esto sugiere que el responsable del mensaje puede engañar.</p>
<p><i>Cuando tú constatas las cosas, te das cuenta de... bueno promueven el mercado como el mejor mercado de Centroamérica. Eso tiene más visos de un centro comercial que un mercado, lo que nosotros conocemos como propiamente mercado.</i></p>	<p>Predicación</p>	<p>Violación de la máxima de modo, en especial la sub máxima de sea ordenado, ya que el emisor introduce un enunciado en la conversación, de manera forzada:</p> <p><i>[...] te das cuenta de... bueno promueven el mercado como el mejor mercado de Centroamérica.</i></p> <p>El intento de introducir forzosamente el tema del mercado capitalino en la conversación se advirtió anteriormente cuando el entrevistador le preguntó al entrevistado: ¿Por qué llama a la administración “<i>velocista</i>”? (ver muestra completa).</p>
<p><i>Mira, los mercados son exitosos cuando hay tránsito de personas en los alrededores, y ese tránsito se da en el tranfer que hacen los salvadoreños que viven en Santa Tecla, trabajan en San Marcos, el que vive en Soyapango, en Apopa, y tiene que venir a trabajar al centro o a otro de los puntos cardinales de la ciudad. Eh... Allí se da ese tranfer y allí, el ciudadano, como los mercados cierran a las cuatro, cuatro y media de la tarde, el ciudadano ya no puede acceder a los mercados y va en el camino con</i></p>	<p>Dramatización</p>	<p>El locutor incumple la sub máxima de modo, ya que dilata su explicación, debido a lo cual se produce una colisión entre la máxima de cantidad, en especial la sub máxima: <i>su contribución no sea más informativa de lo requerido.</i></p>

<i>el celular hablándole a la esposa: "tráeme los tomates, tráeme esto, tráeme lo otro".</i>		
<i>En ese lugar, ese mercado le está costando a los capitalinos aproximadamente veintipico de millones de dólares, creo, veinticuatro millones de dólares `pa´rriba´.</i>	Argumentación	Incumplimiento de la máxima de calidad, explícitamente, la sub máxima: <i>no diga nada de cuya verdad no tenga pruebas</i> . De esta manera el enunciado presenta una violación oculta, pues el locutor no presenta pruebas fehacientes sobre el dato financiero enunciado. Esto puede dar lugar a engaño.
<i>Bueno, si multiplicas un promedio de casi noventa mil dólares, que me dicen de que lo que están recuperando, anda casi por la mitad de lo que recupera en el alquiler de los locales. Si tú multiplicas noventa mil dólares con impuesto, con IVA y todo eso que se paga mensual por veinte y pico de años que va a estar en ese negocio, yo creo de que te des cuenta de que ese mercado es sumamente caro.</i>	Argumentación	Contravención de la máxima de modo: <i>sea breve y evite la ambigüedad</i> , pues el emisor dilata sobremanera la información proporcionada, pero no define claramente el dato. Dicho esto, es evidente que se produce un conflicto de máximas.
<i>Yo te invito a que vayas a ese mercado, tiene un bar en la parte superior. Yo aplaudo la biblioteca, pero ese mercado está condenado al fracaso.</i>	Predicación / Hablar de sus aspectos negativos	Supresión abierta de la máxima de modo, ya que el entrevistado no es claro al momento de responder la pregunta del entrevistador: <i>La alcaldía lo consideró un éxito, usted dice que no lo es, que es un fracaso.</i> Posteriormente, el entrevistador reformula la pregunta, con el fin de que el entrevistado aclare su postura (ver muestra completa).
<i>Con veinticuatro millones, tú podrías haber construido muchas cosas.</i>	Estrategia polémica	Aunque no es evidente en este fragmento, el locutor viola la sub máxima de modo: <i>oscuridad de expresión</i> . Como puede notarse, con este enunciado se provoca en el receptor el ejercicio de una reflexión negativa.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA <i>FRENTE A FRENTE</i>		
Fecha: 05 de abril de 2017		Locutor: Ernesto Muyschondt
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de Máxima
<i>Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país.</i>	Estrategia de captación	El enunciado muestra que sí cumple la máxima de cantidad; no obstante, el entrevistado se niega a contestar explícitamente la pregunta que le hace el entrevistador (<i>¿Usted estará consciente, licenciado Muyschondt, que su nombre suena en algunas fórmulas que ya se manejan políticamente para buscar candidaturas presidenciales?</i>); por consiguiente, violenta el principio de cooperación.
<i>Creo que, ARENA tiene una gran cantidad de personas capaces, que pueden optar a una candidatura a la presidencia y a la vicepresidencia de la República.</i>	Estrategia de captación / Hablar de nuestros aspectos positivos	De igual forma, en este enunciado se respeta la cantidad de información que el locutor expone. A su vez, cumple con las sub máximas de modo, puesto que se muestra claro con lo que dice. No obstante, aún no contesta claramente la pregunta que le formuló el entrevistador. Esto sugiere una violación abierta, debido a que no colabora a que se produzca adecuadamente el diálogo.
<i>[...] buscar un buen candidato que recupere la presidencia de la República y que pueda enrumbar adecuadamente el país, y enfrentar de una mejor manera los problemas que viven los salvadoreños y sacar al país adelante.</i>	Captación	El enunciado cumple con la máxima de calidad, esto es debido a la claridad del mensaje. El objetivo del emisor es calar en la mente del receptor a través de la persuasión.
<i>[...] como dije, sería un excelente candidato y un excelente presidente de la República.</i>	Estrategia de captación	El locutor cumple con la máxima de claridad y cantidad. Es breve, pero conciso en la idea que transmite a la audiencia.
<i>Creo que el país necesita un cambio, con urgencia. Necesitamos corregir el rumbo equivocado que lleva</i>	Puesta en perspectiva	En este segmento, el emisor rompe con la máxima de cantidad, ya que la información es redundante; ya se ha

<i>el país, y ARENA es la única opción que puede sacar a El Salvador adelante.</i>		comunicado anteriormente.
<i>Creo que es una gran cosa para nuestro país que gente como él (Carlos Calleja), que tiene un gran amor por el país, un gran compromiso con El Salvador, estén dispuestos a salirse de una zona de confort y meterse en la política, trabajar por El Salvador.</i>	Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos	Aunque el enunciado no lo parezca, infringe la máxima de cantidad. Esto ocurre cuando el entrevistador le formula una pregunta al entrevistado, ante lo cual, responde naturalmente (ver entrevista completa); sin embargo, se extiende en su respuesta con información innecesaria, pero estratégica, ya que busca persuadir al receptor de que el posible candidato de ARENA es la mejor opción como futuro gobernante para El Salvador.
<i>Lo que dice: habla mal de los políticos siendo un político, habla mal de su partido, pero quiere usar a su partido para buscar nuevamente la Alcaldía de San Salvador o buscar otras cosas.</i>	Predicación	El locutor cumple la máxima de pertinencia al responder la pregunta que el entrevistador le manifiesta. Desde luego, la formulación de la interrogante se presta a este tipo de valoraciones. Parece ser que existe correspondencia entre ambas partes.
<i>Creo que él ha fracasado en todas las gestiones que ha hecho. En nuevo Cuscatlán, en dónde llegó, casi cuadruplicó la deuda del municipio sin que se viera traducido en obras, en San Salvador está haciendo lo mismo.</i> <i>El próximo alcalde de San Salvador va a tener serias dificultades en cómo administrar esa herencia de deudas que está dejando la administración de Nayib Bukele, y no vemos obras.</i>	Deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	La máxima de calidad se transgrede, ya que se expresa información con ánimos de defraudar al contrincante político.
<i>Con la alcaldía de Norman Quijano tenían un alcalde cercano, un alcalde que les resolvía problemas, un alcalde que llegaba a las comunidades.</i>	Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos	De igual manera que la ED anterior, se incumple la máxima de calidad mediante la exageración.

<i>Con este señor, ven que nunca se aparece por ahí, solo pasa viajando y otros administran la alcaldía o solo pasa promocionándose él sin resolverle los problemas a los capitalinos.</i>	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos	El emisor viola la máxima de calidad, debido a que proporciona información cuestionable.
<i>Ojalá, también haya un cambio en la alcaldía de San Salvador y podamos tener nuevamente un alcalde como Norman Quijano. Ojalá, Norman se anime para la alcaldía de San Salvador, porque estoy seguro de que ganaría, y seguro que podría corregir la administración municipal de San Salvador.</i>	Captación	El emisor del mensaje cumple la máxima de cantidad, es muy puntual y claro en el mensaje; sin embargo, viola la máxima de relación porque comparte una información irrelevante, aunque sutilmente estratégica ya que atrapa la atención del receptor.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE		
Fecha: 19 de abril de 2017		Locutor: Ana Vilma de Escobar
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de Máxima
<i>Yo creo que, lo que estamos viviendo en este momento que es una situación de impago y para nosotros es una situación de un impago provocado por el FMLN, [...]</i>	Puesta en perspectiva / No hablar de nuestros aspectos negativos	Tras lo expuesto, el locutor cumple con la máxima de cantidad, su mensaje es preciso y sin “tapujos”. Desde luego que al ser puntual y sin rodeos, la ED facilita y orienta al oyente a ubicar las figuras antagónicas y agónicas del discurso, con el fin de que el receptor adopte una postura ante la situación de impago por parte del GOES.
<i>[...] se dejó llevar esto hasta el último momento.</i>	Captación	
<i>[...] esto es algo que venimos tratando de decirle al FMLN, que deben ordenarse las finanzas públicas, [...]</i>	Puesta en perspectiva / Hablar de nuestros aspectos positivos	Violación encubierta de la máxima de calidad, induce a error. La contribución del entrevistado es artificial, debido a que es una ED la que opera como un supuesto de verdad. Por tanto, el emisor busca condicionar un cambio de perspectiva

		en el receptor, pues evoca una imagen positiva de la fracción legislativa de ARENA, al hacer creer que ese partido vela por los intereses del pueblo.
<i>¿Qué puede esperarse? o ¿Qué puede esperar el gobierno del FMLN, cuando no le asigna suficientes fondos en una partida presupuestaria al pago de pensiones? ¿Qué puede esperar, qué va a suceder, cuándo toque pagar, si a una partida presupuestaria para el pago de pensiones, le ha apostado mil dólares?, y lo que corresponde pagar son doscientos treinta millones de dólares.</i>	Intensificación	El enunciado cumple la máxima de cantidad y de pertinencia, debido a que la ED de intensificación realza la idea discursiva. Esto ocupa una función marcadamente estratégica, la cual es persuadir.
<i>[...] nosotros desde que el presupuesto se aprobó, le dijimos al FMLN y a los demás partidos, mire, ¡Este presupuesto no está cabal! A este presupuesto le faltan fondos.</i>	Referencia, o modo de nombrar	El locutor aporta más datos irrelevantes en la conversación, debido a que su contribución es más informativa de lo requerido.
<i>Esto es una situación para nosotros provocada, donde el FMLN deja que esto llegue a una situación de crisis, [...]</i>	Puesta en perspectiva	La contribución del sujeto discursivo infringe la máxima de relevancia y de cantidad, puesto que la información vertida ya se ha dicho en forma previa. Como se apuntó anteriormente, la reiteración de esta ED penetra y se asimila en la mente de la audiencia.
<i>[...] el Gobierno, entonces dueño del Estado, va luego a ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones.</i>	Polémica	El comentario: “ <i>El Gobierno, entonces dueño del Estado</i> ”, es irrelevante; sin embargo, constituye una fuerte estrategia para deslegitimar a su adversario político. La calidad de la información también es cuestionable, debido a que tradicionalmente ARENA ha ejercido más poder e influencia en las instituciones del Estado salvadoreño que otros grupos políticos del país. Por tanto, la información expuesta tiene fuertes matices de condicionar la perspectiva del receptor con este tipo de declaraciones sensacionalistas.

<i>Esto es lo que verdaderamente nos preocupa a nosotros, no hemos visto que el gobierno del FMLN mueva un solo dedo para resolver este problema, [...]</i>	Argumentación	Es bien característico que el partido ARENA, desde su enfoque de oposición, no entrará en consenso sin condicionar sus votos. Dicho esto, se transgrede la máxima de calidad.
<i>[...] hemos tenido toda la disposición para sentarnos y dialogar, [...]</i> <i>[...] le hemos ya planteado en repetidas ocasiones...</i>	Referencia o nominación / Hablar de nuestros aspectos positivos	
<i>Entonces, aquí tenemos una situación de un desorden, que al final, el FMLN, creyendo que va a dañar a la oposición, o que las finanzas públicas es un juego político, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie. A ellos es a quien se está dañando.</i>	Deslegitimación / captación	Nuevamente, el locutor reitera la idea de que la crisis es producto del partido de izquierda, información intrascendente en este punto del discurso; sin embargo, el dato es necesario para los intereses del sujeto discursivo, cuando lo que en realidad busca es convencer. En este caso, la máxima que se viola es la de relevancia.
<i>[...] un movimiento del Ejecutivo, una transferencia dentro del Ministerio de Hacienda, no. Mire, hagamos una reforma a la ley de presupuesto entonces, con cuarenta y tres votos lo hacen sin necesidad de ARENA; no, Bueno, ocupen parte, entonces, de los ciento veintidós millones que ya colocaron en bonos, no tampoco es la solución. Entonces, bajen el gasto del Gobierno y vean cómo hacen una reforma al presupuesto, tampoco, bueno, ¿y qué alternativa está? ¿Más deuda?</i>	Intensificación	El emisor cumple con la máxima de cantidad, debido a la estrategia de intensificación que acompaña al enunciado, cuyo resultado es muy gráfico, al informar a la audiencia los aspectos cuestionados del Gobierno frente al impago. Cumple su función manipuladora.
<i>[...] los salvadoreños nos lo dicen claramente, no quieren ni más deuda, ni más impuesto. Aquí necesitamos ordenar la casa.</i>	Captación / No hablar de nuestros aspectos negativos	Este segmento discursivo viola la máxima de cantidad, porque aporta una información extra. No obstante, el enunciado es claramente estratégico.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE		
Fecha: 04 de mayo		Locutores: Norman Quijano y Carlos Reyes
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de Máxima
<i>En el afán de potenciar su imagen (Gerson Martínez) dilapida los recursos.</i>	Deslegitimación	La máxima de cantidad se cumple en este enunciado, puesto que el emisor es claro y preciso al expresar su idea. Sin embargo, incumple la máxima de calidad al asumir, sin tener pruebas concretas, que el Ministro de Obras Públicas malgasta los fondos del Estado.
<i>Sobre el discurso del profesor Sánchez Cerén, mira ya nos tiene acostumbrados a esa metamorfosis, pasa de la inacción, pasa de la inercia, lo ves varias veces casi taciturno, lo ves que tiene un ausentismo impresionante para ser el Presidente de la Nación, y de repente lo ves, cuando tiene la oportunidad de estar ante toda su base, lo ves con un histrionismo sorprendente, lo ves estridente, pronunciando discursos polarizantes.</i>	Estrategia de dramatización / intensificación	El emisor del mensaje incumple la máxima de cantidad al colocarle demasiados adjetivos calificativos a este segmento del discurso, hecho que genera rodeos y poca claridad de lo que realmente se quiere expresar. No obstante, el despliegue de estos elementos robustece la intencionalidad de la ED, la cual es, persuadir al oyente de que el presidente de la República, Salvador Sánchez Cerén, es inadecuado para gobernar el país.
<i>Me gustó la función pública y creo que la he desarrollado con mucha honradez, nunca he estado en puestos cupulares, no pertenezco a élites financieras, ni empresariales del país, soy una persona que llega limitadito al fin de mes, pero lo hago con mucha honradez.</i>	Estrategia de dramatización / Habla de su aspecto positivo	Al igual que el ejemplo anterior, el emisor del mensaje viola la máxima de cantidad al exponer más del contenido necesario en su intervención. <i>...Nunca he estado en puestos cupulares, no pertenezco a élites financieras, ni empresariales del país, soy una persona que llega limitadito al fin de mes, pero lo hago con mucha honradez.</i>
<i>Fui el diputado más votado en porcentaje en cara, de cada 100 votantes de ARENA en Cabañas, 62 marcaron mi cara y alrededor de 38 marcaron la</i>	Estrategia de credibilidad	En este enunciado, el entrevistado cumple con la máxima de cantidad, puesto que su mensaje es claro y su intención de darle credibilidad a su imagen también lo es. Además, el

<i>bandera.</i>		ejemplar cumple con las máximas de calidad, relación y modo.
<i>Este gobierno rompe la confianza. Porque, te invitan al diálogo...El señor allá bien alegre ehh...Ya he expresado son sus características y...se toma el cafecito y uno dice, bueno este señor está con la sana intención de sacar adelante al país, pero al final te das cuenta que es pura propaganda nomás.</i>	Estrategia de deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	El emisor viola la máxima de calidad en este enunciado, al expresar información irrelevante: <i>[...] te invitan al diálogo...El señor allá bien alegre ehh...Ya he expresado son sus características y...se toma el cafecito y uno dice, bueno este señor está con la sana intención de sacar adelante al país.</i> Además, viola la máxima de cantidad ya que se expresa más información de la necesaria.
<i>He visto con profunda pena, y también así me lo expresan muchos vecinos, de que han caído nuevamente los niveles de limpieza que tenía la ciudad de San Salvador.</i>	Estrategia de deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	Violación encubierta de la máxima de calidad al exponer información con el supuesto de ser verdadera, cuando puede ser verificable. Esto sugiere que el responsable puede engañar.
<i>Después de que realmente tienen un impago programado, para justamente llevar este país al caos. A ellos les encanta el caos. Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá”.</i>	Estrategia de polémica / Hablar de sus aspectos negativos	Incumplimiento de la máxima de calidad, explícitamente, la sub máxima: <i>no diga nada de cuya verdad no tenga pruebas</i> , de manera que, el locutor presenta una violación oculta, debido a que no presenta pruebas contundentes de la crisis que se vive en territorio venezolano.

Matriz D: Análisis de la teoría de cooperación de Grice, orientado hacia las implicaturas

La cuarta matriz indaga el mensaje oculto derivado del discurso. No todo lo que se dice revela la intención comunicativa, por tanto, hay información implícita, indirecta. Un concepto que ayuda a comprender este tipo de mensajes es el denominado *implicatura*. Su particularidad reside en la indagación de lo dicho a través de lo no dicho que un locutor intenta sugerir. Grice distinguió dos tipos de implicaturas:

- Convencional: Son las que derivan directamente de los significados.
- No convencionales: Se producen cuando se viola una máxima; esto induce a que el receptor inicie un juicio inferencial, dependiendo del contexto referencial.

Todo esto, constituye un proceso totalmente pragmático.

