

# DISCURSO Y POLARIZACIÓN. TRUMP Y MÉXICO EN LAS RELACIONES BILATERALES SOBRE MIGRACIÓN Y LIBRE COMERCIO



**José Antonio Meyer Rodríguez**

Director del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, CONACYT, México. joseantonio.meyer@gmail.com



**Lorella Bellia Calderón**

Doctoranda en Ciencias de Gobierno y Política en el Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Becaria CONACYT, México. b\_lore\_c@hotmail.com



**Carlos Enrique Ahuactzin Martínez**

Profesor investigador del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, CONACYT, México. carlos\_ahua@hotmail.com



**Ulises Cruz Valencia**

Doctorando en Ciencias de Gobierno y Política en el Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Becario CONACYT, México. ulises.cruz@correo.buap.mx



**Alejandra Rodríguez Estrada**

Investigadora en Estancia Posdoctoral en el Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, CONACYT, México. ale0323@gmail.com

## Resumen

*El estudio considera la polarización de los discursos de Donald Trump en dos periodos, la campaña electoral y los primeros días de ejercicio de gobierno, a partir de dos políticas: migración y libre comercio en la relación bilateral con México. Con base en los aportes del Análisis Crítico del Discurso, se construyeron dos corpus: uno correspondiente a los spots de la campaña electoral y otro a partir de los discursos oficiales como presidente electo. A nivel de los tópicos, el espectro de análisis contempló tres ejes: la deportación de inmigrantes indocumentados, la construcción del muro fronterizo y la renegociación del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica. Los hallazgos revelan la configuración de estrategias discursivas para focalizar los agentes de la polarización política, a través de recursos argumentativos y retóricos de contraste, en el contexto de las políticas gubernamentales.*

*Palabras clave:* Discurso; política migratoria; política de libre comercio; campaña electoral; acción de gobierno.

## Abstract

*The study considers the polarization of Donald Trump's speeches in two periods, the electoral campaign and the first days of government exercise, based on two policies: migration and free trade in the bilateral relationship with Mexico. Based on the contributions of Critical Discourse Analysis, two corpus were constructed: one corresponding to the spots of the electoral campaign and another from the official speeches as president elect. At the topic level, the spectrum of analysis covered three areas: deportation undocumented immigrants, the construction of the border wall and the renegotiation of the North American Free Trade Agreement. The findings reveal the configuration of discursive strategies to target the agents of political polarization, through argumentative and rhetorical features of contrast, in the context of public policies.*

*Keywords:* Speech; migration policy; free trade policy; campaign electoral; government action.

## I. INTRODUCCIÓN

El discurso político del presidente Donald J. Trump ha sido de especial significación en los actuales procesos de polarización de la sociedad estadounidense, poniendo de manifiesto fobias, racismo, intolerancia y radicalismo, cuya expresión no era expuesta de manera evidente pero sí daba muestras de mantenerse latente e incontenida en diversos sectores conservadores del país. En ese sentido, la legitimidad del gobierno en turno, derivado de un menor número de votos populares y bajos niveles de aceptación social, se ha fundamentado en la necesidad de hacer realidad en los primeros días de gobierno las propuestas que mayor efecto alcanzaron en los votantes y que mejor posicionamiento lograron en la opinión pública. Ellas se concentran en señalar como enemigo a un país vulnerable como México, acusándolo de aprovechar su relación con los gobiernos anteriores (primordialmente Demócratas) mediante una constante inmigración indocumentada calificada como negativa por sus consecuencias legales y un tratado de libre comercio que ha afectado económicamente a la sociedad.

Esa estrategia, con intenciones de política pública, aunque no cuenta con el consenso mayoritario del sistema político e institucional constituye una muestra de fuerza, intimidación y cambio radical en las relaciones internacionales del país pero, sobre todo, una fórmula que busca encontrar acuerdos y sinergias internas para poder gobernar con un amplio margen de autonomía. La consistencia y reiteración del discurso –que le dio buenos resultados mediáticos y políticos durante la campaña presidencial– se fundamenta en puntos de vista, interpretaciones parciales y miedos. Este es un fenómeno de carácter propagandístico utilizado durante la primera mitad del siglo XX por diversos regímenes totalitarios, en los que la emotividad, la catarsis y la mentira se convierten en elementos sustantivos para inhibir el debate y construir imaginarios subjetivos no necesariamente racionales.

