

RALED

VOL. 21(1) 2021



ARTÍCULO

Imagen y comportamiento sexista en una campaña publicitaria en Nuevo León, México

*Image and sexist behavior in an advertising
campaign in Nuevo León, Mexico*

MANUEL SANTIAGO HERRERA MARTÍNEZ

Universidad Autónoma de Nuevo León
México

Recibido: 31 de julio de 2020 | Aceptado: 16 de abril de 2021

DOI: 10.35956/v.21.n1.2021.p.84-103

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es examinar los recursos pragmáticos y retóricos empleados por Jaime Rodríguez Calderón, Gobernador del Estado de Nuevo León, México, en su campaña publicitaria *Lazos por una lactancia exitosa*. Dentro de su discurso el dirigente intenta ser empático con las mujeres, pero las degrada al emplear ciertos vocablos. Esta indagación se complementará con las representaciones sociales (Goffman 2004), las formaciones imaginarias (Pechêux 1970) y los actos de habla (Austin 1981) para mostrar los comportamientos verbales sexistas y descorteses (Kaul 2014) por parte del mandatario. Dentro del corpus se analizará la transcripción de un video aparecido el 31 de agosto de 2017 en el sitio de Facebook del Gobernador. Como resultados parciales se observa cómo el Gobernador refuerza una nueva imagen sobre la maternidad y excluye a las madres que no incorporan la lactancia dentro de su rol.

PALABRAS CLAVE: *Imagen. Pragmática. Política. Descortesía. Sexismo y Retórica.*

RESUMO

O objetivo da pesquisa de que este artigo se origina é avaliar os recursos pragmáticos e retóricos usados por Jaime Rodríguez Calderón, Governador do estado de Nuevo Leon, México, em sua campanha publicitária “Laços por uma lactância exitosa”. Em seu discurso, o líder busca ser simpático às mulheres, mas erra ao escolher palavras. O estudo discursivo complementa-se com o de representações sociais (Goffman 2004), o de formações imaginarias (Pechêux 1970) e o de atos de fala (Austin 1981) para apontar comportamentos verbais sexistas e descorteses (Kaul 2014) por parte do mandatário. Analisa-se a transcrição de um vídeo publicado em 31 de agosto de 2017 na página de Facebook do Governador. Como resultados parciais, observa-se que o Governador reforça uma imagem de maternidade que exclui as mães que não incorporam a lactância entre seus papéis.

PALAVRAS CHAVE: *Imagem. Pragmática. Política. Descortesia. Sexismo e Retórica.*

ABSTRACT

The goal of this research is to examine the pragmatic and rhetoric resources employed by Jaime Rodríguez Calderón, Governor in the state of Nuevo León, Mexico, in his publicity campaign “Ties for a successful lactation”. In his speech the governor attempts to be empathetic with women, but instead he degrades them by using certain words. This inquiry will be complemented with social representations (Pechêux 1970), imaginary formations (Pechêux 1970), and speech acts (Austin 1981) to show the rude and sexist verbal behaviors (Kaul 2014) expressed by the Head of State. Within the corpus it will be analyzed a transcript of a video aired on August 31st, 2017 in the Facebook page of the governor. As partial results it is noted how the governor reinforces a new image about the maternity and excludes those mothers who do not incorporate lactation as part of their role.

KEYWORDS: *Image, Pragmatics, Politics, Rudeness, Sexism and Rhetoric.*

Introducción

Con la llegada del nuevo milenio la tecnología abre la brecha a un mundo de mayor acceso a la comunicación. Dentro del rubro político la información arriba con más facilidad para los usuarios e influye en la toma de decisiones. En esta investigación se abordan los anuncios publicitarios de la campaña política de Jaime Rodríguez Calderón (actual Gobernador del Estado de Nuevo León, México), quien a través del *Facebook* promueve su agenda de trabajo y da a conocer sus opiniones en torno a diversos temas.

En 2015 el Gobernador ganó las elecciones por ser un candidato independiente y emplear las redes sociales para impulsar su partido y obtener votos. En “Imagen, estereotipos y rasgos de personalidad en el discurso político en campañas electorales: Nuevo León, México (2015)”, Flores e Infante (2016) analizaron la influencia de Rodríguez Calderón entre la sociedad regiomontana y comprobaron cómo la imagen de hombre valiente, emprendedor y sagaz determinó su triunfo político. Asimismo, en el artículo “Diferencias de género a través de la atenuación y la intensificación en el debate político electoral en Nuevo León, México” los autores Estrada y Herrera (2018) abordaron los distintos roles por parte de los contendientes para ganar la Gubernatura.

En esta línea de investigación se intenta estudiar los anuncios publicitarios de la campaña política *Lazos por una lactancia exitosa* del ahora Regidor, con la finalidad de mostrar los efectos de los mensajes en las madres regiomontanas. Así que se establecieron estas preguntas de investigación: 1) ¿Cuáles son los recursos pragmáticos, retóricos y discursivos empleados por el dirigente para promover su campaña en torno a la lactancia?, y 2) ¿qué tipo de imagen proyecta el Gobernador ante las mujeres sobre el tema de la lactancia? Para responder a estas cuestiones, se plantean dos hipótesis: la primera versa sobre el empleo de descripciones y calificativos para consolidar una sociedad fuerte y vigorosa; la segunda, refleja un imaginario machista asociado con el poder y la superioridad que le otorga el ser saludable.

Para concretar estas preguntas con sus respectivas hipótesis, se analizó una muestra. Es la transcripción parcial de un video sobre la nota “Mi mamá me amamantó y sigue estando buenota” obtenida el 31 de agosto de 2017 del portal del *Facebook* del Gobernador Jaime Rodríguez. Se revisará sólo el discurso que aborda el tema a considerar cuya duración es de 3:30 minutos y consta de 485 palabras (la versión original está integrada por 26:38 minutos).

En los siguientes apartados se hará una revisión de los fundamentos teóricos que sustentan nuestro objeto de estudio. Posteriormente se mostrarán los análisis efectuados con su respectiva metodología y los resultados obtenidos para comentar las conclusiones.

1. Marco teórico

Boyd y Ellison (2007) definen a las redes sociales de la siguiente manera:

Definimos los sitios de redes sociales como los servicios basados en la Web que permiten a los individuos (1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema acotado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) examinar y atravesar su lista de conexiones y las hechas por otros dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones puede variar de un sitio a otro (Boyd y Ellison 2007: 211).

En el caso del *Facebook*, los individuos construyen una imagen ajena a su ser. Edifican una biografía donde les permitan a los usuarios opinar y conocer otros aspectos de su vida. Este impulso de exponer públicamente la intimidad pasa a convertirse en lo que Tisseron (2001) ha denominado *extimidad*, como concepto antónimo de la privacidad, y que atañe a la actual exposición pública de aspectos personales: “En esta cultura de la exhibición hay también una promoción de las actividades de autoimagen, cortesés o no” (2001: 04).

De acuerdo con lo anterior, Grasmuck et al. (2009) se refieren a que las relaciones establecidas entre los usuarios son:

(1) Relación de mejora: la profundización de las relaciones con aquellos con los que el usuario ya tiene una relación existente; (2) la relación de facilitación: lograr una relación con alguien que el usuario no conoce, pero con quien comparte una conexión a través de una red de amigos en común y (3) la creación de relación: lograr una relación con alguien que el usuario no conoce y con la que el usuario no comparte ninguna conexión (2009: 162).