La estructura de la matriz contempla tres columnas dispuestas de la siguiente manera: enunciado, ED, tipo de implicatura (convencional o no convencional); de esta última, se determina la forma implícita de la enunciación. Dichas columnas no deben ser vistas de manera separada, sino, en completa interdependencia. Esto quiere decir, que en cada columna existe una secuencia lógica de carácter horizontal, que devela cada una de las etapas del proceso que sigue para llegar al objeto de análisis de la matriz. Su lectura debe hacerse a partir de que el discurso, y por consiguiente las estrategias, van más allá de emitir información literal.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE		
Fecha: 01 de marzo de 2017		Locutores: Margarita Escobar y David Reyes
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de implicatura: convencional o no convencional.
<i>ARENA fue el partido pionero en la renovación política.</i>	Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos	De acuerdo con el enunciado, el locutor sugiere que ARENA fue el primer partido en proponer la renovación política de su bancada. La implicatura es de carácter convencional, puesto que el mensaje va inmerso en el enunciado.
<i>Fuimos nosotros en la legislación anterior, los que solitos, nos quedamos promoviendo el voto por rostro. Eso ha sido posible por la concepción política que tuvo ARENA, no solo la propia, sino la del país.</i>	Estrategia de credibilidad / Hablar de nuestros aspectos positivos	La implicatura es convencional, puesto que el significado del mensaje va explícito en el enunciado.
<i>Todo verdadero líder tiene que saber cuándo llegar y cuando irse.</i>	Estrategia de captación	<ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que ellos (ARENA) son verdaderos líderes. • Sugiere que ellos analizarán el momento oportuno de retirarse de la Asamblea. Implicatura convencional
<i>¡No todo es malo!, ¡No todo no sirve! No toda la Asamblea Legislativa es sucia, corrupta, poco transparente. ¡No es así!</i>	Estrategia de dramatización	<ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que no toda la Asamblea es corrupta y mala. • Sugiere que ellos, los areneros, son honestos. • Sugiere que la oposición (FMLN) es la bancada corrupta de la Asamblea Legislativa, entre otros. Por lo tanto, la implicatura es no convencional.
<i>ARENA ha cambiado, hay un proceso grande de democratización. Por ejemplo, en esta fracción, por</i>	Estrategia de captación / hablar	Es una implicatura no convencional, ya que sugiere que en anteriores administraciones de gobierno, la democracia

<i>primera vez en la historia, la fracción trabaja con un ente colegiado en donde se vota y yo creo que eso fortalece al partido.</i>	de nuestros aspectos positivos	era dudosa.
<i>Todo apunta a que si hay cambios es para perfeccionar nuestra democracia, para ampliarla y para profundizarla.</i>	Estrategia de argumentación	La implicatura es no convencional, pues implica que en anteriores administraciones de gobierno había prácticas anómalas.
<i>Por supuesto, si queremos seguir con esa política sucia de compra de voluntades, de asilo político, de transfuguismo, pues eso no es la política o lo que debería ser la política.</i>	Estrategia polémica	<ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que ARENA es un partido que lucha contra la corrupción. • Sugiere que el FMLN es un partido corrupto, puesto que respalda la práctica de compra de voluntades y tolera el asilo político como el del expresidente Mauricio Funes. <p>El significado no está dicho en el enunciado; aunque los indicios son bastante obvios. Por lo tanto, es una implicatura no convencional.</p>

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA *FRENTE A FRENTE*

Fecha: 31 de marzo de 2017

Locutor: Norman Quijano

ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de implicatura: convencional o no convencional.
<i>La plaza Morazán nosotros la remodelamos, Federico, [...]</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos	<p>Implicatura convencional, pues sugiere que la remodelación de la plaza Morazán es exclusiva de la gestión edilicia de Norman Quijano.</p> <p>Ciertamente, la plaza Morazán ha sufrido diferentes</p>

		cambios en el pasar de las administraciones desde hace más de 100 años; no obstante, en la gestión Bukele se revitalizó.
<i>[...] he llegado a calificar a la actual administración como una administración que ha hecho todo en los primeros tres años [...] como cuando yo digo es un velocista.</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de sus aspectos negativos	Se entiende que la administración municipal de Nayib Bukele es efectiva; sin embargo, desde la posición política del locutor y desde el enfoque de la ED, sugiere al alocutario la deslegitimación y rechazo a esa gestión de gobierno municipal ya que, según él, se está destruyendo el patrimonio capitalino. Implicatura no convencional
<i>[...] Él (Nayib Bukele) es un publicista, [...]</i>	Predicación	La implicatura es convencional, ya que el significado se desprende directamente del enunciado. Indica, según Norman Quijano, que el señor Nayib Bukele promociona sus labores y su imagen en exceso. Claramente es de carácter oscuro.
<i>El tema de una obra por día, [...] yo he podido constatarlo que no es cierto. Yo creo que nosotros, en nuestra administración de este servidor hicimos más de una obra por día; [...]</i>	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos y presentar sus positivos	La información contenida en el mensaje sugiere la posibilidad de ser cierta. Implicatura convencional.
<i>[...] y que no estoy corresponsabilizando a la Alcaldía, porque ese proceso empezó desde hace muchos años y es una obra de tal magnitud que debería haberse hecho en forma conjunta entre el Ministerio de Obras Públicas y la alcaldía. Yo busqué ese apoyo de los titulares de Obras Públicas y no los tuve. Esa obra vale millones de millones de dólares.</i>	Puesta en perspectiva, enmarcado o representación del discurso.	El enunciado remite a pensar: <ul style="list-style-type: none"> • El Ministerio de Obras Públicas no cumple con sus funciones institucionales. • Apunta a que no hay colaboración entre el gobierno municipal y esta cartera de Estado. La implicatura es no convencional

<p><i>Pues yo fui a ver cuándo se produjo todo eso que se ha ido produciendo, todos esos deslizamientos, y me dijeron ya vinieron de la alcaldía y pusieron el plástico y el rótulo: "Una obra por día".</i></p>	<p>Estrategia de credibilidad</p>	<p>El mensaje implícito que devela la ED es que el exalcalde de San Salvador, supuestamente, es cercano a los problemas que enfrentan los capitalinos. A su vez, sugiere que el programa “Una obra por día” es falsa y solo busca publicidad. Declaración totalmente cuestionable, puesto que puede ser verificable.</p> <p>Implicatura no convencional</p>
<p><i>Eh... Si tú te recuerdas, San Salvador "cero bache", yo les pregunto a los salvadoreños si creen que San Salvador no tiene baches, verdad. Sin embargo, la ciudad se llenó de afiches de: "Cero baches". Es decir, hay mucha promoción publicitaria que realmente no es cierto.</i></p>	<p>Predicación / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>Implicatura convencional, el significado deriva expresamente de la predicación.</p>
<p><i>Cuando tú constatas las cosas, te das cuenta de... bueno promueven el mercado como el mejor mercado de Centroamérica. Eso tiene más visos de un centro comercial que un mercado, lo que nosotros conocemos como propiamente mercado.</i></p>	<p>Predicación</p>	<p>La información derivada del enunciado implica que las autoridades edilicias inducen a un supuesto error al denominar al inmueble: “mercado”.</p> <p>La implicatura que corresponde a este enunciado es convencional.</p>
<p><i>Mira, los mercados son exitosos cuando hay tránsito de personas en los alrededores, y ese tránsito se da en el tranfer que hacen los salvadoreños que viven en Santa Tecla, trabajan en San Marcos, el que vive en Soyapango, en Apopa, y tiene que venir a trabajar al centro o a otro de los puntos cardinales de la ciudad. Eh... Allí se da ese tranfer y allí, el ciudadano, como los mercados cierran a las cuatro, cuatro y media de la tarde, el ciudadano ya no puede acceder a los mercados</i></p>	<p>Dramatización</p>	<p>Insinúa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La ubicación del mercado Cuscatlán no es la conveniente. • Por la ubicación, está destinado a fracasar. • No provocará la afluencia de consumidores que tienen otros mercados de San Salvador. <p>Implicatura convencional</p>

<p>y va en el camino con el celular hablándole a la esposa: "tráeme los tomates, tráeme esto, tráeme lo otro".</p>		
<p>En ese lugar, ese mercado le está costando a los capitalinos aproximadamente veintipico de millones de dólares, creo, veinticuatro millones de dólares `pa´riba´.</p>	<p>Argumentación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El mercado es el más caro de El Salvador. • Con sus impuestos, los capitalinos pagan esa exorbitante cantidad de dinero por un mercado que, según el locutor del mensaje, está destinado al fracaso. <p>Implicatura convencional</p>
<p>Bueno, si multiplicas un promedio de casi noventa mil dólares, que me dicen de que lo que están recuperando, anda casi por la mitad de lo que recupera en el alquiler de los locales. Si tú multiplicas noventa mil dólares con impuesto, con IVA y todo eso que se paga mensual por veinte y pico de años que va a estar en ese negocio, yo creo de que te des cuenta de que ese mercado es sumamente caro.</p>	<p>Argumentación</p>	<p>No hay implicatura, dicho de otra manera no hay información extra. Lo que expresa es claro:</p> <p>"[...] ese mercado es sumamente caro".</p>
<p>Yo te invito a que vayas a ese mercado, tiene un bar en la parte superior. Yo aplaudo la biblioteca, pero ese mercado está condenado al fracaso.</p>	<p>Predicación / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>La implicatura es no convencional. Mediante esta ED el locutor expresa que un bar en un mercado es inapropiado, debido a que es un sitio público donde acuden menores de edad acompañados de sus padres.</p>
<p>Con veinticuatro millones, tú podrías haber construido muchas cosas.</p>	<p>Estrategia polémica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La construcción del mercado Cuscatlán resultó dispendioso para lo que el inmueble supone y las ganancias que producirá. • Sugiere que no hubo una administración adecuada de ese caudal de dinero destinado a la obra arquitectónica. <p>Implicatura no convencional</p>

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE		
Fecha: 05 de abril de 2017		Locutor: Ernesto Muysshondt
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de implicatura: convencional o no convencional.
<i>Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país.</i>	Estrategia de captación	Convencional, sugiere al destinatario que el país se ha administrado mal por el FMLN, orientando al receptor para que piense que el partido ARENA es la solución más viable ante la crisis del país.
<i>Creo que, ARENA tiene una gran cantidad de personas capaces, que pueden optar a una candidatura a la presidencia y a la vicepresidencia de la República.</i>	Estrategia de captación / Hablar de nuestros aspectos positivos	Implicatura convencional El locutor insinúa al oyente que ARENA tiene personal más capacitado que su oponente político.
<i>[...] buscar un buen candidato que recupere la presidencia de la República y que pueda enrumbar adecuadamente el país, y enfrentar de una mejor manera los problemas que viven los salvadoreños y sacar al país adelante.</i>	Captación	No existe contenido adicional, es decir, implicatura.
<i>[...] como dije, sería un excelente candidato y un excelente presidente de la República.</i>	Estrategia de captación	
<i>Creo que el país necesita un cambio, con urgencia. Necesitamos corregir el rumbo equivocado que lleva el país, y ARENA es la única opción que puede sacar a El Salvador adelante.</i>	Puesta en perspectiva	La información contenida en el mensaje hace suponer en la audiencia que el país está en crisis por la supuesta mala administración del gobierno de izquierda, y que la mejor solución se encuentra en la propuesta presidencial del partido ARENA. En consecuencia, la implicatura que se desprende de esta ED es convencional.
<i>Creo que es una gran cosa para nuestro país que gente como él (Carlos Calleja), que tiene un gran amor por el</i>	Predicación / Hablar de nuestros aspectos	Esta intervención deduce en el oyente que existen figuras afines a la ideología de derecha, ajenas al terreno de la política, dispuestas a postularse a la presidencia y

<i>país, un gran compromiso con El Salvador, estén dispuestos a salirse de una zona de confort y meterse en la política, trabajar por El Salvador.</i>	positivos	vicepresidencia de la República por parte del partido ARENA, en beneficio de los intereses del pueblo salvadoreño. Su implicación es convencional.
<i>Lo que dice: habla mal de los políticos siendo un político, habla mal de su partido, pero quiere usar a su partido para buscar nuevamente la Alcaldía de San Salvador o buscar otras cosas.</i>	Predicación	[...] buscar otras cosas; puede suponer: <ul style="list-style-type: none"> • La candidatura presidencial. • “Desviar fondos de la alcaldía capitalina”. Convencional
<i>Creo que él ha fracasado en todas las gestiones que ha hecho. En nuevo Cuscatlán, en dónde llegó, casi cuadruplicó la deuda del municipio sin que se viera traducido en obras, en San Salvador está siendo lo mismo.</i> <i>El próximo alcalde de San Salvador va a tener serias dificultades en cómo administrar esa herencia de deudas que está dejando la administración de Nayib Bukele, y no vemos obras.</i>	Deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	No hay contenido que presuponer.
<i>Con la alcaldía de Norman Quijano tenían un alcalde cercano, un alcalde que les resolvía problemas, un alcalde que llegaba a las comunidades.</i>	Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos	Implicación convencional Infiere que el exalcalde de ARENA, Norman Quijano, es la supuesta mejor opción que tiene el pueblo capitalino para gobernar nuevamente la alcaldía de San Salvador.
<i>Con este señor, ven que nunca se aparece por ahí, solo pasa viajando y otros administran la alcaldía o solo pasa promocionándose él sin resolverle los problemas a</i>	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos	La información que expresa el emisor del mensaje en este enunciado sugiere que su rival político es una pésima elección para gobernar nuevamente la municipalidad.

<i>los capitalinos.</i>		Consecuentemente, la implicación es no convencional.
<i>Ojalá, también haya un cambio en la alcaldía de San Salvador y podamos tener nuevamente un alcalde como Norman Quijano. Ojalá, Norman se anime para la alcaldía de San Salvador, porque estoy seguro de que ganaría, y seguro que podría corregir la administración municipal de San Salvador.</i>	Captación	Lo que se desprende de este enunciado es que, de no ganar y recibir ARENA el apoyo de los capitalinos mediante el voto electoral, la comuna corre riesgo de volverse ineficiente en la prestación de servicios públicos y en el desarrollo de las obras. Convencional

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE		
Fecha: 19 de abril de 2017		Locutor: Ana Vilma de Escobar
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de implicatura: convencional o no convencional.
<i>Yo creo que, lo que estamos viviendo en este momento que es una situación de impago y para nosotros es una situación de un impago provocado por el FMLN, [...]</i>	Puesta en perspectiva / No hablar de nuestros aspectos negativos	<ul style="list-style-type: none"> • La deuda financiera ha sido provocada por el fracaso en la administración del gobierno del FMLN. • Sugiere que este desorden financiero es exclusivo del gobierno de izquierda, cuando en realidad no es cierto; pues en los anteriores gobiernos de derecha en El Salvador, las finanzas eran insostenibles, asegura el economista Héctor Dada Hirezi en una entrevista televisiva y radiofónica ("<i>La actual crisis fiscal no es consecuencia de este gobierno: Héctor Dada Hirezi</i>", 2019). • No se le ha dado la debida atención al problema que enfrentan las finanzas del Estado.
<i>[...] se dejó llevar esto hasta el último momento.</i>	Captación	

		Dicho lo anterior, la implicatura que emana del enunciado corresponde a la no convencional.
<i>[...] esto es algo que venimos tratando de decirle al FMLN, que deben ordenarse las finanzas públicas, [...]</i>	Puesta en perspectiva / Hablar de nuestros aspectos positivos	El enunciado sugiere que el partido de derecha ha estado vigilante y en constante diálogo con el Ejecutivo. Desde luego esto es cuestionable, dado que se trata de un discurso meramente político. Implicatura convencional
<i>¿Qué puede esperarse? o ¿Qué puede esperar el gobierno del FMLN, cuando no le asigna suficientes fondos en una partida presupuestaria al pago de pensiones? ¿Qué puede esperar, qué va a suceder, cuándo toque pagar, si a una partida presupuestaria para el pago de pensiones, le ha apostado mil dólares?, y lo que corresponde pagar son doscientos treinta millones de dólares.</i>	Intensificación	<ul style="list-style-type: none"> • El país atraviesa una crisis fiscal y no se está haciendo lo necesario para resolver el problema. • Rechaza la propuesta del Ejecutivo, al considerarla inadecuada a las dimensiones del problema. • La Nación se encuentra con un nivel crediticio igual al de Grecia y Venezuela. Implicatura no convencional
<i>[...] nosotros, desde que el presupuesto se aprobó, le dijimos al FMLN y a los demás partidos: Mire, ¡Este presupuesto no está cabal! A este presupuesto le faltan fondos.</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos contraponiendo los negativos de ellos	<ul style="list-style-type: none"> • Implica en el oyente que el Estado no tiene suficientes fondos. • Si no hay fondos ¿en qué se ocupa el dinero del pueblo? No convencional
<i>Esto es una situación para nosotros provocada, donde el FMLN deja que esto llegue a una situación de crisis, [...]</i>	Puesta en perspectiva	<ul style="list-style-type: none"> • El FMLN está gobernando mal. • La crisis es exclusiva de la mala administración del partido de izquierda. Implicatura convencional
<i>[...] el Gobierno, entonces dueño del Estado, va luego a</i>	Polémica	El emisor sugiere que existen supuestas anomalías que

<i>ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones.</i>		indican que el FMLN está gobernando con despotismo, que no se deja asesorar y que se está imponiendo el bloque de izquierda. La implicatura es de carácter convencional.
<i>Esto es lo que verdaderamente nos preocupa a nosotros, no hemos visto que el gobierno del FMLN mueva un solo dedo para resolver este problema, [...]</i>	Argumentación	El contenido implícito es: <ul style="list-style-type: none"> • ARENA vela por los intereses del pueblo salvadoreño. • ARENA está dispuesta a dialogar por el bien del pueblo salvadoreño. • La oposición es constructiva. • El Gobierno no está a favor del diálogo. No convencional
<i>[...] hemos tenido toda la disposición para sentarnos y dialogar, [...]</i> <i>[...] le hemos ya planteado en repetidas ocasiones...</i>	Referencia o nominación / Hablar de nuestros aspectos positivos	
<i>Entonces, aquí tenemos una situación de un desorden, que al final, el FMLN, creyendo que va a dañar a la oposición, o que las finanzas públicas es un juego político, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie. A ellos es a quien se está dañando.</i>	Deslegitimación / captación	<ul style="list-style-type: none"> • Lucha ideológica, donde el principal antagonista es el FMLN. • El FMLN no está apto para gobernar la nación. • Entiende que la única salida es cargar a los salvadoreños de más impuestos. No convencional
<i>[...] un movimiento del Ejecutivo, una transferencia dentro del Ministerio de Hacienda, no. Mire, hagamos una reforma a la ley de presupuesto entonces, con cuarenta y tres votos lo hacen sin necesidad de ARENA; no, Bueno, ocupen parte, entonces, de los ciento veintidós millones que ya colocaron en bonos, no tampoco es la solución. Entonces, bajen el gasto del Gobierno y vean cómo hacen</i>	Intensificación	La información que se desprende de este segmento discursivo da a entender a la audiencia que no existe voluntad política de parte del partido de gobierno, para resolver la crisis financiera que enfrenta al país. Implicatura que desprende el enunciado: no convencional.