En esa dimensión, para la comprensión actual de nuevos horizontes de relación entre Estados Unidos y México resulta importante identificar las nuevas lógicas del discurso gubernamental, los enmarcamientos de construcción simbólica de sus argumentos y los propósitos de la información dicotómica, a fin de estructurar esquemas de interpretación y comunicación que permitan una interacción política más funcional y eficiente en un contexto de incertidumbre y variabilidad.

El estudio de estos factores resulta fundamental, toda vez que entre ambos países existe una dinámica de relación económica, cultural y política que es difícil

de revertir. Sin embargo, la imposición de discursos polarizantes y alusiones ideológicas constantes de intimidación pueden socavar muchos de los actuales avances en la convivencia económica, política y cultural entre ambas sociedades.

El análisis de los discursos del actor político norteamericano permitirá comprender las directrices ideológicas desde el momento en que lanza su campaña hasta los discursos que emite ya en el ejercicio del poder.

El estudio tiene como objetivo analizar la polarización de los discursos de Donald J. Trump en dos momentos, la campaña electoral y los primeros días de ejercicio de gobierno. El espectro de análisis contempló tres ejes: la deportación de inmigrantes indocumentados, la construcción del muro fronterizo y la renegociación del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica. Se realizó la contrastación de los textos a partir de los aportes del Análisis Crítico del Discurso y del cuadro ideológico de van Dijk (1998).

El trabajo se estructura de la siguiente manera, en el primer apartado se aborda el contexto de la contienda electoral de Donald J. Trump, posteriormente se menciona la aproximación teórica del Análisis Crítico del Discurso (ACD) para de ahí centrarse en los elementos discursivos a observar: el discurso político en la campaña, específicamente el *spot*, y el discurso político de gobierno. Derivado del ACD se utiliza específicamente el cuadro ideológico de van Dijk (1998) como estrategia de análisis que acompaña la decisión metodológica; de ahí se describen los resultados para cerrar con las conclusiones.

## II. CAMPAÑA DE DONALD J. TRUMP

Las elecciones federales de Estados Unidos celebradas en el año 2017 dieron la victoria al candidato republicano Donald J. Trump, quien llevó a cabo una controvertida campaña política. Su rival, la demócrata Hillary Clinton perdió la contienda dentro del esquema del Colegio Electoral, de acuerdo con Brown-Gort (2017) por varias razones, entre las cuales destacan su poco entusiasmo durante la campaña y la confianza que mostró durante ella, por lo tanto, no logró atraer seguidores en estados claves como Michigan, Pensilvania y Wisconsin (Brown-Gort, 2017). En este sentido, la candidata mantuvo una relación con los medios de comunicación muy discreta, siendo incluso criticada por su poca aparición en ellos, las pocas conferencias de prensa que llevó a cabo y su corta relación con los periodistas, situación poco favorecedora para ella en comparación con su adversario, lo cual fue determinante para su derrota (Hispanic Council, 2017). En cuanto a número de votos, el sistema de Colegio

Electoral del país norteamericano dio al republicano 306 votos contra 232 de Hillary Clinton, contando con una participación del 55%. Sin embargo, si el sistema electoral del país fuese el voto popular directo la demócrata hubiera ganado por una diferencia de 2,5 millones de votos a su contrincante republicano (Lowenthal, 2017).

Una parte esencial de las campañas políticas es el uso de los medios de comunicación, la actitud del candidato hacia los medios de comunicación fue de polémica y de censura como, por ejemplo, en las ruedas de prensa decidió excluir al diario *The Washington Post* por supuestos ataques que repetidamente realizaba en su contra. En este sentido declaró “*si las personas no cubren mi campaña de forma aceptable, o si inventan cosas, no veo por qué deben ser admitidos*”, haciendo alusión a este último medio de comunicación (Rutenberg, 2016). De acuerdo con Korostelina (2017), ambos candidatos difieren de forma consistente en dos aspectos, a saber, estilo y su posición en temas importantes.