La publicidad política es una forma de comunicación informativo-persuasiva y se caracteriza, según Mazzoleni (1998), por su contenido y por los sujetos implicados: “El intercambio y la comparación de contenido de interés público-político producido por el sistema político, el sistema de medios y el ciudadano elector” (1998: 03).

Dentro de la publicidad que circula con fines políticos, de la cual trata nuestro tema, se visualiza el punto 2 (la relación de facilitación) como una estrategia por parte del Gobernador para llegar a miles de usuarios y que compartan su gestión en beneficio de la sociedad. En nuestra investigación, se presentó el caso de una campaña divulgada a través de las redes sociales en la cual Jaime Rodríguez, apodado *El Bronco*¹, busca estar en contacto más directo con la sociedad con el fin de que sus propuestas políticas sean aceptadas.

En esta campaña política, definida como las acciones realizadas por partidos y candidatos con el fin de obtener el voto de los electores y asumir una posición de representación político-social (Valdez 2004: 11), Rodríguez Calderón consiguió triunfar gracias al uso de las redes sociales:

Este cambio es debido al hartazgo en que nos tienen los partidos políticos; este cambio es de esa gente que votó el pasado 7 de julio a favor del cambio; no se lo debemos a “El bronco” ni a Guillermo Rentería, ni a las redes sociales; este cambio se lo debemos a ese millón de personas que votó por ese cambio esperanzador (Garza 2015: 01).

En este tipo de publicidad la imagen es esencial. Goffman (2004) señala que los actores sociales actúan frente a los demás y para ello emplean diversos recursos como la ropa, la expresión corporal, los gestos, entre otros. Esto implica que los candidatos se centren más en la apariencia y en su discurso para persuadir al público.

1 De acuerdo con la RAE, la palabra *bronco* hace alusión a una persona tosca. En el norte de México, se refiere a un individuo que habla rudo y directo.

Según Goffman (2004), una *actividad de imagen (facework)* refiere a todo aquello que es parte de un plan de acción destinado a conformar rasgos identitarios basados en las percepciones socio-psicológicas que tienen los interlocutores de sí y de los demás, en una situación y un contexto social determinados. Para ese autor, la *imagen social (face)* está constituida por los valores sociales que un individuo tiene de sí mismo en relación con los demás. Estas nociones sirven para describir e interpretar construcciones comunicativas.

La imagen no consiste sólo en una buena apariencia, sino en una figura congruente entre el ser, parecer y decir, a través de discursos que lleguen a las emociones y sentimientos de la población; y esta puede ser construida por asesores de campañas políticas que saben cómo hacerla creíble para ocultar los defectos del candidato en turno.

En este sentido, Hernández (2013) externa que “todos los participantes ven afectadas sus imágenes de alguna forma, este efecto varía en modo y en grado, siendo estos factores los que determinar el tipo de actividad producido: de cortesía, de descortesía o de autoimagen” (2013: 184).

Esta imagen del rol, según Bravo (2002), recibiría un efecto positivo por parte de algunos y negativo de otros. Estos efectos no sólo afectarían al hablante, sino también a otras personas. Así que podríamos definir a la imagen pública como una carta de presentación donde se intercambian valores para adquirir reconocimiento y validez ante los demás.

Goffman (2004) externa que la imagen implica una acción comunicativa de acuerdo con las intenciones del hablante:

De forma detallada, describe el esfuerzo y las estrategias que activan los individuos para presentar una imagen “idealizada” de sí mismos, esto es, ventajosa para ellos y veraz para los otros. En esta perspectiva, el actor social, como tradicionalmente ha sido concebido por la sociología (como actor portador de roles), se convierte en un “actor” en el sentido propio de la metáfora dramaturgica (2004: 63).

En el caso de las redes sociales, la imagen no se centra en una relación de hablante-oyente, sino que al momento de enunciar queda abierta la posibilidad de recibir infinidad de mensajes y que se torne en una interacción polilógica (Hernández 2013). Esto representa que los usuarios verán afectadas o beneficiadas sus imágenes de acuerdo con los efectos sociales generados.

En este sentido Goffman (2004) señala que la imagen es una fachada integrada por el medio y la fachada personal compuesta por “insignias del cargo o rango, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y el aspecto, el porte, las pausas del lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes” (2004: 35). Así que esta imagen expuesta en las redes sociales incita a que los usuarios se expresen de una manera libre y protejan o dañen la apariencia de los demás.

Dentro de la imagen se encuentra el estigma. Goffman (1963) la define como una marca corporal, social o ideológica que, de manera simbólica, otorga una identidad social devaluada. Este imaginario se refuerza en los estereotipos y roles de género. Los hombres tienden a la fuerza, lo intelectual, lo activo y se desenvuelven en el espacio público; en contraste con la mujer que es destinada al lugar privado con sus respectivas funciones: ama de casa, la maternidad y la educación.

Estos imaginarios co-construidos se cimientan más a través de los medios de difusión. En ellos los participantes erigen diversas caras para denigrar a los demás u ostentarse como modelos a seguir (como es el caso de las redes sociales). En estos idearios se presenta la maternidad como

un rol exclusivo de las mujeres y el presumir la salud ante los demás como una señal de dominio y autoridad. De acuerdo con Moreno (2017), la identidad femenina podría girar en torno a cuatro ejes esenciales: la maternidad, la idealización de la maternidad, los estereotipos de “buena y mala madre” y el instinto materno.

En México el rol de la mujer está destinado a la maternidad y el deber ser una buena madre. Al respecto, Lagarde (1990) señala que la maternidad es un conjunto de hechos de la reproducción social por medio del cual las mujeres crean y protegen a los otros de manera personal y directa, es entonces el cuerpo el vehículo directo mediante el cual se ejercen estos cuidados. Al hacer alusión al cuerpo se refiere al seno como generador de salud.

La lactancia va asociada al espacio privado. Sólo en esos confines las mujeres deben amamantar a los hijos y romper ese límite es caer en una imagen estigmatizada de mala madre. En este sentido, Zapata (2019) refiere:

En nuestra cultura patriarcal, los pechos de las mujeres han sido reducidos a fuente de placer masculino, haciendo que las madres lactantes sean consideradas impúdicas por ejercer su derecho a la vista de todos. Ante esto, muchos pierden de vista que amamantar en público es una condición sin la cual el derecho a la lactancia no puede ejercerse, ya que la imposibilidad de hacerlo relega a las mujeres que deciden lactar –y que están en posibilidad de hacerlo– al ámbito doméstico, limitando radicalmente sus actividades en la esfera pública (Zapata 2019: 01).

En la cultura mexicana los senos poseen una carga erótica que se acentúa más a través de los refranes, las canciones y las expresiones coloquiales. Masó (2015) refiere que en el patriarcado los senos conllevan una actividad sexual en el ámbito privado. Esto ocasiona severos problemas en las madres debido a que se considera que al amamantar a los hijos en áreas públicas incitan al morbo entre los hombres. De ahí la necesidad de establecer una diferencia, propuesta por Herráiz y Saiz (2010), entre “pecho erótico” y “pecho nutritivo”.