<i>una reforma al presupuesto, tampoco, bueno, ¿y qué alternativa está? ¿Más deuda?</i>		
<i>[...] los salvadoreños nos lo dicen claramente, no quieren ni más deuda, ni más impuesto. Aquí necesitamos ordenar la casa.</i>	Captación / No hablar de nuestros aspectos negativos	<i>“Aquí necesitamos ordenar la casa”</i> . Es una implicatura convencional, significa que se está administrando mal el país.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE		
Fecha: 04 de mayo de 2017		Locutores: Norman Quijano y Carlos Reyes
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	Tipo de implicatura: convencional o no convencional.
<i>Soy un funcionario que tiene alta aceptación en las capas medias urbanas y de los sectores más desfavorecidos.</i>	Estrategia de credibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que es un funcionario capacitado. La implicatura, por lo tanto, es convencional.
<i>He visto con profunda pena, y también así me lo expresan muchos vecinos, de que han caído nuevamente los niveles de limpieza que tenía la ciudad de San Salvador.</i>	Estrategia de deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	<ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que la anterior administración de ARENA era efectiva, mientras que la actual administración no lo es. • Sugiere que tiene comunicación con los habitantes de San Salvador. Implicatura es convencional.
<i>Me gustó la función pública y creo que la he desarrollado con mucha honradez, nunca he estado en puestos cupulares, no pertenezco a élites financieras, ni empresariales del país, soy una persona que llega limitadito al fin de mes, pero lo hago con mucha honradez.</i>	Estrategia de dramatización / Habla de su aspecto positivo	<ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que ha tenido vocación por el trabajo legislativo. • Sugiere que no pertenece a la élite financiera del país. El significado del mensaje se extrae directamente del

		enunciado, por lo tanto, es una implicatura convencional.
<i>En el afán de potenciar su imagen (Gerson Martínez) dilapida los recursos.</i>	Estrategia de deslegitimación	La implicatura que se desprende es no convencional, ya que: <ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que Gerson Martínez está cometiendo presuntos actos de corrupción en el MOP.
<i>Sobre el discurso del profesor Sánchez Cerén, mira ya nos tiene acostumbrados a esa metamorfosis, pasa de la inacción, pasa de la inercia, lo ves varias veces casi taciturno, lo ves que tiene un ausentismo impresionante para ser el Presidente de la Nación, y de repente lo ves, cuando tiene la oportunidad de estar ante toda su base, lo ves con un histrionismo sorprendente, lo ves estridente, pronunciando discursos polarizantes.</i>	Estrategia de dramatización / intensificación	<ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que Sánchez Cerén tiene una personalidad polifacética. • Sugiere que Sánchez Cerén no tiene la capacidad para dirigir al país. • Sugiere que Sánchez Cerén solo tiene presencia mediática cuando está en compañía de la cúpula del FMLN. <p>Por tanto, es una implicatura convencional.</p>
<i>Después de que realmente tienen un impago programado, para justamente llevar este país al caos. A ellos les encanta el caos. Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá.</i>	Estrategia polémica / Hablar de sus aspectos negativos	<ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que el FMLN quiere llevar a El Salvador a la ruina. • Sugiere que en Venezuela hay un caos. • Sugiere que FMLN está siguiendo los mismos pasos de administración que en Venezuela. <p>Implicatura convencional</p>
<i>Han roto lo que nunca se tenía que haber roto ¡La confianza! Cuando se pierde la confianza es difícil volver a tender puentes, y este Gobierno rompe la confianza.</i>	Estrategia de deslegitimación / Dramatización.	<ul style="list-style-type: none"> • Sugiere que el Gobierno es poco fiable. • Sugiere que ARENA tenía un pacto con el Gobierno y fueron traicionados. • Sugiere que no volverán a pactar con el Gobierno. <p>Por tanto, es una implicatura convencional.</p>

<p><i>Hubiera querido otra vez, avocarme a recuperar lo que ya habíamos logrado en la ciudad de San Salvador, más orden y los niveles de limpieza que tenía la ciudad.</i></p>	<p>Predicación</p>	<ul style="list-style-type: none">• Sugiere que la ciudad de San Salvador tenía excelentes niveles de orden y limpieza durante la administración de Norman Quijano.• Sugiere que su administración capitalina fue mucho mejor que la actual administración de Nayib Bukele. <p>Tipo de implicatura: no convencional.</p>
--	--------------------	---

Matriz E: Análisis de la manifestación ideológica expuesta en el discurso

Como se manejó en el marco teórico de este trabajo, un discurso es el depósito de un sistema ideológico que acuña el sujeto discursivo, que lo representa, lo diferencia de otros individuos o instituciones. Su punto medular es la legitimación propia, la cosificación del individuo, la unificación o la fragmentación.

La matriz debe ser leída de manera horizontal partiendo del enunciado, segmento del discurso del sujeto político, y la ED que se desprende de éste, seguidamente, se presentan los tres componentes que constituyen la ideología de la derecha salvadoreña: republicanismo, nacionalismo y neoliberalismo. El análisis de cada una de esas manifestaciones ideológicas ha dependido del examen cuidadoso y crítico que se ha derivado de la muestra y su respectiva ED. Para ello, se han tomado en cuenta los siguientes indicadores:

- Republicanismo: En la práctica, fuerte oposición al control absoluto del Estado sobre la propiedad privada. En consecuencia, creen en la concentración de la propiedad, recursos o inmuebles en manos privadas, y en la defensa de los intereses del sector comercial, industrial y bancario. Como se enfatizó en el apartado titulado *Aspectos preliminares, ¿Qué es el Consejo Ejecutivo Nacional (COENA)?*, el republicanismo considera la praxis de mantener bajos los impuestos y la idea de que el ciudadano invierta en su jubilación a través de las AFP.
- Nacionalismo: Predominio de un discurso anticomunista y polarizante.
- Neoliberalismo: Apertura al libre mercado, dañinas políticas de privatización, fuerte control salarial, mayor participación del capital privado en la provisión de servicios públicos.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 01 de marzo de 2017		Locutores: Margarita Escobar y David Reyes		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DE LA IDEOLOGÍA EN EL DISCURSO		
		Republicanismo	Nacionalismo	Neoliberalismo
<i>ARENA fue el partido pionero en la renovación política del país.</i>	Estrategia de credibilidad / Hablar de nuestros aspectos positivos	En este enunciado se desprende un ejemplo de republicanismo, puesto que hace énfasis en el supuesto compromiso que tiene la derecha política con la institucionalidad del país.		
<i>Fuimos nosotros en la legislación anterior, los que solitos, nos quedamos promoviendo el voto por rostro. Eso ha sido posible por la concepción política que tuvo ARENA, no solo la propia, sino la del país.</i>	Estrategia de captación / Hablar de nuestros aspectos positivos	En este enunciado se revelan los ideales del republicanismo y nacionalismo, puesto que, por una parte, el emisor da a entender un supuesto compromiso que tiene ARENA con las instituciones democráticas del país; y por otro, se manifiesta la defensa de sus intereses como partido, derivados de la necesidad de gobernar.		
<i>Cuando se producen debates internos, siempre la gente cree que ARENA está dividida ¡Eso no es correcto! Lo que enriquece al partido ARENA es el debate, y podremos no estar de acuerdo todos en la misma óptica, pero si en el mismo destino, y al final tomaremos la mejor decisión para el país.</i>	Estrategia de captación / Hablar de nuestros aspectos positivos		El nacionalismo se representa en este segmento discursivo mediante la construcción artificial del supuesto compromiso del partido Arena con la nación, pues al decir: “Tomaremos la mejor decisión para el país”, esconde el verdadero carácter ideológico, es decir,	

			la defensa de sus propios intereses como grupo de poder hegemónico.	
<i>Si El Salvador quiere cambiar empezamos por nosotros mismos.</i>	Estrategia de captación		El entrevistado hace creer al receptor que ARENA, supuestamente, está dispuesta a un cambio en su actuar político.	
<i>Los partidos políticos, no son instituciones privadas, son instituciones de carácter público en donde se toman decisión que impactan la vida del ciudadano. Es ahí donde se eligen los gobernantes que pronto serán presidentes de la República. Por eso mi partido comenzó desde hace algunos años a impulsar una reforma de renovación política y elecciones internas.</i>	Estrategia de captación.	Persuade al receptor sobre un supuesto compromiso con el sector público y con la democracia salvadoreña. No obstante, en la práctica, demuestra que su obligación es con el sector privado y la banca del país. A partir de esto último, se articula el rechazo ante otras penetraciones ideológicas que no sean congruentes con su ideario político.		
<i>Y ahí estamos en esta aspiración de hacer de ARENA un instituto político democrático internamente, que ofrezca las mejores candidaturas y las mejores plataformas, para sacar adelante a todo El Salvador.</i>	Estrategia de credibilidad / No hablar de nuestros aspectos negativos	Los dos indicadores se manifiestan en este segmento del discurso al presentar en el oyente del programa televisivo que los miembros que integran el partido ARENA son más idóneos para gobernar y administrar el país.		
<i>Hay que respetar la institucionalidad, esto tiene que ir acorde a la Ley de los Partidos Políticos, acorde a los procedimientos establecidos por el</i>	Estrategia de credibilidad		Crea en el oyente del discurso el imaginario de una supuesta conciencia política, a través de la	

<i>Tribunal Supremo Electoral.</i>			construcción mitificada de valores e ideales.	
<i>En cualquiera de los casos yo voy a seguir sirviéndole a El Salvador en cualquier trinchera política.</i>	Estrategia de captación / Habla de su aspecto positivo		El locutor crea un imaginario patriótico en la mente del alocutario del mensaje, a fin de ganar nuevos adeptos o mantenerlos.	

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 31 de marzo de 2017		Locutor: Norman Quijano		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DE LA IDEOLOGÍA EN EL DISCURSO		
		Republicanismo	Nacionalismo	Neoliberalismo
<i>La plaza Morazán nosotros la remodelamos, Federico, [...]</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos		Se manifiesta a través del “ <i>nosotros la remodelamos</i> ”, ya que muestra la designación identitaria del instituto político al que representa, en contra de su rival, el FMLN.	
<i>[...] he llegado a calificar a la actual administración como una administración que ha hecho todo en los primeros tres años [...] como cuando yo digo es un velocista.</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de sus aspectos negativos		“ <i>He llegado a calificar</i> ”, marca la designación de sí mismo como una estrategia de construcción simbólica.	
<i>[...] Él (Nayib Bukele) es un publicista, [...]</i>	Predicación		El desprestigio es una clara manifestación ideológica,	

			que muestra la marcada confrontación que viven las dos principales fuerzas políticas de El Salvador.	
<i>El tema de una obra por día, [...] yo he podido constatarlo que no es cierto. Yo creo que nosotros, en nuestra administración de este servidor hicimos más de una obra por día; [...]</i>	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos y presentar sus positivos		En la medida en que utiliza la designación de sí mismo, el emisor manifiesta la magnificación positiva de un «nosotros», frente a la representación negativa del FMLN.	
<i>[...] y que no estoy corresponsabilizando a la Alcaldía, porque ese proceso empezó desde hace muchos años y es una obra de tal magnitud que debería haberse hecho en forma conjunta entre el Ministerio de Obras Públicas y la alcaldía. Yo busqué ese apoyo de los titulares de Obras Públicas y no los tuve. Esa obra vale millones de millones de dólares.</i>	Puesta en perspectiva, enmarcado o representación del discurso.		Desde luego que la representación positiva de un «nosotros» (ARENA) cae en el juego de la victimización, como en el caso de esta ED.	
<i>Pues yo fui a ver cuándo se produjo todo eso que se ha ido produciendo, todos esos deslizamientos, y me dijeron ya vinieron de la alcaldía y pusieron el plástico y el rótulo: "Una obra por día".</i>	Estrategia de credibilidad		De momento, la referencia de sí mismo como elemento identitario del instituto político de derecha, marca la dinámica de la lucha política encuadrada en la polarización y la manipulación.	
<i>Eh... Si tú te recuerdas, San Salvador</i>	Predicación /		Notablemente, la interacción	

<p><i>"cero bache", yo les pregunto a los salvadoreños si creen que San Salvador no tiene baches, verdad. Sin embargo, la ciudad se llenó de afiches de: "Cero baches". Es decir, hay mucha promoción publicitaria que realmente no es cierto.</i></p>	<p>Hablar de sus aspectos negativos</p>		<p>discursiva muestra la fuerte carga de tensión y confrontación política-ideológica entre ARENA y el FMLN.</p>	
<p><i>Cuando tú constatas las cosas, te das cuenta de... bueno promueven el mercado como el mejor mercado de Centroamérica. Eso tiene más visos de un centro comercial que un mercado, lo que nosotros conocemos como propiamente mercado.</i></p>	<p>Predicación</p>		<p>Los efectos que produce esta dinámica confrontativa refuerzan o generan desigualdad, tanto en el oyente pasivo del programa de entrevistas, como también, en las principales fuerzas políticas del país: la izquierda y la derecha política salvadoreña.</p>	<p>Mayor participación del capital privado en la prestación de servicios públicos. El Mercado Cuscatlán no es la excepción a esta característica del neocapitalismo, pues, el inmueble no le pertenece a la alcaldía, sino que está en manos privadas, propiedad del médico Julio Alejandro Murra Saca (Campos, 2018), pariente del ex presidente y procesado Elías Antonio Saca, cuya afiliación política estuvo ligada a ARENA (1989-2009) y al PCN (2013-2018).</p>
<p><i>En ese lugar, ese mercado le está costando a los capitalinos aproximadamente veintipico de millones de dólares, creo, veinticuatro millones de dólares `pa`riba´.</i></p> <p><i>Bueno, si multiplicas un promedio de casi noventa mil dólares, que me dicen de que lo que están recuperando, anda casi por la mitad de lo que recupera en el alquiler de los locales. Si tú multiplicas noventa mil dólares con impuesto, con IVA y todo eso que se</i></p>	<p>Argumentación</p>		<p>Visiblemente, el discurso marca la fuerte tensión existente entre estas dos fuerzas políticas. A grandes rasgos, su foco es deslegitimar ideológicamente a su contrapeso político, pues el ataque se dirige al FMLN, un partido que tradicionalmente se ha ubicado en el bloque revolucionario.</p>	

<i>paga mensual por veinte y pico de años que va a estar en ese negocio, yo creo de que te des cuenta de que ese mercado es sumamente caro.</i>				
<i>Yo te invito a que vayas a ese mercado, tiene un bar en la parte superior. Yo aplaudo la biblioteca, pero ese mercado está condenado al fracaso.</i>	Predicación / Hablar de sus aspectos negativos			

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 05 de abril de 2017		Locutor: Ernesto Muyschondt		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DE LA IDEOLOGÍA EN EL DISCURSO		
		Republicanismo	Nacionalismo	Neoliberalismo
<i>Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país.</i>	Estrategia de captación		A partir de esta ED, se desglosa el interés de la derecha por recuperar el control absoluto del Estado, para así, recobrar totalmente los privilegios que perdió parcialmente la oligarquía salvadoreña.	
<i>[...] buscar un buen candidato que recupere la presidencia de la República y que pueda enrumbar adecuadamente el país, y enfrentar de una mejor manera los problemas que viven los salvadoreños y sacar al país adelante.</i>	Captación	Los tres indicadores se manifiestan en este enunciado. Es claro que el objetivo del locutor no es la defensa y la promulgación de los intereses del pueblo, sino la fidelidad al capital privado, encabezado por la élite salvadoreña que tradicionalmente se ubica en el sector comercial, industrial y bancario, por extensión, es a sus intereses a los que se quiere sacar adelante. Todo lo señalado lleva presente la tentativa de desplazar total o parcialmente del poder a su antagonista político, el FMLN.		

<p><i>[...] como dije, sería un excelente candidato y un excelente presidente de la República.</i></p>	<p><i>Estrategia de captación</i></p>		<p>El nacionalismo se presenta en este enunciado al expresar la idea de que las personas que constituyen ARENA son más idóneas para gobernar el país. Esto crea o refuerza en el televidente un imaginario identitario positivo, tanto de la figura del supuesto candidato presidencial, como también de ese partido de derecha.</p>	
<p><i>Creo que el país necesita un cambio, con urgencia. Necesitamos corregir el rumbo equivocado que lleva el país, y ARENA es la única opción que puede sacar a El Salvador adelante.</i></p>	<p><i>Puesta en perspectiva</i></p>		<p>El locutor continúa construyendo una idea negativa de su contraparte política en el imaginario social, a partir de su posicionamiento ideológico que acuña el ideario arenero, esto es: su fuerte línea anticomunista.</p>	
<p><i>Lo que dice: habla mal de los políticos siendo un político, habla mal de su partido, pero quiere usar a su partido para buscar nuevamente la Alcaldía de San Salvador o buscar otras cosas.</i></p>	<p>Predicación</p>		<p>Es bien patente en estos enunciados la tensión política que causa el sistema ideológico que acuña el partido ARENA, expresado por los miembros del grupo que controlan el discurso.</p>	
<p><i>Creo que él ha fracasado en todas las gestiones que ha hecho. En nuevo</i></p>	<p>Deslegitimación / Hablar de sus</p>			

<p><i>Cuscatlán, en dónde llegó, casi cuadruplicó la deuda del municipio sin que se viera traducido en obras, en San Salvador está haciendo lo mismo.</i></p> <p><i>El próximo alcalde de San Salvador va a tener serias dificultades en cómo administrar esa herencia de deudas que está dejando la administración de Nayib Bukele, y no vemos obras.</i></p>	<p>aspectos negativos</p>		<p>Dichas construcciones discursivas realzan las evaluaciones negativas (opiniones) compartidas que expresa el locutor de su contrincante político. Su punto de vista advierte innumerables disputas y conflictos.</p>	
<p><i>Con este señor, ven que nunca se aparece por ahí, solo pasa viajando y otros administran la alcaldía o solo pasa promocionándose él sin resolverle los problemas a los capitalinos.</i></p>	<p>Polémica / Hablar de sus aspectos negativos</p>		<p>Los focos en disputas son las ya clásicas ambiciones y pretensiones nacionalistas de desplazar del ejercicio del poder a la izquierda representada por el FMLN.</p>	
<p><i>Con la alcaldía de Norman Quijano tenían un alcalde cercano, un alcalde que les resolvía problemas, un alcalde que llegaba a las comunidades.</i></p>	<p>Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos</p>		<p>En contraposición de lo anterior, lo planteado en estos dos enunciados es la principal forma de representación positiva de grupo. Vale la pena notar que, al mantener un sistema de ideas repelente hacia su contraparte política, el emisor del mensaje hace necesaria la auto-legitimación del ideario</p>	
<p><i>Ojalá, también haya un cambio en la alcaldía de San Salvador y podamos tener nuevamente un alcalde como Norman Quijano. Ojalá, Norman se anime para la alcaldía de San Salvador, porque estoy seguro de que ganaría, y seguro que podría corregir</i></p>	<p>Captación</p>			

<i>la administración municipal de San Salvador.</i>			mediante un imaginario positivo de sí mismo. Este mecanismo ayuda a dar más realce a la construcción identitaria de ARENA.	
---	--	--	--	--

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 19 de abril de 2017		Locutor: Ana Vilma de Escobar		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DE LA IDEOLOGÍA EN EL DISCURSO		
		Republicanismo	Nacionalismo	Neoliberalismo
<i>Yo creo que, lo que estamos viviendo en este momento que es una situación de impago y para nosotros es una situación de un impago provocado por el FMLN, [...]</i>	Puesta en perspectiva / No hablar de nuestros aspectos negativos		Estas ED matizan el supuesto peligro que representa la izquierda en el país, y más aún, estando en el gobierno central. Esta idea, desde luego, se concibe a partir del alineamiento ideológico que posee ARENA.	
Esto es una situación para nosotros provocada, donde el FMLN deja que esto llegue a una situación de crisis, [...]	Puesta en perspectiva			
[...] esto es algo que venimos tratando de decirle al FMLN, que deben ordenarse las finanzas públicas, [...]	Puesta en perspectiva / Hablar de nuestros aspectos positivos			
<i>¿Qué puede esperarse? o ¿Qué puede esperar el gobierno del FMLN,</i>	Intensificación	Al caer el país en impago de pensiones, las		