Cuando Donald Trump inició su campaña política de forma oficial el 16 de junio de 2015, ofreció un discurso en la *Trump Tower*, anunciando el slogan que marcaría su campaña de la siguiente manera: “*Estoy oficialmente en la carrera por la presidencia de los Estados Unidos, vamos a hacer a nuestro país grande de nuevo*” (Royo y Ureña, 2015). Asimismo, su estrategia discursiva rescataba antiguas tácticas utilizadas para definir una unidad nacional y elaborar un enemigo contra el cual generar cohesión. Lo anterior se puede entender desde la perspectiva de Schmitt (1984), quien plantea una lógica de amigo-enemigo, utilizado por el candidato para agrupar y culpar de todos los problemas de la nación a otra facción, en este caso al migrante, al terrorista y a los criminales como la razón del problema, y proponiendo que su expulsión permitiría llegar a la prosperidad anterior de la sociedad.

Korostelina (2017) presenta seis grandes motivos por los cuales se polarizó el contexto electoral, los cuales son los siguientes:

- » 1. La tendencia económica global de la subcontratación de puestos de trabajo de cuello azul, así como más puestos de trabajo basados en el conocimiento, que empezó en los años 80 y alcanzó su punto más alto en el año 2010, tuvo un impacto significativo, ya que se busca mano de obra en países extranjeros.
- » 2. La brecha de ingreso entre ricos y pobres está en los niveles más altos de la historia reciente de los Estados Unidos.

- » 3. El cambio en la composición racial del país – incluida la nueva generación de millenials y las nuevas minorías– ha contribuido a un sentimiento de confrontación cultural y racial entre aquellos que tienen menor acceso a trabajos y educación de élite.
- » 4. El extremismo islámico es visto como la mayor amenaza para Estados Unidos, por lo tanto, los estadounidenses están apoyando políticas de inmigración cada vez más duras y restrictivas.
- » 5. La polarización política en Estados Unidos está en su nivel más alto de su historia reciente. Esta situación afecta de manera directa la valoración de los candidatos presidenciales.
- » 6. Los votantes de Estados Unidos exhiben un nivel bajo de confianza hacia sus políticos y hacia su destreza y habilidad para cambiar la situación que enfrenta el país.

Lo anteriormente mencionado contribuyó a crear una polarización entre la sociedad estadounidense que llevó a explicar la aceptación cada vez mayor de los discursos de Donald J. Trump, a pesar de las dudas que existían sobre su viabilidad como presidente (Brown-Gort, 2017).

Durante la campaña electoral, se incorporaron dos grandes temas al discurso del candidato republicano, a saber, lo referente a las políticas migratorias y comerciales, que son temas de relevancia para nuestro país. En cuanto a políticas comerciales los discursos se basaron en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, TLCAN (NAFTA, *North American Free Trade Agreement*), y en la necesidad por parte del gobierno de EEUU de renegociar el tratado al considerarlo injusto y con pocas ganancias para la sociedad del país norteamericano.

Referente a las políticas migratorias, de acuerdo a Fernández y Silva (2017), el foco de atención hacia la migración como eje de campaña surgió por parte del candidato como consecuencia de las políticas instauradas por la administración Obama. Estas consistieron en primer lugar, en la acción ejecutiva denominado DACA (Acción Diferida para los Llegados en la Infancia), que permitía a los niños que habían llegado al país permanecer y trabajar en Estados Unidos bajo el nombre *dreamers*. Éstos llegaron a sumar 800.000, medio millón de mexicanos. Los autores mencionan que esta acción ejecutiva y todo el pasado migrante que ha vinculado la relación México-Estados Unidos fungió como papel importante para retomar el tema

como eje de campaña y mirar a estas minorías como una amenaza al pueblo estadounidense.

### III. APROXIMACIÓN TEÓRICA. EL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO

Los estudios sobre el discurso son ya bastante numerosos, desde las aportaciones de Teun A. van Dijk (1987, 1998, 2003a, 2003b, 2006), quien estableció las bases de las estructuras y funciones del discurso, hasta las recientes contribuciones del Análisis Crítico del Discurso (ACD), cuyo exponente clave es Norman Fairclough (1995, 2003).