Estas imágenes se reproducen más a través de los comportamientos verbales sexistas. En palabras de Kaul (2018): “tales comportamientos reproducen estereotipos vigentes en las premisas culturales de la comunidad y, por tanto, refuerzan en ella la percepción negativa de la imagen de la mujer” (2018: 749).

Kaul y Alba-Juez (2012) señalan que en el lenguaje en línea (*on-line*) propuesto por las redes sociales, los mismos participantes producen evaluaciones sobre los comportamientos comunicativos (des)cortesés presentes en sus interacciones. “Estos comportamientos (des)cortesés hacen que se dañe o valore la imagen social del interlocutor de acuerdo con las intenciones de los individuos” (2012: 04). En este tipo de descortesía verbal. Kaul (2017) la denomina:

como una conducta que introduce agresividad en las relaciones sociales y los actos de habla que la plasman (primordialmente insulto, crítica, agravio, reproche, sarcasmo, burla, advertencia, invectiva, acusación, descalificación, amenaza, reprobación, provocación) conllevan la manifestación de fuertes emociones negativas tanto en quien produce el acto descortés como en quien lo recibe (principalmente ira, agresividad, rencor, antipatía, aversión). (2017: 07).

Dentro de la descortesía verbal, Kaul (2005) define la descortesía de fustigación (en el sentido metafórico de dar azotes) como “agresión verbal constituida abrumadoramente por comportamientos

volitivos, conscientes y estratégicos, destinados a herir la imagen del interlocutor para responder a una situación de enfrentamiento o desafío, o con el propósito de entablarla, razón por la cual casi todos sus actos son directos” (2005: 11).

Este tipo de actos descorteses afectan a la imagen social del locutor “al tratar de afianzar una afiliación exacerbada (adepto al grupo), la refractariedad (restricción) o la metedura de pata (la falta de discreción)” (Kaul 2005: 03).

En el caso de los políticos, Flores e Infante (2016) refieren que la imagen social es una estructura clave para la aceptación o rechazo de sus ideas y conductas. Estos autores se basan en las posturas de Laswell (1948 y 1977) para enunciar que el hombre político es el que:

1) acentúa el poder; 2) demanda poder (y otros valores) para su sí mismo (el yo primario al que se le incorporan símbolos de otros yo); 3) acentúa las expectativas concernientes al poder; y, 4) adquiere al menos una eficacia mínima en el manejo del poder. Lasswell (1977) señalaba que el habla popular registraba las variedades del comportamiento político y de los tipos de políticos. (Lasswell 1977 citado en Flores e Infante 2016: 06).

En el habla y comportamiento político, Díaz (2000) señala la presencia del sexismo lingüístico, definido como:

el uso de palabras o expresiones fijadas en el vocabulario de la lengua que reflejan ideas sexistas (sexismo léxico), o de proposiciones explícitas o implícitas enunciadas en el discurso, portadoras de contenidos semánticos discriminatorios por razón de sexo (sexismo pragmático). Así pues, habrá sexismo lingüístico en aquellos elementos de la lengua que contengan una visión despectiva o peyorativa para uno de los sexos en cuanto tal. (Díaz 2000: 45).

Durante las conferencias de prensa, el Gobernador se dirige a la población a través del empleo de frases, refranes o inventa vocablos para que el discurso llegue con más facilidad. En este punto García (2001) refiere que un aspecto del sexismo lingüístico es el sexismo léxico cuando el hablante emplea palabras con una fuerte carga androcéntrica como producto del patriarcado.

En el discurso estudiado, el Gobernador recurrió al *albur*² como una estrategia para ser empático con el auditorio, sin embargo, perjudicó la imagen de las mujeres al externar que su madre está buenota. De acuerdo con Portal (1999), en el sexismo lingüístico los mensajes:

son discriminatorios por razón de sexo. Se viene dividiendo en dos grandes bloques, en el léxico: tratamientos, nombres y apellidos, la voz hombre para referirse al género humano,

2 De acuerdo con Beristáin (2000) el albur, entendido como un duelo de palabras de doble sentido con alusiones sexuales, es una expresión cultural del español mexicano tan importante que ha permeado diferentes estratos sociales e, incluso, se ha registrado en expresiones literarias, como la canción popular, el teatro de parodia política y la novela. El albur también tiende a ser un juego erótico donde se relacionan las partes del cuerpo con la función sexual.

profesiones, tacos e insultos, chistes, refranes, etc.; en la sintaxis: ‘los ingleses prefieren el té al café -los ingleses prefieren las rubias a las morenas (Portal 1999: 555).

El Gobernador intenta proyectar una imagen de hombre respetuoso, cortés y solidario con las mujeres. La campaña en sí contenía puntos positivos en torno a la lactancia. Sin embargo, al recurrir a expresiones graciosas para ser empático proyecta comportamientos verbales racistas contra las madres por no amamantar a sus hijos.

1.1. Breve contexto del escenario político neolonés

En el ámbito de la política de Nuevo León, México, existen dos grandes partidos que se disputan la dirigencia del Estado: el Partido Revolucionario Institucional y el Partido Acción Nacional. Los dos sistemas más poderosos de México para una mayoría de la población no han cumplido las expectativas de la gente. Por otro lado, hubo una variable que se incluyó en la ley aprobada en el Congreso en la Reforma electoral del año 2012, para que la ciudadanía pudiera competir de manera independiente, sin alianza electoral; se aprobó la figura de *candidato independiente*, pero de acuerdo con Beltrán (2015) sólo en 2014 se acordaron las normas que abrieron el camino a los ciudadanos que aspiraban a una candidatura y que no contaban con el respaldo de un partido político.

El *boom* de los candidatos independientes hizo explosión y la población, por primera vez, pensó en un verdadero cambio para dar fin a los sistemas políticos y que se abriera brecha a la ciudadanía. Por esta razón los tres contendientes más fuertes por obtener la Gubernatura del Estado eran: Ivonne Álvarez (PRI), Felipe de Jesús (PAN) y Jaime Rodríguez (Partido Independiente). Este último fue el ganador al final de la contienda.

Por otro lado, la variable del candidato independiente (Jaime Rodríguez) *El Bronco* representó el cambio con un perfil de hombre valiente. Durante su campaña, Córdoba (2015) analiza esta postura del contendiente:

Al escucharlo hablar, percibimos la gran intensidad de su voz, un tono contundente y un timbre grave que refuerza esa imagen de hombre fuerte, rudo, capaz de enfrentar cualquier situación. Su léxico es coloquial, de hombre de a pie; utiliza un lenguaje que conecta y su discurso es directo, sencillo, muy franco; no se anda con rodeos. La percepción generalizada es que sabe lo que dice y está al tanto de las estadísticas y de la historia; que se trata de un hombre culto y experimentado, y maneja muy bien la información relevante (2015: 01).

Además, se hizo una película sobre él donde se muestra como un héroe para legitimar su audacia ante la sociedad neolonesa. El candidato independiente atrae más la atención popular por la imagen de hombre rudo y cabal. Jaime Rodríguez, *El Bronco*, ganó las elecciones por mostrar la imagen de un hombre de campo, jinete, ejidatario e independiente. Esta peculiar forma de comunicarse (directa, franca y sincera) influyó en que la población votara por él.

El discurso de victoria fue al estilo clásico de Rodríguez. Su lenguaje directo e ingenioso y su forma tan efectiva en las redes sociales, lo catapultó de ser un candidato de origen humilde con pocas probabilidades de ganar a ser el primer gobernador independiente electo (Agren 2015: 01).