<p><i>cuando no le asigna suficientes fondos en una partida presupuestaria al pago de pensiones? ¿Qué puede esperar, qué va a suceder, cuándo toque pagar, si a una partida presupuestaria para el pago de pensiones, le ha apuesto mil dólares?, y lo que corresponde pagar son doscientos treinta millones de dólares.</i></p>		<p>Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) están obligadas a prestar su dinero al Estado, invirtiendo en Certificados de Inversión Previsionales. Por extensión, esto se traduce en la defensa de los intereses de la Asociación Salvadoreña de Administradoras de Fondos de Pensiones (ASAFONDOS), y el respaldo del partido ARENA hacia la propiedad privada.</p>		
<p><i>[...] el Gobierno, entonces dueño del Estado, va luego a ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones.</i></p>	<p>Polémica</p>			
<p><i>[...] nosotros, desde que el presupuesto se aprobó, le dijimos al FMLN y a los demás partidos: Mire, ¡Este presupuesto no está cabal! A este presupuesto le faltan fondos.</i></p>	<p>Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos contraponiendo los negativos de ellos</p>		<p>Reitera y permanece latente la idea de la incapacidad de gobernar del partido de izquierda, y supuesto peligro que el FMLN representa estando en el poder.</p>	
<p><i>Esto es lo que verdaderamente nos preocupa a nosotros, no hemos visto que el gobierno del FMLN mueva un solo dedo para resolver este problema, [...]</i></p>	<p>Argumentación</p>			

<p><i>[...] hemos tenido toda la disposición para sentarnos y dialogar, [...]</i></p> <p><i>[...] le hemos ya planteado en repetidas ocasiones...</i></p>	<p>Referencia o nominación / Hablar de nuestros aspectos positivos</p>		<p>La representatividad política del partido recae en la reiteración verbal de “hemos”, lo cual contribuye al mantenimiento y sostenimiento de un imaginario positivo que esgrime en su discurso la invitada del programa.</p>	
<p><i>Entonces, aquí tenemos una situación de un desorden, que al final, el FMLN, creyendo que va a dañar a la oposición, o que las finanzas públicas es un juego político, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie. A ellos es a quien se está dañando.</i></p>	<p>Deslegitimación / captación</p>		<p>Mediante el uso del terror, la ED manifiesta la paranoia anticomunista y la acérrima defensa del <i>status quo</i> que propugna el partido ARENA.</p>	
<p><i>[...] un movimiento del Ejecutivo, una transferencia dentro del Ministerio de Hacienda, no. Mire, hagamos una reforma a la ley de presupuesto entonces, con cuarenta y tres votos lo hacen sin necesidad de ARENA; no, Bueno, ocupen parte, entonces, de los ciento veintidós millones que ya colocaron en bonos, no tampoco es la solución. Entonces, bajen el gasto del Gobierno y vean cómo hacen una reforma al presupuesto, tampoco, bueno, ¿y qué alternativa está? ¿Más deuda?</i></p>	<p>Intensificación</p>		<p>La estrategia utilizada enfatiza los supuestos aspectos negativos del partido en el Poder Ejecutivo. Ayuda a desacreditar a su contrincante y a validar la opinión del emisor del discurso.</p>	

<p><i>[...] los salvadoreños nos lo dicen claramente, no quieren ni más deuda, ni más impuesto. Aquí necesitamos ordenar la casa.</i></p>	<p>Captación / No hablar de nuestros aspectos negativos</p>	<p>La ED desglosa la idea de que la única fuerza capaz de enfrentar al “enemigo interno” es el partido de derecha. De manera que, el locutor disfraza las pretensiones de ARENA de recuperar el Poder Ejecutivo mediante una cruzada por la salvación de El Salvador</p>		
---	---	--	--	--

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 04 de mayo		Locutores: Norman Quijano y Carlos Reyes		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DE LA IDEOLOGÍA EN EL DISCURSO		
		Republicanismo	Nacionalismo	Neoliberalismo
<p><i>Soy un funcionario que tiene alta aceptación en las capas medias urbanas y de los sectores más desfavorecidos.</i></p>	<p>Estrategia de credibilidad</p>		<p>El emisor expresa la idea de que es un digno representante o portavoz del pueblo llano.</p>	
<p><i>He visto con profunda pena, y también así me lo expresan muchos vecinos, de que han caído nuevamente los niveles de limpieza que tenía la ciudad de San Salvador.</i></p>	<p>Estrategia de deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos</p>		<p>El desprestigio es una clara manifestación ideológica, que muestra la marcada confrontación y tensión que viven las dos principales fuerzas políticas de El Salvador.</p>	
<p><i>Quitémosle a educación, quitémosle a seguridad, quitémosle a salud y además afectemos a los trabajadores, esas son las grandes soluciones que presenta este Gobierno, en vez de tomar</i></p>	<p>Estrategia de predicación / Hablar de sus aspectos</p>			

<i>decisiones verdaderamente concretas, justamente para solucionar el tema del impago.</i>	negativos			
<i>Nunca he estado en puestos cupulares, no pertenezco a élites financieras, ni empresariales del país, soy una persona que llega limitadito al fin de mes, pero lo hago con mucha honradez.</i>	Estrategia de captación / Habla de su aspecto positivo		El enunciado tiene una doble intencionalidad: por un lado, el locutor pretende hacer creer al alocutario que él no pertenece a la élite del país; y por el otro, que es un nacionalista que trabaja, supuestamente, por amor a la patria.	
<i>Después de que realmente tienen un impago programado, para justamente llevar este país al caos. A ellos les encanta el caos. Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá.</i>	Estrategia polémica / Hablar de sus aspectos negativos	En esta ED se cumplen los ideales y estatutos que promulga el partido ARENA, sobre: “Defender nuestras tradiciones occidentales ante el ataque ideológico y agresión permanente del comunismo internacional, que ponga en peligro la institucionalidad de El Salvador”. Se pone de manifiesto la ideología nacionalista y republicana que el partido político ARENA adopta en sus estatutos, pues el emisor rechaza la forma de gobernar de la izquierda salvadoreña, tomando como supuesto referente a Venezuela.		
<i>Y luego, ver al presidente hablando un discurso, desperdigando contra la empresa privada, nuevamente creando incertidumbre.</i>	Deslegitimación		Expone abiertamente su defensa de la empresa privada frente al discurso del mandatario Salvador Sánchez Cerén, mostrando así la simpatía que el locutor del discurso tiene ante la empresa privada.	

Matriz F: Análisis del poder, como forma de manipulación ideológica expuesta en el discurso

Hablar de discurso político supone necesariamente que exista ideología, esta necesita ser persuasiva, autolegitimarse y deslegitimar al adversario, reforzar el *status quo*. Todo esto se logra mediante el ejercicio del abuso de poder. Dicha manifestación, como se apuntó en la parte dedicada al concepto de poder, se concibe como la consecución de efectos, productos de la coacción psíquica en una persona, grupo o sociedad para que actúe de una manera determinada. Por tanto, esta sección del análisis, demanda ser vista en completa unidad con los elementos: discurso, ideología y poder, y no de forma separada.

Dicho lo anterior, esta última matriz de análisis, busca poner de manifiesto cómo opera el *abuso de poder* mediante tres elementos, a saber:

- Persuasión: El objetivo principal es causar algún cambio de perspectiva en el receptor durante el proceso comunicativo.
- Deslegitimación del adversario: Buscan la descalificación o desconocimiento del adversario.
- Credibilidad propia: El objetivo principal es blindarse, reforzando y aumentando el nivel de confianza que el receptor pueda tener sobre el emisor.

Dichos indicadores muestran cómo se impone y naturalizan las ideas de las autoridades de ARENA. La lectura debe seguir el orden lógico de izquierda a derecha, tomando como punto de partida y de insumo la muestra o segmento del discurso, con su respectiva ED, a fin de dar respuesta de cómo se manifiesta la manipulación ideológica mediante el abuso de poder.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 01 de marzo de 2017		Locutores: Margarita Escobar y David Reyes		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DEL PODER EN EL DISCURSO		
		Persuasión	Deslegitimación del adversario	Credibilidad propia
<i>ARENA fue el partido pionero en la renovación política.</i>	Estrategia de credibilidad / Hablar de nuestros aspectos positivos	Se manifiesta al proyectar en el receptor del mensaje la idea de que ARENA es un partido comprometido con la renovación institucional.	Se promueve la idea de que ARENA es el único partido con capacidad democrática en El Salvador, frente a otros institutos políticos.	El locutor expone su visión de país, aprovechando para enaltecer y sobrevalorar la imagen propia del partido.
<i>Sobre los 3 períodos, si usted limita a un diputado a 3 períodos para que participe en la Asamblea Legislativa, pero; impone una planilla para elegir a esos diputados y deja en manos de las cúpulas partidarias la decisión de quiénes van a entrar y quiénes no. ¡Eso es un engaño!</i>	Estrategia de deslegitimación	La ED induce al oyente a tomar una conducta frente a lo planteado, mostrando una valoración desfavorable ante la situación descrita.	La deslegitimación se manifiesta explícitamente al expresar abiertamente que la democracia interna del oponente es falsa.	Al exponer el rechazo a la manera de democratizar internamente las bases del oponente, la estrategia hace inferir al receptor que ARENA es la única fuerza que práctica la verdadera democracia interna en su organización.
<i>Cuando se producen debates internos, siempre la gente cree que ARENA está dividida ¡Eso no es correcto! Lo que enriquece al partido ARENA es el debate, y podremos no estar de</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos	El enunciado pretende influir en la percepción del receptor, al transmitir una imagen positiva del instituto político.	El locutor insinúa que su partido es el único en abrir las puertas al debate; por tanto, supone que el FMLN carece de ello.	Recalca la idea de credibilidad propia, exponiendo la flexibilidad al diálogo, en la estructura interna del partido.

<i>acuerdo todos en la misma óptica, pero si en el mismo destino, y al final tomaremos la mejor decisión para el país.</i>				
<i>¡No todo es malo!, ¡No todo no sirve! No toda la Asamblea Legislativa es sucia, corrupta, poco transparente. ¡No es así!</i>	Estrategia de dramatización	El sujeto discursivo acepta que existe corrupción en la Asamblea Legislativa; sin embargo, intenta persuadir al televidente de que su bancada es incorruptible, desligándose de este fenómeno.	Insinúa la idea de que los oponentes (FMLN y otros partidos), son los causantes de que la población en general tenga una visión errónea de la política en general.	Propone a la bancada de ARENA como la más apta e incorrupta, diferenciando así su accionar político con el de los demás partidos políticos.

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 31 de marzo de 2017		Locutor: Norman Quijano		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DEL PODER EN EL DISCURSO		
		Persuasión	Deslegitimación del adversario	Credibilidad propia
<i>La plaza Morazán nosotros la remodelamos, Federico, [...]</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos	La persuasión se manifiesta al introducir el pronombre “ <i>nosotros</i> ” positivo.	Por tanto, el locutor marca la distinción entre “ <i>ellos</i> ” (negativo).	“ <i>Nosotros</i> ” dota de credibilidad la intervención del locutor y a la ED.
<i>[...] he llegado a calificar a la actual administración como una administración que ha hecho todo en los primeros</i>	Referencia, o modo de nombrar / Hablar de sus aspectos	Indirectamente, se corteja al oyente a tomar una conducta frente a lo planteado, mediante la formulación de una	Desde el marco ideológico en el que se sitúa el emisor del mensaje, opera la desvalorización del	A través de su situación como entrevistado, impone su visión de mundo a la audiencia. Esto implica un

<i>tres años [...] como cuando yo digo es un velocista.</i>	negativos	valoración pésima hacia las obras de la administración Bukele.	“enemigo”.	abuso de poder.
<i>[...] Él (Nayib Bukele) es un publicista, [...]</i>	Predicación	Las valoraciones y prejuicios de carácter perjudiciales inducen a la manipulación del oyente, acrecentando o manteniendo adeptos. Aunque esto también pueden generar la pérdida de los mismos.	No solo se manifiesta la deslegitimación hacia el adversario político, sino también, se exterioriza y patentiza la violencia que produce el sistema ideológico que acuña el emisor del mensaje.	Al hallarse en un programa de entrevistas televisivas, el político hace uso del abuso de poder, al presentar su estrategia como legítima, de acuerdo con la secuencia que sigue, de momento, el discurso.
<i>El tema de una obra por día, [...] yo he podido constatarlo que no es cierto. Yo creo que nosotros, en nuestra administración de este servidor hicimos más de una obra por día; [...]</i>	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos y presentar sus positivos	El emisor intenta convencer a la audiencia de que él (Norman Quijano), ha sido y constituye la mejor oferta política, la más veraz, la más diligente, la más creíble en oposición a su contraparte ideológica.	La declaración expresada en esta ED provoca una polarización, al establecer un ataque simplificador al programa de gobierno municipal de Nayib Bukele.	“Yo he podido constatar” imprime, veracidad (cuestionable) al contraponer la administración Bukele con la anterior gestión del emisor del mensaje.
<i>[...] y que no estoy corresponsabilizando a la Alcaldía, porque ese proceso empezó desde hace muchos años y es una obra de tal magnitud que debería haberse hecho en forma conjunta entre el Ministerio de Obras Públicas y la alcaldía. Yo busqué ese apoyo de los</i>	Puesta en perspectiva, enmarcado o representación del discurso.	Desde su óptica, busca crear en la mente del receptor cuál debe ser la conducta que debe adoptar frente a lo expresado, la cual es: manifestar rechazo a quienes, supuestamente, le negaron la ayuda. Al mismo tiempo, provoca solidaridad hacia quien enuncia, es decir, a la figura política de Norman Quijano.		

<p><i>titulares de Obras Públicas y no los tuve. Esa obra vale millones de millones de dólares.</i></p>				
<p><i>Pues yo fui a ver cuándo se produjo todo eso que se ha ido produciendo, todos esos deslizamientos, y me dijeron ya vinieron de la alcaldía y pusieron el plástico y el rótulo: "Una obra por día".</i></p>	<p>Estrategia de credibilidad / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>Debido a la posición de autoridad en la que se encuadra el locutor, este pretende inducir al oyente a creer que las obras de la administración Bukele son solo maquillaje. Esta clase de información ayuda a creer que hay un ejercicio de poder mal intencionado por parte del emisor del mensaje, puesto que, se controla la difusión de la información y las ideas.</p>	<p>Construye en el receptor, a nivel simbólico, una identidad negativa de la gestión edilicia desarrollada por Nayib Bukele.</p>	<p><i>"Pues yo fui a ver"</i>, es una expresión que refuerza la ED.</p>
<p><i>Eh... Si tú te recuerdas, San Salvador "cero bache", yo les pregunto a los salvadoreños si creen que San Salvador no tiene baches, verdad. Sin embargo, la ciudad se llenó de afiches de: "Cero baches". Es decir, hay mucha promoción publicitaria que realmente no es cierto.</i></p>	<p>Predicación / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>Debido a la posición de autoridad en la que se encuadra el locutor, este pretende inducir al oyente a creer que las obras de la administración Bukele son solo maquillaje. Esta clase de información ayuda a creer que hay un ejercicio de poder mal intencionado por parte del emisor del mensaje, puesto que, se controla la difusión de la información y las ideas.</p>	<p>El atributo del enunciado es la descalificación de la obra, con el fin de que el receptor adopte una actitud de desaprobación hacia el trabajo desarrollado en la Alcaldía de San Salvador por parte de Nayib Bukele.</p>	<p>Esta ED refuerza el espíritu de credibilidad, al abrir espacios de participación para los oyentes en el proceso de diálogo.</p>

<p><i>Cuando tú constatas las cosas, te das cuenta de... bueno promueven el mercado como el mejor mercado de Centroamérica. Eso tiene más visos de un centro comercial que un mercado, lo que nosotros conocemos como propiamente mercado.</i></p>	<p>Predicación</p>	<p>Estas estrategias orientan la percepción de los receptores, hacia una valoración negativa del trabajo desarrollado por Nayib Bukele en la Alcaldía de San Salvador. A través de estas ED, los principales actores políticos son interpretados en términos de agonista y antagonista.</p>	<p>Ocurre cuando el político, invitado del programa, cuestiona el vocablo “mercado” y los atributos que la comuna capitalina le asigna al inmueble.</p>	<p>Dota de credibilidad al emisor del mensaje al posicionarse como una figura de autoridad. Esta asignación valorativa surge por el sentido lógico que el autor impregna en su estrategia.</p>
<p><i>En ese lugar, ese mercado le está costando a los capitalinos aproximadamente veintipico de millones de dólares, creo, veinticuatro millones de dólares `pa´rriba´.</i></p> <p><i>Bueno, si multiplicas un promedio de casi noventa mil dólares, que me dicen de que lo que están recuperando, anda</i></p>	<p>Argumentación</p>		<p>Todos estos elementos contribuyen a deslegitimar al adversario y a justificar e imponer el sistema ideológico del emisor, al orientar el énfasis en los aspectos negativos del contrincante político.</p>	<p>La credibilidad se manifiesta al mantener una línea coherente de ideas. Esto, a grandes rasgos, viene siendo dado por la visión de mundo que el locutor ha venido construyendo en sus intervenciones discursivas, a lo largo de la transmisión de todo el programa de entrevistas.</p>

<p><i>casi por la mitad de lo que recupera en el alquiler de los locales. Si tú multiplicas noventa mil dólares con impuesto, con IVA y todo eso que se paga mensual por veinte y pico de años que va a estar en ese negocio, yo creo de que te des cuenta de que ese mercado es sumamente caro.</i></p>				
<p><i>Yo te invito a que vayas a ese mercado, tiene un bar en la parte superior. Yo aplaudo la biblioteca, pero ese mercado está condenado al fracaso.</i></p>	<p>Predicación / Hablar de sus aspectos negativos</p>	<p>El efecto que produce es claro: la desaprobación total de la obra arquitectónica y, por extensión, su ataque va dirigido hacia el partido político de turno que representa a la alcaldía metropolitana. Por consiguiente, el sujeto discursivo instala su sistema ideológico en la mente del oyente, es decir, el peligro que representan los “rojos” en el poder.</p>	<p>La deslegitimación opera a través de las opiniones valorativas (negativas) del locutor.</p>	<p>Estas ED permiten asegurar la credibilidad del emisor, mediante la inclusión participativa del oyente en el discurso.</p>
<p><i>Con veinticuatro millones, tú podrías haber construido muchas cosas.</i></p>	<p>Estrategia polémica</p>	<p>La persuasión opera mediante la inducción al acto reflexivo, pues la información compartida por el emisor incita a la desaprobación, y no a la verificación crítica del dato.</p>		