En el campo de las investigaciones sobre el discurso político y sus aplicaciones en la esfera de la comunicación política se encuentran diversas aportaciones, que van desde los análisis de la relación intertextual, entre el texto y el contexto (van Dijk, 2001; Fairclough, 2010: 75-102), hasta las exploraciones semánticas centradas en la descripción y análisis de los contenidos, ya sea a través de los métodos de la lingüística de corpus (Baker, 2010) o de la tipología de los enunciados desde el enfoque de la pragmática (van Dijk, 1980).

En el presente estudio, se considera sobre todo la enunciación para acercarse a las disposiciones ideológicas, ya que, si bien los textos están insertos en ciertos contextos y también se construyen con elementos visuales, para los propósitos del trabajo sólo se considerará la enunciación vinculada a la imagen sólo en el caso de los *spots*. Con base en este supuesto, se ha considerado el conjunto de discursos –en torno a las políticas de migración y libre comercio del candidato republicano y luego presidente electo de los Estados Unidos Donald J. Trump– en su relación con México. Se consideran, por tanto, los discursos como una unidad de contenido, en el periodo estudiado (del 19 de agosto de 2016 al 28 de febrero de 2017), con el objetivo de hallar los ejes transversales de la comunicación política emanada de las políticas del presidente Trump, como un caso de búsqueda de un nuevo orden social, que le dé certeza, en términos de gobernabilidad y seguridad pública a los ciudadanos norteamericanos.

Como discurso político, los mensajes electorales y gubernamentales buscan establecer el consenso social entre los actores y grupos implicados en el ejercicio de gobierno. El paradigma democrático, como forma de vida incluyente, le impone al discurso ciertos aspectos de interlocución asociados a la pluralidad de las ideas y posturas ideológicas, sin por ello perder su carácter dominante en la búsqueda y mantenimiento del poder. Así, el discurso político se reviste de estrategias persuasivas, en función de una lógica mediática que

pretende generar la aceptación de las decisiones y políticas gubernamentales.

#### 3.1. El discurso político.

La necesidad de profundizar en el discurso político como unidad de análisis supone el reconocimiento de sus características y su función en los procesos comunicativos. Para van Dijk (1999), el discurso político se delimita a partir de tres principales elementos: 1) los actores involucrados en la actividad y el proceso político; 2) la naturaleza de las acciones o prácticas; y 3) el contexto. El primer elemento apunta a que el discurso político no sólo se encuentra referido a lo dicho por actores políticos –presidentes de la República, primeros ministros, presidentes de partido, candidatos a puestos de elección popular, coordinadores de banca, entre otros–, sino que además incluye a otros participantes con quienes interactúa en el terreno de la política, tales como ciudadanos, votantes, medios de comunicación, organizaciones civiles, organizaciones no gubernamentales, entre otros. El segundo elemento centra su atención en categorizar el discurso político según la naturaleza de las acciones o prácticas de los involucrados en la actividad y el proceso político. El tercer elemento, por su parte, enfatiza la importancia del contexto para conocer si se trata o no de un discurso político. En un sentido limitado, los participantes y las acciones son parte medular del contexto que nutre al discurso político, pero, en un sentido amplio, son los contextos analizados desde la óptica de sucesos políticos y comunicativos los que lo definen.

Por su parte, Giménez (2008) señala que el discurso político se entiende por la referencia explícita a la política o a lo político, por el contenido discursivo que alude a las metas o proyectos considerados como valiosos y por el lugar donde se enuncia; es decir, los marcos en donde se ejerce el poder. A diferencia de van Dijk, el discurso político en Giménez se circunscribe únicamente a los actores políticos, ya que considera que quien enuncia el discurso es un sujeto partidista que se encuentra situado ideológicamente y que participa de la lucha por el poder con otros discursos.

Pero, ¿qué distingue al discurso político de otro tipo de discursos? En lo general, un discurso es político cuando es manifestado públicamente y tiene como objetivo incidir en los procesos de toma de decisiones. En lo particular, el discurso político se constituye como tal en cuanto busca la producción de significados a través de mecanismos conceptuales como la metáfora o la analogía (Chilton y Shäffner, 2001). En cuanto a su constitución, van Dijk (1999) distingue que el discurso político posee una estructura propia que está inte-

grada por siete dimensiones: temas, superestructuras y “esquematación textual”, semántica local, léxico, retórica, estructuras de expresión y actos del habla, e interacción.