2. Marco metodológico

La metodología será un análisis cualitativo-descriptivo y retórico para revisar el discurso emitido por el Gobernador durante la campaña política *Lazos por una lactancia exitosa*. Se estudiará cómo a través de la sociopragmática prevalece una carga valorativa en la descortesía (Kaul 2014) por afiliación exacerbada (adepto al grupo) y la refractariedad (restricción) con sus diversas variantes utilizadas por el mandatario como actos de sexismo. Esta indagación se complementará con las representaciones sociales (Goffman 2004) para mostrar la aceptación del dirigente ante su campaña; las formaciones imaginarias (Pêcheux 1970) para detectar los constructos imaginarios que envía y los actos de habla (Austin 1981) para evidenciar los comportamientos verbales sexistas y descorteses (Kaul 2014) hacia las madres.

La muestra representativa constará de la transcripción de un video sobre la nota “Mi mamá me amamantó y sigue estando buenota” obtenida el 31 de agosto de 2017 del portal del *Facebook* del Gobernador Jaime Rodríguez. Se analizará sólo 3:30 minutos del discurso con duración de 26:38 minutos, así como los 24 comentarios por parte de los usuarios para observar los efectos de la imagen y de la descortesía con la postura de Kaul (2014). Para ello el discurso se segmentó en seis partes. En cada uno se abordaron las formaciones imaginarias para visualizar la construcción de la imagen social por parte del Mandatario; los actos de habla para rastrear las intenciones dirigidas hacia los presentes y los actos descorteses para evidenciar el comportamiento sexista. Esto permitió detectar en el interior del discurso los recursos retóricos utilizados para emprender su campaña; los elementos semánticos-pragmáticos para reforzar su idea de la lactancia y las funciones políticas para dar verosimilitud a sus ideas: ser un hombre vigoroso, inteligente e independiente por ser amamantado.

3. Análisis de los resultados

Dentro de la gestión política de Jaime Rodríguez, Gobernador del Nuevo León (México), se llevó a cabo el programa *Lazos por una lactancia exitosa* para promover el derecho de las mujeres de amamantar a sus hijos. El video tuvo una duración de 26:38 minutos y para este análisis sólo se revisarán los 3:30 minutos cuando aborda el tema de la lactancia.

A continuación, se emprenderá el análisis de los resultados obtenidos de la transcripción, la cual fue tomada de un video del sitio del *Facebook* del propio Gobernador.

Extracto 1:

Tenemos que empezar a generar conciencia a las nuevas generaciones. Yo fui amamantado por mi madre, mi madre tuvo diez hijos y a todos los amamantó, y no le pasó nada, sigue estando buenota mi mamá, buenísima está mi mamá, este, y no le pasó nada; luego fui viendo cómo vamos avanzando en las generaciones subsecuentes y fuimos olvidándonos de lo máspreciado que es la naturaleza.

En este segmento se muestra la formación imaginaria (Pêcheux 1970), por parte del Gobernador, de una persona saludable al recibir el pecho de su madre (yo fui amamantado por mi madre, mi ma-

dre tuvo diez hijos y a todos los amamantó y no le pasó nada). Da por presupuesto³ (Ducrot 1986) que a través de su campaña concientizará a las siguientes generaciones sobre la importancia de la lactancia (*Tenemos que empezar a generar conciencia a las nuevas generaciones*) y por sobreentendido que las mujeres recurrirán a la lactancia por los beneficios que provee en los hijos (*fuimos olvidándonos de lo máspreciado que es la naturaleza*). Al intensificar en los grados aumentativo (buenota) y superlativo (buenísima) del adjetivo *buen* revela un sarcasmo como un acto descortés.

En esta parte del discurso se observa la denegación (Van Dijk 1996) y la deslegitimación (Chilton y Schäffner 2000) al referirse a su madre como ejemplar en contraste con las demás mujeres presentes en el evento. En México la madre cumple un rol esencial: la maternidad. De acuerdo con Paz (1950):

en un mundo hecho a la imagen de los hombres, la mujer es sólo un reflejo de la voluntad y querer masculinos. Pasiva, se convierte en diosa, amada, ser que encarna los elementos estables y antiguos del universo: la tierra, madre y virgen; activa, es siempre función, medio, canal. La feminidad nunca es un fin en sí mismo, como lo es la hombría (150: 13).

El Candidato refleja un imaginario denigrante, dando paso a la metedura de pata (Kaul 2008) por su falta de discreción y de una manera irónica al recurrir al albur (buena, buenísima)⁴.

Extracto 2:

Dios es grande y nos hizo tal cual, para conservar y procrear y conservar a la sociedad, para que la sociedad conserve a la naturaleza, y podamos mantener la vida y la hemos ido destruyendo, eh, desde el origen, desde el nacimiento. Por eso gracias a ustedes mamás valientes, así las voy a llamar, que hoy han regresado al origen, a lo que nunca debimos de haber cambiado, el origen de la vida misma, el derecho a la vida, el derecho a procrear, el amamantar es un derecho, quizás haya muchas mamás que digan: “no, yo no”.

En este fragmento se nota cómo a través de la comparación (*nos hizo tal cual, para conservar y procrear y conservar a la sociedad*) recurre a un aspecto religioso (*Dios es grande*) para remarcar la función de procrear y poblar una sociedad de seres sanos. Proyecta una formación imaginaria de un descendiente divino (*Dios es grande y nos hizo y nos hizo tal cual, para conservar y procrear y conservar a la sociedad, para que la sociedad conserve a la naturaleza, y podamos mantener la vida*) y hasta

3 Ducrot (1986) utiliza los conceptos de **lo implícito** (es todo aquello que se dice sin decirlo explícitamente en cualquier discurso), **el presupuesto** (la significación de la frase puede implicar la existencia, en el sentido de sus enunciados, de tal o cual presupuesto) y **lo sobreentendido** (se caracteriza por el hecho de que, a la par que es observable en los enunciados de una frase, no está marcado en ella. Esta situación del sobreentendido resulta de un proceso interpretativo del cual resultó)” (1986: 36).

4 En un estudio realizado por Frenk en el año 2007 sobre los rasgos físicos personales en el habla de México, señala que en el rubro de belleza los mexicanos nos referimos a una mujer preciosa y joven como *está que se cae (del árbol, o de buena)* como una manera formal. En cambio, el lado vulgar es aludir a que *está buena, buenota, buenísima, rebuena* (2007: 143). Estas expresiones asocian a la mujer con lo sexual como comestible y apetecible. Este juego de expresiones con doble sentido (en este caso a que la mujer está de buen ver y es deseada sexualmente) forma parte del *albur*.

se torna en un guía para encauzar a las mujeres sobre la necesidad de amamantar. Al nombrarlas “mamás valientes” da por supuesto que continuarán con esta función (*que hoy han regresado al origen*) y por sobreentendido que serán ejemplo para el resto de las mujeres (*el derecho a la vida, el derecho a procrear, el amamantar es un derecho*).

Se observa una descortesía por afiliación exacerbada (Kaul 2005)⁵ cuando el Gobernador defiende los ideales de su campaña en promover la lactancia y excluir a aquellas mujeres que no ejercen este derecho sobre sus hijos. A través de la intensificación (*mamás valientes*) resalta a las madres ejemplares y busca aprobar sus ideas.