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 05 de abril de 2017		Locutor: Ernesto Muyschondt		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DEL PODER EN EL DISCURSO		
		Persuasión	Deslegitimación del adversario	Credibilidad propia
<i>Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país.</i>	Estrategia de captación	El locutor pretende seducir a la audiencia de que el partido ARENA es la solución a los problemas que enfrenta la población salvadoreña. Más allá de esta falacia, lo que necesita el partido de derecha es recuperar el poder absoluto y los privilegios con los que contaban cuando tenían en sus manos el Poder Ejecutivo. Para ello, necesitan desplazar del panorama político al FMLN y reducir su fuerza en el parlamento.	Deslegitima la gestión de su adversario político (FMLN), con la finalidad de ganar nuevos adeptos o de mantenerlos.	Opera bajo la formulación de un razonamiento de autoridad: “nos permita <i>corregir el rumbo del país</i> ” y “ <i>enrumbar adecuadamente el país</i> ”. En el contexto de la enunciación, este argumento está cargado de la suficiente fuerza persuasiva para inducir al oyente a la aceptación de la ideología de derecha.
<i>[...] buscar un buen candidato que recupere la presidencia de la República y que pueda enrumbar adecuadamente el país, y enfrentar de una mejor manera los problemas que viven los salvadoreños y sacar al país adelante.</i>	Captación	El objetivo de estas ED es reclutar nuevos seguidores del partido ARENA, con la finalidad de que esto se traduzca, a futuro, en un mayor capital electoral.	Ocurre cuando el emisor del mensaje deja de lado las otras propuestas partidarias. Tácitamente las considera opuestas a sus intereses ideológicos.	La credibilidad se lleva a cabo desde su posición como entrevistado, a partir de la autoridad que ostenta como representante y vocero del COENA.
<i>Creo que, ARENA tiene una gran cantidad de personas capaces, que pueden optar a una candidatura a la presidencia y a la vicepresidencia de la República.</i>	Estrategia de captación / Hablar de sus aspectos positivos			
<i>[...] como dije, sería un</i>	Estrategia de			

<i>excelente candidato y un excelente presidente de la República.</i>	captación			
<i>Creo que el país necesita un cambio, con urgencia. Necesitamos corregir el rumbo equivocado que lleva el país, y ARENA es la única opción que puede sacar a El Salvador adelante.</i>	Puesta en perspectiva	El emisor invita al receptor a que se sume a su visión de mundo, produciéndole así un cambio de perspectiva en la manera de pensar.	La deslegitimación se expresa mediante las ideas negativas que condensa la ED, las cuales derivan en una serie de implicaturas.	La credibilidad se lleva a cabo mediante la autorreferencia positiva de ARENA, que apunta el representante del COENA hacia su instituto político.
<i>Lo que dice: habla mal de los políticos siendo un político, habla mal de su partido, pero quiere usar a su partido para buscar nuevamente la Alcaldía de San Salvador o buscar otras cosas.</i>	Predicación	El locutor abusa de su condición como entrevistado, deslegitimando abiertamente la figura del político y empresario Nayib Bukele. Obviamente, la credibilidad del emisor aumenta y se refuerza por ser un representante del partido ARENA quien emite estos aspectos negativos, lo cual contribuye a fijar esa idea de descalificación hacia la figura del alcalde capitalino, en el pensamiento del receptor.		
<i>Creo que él ha fracasado en todas las gestiones que ha hecho. En nuevo Cuscatlán, en dónde llegó, casi cuadruplicó la deuda del municipio sin que se viera traducido en obras, en San Salvador está haciendo lo mismo.</i> <i>El próximo alcalde de San Salvador va a tener serias</i>	Deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	A medida que avanza su intervención, el emisor impone en la audiencia su idea pesimista del supuesto “enemigo”, creando un falso imaginario que genera reacciones abruptas en el receptor. El emisor busca despertar en el receptor una actitud de rechazo hacia su contrincante	El punto de partida de la desacreditación del sujeto enunciado, se encuentra en la fuerte carga enunciativa de vocablos, tales como: fracaso, deuda, dificultades, etc.	Bajo los argumentos vertidos y desde la posición de autoridad que goza el miembro del COENA en el programa de entrevistas, Muyschondt fortalece e incrementa su cuota de credibilidad ante el receptor pasivo del programa. No obstante, y a estas alturas del diálogo, el emisor recurre a la formulación de ataques sin

<i>dificultades en cómo administrar esa herencia de deudas que está dejando la administración de Nayib Bukele, y no vemos obras.</i>		político, promoviendo así la polarización ideológica.		fundamento.
<i>Con este señor, ven que nunca se aparece por ahí, solo pasa viajando y otros administran la alcaldía o solo pasa promocionándose él sin resolverle los problemas a los capitalinos.</i>	Polémica / Hablar de sus aspectos negativos	Las valoraciones sensacionalistas incitan en el oyente el rechazo político hacia la figura de Nayib Bukele. El emisor ha recurrido al empleo de un mecanismo forzado, al servicio del mantenimiento ideológico y el fortalecimiento del poder que ejerce sobre el receptor del mensaje.	Incrementa e intensifica su ataque a su enemigo político. Sin duda, el enunciado refleja el alto contenido ideologizante del mensaje.	El abuso y control de la información dota de credibilidad al emisor del mensaje, repercutiendo así en la potencial persuasión del receptor pasivo del programa.
<i>Con la alcaldía de Norman Quijano tenían un alcalde cercano, un alcalde que les resolvía problemas, un alcalde que llegaba a las comunidades.</i>	Predicación / Hablar de nuestros aspectos positivos	Mediante la autorreferencia positiva se pretende ganar y mantener prosélitos, e influir sobre ellos, aprovechando la penetración elaborada de esta estrategia en la mentalidad de los receptores.	Esta ED opera en dos niveles: por un lado, erige una imagen negativa de la figura del edil capitalino Nayib Bukele. Y por otro, construye un imaginario positivo del supuesto perfil político de Norman Quijano.	Estas ED permiten legitimar la credibilidad del emisor.
<i>Ojalá, también haya un cambio en la alcaldía de San</i>	Captación		Dicha manifestación discursiva responde a la	

<p><i>Salvador y podamos tener nuevamente un alcalde como Norman Quijano. Ojalá, Norman se anime para la alcaldía de San Salvador, porque estoy seguro de que ganaría, y seguro que podría corregir la administración municipal de San Salvador.</i></p>			<p>reproducción ideológica y al abuso de poder del locutor, quien legitima su ideario haciendo creer al televidente que Norman Quijano es el indicado para gobernar la comuna capitalina, y ningún otro candidato de los demás partidos políticos.</p>	
--	--	--	--	--

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 19 de abril de 2017		Locutor: Ana Vilma de Escobar		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DEL PODER EN EL DISCURSO		
		Persuasión	Deslegitimación del adversario	Credibilidad propia
<p><i>Yo creo que, lo que estamos viviendo en este momento que es una situación de impago y para nosotros es una situación de un impago provocado por el FMLN, [...]</i></p>	<p>Puesta en perspectiva / No hablar de nuestros aspectos negativos</p>	<p>El objetivo de la ED es transmitir y generar rechazo en el receptor hacia la gestión gubernamental del partido de izquierda.</p>	<p>Su desvalorización es motivada por su propia idiosincrasia ideológica, la cual es matizada por el evidente alineamiento anticomunista. Su percepción</p>	<p>Mediante estas ED, el locutor consigue mayor veracidad, sustentado por la coyuntura que vive el país, referente a la crisis.</p>
<p><i>Esto es una situación para nosotros provocada, donde el FMLN deja que esto llegue a una situación de crisis, [...]</i></p>	<p>Puesta en perspectiva</p>	<p>Estas estrategias marcan la tensión que configuran las dos principales fuerzas políticas del país.</p>	<p>descalificadora hace sugerir que el mal de la nación viene exclusivamente de la izquierda política.</p>	

<p><i>[...] esto es algo que venimos tratando de decirle al FMLN, que deben ordenarse las finanzas públicas, [...]</i></p>	<p>Puesta en perspectiva / Hablar de nuestros aspectos positivos</p>	<p>El locutor pretende generar un cambio de perspectiva en el alocutario del mensaje, provocando un giro en función de construir una imagen desfavorable hacia el FMLN. Al mismo tiempo, evoca una imagen positiva de la fracción legislativa de ARENA, al hacer creer que los miembros de ese partido político sí velan por los intereses del pueblo.</p>	<p>La estrategia de deslegitimación del adversario sobreviene al demonizar la gestión del gobierno rojo.</p>	<p>La cualidad de creíble es introducida al formular el significante verbal: “venimos”.</p>
<p><i>¿Qué puede esperarse? o ¿Qué puede esperar el gobierno del FMLN, cuando no le asigna suficientes fondos en una partida presupuestaria al pago de pensiones? ¿Qué puede esperar, qué va a suceder, cuándo toque pagar, si a una partida presupuestaria para el pago de pensiones, le ha apostado mil dólares?, y lo que corresponde pagar son doscientos treinta millones de dólares.</i></p>	<p>Intensificación</p>	<p>A este punto, el emisor busca enardecer los ánimos del oyente, para ponerlo en contra de las supuestas malas decisiones fiscales del FMLN, su principal enemigo político.</p>	<p>Opera mediante la intensificación enfática de los aspectos negativos que se están resaltando de su adversario político.</p>	<p>Se basa en la relación de autoridad discursiva que goza la invitada.</p>
<p><i>[...] el Gobierno, entonces</i></p>	<p>Polémica</p>	<p>El locutor impone su</p>	<p>Descalifica la supuesta</p>	<p>La invitada hace uso de la</p>

<p><i>dueño del Estado, va luego a ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones.</i></p>		<p>subjetividad sobre el alocutario, con la finalidad de provocar y condicionar un cambio de perspectiva en el receptor. La persuasión se supedita al andamiaje ideológico que sustenta el sistema de creencias del emisor en su intervención discursiva.</p>	<p>injerencia que el Gobierno tendría en las pensiones del sistema público.</p>	<p>coyuntura fiscal que enfrenta el país para validar su credibilidad mediante la utilización de esta ED.</p>
<p><i>[...] nosotros, desde que el presupuesto se aprobó, le dijimos al FMLN y a los demás partidos: Mire, ¡Este presupuesto no está cabal! A este presupuesto le faltan fondos.</i></p>	<p>Referencia, o modo de nombrar / Hablar de nuestros aspectos positivos contraponiendo los negativos de ellos</p>	<p>Crea en el televidente del programa televisivo un clima de tensión, orientándolo a posicionarse en contra del FMLN; y a situarse a favor del emisor del mensaje, dándole a este último la razón.</p>	<p>Se manifiesta al exponer, como ha venido la tendencia, todos aquellos aspectos negativos del partido de izquierda que ostenta el poder estatal.</p>	<p>La autorepresentación que ha venido construyendo la entrevistada como una figura de autoridad, encarrila al receptor pasivo a creer lo que ella le dice, para así fijar una postura diferente ante el partido de izquierda.</p>
<p><i>Esto es lo que verdaderamente nos preocupa a nosotros, no hemos visto que el gobierno del FMLN mueva un solo dedo para resolver este problema, [...]</i></p>	<p>Argumentación</p>	<p>La persuasión del emisor se presenta al hacer uso del terror que evoca la supuesta falta de responsabilidad y diligencia del Ejecutivo ante la situación de impago por parte del gobierno.</p>	<p>La deslegitimación se genera mediante la deshumanización que le atribuye el locutor a su adversario político. Por consiguiente, se manipula la mirada del receptor, al entregarle una valoración negativa</p>	<p>La credibilidad se manifiesta al desplegar aspectos positivos del grupo al cual representa el locutor.</p>

			del instituto político de izquierda, a causa del supuesto impago.	
<i>[...] hemos tenido toda la disposición para sentarnos y dialogar, [...]</i> <i>[...] le hemos ya planteado en repetidas ocasiones...</i>	Referencia o nominación / Hablar de nuestros aspectos positivos			
<i>Entonces, aquí tenemos una situación de un desorden, que al final, el FMLN, creyendo que va a dañar a la oposición, o que las finanzas públicas es un juego político, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie. A ellos es a quien se está dañando.</i>	Deslegitimación / captación	A través de esta ED, la invitada del programa intenta convencer a la audiencia de que el principal culpable de la crisis fiscal es el gobierno del FMLN. El emisor busca generar una sensación de incertidumbre en la mentalidad del receptor.	El emisor despliega una carga negativa de las funciones del Gobierno. El locutor crea desconfianza y disminuye la empatía en el instituto político de izquierda.	Al enunciar reiteradas veces la misma idea, el mensaje permanece vigente en la mente del receptor del discurso. El marco informativo que desarrolla la ED permite insertarse en la agenda pública, ya que constituye un tema pernicioso al adversario político, además de ser mitificado.
<i>[...] un movimiento del Ejecutivo, una transferencia dentro del Ministerio de Hacienda, no. Mire, hagamos una reforma a la ley de presupuesto entonces, con cuarenta y tres votos lo hacen</i>	Intensificación	Desde su posición ideológica, el locutor causa terror, conflicto e inseguridad al cuestionar la supuesta praxis financiera del Ejecutivo.	La deslegitimación se muestra al presentar a su contraparte ideológica en un entorno de crisis y ansiedad, lo cual busca generar un clima de desconcierto y peligro para todos.	La credibilidad del locutor se nutre por el manejo discursivo de la información desglosada, pues no es errática ni confusa. Esto permite lograr una mayor persuasión del destinatario.

<p><i>sin necesidad de ARENA; no, Bueno, ocupen parte, entonces, de los ciento veintidós millones que ya colocaron en bonos, no tampoco es la solución. Entonces, bajen el gasto del Gobierno y vean cómo hacen una reforma al presupuesto, tampoco, bueno, ¿y qué alternativa está? ¿Más deuda?</i></p>				
<p><i>[...] los salvadoreños nos lo dicen claramente, no quieren ni más deuda, ni más impuesto. Aquí necesitamos ordenar la casa.</i></p>	<p>Captación / No hablar de nuestros aspectos negativos</p>	<p>El entrevistado intenta convencer al destinatario de que ARENA es la única opción para enrumbar al país. A su vez, la ED involucra a la teleaudiencia en el discurso, otorgándole “voz y poder” frente al problema. Sin embargo, no es nada más que un instrumento al servicio de legitimar su posición como miembro de ARENA, y así ganar simpatía política que posteriormente se traducirá en el incremento de votos o del capital electoral.</p>	<p>Desprecia rotundamente y sin consenso la gestión del FMLN en el poder.</p>	

ENTREVISTA TELEVISIVA MATUTINA FRENTE A FRENTE				
Fecha: 04 de mayo de 2017		Locutores: Norman Quijano y Carlos Reyes		
ENUNCIADO	ESTRATEGIA DISCURSIVA	MANIFESTACIÓN DEL PODER EN EL DISCURSO		
		Persuasión	Deslegitimación del adversario	Credibilidad propia
<i>He visto con profunda pena, y también así me lo expresan muchos vecinos, de que han caído nuevamente los niveles de limpieza que tenía la ciudad de San Salvador.</i>	Estrategia de deslegitimación / Hablar de sus aspectos negativos	El emisor se coloca ante el receptor como la única opción viable en la alcaldía capitalina, en oposición a la actual administración de Nayib Bukele.	Expone la idea de que la actual administración no ha logrado mantener los estándares de limpieza que exige San Salvador, desacreditando de esta manera el trabajo del edil capitalino.	Potencializa su imagen al hacer creer que él es un funcionario que es cercano a la gente, aún si sus funciones como alcalde han cesado.
<i>Soy un funcionario que tiene alta aceptación en las capas medias urbanas y de los sectores más desfavorecidos.</i>	Estrategia de credibilidad	Enaltece su gestión, con el objetivo de ganar adeptos para su partido y en especial hacia su figura.	Aunque no lo expone de manera explícita, al atribuirse el locutor una valoración positiva de sí mismo, está influyendo en la mente del receptor moviéndole a pensar que la oposición no dispone de un candidato que sea tan apto como su persona.	El emisor se presenta ante el receptor como un candidato que tiene aceptación entre la población salvadoreña, para aumentar el nivel de confianza entre los receptores.
<i>Después de que realmente tienen un impago programado, para justamente llevar este país al caos. A ellos les encanta el caos.</i>	Estrategia de polémica / Hablar de sus aspectos negativos	Por medio de esta ED, el emisor del mensaje pretende crear un clima de incertidumbre y terror en el receptor, por una posible	Desacredita explícitamente al oponente, destacando las carencias y debilidades que éste muestra para	El supuesto de credibilidad se logra, al enfatizar la presunta idea de crisis económica y política de Venezuela. Por consiguiente, la estrategia

<i>Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá.</i>		crisis que pudiera desatarse en el país, con lo cual pretende provocar una actitud de rechazo hacia la administración gubernamental actual.	gobernar.	pone en evidencia el sentimiento "antichavista", que prevalece en la ideología de la derecha política salvadoreña.
<i>En el afán de potenciar su imagen (Gerson Martínez) dilapida los recursos.</i>	Estrategia de deslegitimación	Las valoraciones emitidas contra el adversario inducen a la manipulación de los receptores del mensaje, con la intención de que ellos desacrediten de igual manera la gestión del MOP.	El locutor deslegitima la actual administración del MOP, y principalmente a su ministro, Gerson Martínez.	Al desacreditar al oponente, el emisor potencia su imagen incurriendo en la manipulación ideológica, puesto que induce al receptor a adoptar la misma perspectiva que el emisor del discurso impone.

6.2. INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

Una vez que se han vaciado y analizado las muestras seleccionadas en los instrumentos, se procede a realizar el tratamiento correspondiente a la interpretación crítica de los datos que presentan las matrices. Los datos en sí tienen poco significado, hasta que se les hace hablar; para ello se establecen las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son las ED más usadas por los miembros del COENA para configurar y legitimar su ideología?
- ¿En qué medida las ED empleadas por los miembros del partido ARENA, contribuyen a legitimar el abuso de poder?
- ¿Cómo se construye la identidad política de ARENA, a través de las ED?
- ¿Cómo son nombrados y referidos los sujetos discursivos?
- ¿De qué manera contribuyen los elementos pragmáticos a la configuración y legitimación del discurso ideológico de la derecha política salvadoreña?
- ¿En qué medida los elementos pragmáticos contribuyen a que sean efectivas las ED utilizadas por los miembros del COENA, en sus intervenciones mediáticas del programa *Frente a Frente* de Canal 6 de Telecorporación Salvadoreña?

En lo que respecta a la primera incógnita, la interpretación de los datos recabados de las matrices A y E, se hace desde el ACD. Entre los elementos medulares que acompañan a este primer punto son: ideología y ED. Por consiguiente, se toma en consideración el horizonte ideológico de los miembros y voceros del COENA, el cual es: republicanismo, nacionalismo y neoliberalismo.

Después de las consideraciones anteriores, según lo recabado de las muestras en la matriz A, las ED más usadas por los miembros y representantes del COENA para la divulgación, legitimación y promoción de la ideología, son: la estrategia de captación, referencia o modo de nombrar y la predicación. También, existe un predominio de las estrategias: hablar de nuestros aspectos positivos y hablar de sus aspectos negativos. No obstante, y como puede observarse en la matriz E, las tres manifestaciones de la ideología que acuña el partido ARENA (republicanismo, nacionalismo y neoliberalismo) se reflejan en gran parte de los enunciados clasificados dentro de las ED.