Giménez (2008) destaca que el discurso político es polémico al identificar adversarios (antagonistas); argumentado, al ordenar operaciones lógico-semánticas destinados a esquematizar y teatralizar el ser y deber ser de los políticos ante un público; estratégico, al definir y actuar sobre objetivos específicos; y performativo, porque quien sustenta el argumento produce un acto, manifiesta un compromiso y asume una posición. Finalmente, por sus condiciones de escenificación, Charaudeau (2009) distingue que el discurso político actúa en dos escenas: una pública y una política. En la escena pública, el discurso circula en una instancia donde el discurso es producido por un representante de un colectivo (*producción*), una instancia de recepción constituida por un público heterogéneo y no cautivo a priori (*recepción*) y una instancia de mediación que tiene como función la comunicación entre las dos primeras instancias (*mediación*). En cuanto a la escena política, ésta supone una confrontación entre la instancia política, que se identifica por su posición de poder y por su tendencia a actuar sobre otros para adherirlos a sus metas y objetivos, y la instancia ciudadana, que es la que delega el poder a los políticos mediante la evaluación de los discursos que intentan actuar sobre ella.

Ahora bien, según el escenario de su enunciación, se distinguen que son dos los tipos de discurso que interesa analizar en Donald J. Trump: el discurso político en campaña, específicamente el *spot*, y el discurso político de gobierno, específicamente el que se reconoce como oficial. Ambos poseen las características particulares del discurso político, sólo que al enunciarse en esferas distintas sus objetivos, por tanto, son también distintos. Y es que mientras un candidato enuncia el discurso político en campaña para acceder al poder, el gobernante lo hace para mantener el poder que le ha sido conferido, para legitimarse.

Hoy en día las campañas electorales se presentan como repositorios de información que permiten a los electores ampliar su conocimiento respecto de las habilidades y cualidades de los candidatos, así como de sus propuestas para resolver los problemas públicos. Un hecho no menor, dado que la información disponible en la arena electoral afecta el sentido en que los electores emiten su voto. Así, una campaña electoral se define por ser un proceso inherentemente comparativo que conduce a los votantes a elegir entre el mejor

de los candidatos, o bien, entre el menos peor de ellos (Benoit *et al.*, 1998).

Del interjuego que surge al interior de una elección, se destaca la importancia que tiene en el proceso evaluativo de los votantes el discurso político en campaña. A diferencia de otros géneros discursivos, este tipo de discurso permite a los partidos políticos y a los candidatos no sólo construir las realidades sobre las cuales toman sus decisiones los votantes, sino también definir las (Donati, 1992). De acuerdo con García Beaudoux *et al.* (2005), este discurso es un tipo particular de discurso, que se define como:

*Cualquier manifestación, mensaje o expresión codificada en imágenes, textos y/o palabras, dirigida de modo intencional a una audiencia –los votantes–, con la finalidad de persuadirla mediante la recomendación explícita o implícita de votar por una opción política y/o de no votar por otra, para favorecer a un candidato y/o partido en un proceso electoral (Beaudoux et al., 2005: 32).*

Pero esta definición, conduce a un ejercicio de precisión al acotar a los actores políticos que serán sujetos de análisis dado que en la construcción del discurso político en campañas electorales intervienen presidentes en turno, presidentes de partido, líderes de partido, consejos empresariales, sindicatos, movimientos estudiantiles, candidatos, entre otros. En este caso, interesa conocer el comportamiento discursivo del candidato Donald J. Trump en campaña, por lo que nuestro análisis se circunscribirá a los *spots* políticos televisivos difundidos por él durante la campaña y a los discursos que ha emitido en sus primeros días de gobierno.

### 3.2. Discurso político en campaña.

Algunos estudios han evidenciado que en el discurso político en campaña enunciado por los candidatos inciden diferentes variables que debe ser tomadas en cuenta para su construcción. Por ejemplo, Lynn Vavreck (2009) demuestra que no incluir el tema económico en el discurso de los candidatos, y no tomar una posición clara al respecto, tiende a reducir las probabilidades de triunfo de los candidatos presidenciales. Hansen y Benoit (2001), por su parte, evidenciaron que la importancia asignada por los electores a los temas de campaña está en función de la efectividad de los candidatos para direccionarlos; de modo que aquellos candidatos que enfatizan problemas que importan a los votantes suelen ser más efectivos que quienes no lo hacen. En tanto, Miller y McKerrow (2001) mostraron que existe un vínculo entre la emoción y el discurso en campañas presidenciales, al señalar dentro