Extracto 3:

Pero es derecho del niño de ser amamantado, luego van a reclamar por todo eso. Yo tengo sesenta años y he ido dos veces al hospital, cuando mucho he recibido no sé, unas diez o doce inyecciones en mi vida, nada más. Me tomo un mejoralito y me da sueño.

No he necesitado en sesenta años nada, y es gracias a que mi mamá me amamantó, mis hermanos igual, esa es la primera prueba.

El Gobernador proyecta la autoimagen de una persona vigorosa (*Yo tengo sesenta años y he ido dos veces al hospital*) que no ha enfrentado severos problemas de salud gracias a la lactancia (*Pero es derecho del niño de ser amamantado, luego van a reclamar por todo eso*). Da por supuesto que a la edad que tiene posee la vitalidad (*No he necesitado en sesenta años nada*) y por sobreentendido que así serán los hijos de las madres presentes si los amamantaran (*es gracias a que mi mamá me amamantó, mis hermanos igual, esa es la primera prueba*).

A través de la conjunción de aserciones (*Yo tengo sesenta años y he ido dos veces al hospital || No he necesitado en sesenta años nada y es gracias a que mi mamá me amamantó, mis hermanos igual*) se exalta la imagen del Gobernador para reafirmar el interés de la lactancia y poner a su familia de origen como ejemplo.

Extracto 4:

Cuando yo hablé con mi esposa para ello, mi esposa me decía algunas cosas, y entonces muchas veces yo casi la forzaba (risas) tienes que darle al niño, y decía eso, ahorita me estaba diciendo el doctor, estaba diciendo lo que yo he escuchado muchas veces: vida, y les están inyectando vida, no importa cuánta, importa que se las den, y eso va a hacer que tengamos menos problemas, niños más inteligentes como lo dijo ahorita el doctor, menos niños obesos, más abusados, menos dependientes, más independientes punto. Eso es lo que va a pasar y van a verlo y ustedes se van a recordar de esto.

De acuerdo con Kaul (2014), la imagen social en los medios electrónicos tiende a proyectar las identidades del ego y sus respectivos reclamos. En esta muestra se observa cómo el Gobernador

5 El individuo produce actividades en las que se percibe a sí mismo y es percibido por los demás como *adepto* a un grupo. El adepto asume su calidad de miembro con plena conciencia y orgullo: es partidario de los miembros y de las ideas de su grupo, al punto de escoger la descortesía en su defensa (Kaul 2014:147).

reivindica sus ideales en el interior de la familia al *forzar* a su esposa a amamantar a sus hijos. Muestra una imagen cortés (*Cuando yo hablé con mi esposa para ello, mi esposa me decía algunas cosas, y entonces muchas veces yo casi la forzaba (risas) tienes que darle al niño, y decía eso*), y la refrenda con las palabras del médico presente en el evento (*estaba diciendo lo que yo he escuchado muchas veces: vida, y les están inyectando vida, no importa cuánta, importa que se las den, y eso va a hacer que tengamos menos problemas, niños más inteligentes como lo dijo ahorita el doctor*). Dentro de los presupuestos se erige como un adulto que tuvo una infancia sana (sin obesidad ni dependencia) y da por sobreentendido que fue un niño abusado (listo) e independiente. Asimismo, se refleja una descortesía por defender y ofender: la primera por justificar su rol de hombría ante su pareja y exigirle sus derechos (*yo casi la forzaba (risas) tienes que darle al niño, y decía eso*), y la segunda por despreciar, sutilmente, a los niños con sobrepeso y sin ideales (*menos niños obesos, más abusados, menos dependientes, más independientes punto*).

Extracto 5:

Una mejor sociedad se crea a partir de lo que uno mama en la casa, y lo primero que uno mama es la vida que la madre nos da. Ahí viene el cerebro, la inteligencia, la protección, el poder de lo que uno pueda tener cuando uno va creciendo, en el pecho de ustedes está todo, absolutamente todo.

En este extracto *El Bronco* reafirma su autoimagen de hombre inteligente y poderoso por haber tenido una buena educación gracias a la lactancia (*Una mejor sociedad se crea a partir de lo que uno mama en la casa, y lo primero que uno mama es la vida que la madre nos da*). Da por presupuesto que estar sano es sinónimo de lucidez, de ser activo y emprendedor (*Ahí viene el cerebro, la inteligencia, la protección, el poder de lo que uno pueda tener cuando uno va creciendo*). En los sobreentendidos recalca que todo eso se logra gracias a la lactancia (*lo primero que uno mama es la vida que la madre nos da*). Emplea una descortesía por fustigación por afiliación exacerbada (Kaul 2005) al considerar que una mejor sociedad se alcanza por medio de los hijos criados y amamantados en las casas por sus madres (*en el pecho de ustedes está todo, absolutamente todo*). Las personas saludables son inteligentes y capaces porque han sido amamantadas. *El Bronco* relaciona a la mujer con la maternidad atribuyéndole a esta última la vida, el hogar y la educación. Reconoce a las mujeres sólo por su función biológica (*en el pecho está absolutamente todo*).

Extracto 6:

Si la señora ahorita el niño está llorando y le da teta, dale pecho y verás cómo se calla. Dáselo, al cabo que aquí que no te dé pena. Nosotros todos somos respetuosos de ver una madre que amamanta y eso nos da gusto verlo, no es morbo, nos da gusto, digo, es (aplausos.) Muy bien. Y cuando está uno grande también uno llora para ver si le dan pecho, pero no, (risas) ya nuestra mamá no está. Lo que encontramos es el regaño (risas).

Al término de su discurso se suscita un incidente y *El Bronco* lo retoma para refrendar su postura sobre la lactancia. Muestra una imagen cortés al solicitarle a una madre que le dé pecho a su hijo delante de los presentes (*dale pecho y verás cómo se calla. Dáselo, al cabo que aquí que no te dé pena*). Da por presupuesto que es respetuoso, al igual que el resto de los hombres, de ver el acto de amamantar (*Nosotros todos somos respetuosos de ver una madre que amamanta*). Sin embargo, en el sobre-

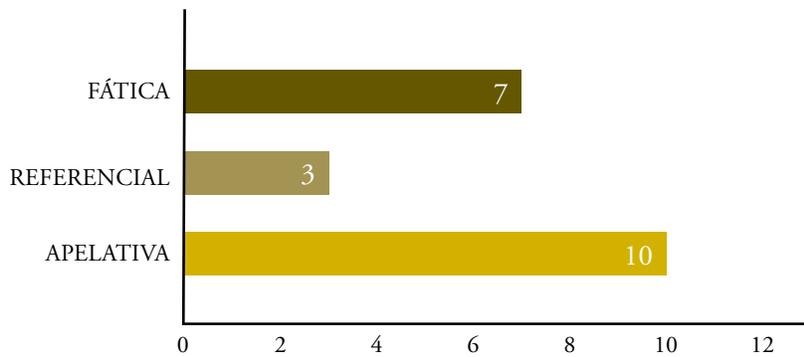
entendido deja entrever una ligera morbosidad (*y eso nos da gusto verlo, no es morbo, nos da gusto*). De nuevo recurre a la descortesía por fustigación (Kaul 2008) de una manera sarcástica al acudir al albur (*Y cuando está uno grande también uno llora para ver si le dan pecho, pero no, [risas] ya nuestra mamá no está. Lo que encontramos es el regaño [risas]*).