Al utilizar la estrategia de captación, el sujeto entrevistado refuerza su sistema ideológico ternario antes mencionado en la mente de la audiencia del programa de entrevistas televisivas *Frente a Frente*; esto lo consigue, a través del matiz que le imprime a sus enunciados. Mediante la utilización de un discurso afable (manipulador), va induciendo al oyente a sumarse al pensamiento de derecha, permitiendo así la legitimación por la defensa de los intereses de su partido y de los de la élite salvadoreña e imponer su autoridad. Para ello, usa como punto de partida la persuasión que caracteriza a esta ED. Así por ejemplo, se citan los siguientes extractos:

[...] buscar un buen candidato que recupere la presidencia de la República y que pueda enrumbar adecuadamente el país, y enfrentar de una mejor manera los problemas que viven los salvadoreños y sacar al país adelante. (E. Muyshondt, entrevista televisiva, 05 de abril 2017)

Entonces, aquí tenemos una situación de un desorden, que al final, el FMLN, creyendo que va a dañar a la oposición, o que las finanzas públicas es un juego político, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie. A ellos es a quien se está dañando. (A. de Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

Por otro lado, la referencia o modo de nombrar busca una construcción positiva del instituto político y de sus representantes en la mente del receptor; al mismo tiempo, crea aversión y apatía al ideario comunista acuñado por el FMLN. Los siguientes ejemplares bastan para ilustrar lo antes dicho:

[...] hemos tenido toda la disposición para sentarnos y dialogar, [...] (A. de Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

[...] nosotros, desde que el presupuesto se aprobó, le dijimos al FMLN y a los demás partidos: Mire, ¡Este presupuesto no está cabal! A este presupuesto le faltan fondos. (A. Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

En lo que respecta a la predicación o atribuciones valorativas (negativas como positivas), las ED de Wodak como la propuesta por Van Dijk: hablar de nuestros aspectos positivos y hablar de sus aspectos negativos, son ampliamente utilizadas por los sujetos discursivos de ARENA para la polarización. También, dichas estrategias son empleadas para la defensa de la autoimagen del entrevistado, la del instituto político al cual representa y la de sus colegas; a su vez, son aprovechadas para desdeñar la figura de sus adversarios o su gestión pública:

Fuimos nosotros en la legislación anterior, los que solitos, nos quedamos promoviendo el voto por rostro. Eso ha sido posible por la concepción política que tuvo ARENA, no solo la propia, sino la del país. (M. Escobar, entrevista televisiva, 01 de marzo de 2017)

Con la alcaldía de Norman Quijano tenían un alcalde cercano, un alcalde que les resolvía problemas, un alcalde que llegaba a las comunidades. (E. Muysshondt, entrevista televisiva, 05 de abril 2017)

Cuando tú constatas las cosas, te das cuenta de... bueno promueven el mercado como el mejor mercado de Centroamérica. Eso tiene más visos de un centro comercial que un mercado, lo que nosotros conocemos como propiamente mercado. (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo 2017)

Desde esta línea de ataque y blindaje, estas estrategias han sido de utilidad en el campo mediático salvadoreño donde se mueven los discursos de los dirigentes de ARENA, es decir, en TCS, para influir sobre el receptor del mensaje, y “orientarlo” acerca de quién es el adecuado para gobernar la nación y defender los supuestos intereses del Estado y la de los salvadoreños, sin distinción de sectores. Esto, desde luego, se condensa en la matriz E, donde se reflejan las tres posiciones ideológicas de los entrevistados.

De las tres manifestaciones ideológicas de ARENA, la que más sale a flote es el nacionalismo, siendo en este caso las ED: captación y la predicación las más usadas para legitimar sus ideas. Estas dos estrategias delatan un aparente compromiso político ante la población salvadoreña frente a la supuesta mala gestión del partido de izquierda, siendo la reiteración constante que el partido derechista es el adecuado para representar y sostener los intereses de la población salvadoreña. Sobre todo, las estrategias muestran la continua lucha por desplazar, parcial o totalmente a la izquierda a un segundo plano, pues predomina el discurso anticomunista propio de los valores nacionalistas que promulga ARENA. A continuación se pone por caso el siguiente ejemplar enunciativo:

[...] buscar un buen candidato que recupere la presidencia de la República y que pueda enrumbar adecuadamente el país, y enfrentar de una mejor manera los problemas que viven los salvadoreños y sacar al país adelante. (E. Muyschondt, entrevista televisiva, 05 de abril 2017)

En lo que respecta a la ideología republicana, esta se revela mediante las ED: captación, polémica, credibilidad, deslegitimación, argumentación, intensificación y referencia o modo de nombrar; siendo las tres primeras ED las más usadas para formular sus ideas. Estas estrategias tienen un objetivo claro en sus intervenciones discursivas: rechazar la injerencia del Estado en el sector privado, centrándose en salvaguardar y defender los intereses de la élite económica del país. Para tal efecto,

recurren al constante ataque y deslegitimación del partido que se encuentra al frente del Ejecutivo. Sirva de modelo:

[...] el Gobierno, entonces dueño del Estado, va luego a ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones. (A. de Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

Finalmente, y en menor medida en cuanto a su aparición, la manifestación del neoliberalismo se declara gracias a la deslegitimación y captación, de uso más usual; en lo que concierne a la polémica, predicación, argumentación y la dramatización, y aunque estas son utilizadas una sola vez, no por ello su despliegue es menos importante. De hecho, tienen igual importancia en la configuración ideológica del partido ARENA. A continuación un ejemplo ilustrativo:

Y luego, ver al presidente hablando un discurso, desperdigando contra la empresa privada, nuevamente creando incertidumbre. (C. Reyes, entrevista televisiva, 04 de mayo de 2017)

Un hecho que hay que resaltar es que en algunos casos una misma ED engloba o sintetiza dos o tres componentes que constituye la ideología arenera. Esto es debido a la dinámica discursiva que acompaña a cada una de las intervenciones (Ejemplo: “Después de que realmente tienen un impago programado, para justamente llevar este país al caos. A ellos les encanta el caos. Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá.”(C. Reyes, entrevista televisiva, 04 de mayo de 2017)). Lo que deja entrever que el discurso de estos sujetos políticos es en su totalidad altamente ideológico. Esto implica que todas estas estrategias permiten la divulgación y sostenimiento de la ideología en la mente de las personas, por ello, la defensa de sus intereses como grupo no se limita a una o dos ED, sino, al despliegue de todo un entramado de ED en sus intervenciones. Recuérdese que todas ellas se agrupan bajo un mismo discurso, bajo una misma intencionalidad: persuadir, manipular, y por supuesto, influenciar, en términos concretos, dominar.

Como se advierte tanto en las matrices como en el presente apartado, se presenta un abuso de poder mediante la dominación ideológica que permiten las ED expresadas por los miembros y representantes del COENA en sus discursos. A partir de esto, se llega a la siguiente pregunta **¿En qué medida las ED empleadas por los miembros del partido ARENA, contribuyen a legitimar el abuso de poder?** Para dar respuesta a esta interrogante, la interpretación de los datos arrojados de la matriz F se realiza desde el ACD, destacando como categoría central: discurso-poder y ED.

Por lo tanto, el análisis reveló que las ED: referencia o modo de nombrar, polémica, captación, predicación y puesta en perspectiva son las que más usaron los miembros de ARENA en sus discursos televisivos para ejercer la coacción psíquica en el receptor del mensaje. En menor grado, fueron utilizadas: credibilidad, dramatización, intensificación y la argumentación. Todas ellas con el único fin de persuadir por medio de la deslegitimación del adversario. La manipulación y el control que ejerce la ideología están determinados por la posición de autoridad que goza el locutor por pertenecer a un instituto político.

Al tener acceso al programa de entrevistas televisivas *Frente a Frente* de Telecorporación Salvadoreña, los miembros del COENA y sus portavoces imponen su visión de mundo y, desde luego, su ideología. Para generar aprobación del tejido informativo en la audiencia, el locutor apela a la supuesta credibilidad que le brindan las estrategias de captación. Dichos recursos refuerzan las posiciones interesadas que emergen del tema o de la intervención, que en gran medida desembocan en la deslegitimación del adversario y de su gestión, así por ejemplo:

Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país. (E. Muyschondt, entrevista televisiva, 05 de abril 2017)

Las ED que vigorizan la descalificación del adversario por parte de las autoridades de ARENA son la polémica y la predicación. En lo que respecta a la primera estrategia, esta se encuentra ligada en sus discursos al ámbito de las controversias y a la confrontación. La dinámica que se observa es el ataque generalizado al partido de gobierno o a un blanco directo, es decir, focalizando el ataque a uno de sus miembros. Habría que decir también, que el enunciado `polémico´ a veces se encarna en lo agresivo, producto de la tensión constante que existe entre las dos fuerzas antagónicas. Para ejemplificar tales consideraciones, se presentan a continuación las siguientes muestras:

El tema de una obra por día, [...] yo he podido constatarlo que no es cierto. Yo creo que nosotros, en nuestra administración de este servidor hicimos más de una obra por día; [...] (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo 2017)

Con este señor, ven que nunca se aparece por ahí, solo pasa viajando y otros administran la alcaldía o solo pasa promocionándose él sin resolverle los problemas a los capitalinos. (E. Muyschondt, entrevista televisiva, 05 de abril 2017)

Acerca de la estrategia de predicación, los sujetos discursivos del partido ARENA evalúan a sus adversarios en un tono negativo, no conciliador, a menudo demonizando su figura o su gestión pública. Los siguientes ejemplos extraídos de los instrumentos de análisis ilustran lo antes mencionado:

[...] Él (Nayib Bukele) es un publicista, [...] (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo 2017)

Quitémosle a educación, quitémosle a seguridad, quitémosle a salud y además afectemos a los trabajadores, esas son las grandes soluciones que presenta este gobierno, en vez de tomar decisiones verdaderamente concretas, justamente para solucionar el tema del impago. (C. Reyes, entrevista televisiva, 04 de mayo de 2017)

El uso de la caracterización no solo se enfoca en evaluar a sus contrincantes negativamente, también evalúa a sus compañeros de partido político, ahora, desde una óptica positiva:

Con la alcaldía de Norman Quijano tenían un alcalde cercano, un alcalde que les resolvía problemas, un alcalde que llegaba a las comunidades. (E. Muyschondt, entrevista televisiva, 05 de abril 2017)

En lo que se refiere a la estrategia puesta en perspectiva, los invitados al programa televisivo posicionan sus puntos de vista desde su propio horizonte ideológico, en términos de ataque y legitimación. En sus disertaciones persisten en transmitir una imagen desfavorable del partido de gobierno. El efecto que proyecta en el receptor es la percepción de que el mal viene de la izquierda. Los siguientes enunciados dan cuenta de ello:

Creo que el país necesita un cambio, con urgencia. Necesitamos corregir el rumbo equivocado que lleva el país, y ARENA es la única opción que puede sacar a El Salvador adelante. (E. Muyschondt, entrevista televisiva, 05 de abril 2017)

Yo creo que, lo que estamos viviendo en este momento que es una situación de impago y para nosotros es una situación de un impago provocado por el FMLN, [...] (A. de Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

[...] y que no estoy corresponsabilizando a la Alcaldía, porque ese proceso empezó desde hace muchos años y es una obra de tal magnitud que debería haberse hecho en forma conjunta entre el Ministerio de Obras Públicas y la alcaldía. Yo busqué ese apoyo de los titulares de Obras Públicas y no los tuve. Esa obra vale millones de millones de dólares. (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo 2017)

De acuerdo con María Jesús Nieto y Otero (2004): “Cuando el emisor elige un pronombre personal, está seleccionando el tipo de vinculación que desea entablar con los participantes en el discurso”. Así pues, la cualidad de creíble, que sugiere la ED, es sustentada por la formulación del uso del *yo* expresivo, de modo que, el locutor

expone sus ideas, sentimientos y emociones, su visión de mundo, desde una perspectiva personal, hacía un alocutario, a quien desea informar o manipular.

La referencia o modo de nombrar se articula en la construcción discursiva de la autoimagen, tanto personal como grupal. El análisis de los ejemplares demostró la emergencia de un *nosotros*, como institución política, imperando sobre la autorreferencia personal (de este último se manifiesta, pero no vehementemente). La utilización de esta ED tiene una doble finalidad o dimensión: por un lado, busca marcar la clara distinción entre *nosotros* y *ellos*, en término polarizante; por otro, seducir al receptor del mensaje creando una imagen negativa de sus rivales ideológicos como práctica de dominación. Baste como muestra:

La plaza Morazán nosotros la remodelamos, Federico, [...]. (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo 2017)

[...] nosotros, desde que el presupuesto se aprobó, le dijimos al FMLN y a los demás partidos: Mire, ¡Este presupuesto no está cabal! A este presupuesto le faltan fondos. (A. de Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

Finalmente, todas estas ED que validan el abuso de poder por parte de los sujetos discursivos, ayudan en gran medida a orientar al receptor a anclarse o posicionarse en la corriente ideológica de ARENA. El abuso y control de la información, como el subjetivismo de las opiniones expresadas, termina de reafirmar la visión de mundo del locutor en la mente del alocutario, quien termina por aceptar lo dicho. Esta condición de manipulación se debe en gran medida al poco conocimiento de los temas que se desenvuelven en los programas de entrevistas, tanto televisivas como radiofónicas, por parte de los individuos pasivos a quienes va dirigido el mensaje. Esto, desde luego, impide resistirse a la manipulación ideológica de la élite salvadoreña.

Lo anterior da paso a la siguiente interrogante: **¿Cómo se construye la identidad política de ARENA, a través de las estrategias discursivas?** Evidentemente, la identidad del partido de derecha, ARENA, se caracteriza por su ideología tripartita que comparte cada uno de los miembros adscritos al partido. Sin embargo, la pregunta va orientada a identificar cómo la identidad política arenera se erige frente al receptor del programa de entrevistas matutinas *Frente a Frente*. En tal sentido, los hallazgos se interpretan desde una perspectiva crítica. Aclarado este punto, es preciso darle respuesta.

El análisis de la matriz A muestra que la identidad de ARENA se edifica a partir de la emergencia de un *nosotros* polarizado, siempre en constante diferenciación ante su adversario de turno: el FMLN, mostrando al desnudo una fuerte línea anticomunista en cualquiera de sus manifestaciones. Para ello, prevalece un alto grado de modalización en el discurso, esto es, la subjetividad en la configuración del enunciado, es decir, destaca el carácter valorativo.

Como logra advertir el análisis de los ejemplares, la modalización valorativa del discurso se realiza en torno a lo apreciativo y despreciativo que emanan las diferentes ED. En un buen número de estrategias existen juicios que evalúan los acontecimientos procedentes de la coyuntura política y social, dejando entrever el choque de los discursos tradicionalistas en el seno de las corrientes ideológicas y la disputa por el poder. Por consiguiente, las estrategias no se limitan a unas en particular (como lo son: la predicción, puesta en perspectiva o hablar de nuestros aspectos positivos / hablar de sus aspectos negativos), sino que aprovechan cada una, sin distinción, para construir y comunicar la identidad política de ARENA. Esto, desde luego, se ejemplifica en los siguientes enunciados:

El próximo alcalde de San Salvador va a tener serias dificultades en cómo administrar esa herencia de deudas que está dejando la administración de Nayib Bukele, y no vemos obras. (E. Muyschondt, entrevista televisiva, 05 de Abril de 2017)

Después de que realmente tienen un impago programado, para justamente llevar este país al caos. A ellos les encanta el caos. Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá. (C. Reyes, entrevista televisiva, 04 de mayo de 2017)

Simultáneamente, las ED revelan que los sujetos discursivos tejen un sentimiento de pertenencia y arraigo en los grupos subalternos, ante quienes aparentan una posición de compromiso, honestidad y defensa de los intereses del pueblo, fundando así una identidad falsa ante la audiencia del programa televisivo. Esto se explica al evocar temas que inciden en la vida del ciudadano, es decir, asuntos públicos con fines instrumentales y utilitarios. Esto es importante para patentizar la imagen propia del partido y seducir al emisor del mensaje de que el supuesto ideario y actuación derechista constituye la salvación a los problemas que enfrentan los salvadoreños. Los siguientes enunciados dan cuenta de lo antes mencionado:

Eh... Si tú te recuerdas, San Salvador "cero bache", yo les pregunto a los salvadoreños si creen que San Salvador no tiene baches, verdad. Sin embargo, la ciudad se llenó de afiches de: "Cero baches". Es decir, hay mucha promoción publicitaria que realmente no es cierto. (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo 2017)

Entonces, aquí tenemos una situación de un desorden, que al final, el FMLN, creyendo que va a dañar a la oposición, o que las finanzas públicas es un juego político, lo que hace es dañar a los salvadoreños de a pie, porque el impago lo van a pagar los salvadoreños de a pie. A ellos es a quien se está dañando. (A. de Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

He visto con profunda pena, y también así me lo expresan muchos vecinos, de que han caído nuevamente los niveles de limpieza que tenía la ciudad de San Salvador. (N. Quijano, entrevista televisiva, 04 de mayo de 2017)

Luego del anterior razonamiento, es inevitable preguntarse: **¿Cómo son nombrados y referidos los sujetos discursivos?** Para ello, se interpreta la personalización de los

enunciados desde el punto de vista estratégico del discurso de los locutores del COENA. El escrutinio de la información que muestra la matriz A transita, ante todo, desde el ACD.

De acuerdo con lo anterior, el análisis demostró el uso de recursos calificativos, tanto negativos como positivos, para referirse a los sujetos discursivos. Entre ellos, tenemos: categorización de la pertenencia, atribuciones estereotipadas, uso de pronombres y personas gramaticales, finalizando con las atribuciones valorativas de los rasgos negativos y positivos.

En el uso instrumental de la categorización de la pertenencia, y atribuciones estereotipadas propias de las ED, referencia o modo de nombrar y predicación, demostraron que las voces autorizadas de ARENA se autoproclaman como entes democráticos, promovedores del cambio, defensores de los intereses del ciudadano, entre otros adjetivos positivos. Esto, para diferenciarse de los demás sujetos pertenecientes a otros institutos políticos, generando en el receptor de su mensaje un nivel de aceptación considerable. La ED más recurrente en el uso de estos recursos es la estrategia de credibilidad. Ejemplo:

ARENA fue el partido pionero en la renovación política. (M. Escobar, entrevista televisiva, 01 de Marzo de 2017)

En relación con el uso del pronombre y personas gramaticales, se logró identificar en el análisis el uso excesivo de los pronombres personales: *nosotros, nos*, para referirse a los miembros del bloque derechista; y los pronombres personales: *él, ellos*, para representar a su adversario político. Los pronombres en primera persona plural: *nosotros, nos*, aparecen regularmente para resaltar aspectos positivos de la labor realizada por diputados y alcaldes de ARENA, o para contrastar la del oponente. A continuación, algunos ejemplos:

Fuimos nosotros en la legislación anterior los que solitos, nos quedamos promoviendo el voto por rostro. (M. Escobar, entrevista televisiva, 01 de marzo de 2017)

El tema de una obra por día, [...] yo he podido constatarlo que no es cierto. Yo creo que nosotros, en nuestra administración de este servidor hicimos más de una obra por día; [...] (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo 2017)

Como se puede observar, tanto en los ejemplos anteriores como en el análisis de las matrices, estos pronombres se utilizan de manera continua para darle credibilidad y realce al partido de derecha del supuesto actuar positivo en la palestra pública, en detrimento del trabajo realizado por su adversario político. Este procedimiento discursivo ayuda a influenciar la percepción del receptor y la opinión pública sobre los temas de momento.