de sus conclusiones que la forma en que los candidatos presidenciales utilizan sus competencias retóricas tiende a incrementar la efectividad de la emoción en el discurso. Jean Schroedel *et al.* (2013), al agregar la variable carisma, encontró que el tipo más común de recurso retórico es aquel en el que el candidato presidencial intenta construir lazos de empatía al subrayar su semejanza con los electores, en tanto que el tipo menos invocado suele enfatizar los valores y la moral. Por último, Isabel Íñigo y Gloria Álvarez (2010), al analizar el caso del candidato Barack Obama, destacan que fueron las estrategias discursivas –verbales y no verbales– utilizadas por él, las que le permitieron diferenciarse de John McCain y ganar el apoyo de los votantes.

### 3.3. Discurso político de gobierno.

En cuanto al discurso político de gobierno, se sabe que carece de una definición unívoca, por lo que esta investigación la entiende como el discurso enunciado desde la esfera gubernamental, cuyo propósito es mantener el orden y la gobernabilidad mediante la promoción y la legitimación de las acciones de gobierno, reduciendo al máximo todas aquellas expresiones desestabilizadoras. A día de hoy, una de las teorías que permite una mejor comprensión sobre su construcción, como se ha señalado, es el Análisis Crítico del Discurso. De corte sociológico, esta teoría estudia la forma en que el abuso del poder social, la dominación y la desigualdad se representan, reproducen y resisten en los textos y el habla, bajo ciertos contextos políticos y sociales (van Dijk, 2004).

A decir de Ruth Wodak (2008), son tres los conceptos fundamentales que caracterizan al Análisis Crítico del Discurso (ACD): el concepto de poder, el concepto de historia y el concepto de ideología. El concepto de poder es utilizado para referir el hecho de que el lenguaje se encuentra entrelazado de diferentes maneras con el poder social, ya que es a través del lenguaje que el poder es expresado sobre la sociedad, pero, sobre todo, porque éste suele verse involucrado ahí donde existe un desafío al poder. Por su parte, el concepto de historia remite al hecho de que un texto para ser producido e interpretado necesita de un lugar y un espacio históricamente determinado. En tanto, el concepto de ideología es indispensable en el ACD debido a que es considerado como guía de la acción humana que permite establecer y mantener relaciones desiguales de poder; de tal manera que el ACD, dice Wodak, permitirá el análisis de las presiones provenientes de la dominación ejercida por los grupos de poder y de las resistencias que se oponen a las relaciones desiguales de poder; las cuales, generalmente, se encuentran

contenidas en convenciones sociales. Para Fairclough (2008), es justamente en esta lucha de poder que surgen y se modelan las relaciones sociales y culturales, aunque de una manera poco clara. Esto debido a que las relaciones entre el discurso y el poder, que hacen posible la dominación, no son del todo visibles para quienes se encuentran involucrados en las prácticas sociales.

En este sentido, el Análisis Crítico del Discurso entenderá a los discursos como formas del lenguaje que estructuran y organizan la vida en sociedad (Wodak y Meyer, 2009: 6), sobre escenarios de lucha entre quienes dominan y quienes son dominados. De tal modo que al utilizar el ACD en el análisis de los textos lingüísticos y no lingüísticos, no deberá perderse de vista que el discurso es una construcción social que se desprende de la lucha ideológica que diferentes actores sostienen en un periodo de tiempo y espacio determinado, dígame para dominar o para resistir.

En el caso de los discursos de Donald J. Trump, interesa conocer el manejo discursivo que orienta políticas en la relación migratoria y comercial con México; para lo que se analizará el posicionamiento en el discurso de ellos y nosotros a partir del cuadro ideológico de van Dijk (1998).

#### IV. EL CUADRADO IDEOLÓGICO DE VAN DIJK COMO ESTRATEGIA DE ANÁLISIS

Dada la presencia de la polarización en el sistema de creencias de los discursos de Donald J. Trump como candidato y luego como presidente electo, se ha considerado revisar la propuesta analítica de van Dijk (1998) con respecto a la configuración de las ideologías. Su “cuadrado ideológico” proporciona las categorías de análisis para revelar las polaridades a nivel del posicionamiento político de los actores y sus esquemas de representación (ver Tabla 1).