4. Análisis de los datos y discusión

En este apartado se ofrece una exploración inicial de los rasgos de personalidad del Gobernador encontrados en la muestra, así como la frecuencia de algunos recursos pragmáticos y retórico-discursivos utilizados. Para ello se retomará el modelo aplicado por Flores e Infante (2016) para este estudio. Una vez analizada la primera parte del discurso, se procederá a revisar las funciones del lenguaje (Jakobson 1981) y estos fueron los hallazgos localizados:

GRÁFICA 1

Funciones lingüísticas



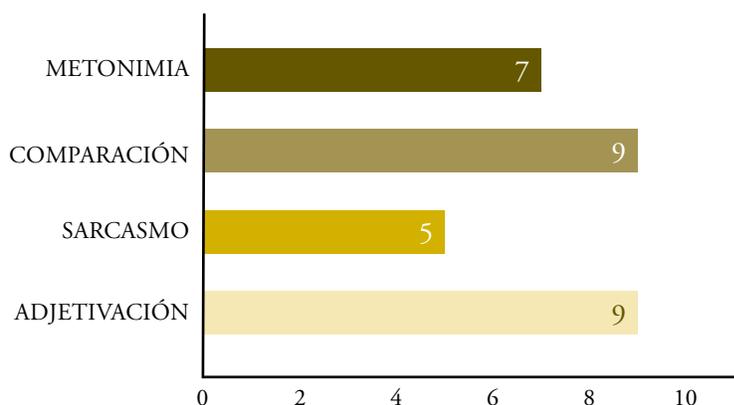
En esta conferencia de prensa se observan 10 apariciones de la función apelativa. Un ejemplo es: “por eso gracias a ustedes mamás valientes, así las voy a llamar, que hoy han regresado al origen, a lo que nunca debimos de haber cambiado, el origen de la vida misma”. Su repercusión reside en que el Gobernador intenta, a través de varios recursos, convencer a las mujeres sobre la importancia de la lactancia para el Estado de Nuevo León, México, en asegurar generaciones fuertes, sanas y emprendedoras. Dentro de la función referencial se localizaron 3 ocurrencias. Una muestra es: “yo fui amamantado por mi madre, mi madre tuvo diez hijos y a todos los amamantó”. Es interesante notar cómo *El Bronco* informa sobre las ideas de su campaña para de ahí persuadir y ejemplificarse como modelo.

En esta gráfica aparece con 7 ocasiones la función fática, la cual se caracteriza por corroborar si el emisor pone atención. Entre sus diversas clases (saludo; interrumpir y reanudar la conversación; conceder la palabra; y despedida) el Gobernador emplea la de comprobación para confirmar si los mensajes llegan y están los emisores atentos (el amamantar es un derecho, quizás haya muchas mamás que digan: “no, yo no”).

También se revisaron los recursos retóricos empleados por el locutor y se muestran los hallazgos.

GRÁFICA 2

Recursos retóricos



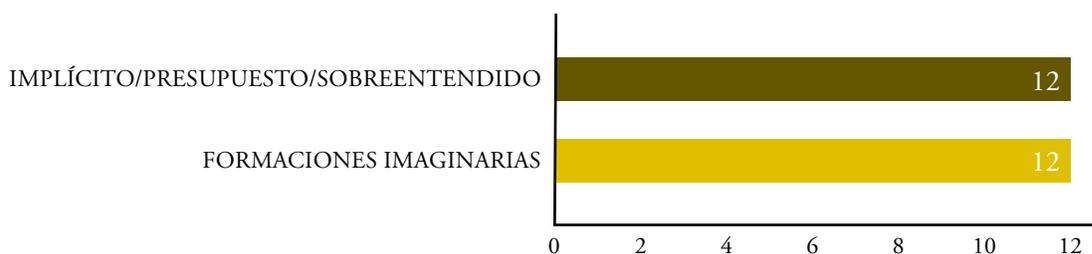
Los resultados arrojados en la gráfica 2 revelan una mayor presencia de la adjetivación (9 ocurrencias). Se percibe que a través de este recurso *El Bronco* intenta construir un retrato de la sociedad regiomontana como fuerte, vigorosa y emprendedora. Para ello en las adjetivaciones reitera la etopeya (“Mamás valientes”, “niños inteligentes”, “más abusados”, “menos dependientes” y “más independientes”) y la prosopografía (“Menos niños obesos”).

En el mismo número se localiza la comparación. Una muestra es: “niños más inteligentes, como lo dijo ahorita el doctor, menos niños obesos, más abusados”. Este recurso es utilizado por el locutor para distinguirse como un ser saludable y recto por haber sido amamantado por su madre en contraste con el resto del público presente en el acto. *El Bronco* emplea la sinonimia (con 7 ocurrencias) para convencer a las madres de la importancia de la leche por ser vida, cerebro, inteligencia y poder, entre otras denominaciones. Un ejemplo es: “Si la señora ahorita el niño está llorando y le da teta, dale pecho y veras como se calla, dáselo, al cabo que aquí que no te de pena, nosotros todos somos respetuosos de ver una madre que amamanta”. Finalmente, con 5 ocurrencias aparece el sarcasmo. Ejemplo: “sigue estando buenota mi mamá... buenísima está mi mamá... este... y no le pasó nada”. Funge como un rasgo estilístico en los discursos emitidos por el Gobernante para lograr la empatía, aunque recurra al albur y dañe la imagen del público.

Para ofrecer interpretación y análisis conclusivos, articulamos los recursos cuyas funciones se ubicaron en las dimensiones semántica, pragmática y discursiva. Los resultados se muestran en la Gráfica 3:

GRÁFICA 3

Recursos semántico-pragmático-discursivos

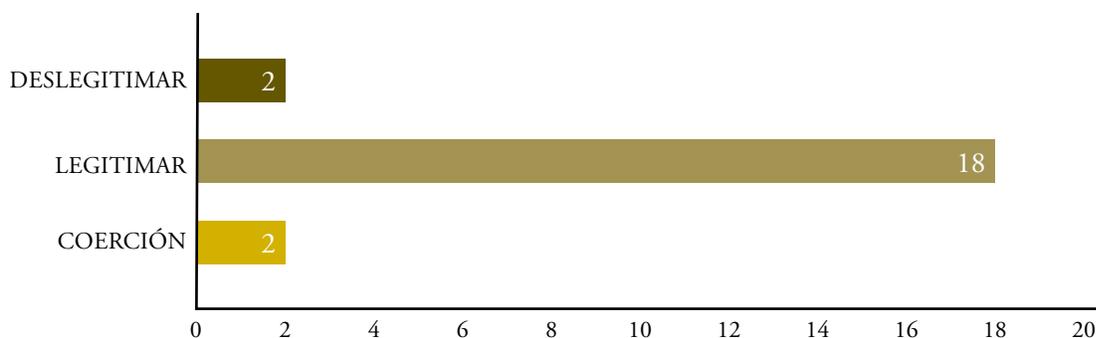


Al revisar los actos descorteses en la noticia, se notó que el Gobernador construye su imagen de hombre valiente, decidido y triunfador al recibir la lactancia. En la misma cantidad de frecuencias se localizan los implícitos, presupuestos y sobreentendidos al dar por asentado que las mujeres presentes tomarán su ejemplo y los beneficios de amamantar a sus hijos.