También, para referirse a los miembros del espectro político de izquierda, los invitados al programa utilizan la tercera persona singular: *él*, además de ese mismo pronombre, pero con el sujeto tácito en el enunciado, tal como se observa en los siguientes enunciados:

[...] Él (Nayib Bukele) es un publicista, [...] (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo 2017)

Creo que él ha fracasado en todas las gestiones que ha hecho. En nuevo Cuscatlán en donde llegó, casi cuadruplicó la deuda del municipio sin que se viera traducido en obras. (E. Muyshondt, entrevista, 05 de abril de 2017)

En el afán de potenciar su imagen (Gerson Martínez) dilapida los recursos del Estado (N. Quijano, entrevista televisiva, 04 de Mayo de 2017)

Como se dijo previamente, el uso de atribuciones positivas tiene como objetivo principal potenciar la imagen propia, cautivando la atención del receptor y aumentando la credibilidad de los sujetos discursivos, autodenominándose como

héroes capaces de resolver los problemas que aquejan a la población salvadoreña. No obstante, en la otra cara de la moneda, se encuentran las atribuciones valorativas de los rasgos negativos de su contraparte ideológica, a quienes se dirigen regularmente con la palabra `Gobierno`, utilizando la ED de deslegitimación; esto se puede observar en los siguientes enunciados:

[...] el Gobierno, entonces dueño del Estado, va luego a ver cómo va a estatizar esas pensiones o cómo le va a caer al fondo de pensiones. (A. de Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

Han roto lo que nunca se tenía que haber roto ¡La confianza! Cuando se pierde la confianza es difícil volver a tender puentes, y este Gobierno rompe la confianza. (N. Quijano, entrevista televisiva, 04 de mayo de 2017)

Ahora bien, respecto a la pregunta: **¿De qué manera contribuyen los elementos pragmáticos a la configuración y legitimación del discurso ideológico de la derecha política salvadoreña?** La exégesis se ejecuta desde la óptica crítica de los hallazgos de las matrices: B, C y D, en las cuales figuran los elementos pragmáticos: actos de habla (Matriz B), principio de cooperación (Matriz C) y las implicaturas (Matriz D).

La matriz B refleja cómo los actos de habla reproducen la ideología de los miembros y de las voces autorizadas del COENA, a través de los ejes temáticos que aparecen en sus discursos, expresados en el programa televisivo. Partiendo del esquema elemental de actos: locutivo, ilocutivo y perlocutivo, se muestra cómo los enunciados producen efectos en el oyente, mediante la orientación que le da el locutor al discurso. El nivel ilocucionario y perlocucionario son los que interesa interpretar.

Por consiguiente, el objetivo comunicativo del emisor es que su mensaje (ideológico) sea entendido, asimilado en la mente del receptor, bajo el edulcorante de la persuasión, manifestado en la fuerza ilocucionaria, consiguiendo un efecto

determinado que es la finalidad deseada. La legitimación, según lo arrojado por la matriz, se localiza en el acto ilocutivo, pues impera un contenido proposicional aseverativo y declarativo, de carácter dominante. Esta combinación de actos ilocucionarios permite anclar la idea en el oyente dentro del circuito de la comunicación; del mismo modo, revela el marco ideológico en el que se encuadran los sujetos discursivos.

Así, el acto aseverativo expresa las opiniones subjetivas y valorativas del locutor. Esta modalidad pragmática busca hacer creer que su posición es verdadera, legítima. La misión, pues, es informar al oyente y convencerlo de la supuesta condición de sinceridad en las ideas expresadas en la entrevista. En lo que corresponde a los actos declarativos se aprecia que la estrategia motiva e implanta una respuesta positiva del partido ARENA y a su gestión pública; a su vez, sus declaraciones buscan cimentar el rechazo y descalificación del “peligro rojo” en la gobernabilidad del país y de las instituciones del Estado. Tanto lo declarativo como lo aseverativo, buscan generar un cambio de perspectiva, ubicar al destinatario del discurso en qué tipo de razonamiento o posición debe adoptar frente a lo dicho, esto es lo perlocutivo. Para ejemplificar, se presentan algunos enunciados que dan cuenta de ello:

Arena ha cambiado, hay proceso grande de democratización. Por ejemplo, en esta fracción, por primera vez en la historia, la fracción trabaja con un ente colegiado en donde se vota y yo creo que eso fortalece al partido. (M. Escobar, entrevista televisiva, 01 de marzo de 2017)

Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país. (E. Muyschondt, entrevista televisiva 05 de Abril de 2017)

En la primera muestra se visualiza la forma de legitimar su ideología, su visión de mundo. Desde el acto ilocutivo expone la supuesta idea de un sistema democrático que caracteriza al partido ARENA a través de la aseveración. Mientras el acto

perlocutivo, es el efecto que genera la persuasión en el televidente, en este caso sería: la simpatía y aceptación. En lo que respecta al segundo enunciado, este cumple de una manera implícita el ideal nacionalista, puesto que en el acto ilocutivo se expresa la idea del supuesto peligro que supone la izquierda en el Gobierno y de seguir enquistado en él. El punto focal del enunciado se revela en “*Corregir el rumbo del país*” (¿Beneficiando a quién?, ¿al pueblo o a la élite?). Su propósito es ganar y conseguir adeptos por medio de la aceptación de las posibles candidaturas.

Ahora bien, la configuración y legitimación de la ideología de los sujetos discursivos no solo se ven manifiestas en los actos de habla, sino también en las máximas conversacionales. Al observar la información obtenida de la matriz C, se puede advertir que en la mayoría de los casos, los entrevistados violan más de alguna máxima planteada por Grice. Entre las máximas que más se trasgreden tenemos: la máxima de cantidad y calidad, puesto que muchas veces sus contribuciones discursivas no son puntuales (ambiguas o muy dilatadas) o son datos irrelevantes, o no se sabe con claridad si son falsas o verdaderas. Ejemplos:

En ese lugar, ese mercado le está costando a los capitalinos veintipico de millones de dólares, creo, veinticuatro millones de dólares `pa`rriba`. (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo de 2017)

Mira, los mercados son exitosos cuando hay tránsito de personas en los alrededores, y ese tránsito se da en el tranfer que hacen los salvadoreños que viven en Santa Tecla, trabajan en San Marcos, el que vive en Soyapango, en Apopa, y tiene que venir a trabajar al centro o a otro de los puntos cardinales de la ciudad. Eh... Allí se da ese tranfer y allí, el ciudadano, como los mercados cierran a las cuatro, cuatro y media de la tarde, el ciudadano ya no puede acceder a los mercados y va en el camino con el celular hablándole a la esposa: "tráeme los tomates, tráeme esto, tráeme lo otro". (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo de 2017)

Los anteriores enunciados, que figuran como ejemplos, expresan la manera en que los sujetos discursivos tratan de legitimar su ideología por medio de la deslegitimación de su adversario político, violentando en el hecho las máximas de calidad y cantidad,

puesto que, en el primer ejemplo, al decir: `veintipico´, el emisor no tiene certeza de que su contribución sea verdadera. Mientras tanto, en el segundo enunciado se trasgrede la máxima de cantidad, puesto que hace su intervención más informativa de lo necesario. En la tercera estrategia, la contribución se prolonga demasiado, al punto de convertirse en información irrelevante.

La violación de las máximas de cantidad y calidad propuestas por el filósofo Grice significan dos situaciones en el contexto en que se formularon los discursos de los miembros y representantes del COENA: por un lado, al convertir un tema en foco de interés crea reacciones sensacionalistas a través del matiz o la exageración que impregnan a la información para poder penetrar exitosamente en los receptores pasivos del programa. Por otro, para un intérprete avezado, lo anterior puede significar un discurso ambiguo y poco significativo al verter datos que pueden ser falsos o dañinos.

En referencia a las implicaturas, el análisis de la matriz D revela que, en los discursos que figuran el universo muestrario de esta investigación, se utiliza en buena medida, aunque no prevalece, la implicatura convencional, razón por la cual, su contenido se distingue por ser directo y “sin tapujos”. La intención, cuanto menos, es ser claro en sus ideas a fin de que el mensaje logre captarse, filtrarse en la mente del receptor y generar el efecto deseado, el cual es: instalarse en la agenda pública. Al implantar su visión de mundo, el sujeto discursivo configura una construcción artificial pensada desde arriba. Esto, desde luego, articula la defensa de sus intereses ideológicos. Para comprender mejor esta dinámica, se agrupan los siguientes ejemplos:

Creo que el país necesita un cambio, con urgencia. Necesitamos corregir el rumbo equivocado que lleva el país, y ARENA es la única opción que puede sacar a El Salvador adelante. (E. Muyschondt, entrevista televisiva, 05 de abril 2017)

Esto es una situación para nosotros provocada, donde el FMLN deja que esto llegue a una situación de crisis, [...] (A. de Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

Después de que realmente tienen un impago programado, para justamente llevar este país al caos. A ellos les encanta el caos. Bueno, si su faro es Venezuela y todos vemos el problema que tenemos allá. (C. Reyes, entrevista televisiva, 04 de mayo de 2017)

El individuo que recibe el mensaje, al no poseer información pormenorizada del tema, es susceptible a ser manipulado mentalmente y por extensión encabalgarse en la línea ideológica del locutor. Lo *entendido*, sugerido del significado convencional de los enunciados y de las palabras, permite crear patrones de implicaturas orientadas a un pensamiento o idea preconcebida. Esto quiere decir, que los miembros del COENA y sus portavoces, mediante la fuerza ilocucionaria, orientan al alocutario hacia el tipo de posicionamiento que debe adoptar: a favor del entrevistado y de su cúpula, y en contra de su oponente (efecto perlocutivo).

Seguidamente, la implicatura no convencional pretende realizar en el televidente del programa un proceso inferencial que va más allá de lo que dicen las palabras, lo que conlleva a un reforzamiento de lo dicho en el discurso. Lo implicado en los discursos de los miembros de ARENA es, como se anotó con anterioridad, encausar en la corriente de pensamiento al oyente del programa, para así ganar o mantener adeptos. Sin embargo, en algunas implicaturas, el contenido enunciado está sujeto a la verificación o la comprobación de la información, ya que, al violar las máximas el emisor del mensaje puede incurrir en falacias. Desde un punto de vista práctico, esto puede generar prosélitos o disminuirlos. Dependerá del interpretante.

[...] he llegado a calificar a la actual administración como una administración que ha hecho todo en los primeros tres años [...] como cuando yo digo es un velocista. (N. Quijano, entrevista televisiva, 31 de marzo 2017)

Referencia, o modo de nombrar / Hablar de sus aspectos negativos

Se entiende que el gobierno municipal es efectivo; sin embargo, desde su posición política sugiere deslegitimación y rechazo a lo que según él, se está destruyendo el patrimonio capitalino.

De acuerdo con todo lo anterior, y considerando la relevancia de los elementos pragmáticos, para legitimar y configurar la ideología del partido de derecha en El Salvador, surge la siguiente interrogante: **¿En qué medida los elementos pragmáticos contribuyen a que sean efectivas las ED utilizadas por los miembros del COENA, en sus intervenciones mediáticas del programa Frente a Frente de Canal 6 de Telecorporación Salvadoreña?** El abordaje de esta pregunta se realiza desde el esquema pragmático agrupado en las matrices: B, C y D, con un enfoque propiamente crítico.

Según lo expresado en las matrices de análisis que corresponden a la aplicación de los recursos pragmáticos, las ED son efectivas y dinamizadas por las orientaciones que los entrevistados le dan a sus discursos a través de los actos de habla, las máximas y las implicaturas, a partir de las cuales, el oyente va (re)construyendo la visión de mundo que el locutor del mensaje va estableciendo en la dinámica comunicativa. Esto, como se ha revelado con anterioridad en este apartado, es con fines instrumentales y persuasivos.

La instrumentalización descansa en el modo de organización e implementación de los recursos pragmáticos en el discurso. Entre sus características esenciales, se observa que el acto de habla ilocutivo muestra el predominio de aseveraciones y declaraciones orientadas al desprestigio y a la autolegitimación, dotando de fuerza ilocucionaria al discurso. Lo perlocutivo, por su parte, se manifiesta en el impacto que genera la estrategia, al traslucir escenarios sociales, políticos y económicos que afectan o, suponiendo, están afectando la vida cotidiana del ciudadano. Sin duda, esta actividad puede influir en las decisiones de quien recibe el mensaje, ser parte de las mismas a través de negociaciones, o coaligarse para ser parte del problema.

Las transgresiones de las máximas y por extensión las implicaturas, de manera intencional, permiten en un intérprete incauto germinar en su pensamiento las ideas a

las cuales se les ha encaminado, que por resultado derivan en el reconocimiento y adhesión a las opiniones o valoraciones del entrevistado o al partido al cual representa. El resultado de la decodificación da lugar a una representación conceptual que constituye el sentido del mensaje. Como resultado de esto, el acto de habla se convierte en un hecho de habla, es decir, la concreción del objetivo de convencer durante el proceso comunicativo (desde luego que esta dinámica discursiva tiene profundo eco en un receptor pasivo del mensaje). Lo dicho hasta aquí, queda bosquejado en las siguientes muestras:

Nosotros queremos sacar más diputados, más alcaldías y preparar el terreno para una victoria en el 2019, que nos permita corregir el rumbo del país (E. Muyschondt, entrevista televisiva, 05 de abril de 2017)

Yo creo que, lo que estamos viviendo en este momento que es una situación de impago y para nosotros es una situación de un impago provocado por el FMLN, [...] (A. de Escobar, entrevista televisiva, 19 de abril de 2017)

En el primer fragmento discursivo, el efecto de la ED (captación) en el receptor es incrementado al ser un acto declarativo (ilocutivo), cuya finalidad es ganar su simpatía, la cual se espera sea traducida en un voto electoral y en el apoyo a su bancada, fortaleciendo así los intereses del partido ARENA (perlocutivo). Dicha estrategia cumple con la máxima de cantidad, pues el locutor es conciso en su comunicación. A su vez, entra en juego un contenido implícito (convencional), ya que sugiere que el país está, desde su perspectiva, mal administrado por el FMLN; por lo tanto, encamina al oyente a pensar que la derecha política salvadoreña es la solución más viable a la nación. Por el contrario, el objetivo es desplazar al partido de izquierda para así retomar el control del Estado.

En relación con el segundo ejemplo, la ED (puesta en perspectiva) se acentúa al encuadrarse en un acto aseverativo, al hacer creer que su posición es verdadera. De igual manera que la estrategia antecesora, el enunciado cumple con la máxima de

cantidad, pues el mensaje es claro y sin rodeo, facilitando la toma de una postura (perlocutivo). A su vez, involucra una implicación no convencional que se desprende del enunciado, señalando dos dimensiones: la primera, hace alusión a que no se está dando la debida atención al problema que enfrentan las finanzas del Estado; la segunda, sugiere (como lo haría un interpretante empapado del tema, o cuanto menos informado) que este problema no es exclusivo del gobierno de izquierda, por lo tanto, tiene raíces más profundas.

El análisis también apunta a que todo este entramado no sería posible sin un contexto coyuntural. Esta dimensión pragmática contribuye a introducir al receptor en la esfera informativa que el emisor del mensaje despliega en sus intervenciones, no sin antes modalizarlos, tergiversarlos. Dentro de este marco, resaltan las ED dinamizadas por los recursos pragmáticos antes abordados en este apartado de la investigación, permitiendo evidenciar así el modo en que interviene la ideología y el abuso de poder inmersos en sus discursos. El enlace entre un acto de habla y el contexto en el esquema discursivo permite a los entrevistados lograr satisfacer sus propósitos comunicativos particulares, y también los de grupo, dada su posición de autoridad de la cual goza el locutor.

Ahora bien, la información contextual modalizada (la perspectiva desde el yo) que le impregna el componente ilocutivo a las ED, sugiere un elemento determinante para persuadir y convencer al receptor del programa *Frente a Frente*, puesto que repercute en la manipulación y seducción de las personas en el acto comunicativo. Su valor reside en funcionar como un estimulante de los signos para incitar a ciertos comportamientos, fijarlos o frenarlos, consumarlos. A esto se adhiere que el vocabulario tratado en los discursos de los sujetos discursivos del COENA es convencional y entendible para todos los niveles de televidentes del programa de entrevistas.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES

La presente investigación titulada “*Análisis pragmático de las estrategias discursivas utilizadas por los miembros del COENA en sus intervenciones mediáticas, transmitidas entre los meses de marzo, abril y mayo de 2017, a través del programa de entrevista televisiva: Frente a Frente de Canal Seis de Tele Corporación Salvadoreña (TCS)*” tuvo por objetivo verificar cuáles son las ED más usadas por los miembros del COENA y sus portavoces o representantes, a fin de identificar cómo se manifiesta y construye su sistema ideológico frente al receptor del mensaje, todo ello desde el punto de vista pragmático y del ACD. Para demostrar esto, se recurrió a un grupo de matrices que arrojaran datos concretos para su interpretación, de lo cual se concluye lo siguiente:

1. Las estrategias discursivas más usadas por los miembros del COENA para construir y articular la ideología del partido Arena son: referencia o modo de nombrar, predicación, puesta en perspectiva, hablar de nuestros aspectos positivos / hablar de sus aspectos negativos, estrategia de captación y estrategia de deslegitimación, polémica y dramatización. No obstante, esto no quiere decir que otras estrategias no contribuyan a erigir y difundir su ideario, ante la audiencia del programa de entrevistas matutinas *Frente a Frente* de TCS.
2. Por extensión, el discurso usado por los miembros del COENA es, de manera intencional, altamente ideologizado. Así, tanto los resultados del análisis que reflejan las diferentes matrices como la interpretación de las mismas, muestran el predominio del nacionalismo enfocado en un discurso

anticomunista, ataque dirigido, unilateralmente, contra el partido de izquierda FMLN (Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional). También resalta el republicanismo como defensa de la propiedad privada y de los intereses de la clase económica del país, lo cual es congruente con el ideario del partido ARENA. En menor medida se refleja el neoliberalismo, aunque esto no significa que no se pueda manifestar en otras intervenciones discursivas.

3. Las estrategias discursivas ayudan a crear una identidad ficticia del partido ARENA, al autodenominarse, desde el *nosotros / yo*, como la mejor opción política más veraz, diligente, incorruptible y eficaz, al servicio de los intereses de la gran mayoría de salvadoreños. Con esto, los miembros del COENA buscan estimular entre los receptores del programa *Frente a Frente*, un falso sentimiento de identidad y pertenencia a ese instituto político de derecha. Para conseguirlo, los invitados al programa hacen uso de cada estrategia para construir su autoimagen, con una representación positiva que delata claros visos de ganar réditos electorales, más allá de adquirir un compromiso real con las grandes mayorías de salvadoreños.
4. Las estrategias discursivas funcionan como el soporte discursivo que ayuda a mantener la polarización política en El Salvador, de parte de los areneros. Definitivamente, las intervenciones de los portavoces del COENA descuellan en la confrontación irreconciliable con el FMLN, producto del choque entre las dos corrientes ideológicas y la disputa por el poder. Por consiguiente, las intervenciones discursivas se ubican en la “demonización” del FMLN y la “divinización” de ARENA.