**Tabla 1. Cuadrado ideológico de van Dijk<sup>1</sup>**

1. Hacer énfasis a <i>nuestras</i> cosas buenas
2. Hacer énfasis a <i>sus</i> cosas malas
3. Minimizar <i>nuestras</i> cosas malas
4. Minimizar <i>sus</i> cosas buenas

Fuente: van Dijk (2005: 30).

1 En la edición en inglés, como puede notarse, la presencia de los pronombres es clave para comprender el proceso de polarización: “1 Express/emphasize information that is positive about Us. 2 Express/emphasize information that is negative about Them. 3 Suppress/de-emphasize information that is positive about Them. 4 Suppress/de-emphasize information that is negative about Us” (van Dijk, 1998: 267). La oposición “nosotros” / “ellos” constituye la relación antitética de la polarización en los esquemas de representación del discurso ideológico.

El carácter actancial de las estrategias globales ideológicas supone la adopción de roles en la construcción de las opiniones y valores de los grupos que participan de una polarización determinada (van Dijk, 1998). Por tanto, la adopción del “cuadrado ideológico” hace posible visibilizar las relaciones de poder y dominio de unos grupos sobre otros en el contexto de un proceso discursivo. En el estudio, la evidencia empírica de la polarización se ha recopilado con base en un criterio semántico, que reconoce la preponderancia de los tópicos asociados a la relación bilateral México-Estados Unidos, en función de las marcas discursivas y/o unidades de análisis que dan cuenta de la configuración de los actantes “nosotros” y “ellos”.

La oposición de las representaciones articula, para efectos del análisis, las relaciones semánticas implícitas que subyacen en la organización de los significados y le otorga al proceso de interpretación una modelización de la carga axiológica de cada sujeto representado.

## V. METODOLOGÍA

El análisis de los discursos de Donald Trump, tanto en campaña como en los primeros días de gobierno, busca identificar los posicionamientos que se remarcan y que dan lugar a lógicas de acción en la relación de Estados Unidos y México, sobre todo a partir del cuadro ideológico de van Dijk que posiciona a un grupo frente a otro; en este caso al ciudadano norteamericano frente al mexicano residente.

El estudio consideró como corpus de la investigación los *spots* de campaña y los discursos en el ejercicio de gobierno de Donald J. Trump. El corpus de campaña se conformó a partir de aquellos *spots* recuperados del *Political Communication Lab*<sup>2</sup> de la Universidad de Stanford, el repositorio reúne un total de 150 *spots* de la campaña general, incluyendo los de la contendiente Hillary Clinton y los PACs<sup>3</sup>. Se reunieron 73 *spots* oficiales de Donald Trump, todos ellos se transcribieron por el Observatorio de Comunicación Política del ICGDE y se realizó una búsqueda semántica a partir de los conceptos: *immigration, immigrants, deportation, mexicans, wall, trade, NAFTA y Mexico* (sin acento). A partir de ello, se conformó el corpus de 11 *spots* ya para el análisis.

El segundo corpus se conformó de los discursos que están publicados en *The White House*<sup>4</sup>, en el apartado

2 <https://pcl.stanford.edu/campaigns/2016/>

3 Son los espacios o *spots* pagados por otros patrocinadores del contendiente, no son los oficiales.

4 <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-and-remarks>

de “*Speeches and Remarks*” en los cuales se identificaron 70 discursos del 20 de enero al 28 de febrero de 2017<sup>5</sup>. De los 70 discursos se reunieron 17 que incluían la misma búsqueda semántica que se realizó en los *spots* de campaña asociados a los ejes de análisis. Se clasificaron todos los fraseos y se numeraron, reuniendo un total de 38.

Después de congregarse temáticamente los textos, se realizó un análisis de contraste ideológico (van Dijk, 1998), para identificar la disposición discursiva del “*we/us*” frente al “*they*”. Se realizaron dos matrices de contrastación; por un lado, los *spots*, y por el otro los discursos ya que tienen una naturaleza distinta. Se organizó el fraseo en una matriz dicotómica a fin de analizar a partir de las categorías de van Dijk la polarización en el discurso; para el caso de los discursos se ubicó una tercera columna que identificara la situación comunicativa presentando información sobre la fecha, lugar y audiencia de la enunciación.