Con respecto a las funciones del discurso político, se encontraron en el discurso los siguientes datos:

GRÁFICA 4

Funciones del discurso político



En el discurso el Gobernador legitima (con 18 ocurrencias) la postura política de amamantar a los niños y consolidar una sociedad sana y potente. Asimismo, se edifica la personalidad de un hombre conecedor, con experiencia y madurez. Tanto la deslegitimación y la coerción obtuvieron la misma cantidad (dos frecuencias). Ambas eran referidas para tratar de crear conciencia en las madres y ver la relevancia de la lactancia en el futuro.

El dirigente muestra una apología de su imagen al resaltar la educación y la convivencia familiar proyectadas en la salud y la lactancia. Protege constantemente su imagen al mostrarse como un ser vigoroso y oriundo del campo. Sin embargo, recurre a la descortesía de afiliación para incluir sólo aquellos, como él, que gozan de buena vida.

5. Comentarios por parte de los usuarios

Los siguientes 24 comentarios (entre hombres y mujeres) se extrajeron de las publicaciones del sitio de *Facebook* del propio Gobernador para observar la imagen y el comportamiento sexista que proyectó su campaña *Lazos por una lactancia exitosa*.

En la presente tabla (ver anexo 1) se intenta dar una agrupación aleatoria sobre las opiniones de los usuarios. Para ello se catalogaron y mostraron algunos ejemplos. En esta representación se observa que sólo 5 usuarios apoyaron las ideas del Gobernador. Los 19 restantes hicieron comentarios negativos sobre la imagen y el habla que proyectaba el locutor. Se aprecia cómo los actantes están de acuerdo con la campaña, mas no en la manera de expresarse y conducirse por parte del dirigente.

La palabra con más frecuencia para referirse a *El Bronco* es *mamón*. De acuerdo con la RAE, significa “1. adj. Que todavía está mamando. U. t. c. s. 2. adj. Que mama mucho, o más tiempo del regular. U. t. c. s”. Asimismo, Emilio Lezama publicó en el periódico *El Universal* (diario capi-

talino) el 07 de agosto de 2016 un artículo sobre *la mamonería*. En él señala que ser *mamón* es la posibilidad de constituirse como alguien importante a través del lenguaje, movimientos y muecas para diferenciarse de *los otros*. Él es distinto.

Esta palabra resuena en estos comentarios por la relación estrecha entre el acto de mamar con la lactancia. Sin embargo, los usuarios le atribuyen otros significados semejantes al del artículo como *mamila*. En México se refiere al biberón, utensilio empleado para darle leche al bebé. En este sentido hace alusión a una persona que mama mucho (que presume demasiado de algo que no posee).

La imagen social de un hombre rudo y directo al hablar se desvanece ante los comentarios por parte de los usuarios, quienes lo ven como un “mamón”. Se observa cómo a través de las maneras de expresarse se aleja de este estereotipo y cobra un nuevo sentido: inculto y vulgar. Mientras el Gobernador se exhibe como un hombre valiente y emprendedor, los usuarios reparan su imagen con la intención de no identificarse con él.

TABLA 1

Comentario de los usuarios en torno a la campaña publicitaria

CATEGORÍA	OCURRENCIAS	EJEMPLO	IMAGEN Y COMPORTAMIENTO SEXISTA
RECHAZO	11	<u>E.P.T.</u> ¿ASÍ, O MÁS MAMONCITO EL PENDEJO..?	Estrategia cortés por reparación
ACEPTACIÓN	5	<u>L.G.B</u> Me encanta este hombre, es súper sencillo para hablar y decir las cosas como son, nada de poses o falsedades. Es un tema importantísimo en la sociedad, promover la lactancia materna, tiene razón en todo los beneficios que se obtienen para el hijo, yo le he comprobado en 4 ocasiones. Niños inteligentes, saludables y seguros de si mismos!	Autoimagen por realce
IRONÍA	5	<u>R.G</u> Pues que nos la presente...jajaja!!!...seguro su papá esta harto orgulloso de su becerrito.	Descortesía por destrucción
GÉNERO	1	<u>A.CH.P</u> Una mujer, NO ES ESTAR “BUENOTA” menos decir eso de su mamá, es una falta de respeto, si eso lo dice en público, que no pensará de las mujeres, imagínese de una que por alguna, no este de acuerdo con el...que ADJETIVO CALIFICATIVO le pondría, no habla un Gobernador de un estado avanzado como Nuevo Leon...y que no salga con sus cosas de que “Es que yo no hablo...soy muy bronco” si es así cultivese un poco, lo bronco no quita la norgulle.	Estrategia cortés por reparación
POLÍTICA	2	<u>G.R</u> EL FOX NORTEÑO “GRANDOTE Y PENDEJO “	Es una descortesía por ataque

6. Conclusiones

El Gobernador se describe como un ser vigoroso, inteligente e independiente por haber sido amamantado. Resalta que sólo las mujeres que dan pecho tendrán una familia de descendientes sanos tanto en lo físico como en lo moral.

De acuerdo con Reboul (1986), el dirigente recurre a una *falsa causalidad* porque se propone como un “profeta” para encauzar a las madres regiomontanas en su rol de procrear y educar adecuadamente a los hijos (conjunta el discurso político con el religioso). En su discurso concientiza a las madres que la salud, la vida y la educación dependen de ellas, en tener hijos buenos o enfermos.

Sitúa a la maternidad como el único rol que la mujer debe desempeñar. Recalca que su madre está *buenota*. Aunque su intención era indicar que gozaba de buena salud, emplea el albur con un tinte de relajar y amenizar el evento. En México este adjetivo empleado en un familiar es para ofrecerla “sexualmente”. Sin embargo, la imagen y el comportamiento sexista reflejaron sólo una autoimagen de hombre machista que denigra la imagen de la mujer a través de burlas (incluyendo a su madre). Asimismo, se enorgullece de una manera simbólica de tener una progenitora bella y atractiva. Con ello propone sutilmente que las mujeres al amamantar serán completas en el sentido de ser madres y hermosas.

Dentro de la política mexicana, los dirigentes acuden a diversos recursos para ganarse la confianza del pueblo. En este estudio se observó cómo el albur funge como un juego erótico para romper la línea entre la investidura presidencial y la población. Asimismo, emplea recursos biográficos para proponerse como un modelo a seguir y reforzar el rol de la maternidad poniendo como muestra a su madre.

Al finalizar la parte de su discurso, cae en un exceso de confianza cuando le solicita a una madre que le dé pecho a su niño. Emplea la risa como un recurso atenuador para simpatizar con el público y señalar que de grande los hombres lloran, pero ya no les dan pecho. En sus comentarios proyecta una imagen risible de sí mismo y se distancia de los presentes al intentar ser gracioso. A través de los comportamientos verbales sexistas minimiza a las mujeres y las proyecta como proveedoras de alimento.

Referencias bibliográficas

AGREN, D. 2015. [Disponible en línea en https://www.vice.com/es_latam/article/vdavaa/que-tan-rebelde-es-el-bronco-el-candidato-independiente-que-gano-en-las-elecciones] “¿Qué tan rebelde es ‘El Bronco’, el candidato independiente que ganó las elecciones en Nuevo León?” *VICE*. [Consulta: 14 de enero de 2020].