5. Las estrategias discursivas utilizadas por los representantes del COENA se ubican en el marco de la deslegitimación del adversario, ya sea criticando al Gobierno del FMLN o atacando abiertamente a sus oponentes u opositores ligados al bloque de izquierda, como por ejemplo al alcalde Nayib Bukele y a su gestión municipal. El objetivo es, por consiguiente, desplazar al partido de izquierda del Ejecutivo, como también menguar su fuerza en la Asamblea Legislativa. Para conseguir ese propósito, los miembros de ARENA necesitan persuadir al votante de que ellos son la salvación del “peligro rojo”. Por consiguiente, los discursos analizados constituyen un claro reflejo de la encarnizada competencia por conseguir la hegemonía del poder en el escenario político salvadoreño.

6. Los sujetos discursivos aquí estudiados recurren a la construcción de un imaginario social de la realidad utilizando como recurso la tergiversación de la información, con el fin de ganar más adeptos o mantenerlos. Esto, sin embargo, constituye un evidente abuso de poder contra la teleaudiencia, al presentar el contenido de las entrevistas televisivas como si se tratara de algo verdadero. Esta dinámica se observa con más vitalidad en el empleo de estrategias como la captación, la polémica, y la puesta en perspectiva o representación del discurso.

7. Se identificó que el contenido discursivo de cada una de las muestras es modalizado, debido a la posición de autoridad de la que goza cada uno de los entrevistados en el programa *Frente a Frente*. Los juicios de valor dotan de una supuesta credibilidad a cada una de las intervenciones comunicativas de los miembros o portavoces del COENA. Para ello, hacen uso del *yo*, *nosotros*, *nos*, expresivo, imponiendo así su visión de mundo y sus ideas, lo cual contribuye de manera sistemática a perpetuar el abuso de poder.

8. Los recursos pragmáticos: actos de habla, implicaturas y las máximas conversacionales dinamizan y orientan las estrategias discursivas, asegurando así la dominación ideológica de los telerreceptores. Con esto, provocan que el sujeto dominado actúe conforme la conducta deseada por los miembros del COENA, pues las estrategias discursivas utilizadas en sus intervenciones mediáticas incitan a la desaprobación del trabajo realizado por la izquierda salvadoreña, en todas sus administraciones públicas. De la misma manera, esos elementos pragmáticos de la comunicación sirven para crear un efecto áureo de simpatía hacia el partido ARENA y sus correligionarios.
9. Según pudo advertirse, las implicaturas funcionan para sugerir información deseada en el interpretante. El contexto coyuntural del momento desempeña un papel importante en la producción e interpretación del mensaje, dicho en otras palabras, sin un contexto las estrategias discursivas no alcanzarían la efectividad deseada.
10. La persuasión figura como un elemento inherente en el proceso de mediatización de la información. Para ello, los sujetos discursivos utilizan un lenguaje entendible y directo a fin de instalarse en la mente de los receptores. De la misma manera, la reiteración constante de ideas en las estrategias discursivas incide en la mente de las personas que miran las entrevistas, contribuyendo así a decidir la agenda informativa de los medios (en este caso de la televisión), y creando opinión pública a mediano y largo plazo.
11. Por último, los discursos deben ser vistos como una macroestrategia discursiva de persuasión y manipulación, acompañada de distintos atributos pragmáticos encaminados a conseguir una conducta deseada en el alocutario, durante el proceso de comunicación. También se debe tener en cuenta que

todo político, sin distinción alguna, emplea ciertos procedimientos lingüísticos que responden a intereses concretos de su ideología partidista, con la intención de influir sobre los receptores, no solamente de las entrevistas televisivas y radiofónicas, sino también de los spots propagandísticos que circulan en las distintas campañas electorales, durante las cuales se intensifica el empleo de las estrategias discursivas. En suma, el conocimiento de las estrategias discursivas y de las unidades pragmáticas llevarán al interpretante al esquema enunciativo y a las intenciones ideológicas que subyacen en los discursos.

LISTA DE REFERENCIAS

Libros completos

- Alvar, M. (2000). *Introducción a la lingüística española*. Barcelona, España: Ed. Ariel S.A.
- Austin, J. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona, España: Paidós.
- Benveniste, E. (1985). *Problemas de Lingüística general, Vols. I y II*. Barcelona, España: Gedisa.
- Bobbio, N. (1996). *Liberalismo y democracia* (traductor Fernández, J. F.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Escandell, V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Barcelona, España: Ed. Ariel S.A.
- Foucault, M. (1980). *La microfísica del poder*. Madrid, España: La Piqueta.
- Foucault, M. (1981). *Un diálogo sobre el poder*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Foucault, M. (1983): *El orden del discurso*. España: Tusquets.
- Gellner, E. (2001). *Naciones y nacionalismo*. Madrid, España: Alianza Editorial, S.A.

- Herrero, J. (2006). *Teorías de pragmática, de lingüística textual y de análisis del discurso*. Cuenca, España: Ed. Universidad Castilla La Mancha.
- Marimón, C. (2018). *Análisis de textos en español: teoría y práctica*. Alicante, España: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Molero, L. & Cabeza, J. (2009). *El poder, el querer y el protestar: análisis semiolingüístico del discurso*. Maracaibo: Ed. del Vicerrectorado Académico. Universidad del Zulia.
- Pettit, P. (1999). *Republicanismo: una teoría sobre la libertad y el gobierno*. Barcelona, España: Ed. Paidós Ibérica, S.A.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting, aplicación a la enseñanza universitaria*. España: CEE Limencop, S.L.
- Saussure, F. (1997). *Curso de Lingüística General*. Buenos Aires, Argentina: Losada.
- Searle, S. (1980). *Actos de habla. Madrid*. España: Cátedra.
- Van Dijk, T. (1997). *Racismo y Análisis Crítico de los Medios*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Van Dijk, T. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Quito, Ecuador: Ed. ABYA-YALA.

Waxenecker, H. (2017). *Élites políticas y económicas en El Salvador: ¿Captura del Estado?* San Salvador, El Salvador: EDICIONES BÖLL.

Wodak, R. & Meyer, M. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona, España: Gedisa.

Capítulos de libros

Blum-Kulka, S. (2000): *Pragmática del discurso*. En: van Dijk, Teun A. Comp. (2000): *El discurso como interacción social* (pp. 67-97). Barcelona: Gedisa.

Íñiguez, L. (2003). *Capítulo III. Análisis del discurso en las ciencias sociales: variedades, tradiciones y prácticas* (pp. 83-124). En Íñiguez, L. (Ed.). (2003): *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Menéndez, S. M. (2000). *Estrategias discursivas: principio metodológico para el análisis pragmático del discurso*, en J.J. de Bustos y P. Charaudeau (Eds). *Lengua, discurso, texto* (I Simposio Internacional de Análisis del discurso) (pp. 926-945). Madrid: Visor.

Otero, Nieto & María Jesús, Nieto y Otero. (2004). COMUNICACIÓN AFECTIVA EN EL DISCURSO POLÍTICO VENEZOLANO Estudio del pronombre pseudoinclusivo "nosotros" (Affectivity communication in venezuelan political discourse). *Spanish in Context*. 1. 267-284. 10.1075/sic.1.2.

Perfecto, M. A. (1999). *Los nacionalismos contemporáneos. Un estado de la cuestión* (pp. 227-244). España: UNED.

Van Dijk, T. (2003). *Las estructuras ideológicas del discurso*. En *Ideología y discurso* (pp.55-75). Barcelona, España: Ariel Lingüística.

Van Dijk, T. (2008). *Semántica del discurso e ideología* (Traductor Perales, C.). En *Discurso & Sociedad* (pp. 201-261), Vol. 2 (1). Barcelona, España: Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Traducción y Filología.

Diccionarios

Szurmuk, M. & Irwin, R. M. (2009). *Diccionario de estudios culturales*. Romero de Terrenos, México: Siglo XXI Editores.

Tesis

Aguilar, G. (2007). *La producción televisiva del noticiero TCS Noticias, canales 2,4 y 6* (Tesima). Universidad de El Salvador, San Salvador, El Salvador.

Aurora, Á. (2008). *La construcción del discurso político-electoral de ARENA: elecciones 2006* (Doctorado en Ciencias Sociales). FLACSO Programa Centroamericano de Postgrado. El Salvador.

Betancourth, R. & Vásquez, A. (2000). *Análisis semiológico del lenguaje político de postguerra utilizado en el discurso de toma de presidencia de la República*

por el doctor Armando Calderón Sol, el 1 de junio de 1994 (Tesis de grado).
Universidad Francisco Gavidia, San Salvador, El Salvador.

Gálvez, A., Ascencio, M., & Magaña, M. (2014). *Análisis de la imagen gráfica propagandística utilizada por los partidos políticos ARENA y FMLN en las elecciones presidenciales 2014* (Trabajo de grado). Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador.

Rivera, T. & Averle, M. (2010). *Caracterización de los discursos de Elías Antonio Saca González y Carlos Mauricio Funes Cartagena sobre lo que aconteció durante su primer año de gestión presidencial* (Tesina). Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador.

Sánchez, F. J. (2009). *Estudio pragmático del discurso periodístico político español. A propósito de los debates sobre el estado de la nación* (Tesis doctoral). Universidad de Granada, Granada, España.

Fuentes, F (2015). *Análisis semántico del discurso de toma de posesión del presidente de El Salvador, Salvador Sánchez Cerén* (Trabajo de grado). Universidad de El Salvador, San Salvador, El Salvador.

Vásquez, L. (2014). *El lenguaje religioso utilizado en los discursos políticos de los presidentes de El Salvador desde el año 1989 hasta el año 2013* (Trabajo de grado). Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, El Salvador.

Medios electrónicos en Internet

Arcaya, O. G. (2005). *Republicanism, liberalismo y democracia*. Recuperado de https://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160304/asocfile/20160304093752/r99_godoy_republicanismo.pdf

ASALE, R. (2018). *Nacionalismo*. Consultado el 13 de octubre 2018, de <https://dle.rae.es/?id=QBv9azy>

Ávila-Fuenmayor, F. & Ávila, C. (abril-junio 2012). *El Poder: De Maquiavelo a Foucault*. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*. Vol. XVIII, (2), pp. 367-380. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/280/28023310015.pdf>

Barón, L. & Müller, O. (2014). *La Teoría Lingüística de Noam Chomsky: del Inicio a la Actualidad*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/leng/v42n2/v42n2a08.pdf>

Campos, G. (2019). *Alquiler de Mercado Cuscatlán está inflado en \$56,000*. Consultado el 25 junio 2019, de <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/Alquiler-de-Mercado-Cuscatlan-esta-inflado-en-56000-20181114-0109.htm>

Carpizo, J. (2018). *El poder: su naturaleza, su tipología y los medios de comunicación masiva*. Consultado el 21 de agosto 2018, de <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-comparado/article/view/3588/4322>

Castillo-Esparcia, A. (2011). *Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Poder, medios de comunicación y sociedad*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/277267693_Los_medios_de_comunicacion_como_actores_sociales_y_politicos_Poder_medios_de_comunicacion_y_sociedad

Conozca los nuevos rostros del COENA | elsalvador.com. (2019). Consultado el 15 de enero de 2018, de <https://historico.eldiariodehoy.com/historico-edh/23946/conozca-los-nuevos-rostros-del-coena.html>

CVC. Diccionario de términos clave de ELE. *Tácticas y estrategias pragmáticas*. (2019). Consultado el 24 febrero 2019, de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/tacticasestrategpragma.htm

De la Fuente García, M. (2002). *El análisis crítico del discurso: una nueva perspectiva*. Recuperado de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/699/Mario%2520de%2520la%2520Fuente_02.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ferreiro, J. & Wodak, R. (2014). *Análisis Crítico de Discurso desde el Enfoque Histórico: La construcción de identidad(es) latinoamericana(s) en la misión de Naciones Unidas en Haití (2004-2005)*. Consultado el 02 de agosto de 2019, de [320188432_Analisis_Critico_de_Discurso_desde_el_Enfoque_Historico_La_construccion_de_identidades_latinoamericanas_en_la_mision_de_Naciones_Unidas_en_Haiti_2004](https://www.researchgate.net/publication/320188432_Analisis_Critico_de_Discurso_desde_el_Enfoque_Historico_La_construccion_de_identidades_latinoamericanas_en_la_mision_de_Naciones_Unidas_en_Haiti_2004)

González-Monteagudo, J. (2001). *El paradigma interpretativo en la investigación social y educativa: Nuevas respuestas para viejos interrogantes*. Cuestiones Pedagógicas. 227-246. Consultado el 05 de febrero de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/261472233_El_paradigma_interpretativo_en_la_investigacion_social_y_educativa_Nuevas_respuestas_para_viejos_interrogantes

Guzmán, N. (2009). *La reproducción del discurso de ARENA en la prensa escrita y en la publicidad en el período electoral presidencial de 2009*. DOI: <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i120.3392>

Koutný, P. (2006). *Análisis del discurso político*. Consultado el 04 de abril 2018, de <https://is.muni.cz/th/vdqf0/>

La actual crisis fiscal no es consecuencia de este gobierno: Héctor Dada Hirezi. (2019). Consultado el 14 julio 2019, de <https://radioelsalvadorinternacional.com/la-actual-crisis-fiscal-no-es-consecuencia-de-este-gobierno-hector-dada-hirezi/>

Meruane, O. S. (2016). *Gramática, Pragmática y Discurso: antecedentes de un desamor y una reconciliación*. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 9 (1), pp. 135-146. DOI: <http://dx.doi.org/10.35956/v.9.n1.2009.p.135-146>

Learreta, B. (2012). *Paradigma interpretativo de investigación educativa*. Consultado el 01 de marzo de 2019, de <https://es.calameo.com/read/0007998955110a9b5b471>

Pardo, N. (2012). *Análisis crítico del discurso: conceptualización y desarrollo*. Cuadernos De Lingüística Hispánica, (19), pp. 41-62. Recuperado de https://revistas.uptc.edu.co/index.php/linguistica_hispanica/article/view/447

Parsley, B. (2012). En Su Corazón, ¿Es Usted Un Demócrata o Un Republicano? Partidos Políticos: Sus filosofías, sus objetivos y las consecuencias de cada uno para los Estados Unidos de América. Recuperado de [http://www.cfrwsoutherndivision.org/userfiles/258/file/En%20Su%20Corazon-Republicano%20o%20Democrata\(1\)rev.pdf](http://www.cfrwsoutherndivision.org/userfiles/258/file/En%20Su%20Corazon-Republicano%20o%20Democrata(1)rev.pdf)

Pinto, M. & Vanega, Y. (2012). *Análisis de las estrategias discursivas en el discurso religioso de la iglesia misión Boston* (Trabajo de grado). Recuperado de <http://hdl.handle.net/11227/336>

REFORMAS DE ESTATUTOS DEL PARTIDO ALIANZA REPUBLICANA NACIONALISTA ARENA (2007). Consultado el 15 de enero de 2018, de <http://arena.org.sv/imagenes/ESTATUTOS-PROYECTO-FINAL-200716-aprobado-el-240716-1.pdf>

Van Dijk, T. (1994). *Discurso, Poder y Cognición Social*. Recuperado de <http://discursos.org/oldarticles/Discurso,%20poder%20y%20cognici%F3n%20social.pdf>

Velasco, M. & Rivera, C. (2007). *Estudio de partidos políticos. El discurso de y sobre los partidos políticos en Centroamérica*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, San Salvador, El Salvador. Recuperado de <https://www.fesmedia-latin-america.org>

Villacorta, C. (2017). *El Salvador en la ARENA neoliberal. Realidad: Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, (129), 405-442. DOI: <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i129.3259>

Impreso

Bassol, A. T. (1995). *El Nacionalismo y sus Dilemas*. Publicado en *Crónica Legislativa Nueva Época*. Año IV, (2), México.

Garrido, M. C. (2002). *Análisis del discurso: ¿Problemas sin resolver?* Contextos. (37), pp. 123-141. Centro de Estudios Metodológicos e Interdisciplinarios de la Universidad de León.

López, M. I. & Hernández, E. (2016). *La pragmática y sus orígenes lingüísticos en el siglo XX*. En *Revista de Investigación Lingüística*. (19), pp. 61-76.

Moreno, J. E. (mayo-agosto, 2015). *Pensar la ideología y las identidades políticas. Aproximaciones teóricas y usos prácticos*. Estudios políticos, novena época (35), pp. 39-59. Mexico, D.F.

Sal de Paz, J. C. & Maldonado, S. D. (2009-2010). *Estrategias discursivas: un abordaje terminológico*. En *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*. (43).

Van Dijk. T. (febrero de 2004). *Discurso y dominación*. En *Grandes Conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas*. (4), pp. 5-28. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Van Dijk, T. (abril-Junio, 2005). *Ideología y análisis del discurso*. *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*. (29), pp. 9-36.

Wodak, R. (2000). *¿La sociolingüística necesita una teoría social? Nuevas perspectivas en el Análisis Crítico del Discurso*. En *revista iberoamericana discurso y sociedad*. Vol. 3 (2), pp. 123-147.

Video

Escobar, A. V. [frenteafrenteTCS] (2017, abril 19). *FAF 19 ABRIL LA ENTREVISTA DIPUTADOS* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=5WT8Imz3vX8&feature=youtu.be&fbclid=IwAR3ddZIU1NKPrACV8pIaWbLwTzSw-VbW00HrtZauLkaGHgUfBN4XWpdMeOw>

Escobar, M. & Reyes, D. [frenteafrenteTCS] (2017, marzo 01). *FAF 1 MARZO ENTREVISTA DIPUTADOS ARENA* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=r1foqI6ylU&feature=youtu.be&fbclid=IwAR0j1xJfumysAIxW5px7Wwt04Nb0GXgt5g_b3jPwp4SCmstMlIX2Qtk9N6k

Quijano, N. [frenteafrenteTCS] (2017, marzo 31). *FAF 31 MARZO* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vlhiFgRaACQ&t=10s>

Quijano, N. & Reyes, C. [frenteafrenteTCS] (2017, mayo 04). *FAF 4 MAYO LA ENTREVISTA DIPUTADOS ARENA* [Archivo de video]. Recuperado de

[https://www.youtube.com/watch?v=ZrRVhhu1JxU&fbclid=IwAR2StBfiZ_db
iCoAwhkqp6fYUB31_wadGODRYnWaebvcmAAytvaWz-m2Tio](https://www.youtube.com/watch?v=ZrRVhhu1JxU&fbclid=IwAR2StBfiZ_db
iCoAwhkqp6fYUB31_wadGODRYnWaebvcmAAytvaWz-m2Tio)

Muyshondt, E. [frenteafrenteTCS] (2017, abril 05). *FAF 5 ABRIL* [Archivo de video].
Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=wdp0prQpHqc>