AUSTIN, J.L. 1981. *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.

BELTRÁN, Y. 2015. [Disponible en línea en <http://archivo.estepais.com/site/-2015/candidaturas-independientes-primera-de-dos-partes/>.] “Candidaturas independientes (primera de dos partes)”. *Este País*. [Consulta: 12 de febrero de 2020].

BERISTÁIN, H. 2000. “El albur”, en M. Labiano Ilundain, A. López Eire y A. Seoane Pardo (Coords.), *Retórica, política e ideología: desde la antigüedad hasta nuestros días. Actas del II Congreso*

internacional, Salamanca, noviembre 1997, vol. III, Salamanca, Asociación Española de Estudios sobre Lengua, Pensamiento y Cultura Clásica, pp. 33-47.

BOY, D. y ELISON, N. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

BRAVO, D. 2002. Actos asertivos y cortesía: Imagen del rol en el discurso de académicos argentinos. En D. Bravo y M. E. Placencia (Eds.). *Actos de habla y cortesía en el español*, pp. 141-174. Munich: Lincom Europa.

CHILTON, P., y SHÄFFNER, C. 2000. Discurso y política. En Van Dijk, T. (Comp.). *El discurso como interacción social*, pp.297-330. Barcelona: Gedisa.

CÓRDOBA, R. 2015. [Disponible en línea en <https://www.sdpnoticias.com/columnas/llevamos-infante-bronco-pedro.html>]. “El bronco y el Pedro Infante que todos llevamos dentro”. *SDPnoticias.com*. [Consulta: 22 de enero de 2020].

DÍAZ, J. A. 2000. Sexismo lingüístico: enfoque etnolingüístico. *Español Actual* 73: 39-56.

DUCROT, O. 1986. *El decir y lo dicho*. Barcelona: Paidós.

ESTRADA, O. N. y HERRERA, M. 2019. Diferencias de género a través de la atenuación y la intensificación en el debate político electoral en Nuevo León, México. *Oxímora* 13.

FLORES, M. E. e INFANTE, J. M. 2016. Imagen, estereotipos y rasgos de personalidad en el discurso político en campañas electorales: Nuevo León, México (2015). *Discurso y sociedad* 4, 2.

FRENK, M. 2007. *Estudios de lingüística*. México: El Colegio de México.

GARCÍA, Á. 2001. ¿Es sexista la lengua española? *Panacea Revista Electrónica de Estudios Filológicos* 2, 3. <http://www.um.es/tonosdigital/znum5/index.htm>

GARZA, E. 2015. “El Gober ideal”. *El Norte*, año LXXVII, n° 27793, 10.01.2015.

GOFFMAN, E. 1963. *Stigma, notes on the management of spoiled identity*. Englewood Cliffs: Touchstone.

GOFFMAN, E. 2004. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

GRASMUCK, SH., MARTIN, J. y ZHAO, SH. 2009. *Ethno-Racial Identity Displays on Facebook*. *Jornal of Computer-Mediated Communication* 15: 158-188.

HERNÁNDEZ, N. 2013. *Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa*. Dinamarca: Universidad de Copenhague.

HERRÁIZ, L., y M. SAIZ 2010. *La vida Láctea. Historia del Amamantamiento*. Madrid: Foren 21 Formación.

<https://dle.rae.es/bronco>

<https://dle.rae.es/mam%C3%B3n>

https://www.facebook.com/JaimeRodriguezElBronco/?ref=page_internal

- JAKOBSON, R. 1981. *Ensayos de Lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.
- KAUL, S. 2005. Descortesía de fustigación por afiliación exacerbada o refractariedad. En D. Bravo (Ed.). *Estudios de la (des) cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, p. 299-318. Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken,
- KAUL, S. 2008. Tipología del comportamiento verbal descortés en español. En A. Briz, A., Hidalgo y M. Albelda (Eds.). *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral. III Coloquio Internacional del Programa Edice*, pp. 254-266. Universidad de Valencia: Departamento de Filología Española.
- KAUL, S. y ALBA-JUEZ, L. 2012. A typology of verbal impoliteness behaviour for the English and Spanish Cultures. *Revista Española de Lingüística Aplicada (RESLA)* 25: 69-92.
- KAUL, S. 2014. Delimitación de unidades extralingüísticas de análisis del discurso de (des)cortesía. *Signo y Seña* 26: 7-22.
- KAUL, S. 2017. Tipos de descortesía verbal y emociones en contextos de cultura hispanohablante. *Pragmática sociocultural* 5, 1.
- KAUL, S. 2018. Descortesía en actividades de imagen sexistas a través de refranes, piropos y frases hechas circulantes en la cultura rioplatense. En M. E. Flores Treviño, J. Haidar, C.E. Rojas Blanco y E. De los Santos Domínguez (Eds.). *Discurso, cultura, emoción. Prácticas discursivas interculturales, trans-culturales y alternativas*, pp. 740-767. México: ALED (México)-UANL-FFYL-ENAH-UACJ-EN.
- LAGARDE, M. 1990. *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. México: Universidad Nacional Autónoma de México
- LASSWELL, H. 1948. *Power and personality*. Nueva York: W.W. Norton.
- LASSWELL, H. 1977. *Psychopathology and politics*. Chicago: The University of Chicago Press (texto original publicado en 1930).
- LEZAMA, E. 2016. [Disponible en línea en https://issuu.com/diarioplazajuarez_/docs/07-08-16] "Ser mamón". *El Universal*. [Consulta: 10 de enero de 2020].
- MASSÓ, E. 2015. Conjeturas (¿y refutaciones?) sobre amamantamiento: Teta decolonial. *Dilemata* 7, 18.
- MAZZOLENI, G. 1998. *La comunicazione politica*. Bologna: Il Mulino.
- MORENO, A. 2017. "Maternidades y lactancias desde una perspectiva de género". *Ilemata, Revista Internacional de Éticas Aplicadas* 25.
- PAZ, O. 1950. *El laberinto de la soledad*. México: FCE.
- PECHÊUX, M. 1970. *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid: Gredos.
- PORTAL, A. M. 1999. [Disponible en línea en cvc.cervantes.es/ensenanza/...ele/.../10_0547.pdf]. ELE: género gramatical y sexismo lingüístico. Centro Virtual Cervantes. [Consulta: 20 de marzo de 2021].
- REBOUL, O. 1986. *Lenguaje e ideología*. México: F.C.E

TISSERON, S. 2001. *L'intimité surexposée*. Paris: Ramsay

VALDEZ, A. 2004. *Campañas electorales inteligentes*. México: Universidad de Guadalajara.

VAN DIJK, T. 1996. *Análisis del discurso ideológico*. UAM: México.

ZAPATA, I. 2019. "Dar pecho es un derecho". Letras libres. 18 de agosto 2019. <https://www.letras-libres.com/mexico/cultura/dar-pecho-es-un-derecho>

MANUEL SANTIAGO HERRERA MARTÍNEZ es Doctorado en Filosofía con acentuación en Estudios de la Cultura por la FFYL, UANL. Es catedrático de esta misma dependencia académica y realiza estudios sobre el análisis del discurso político, didáctica en la enseñanza del español y la literatura judía en México.

Correo electrónico: mshm_1999@yahoo.com