Las preguntas que detonan el análisis fueron: ¿Qué significado tiene la inmigración mexicana, la construcción del muro fronterizo y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte en la campaña de Donald Trump? ¿Qué significado tienen los mismos ejes en los discursos ya en el ejercicio de gobierno del Presidente Norteamericano? ¿Qué tratamiento discursivo se les da a los mexicanos frente a los ciudadanos norteamericanos? ¿Existe consistencia semántica de Donald Trump en los discursos de campaña frente a los discursos de su ejercicio de gobierno en los mismos ejes? ¿Qué significa esta polarización entre ciudadanos e inmigrantes mexicanos?

## VI. RESULTADOS

### 6.1. Spots de Trump en campaña.

#### 6.1.1. El muro.

Como se menciona en la revisión de la literatura, el repositorio discursivo de un *spot* político-electoral responde a intereses de competencia y refuerza la polarización. Como género discursivo, responde a una necesidad de comunicación mediática y requiere para su esquema de representación de la diferenciación de los roles actanciales de los sujetos representados. De este modo, en contextos polarizados como los procesos electorales, la oposición de las representaciones suele ser una estrategia de posicionamiento del discurso, en función de los tópicos de la agenda mediática y electoral. Cuando Donald J. Trump hacía mención al muro

5 Ya que la recuperación de discursos se realizó el 15 de marzo de 2017, actualmente se han publicado más discursos.

que se construiría en la frontera México-Estados Unidos empleaba básicamente dos estrategias del cuadro ideológico de van Dijk (1998): el énfasis en nuestras cosas buenas (referidas a los norteamericanos “we/us”) y el énfasis en sus cosas malas (referidas a los mexicanos “they”) de las tres frases relativas al muro identificadas se pudo encontrar el contraste en todas, como se puede observar en la siguiente frase:

*“Donald Trump’s America is secure, terrorist and dangerous criminals kept out the border secure our families safe, change that makes America safe again”* (Stanford University, 19 de agosto 2016).

Nótese en el plano lingüístico la oposición nominal entre los “terroristas y criminales peligrosos” y “nuestras familias”. En la lógica argumentativa-persuasiva, la focalización enunciativa de los primeros, en el cuadro ideológico “ellos”, permite realizar la asociación semántica con la carga axiológica negativa. Por tanto, “kept out”, no sólo se articula como una función verbal sino sobre todo establece la “especialización” de las representaciones. El plano visual refuerza esta representación, como puede verse en la Imagen 1.

**Imagen 1. Especialización de la carga axiológica negativa de “ellos”.**



Fuente: Stanford University (2017).

Incluso, las relaciones polarizadas entre las formas y derivaciones verbales es propicia para establecer el contraste: “kept out” vs “safe”, “change”, “makes”. En la secuencia lingüística, la noción “fuera” (ellos) se articula como una condición para mantener a salvo a las familias y lograr el cambio en el país. Por tanto, como puede notarse en la Imagen 1 el riesgo radica en que los “criminales permanecen”. Asimismo, se revela la espacialización del “peligro” que proviene de la inmigración proveniente del sur, a través de la relación entre el vocablo “dangerous”, con su función adjetiva y axiológica negativa, y la imagen del “desierto”, como escenificación del espacio representado, cuya función actancial positiva reside en “la guardia fronteriza”.

En este juego de los lenguajes, verbal y visual, el esquema de las representaciones corresponde a la estrategia

de polarización que se ha descrito en el cuadro ideológico.

**6.1.2. Inmigrantes.**

Al analizar los spots que abordaban el tema de los inmigrantes se identificaron 5 fraseos que coinciden con las estrategias identificadas para el muro; en el caso de los norteamericanos se puso énfasis en sus cosas buenas, para el caso de los mexicanos se puso énfasis en sus cosas malas, tal como se puede apreciar en el siguiente fraseo:

*I pledge allegiance to the flag of the United States. They’re bringing drugs, they’re bringing crime, they’re raptis. You can see that was blood coming out her eyes coming out. Ever see this guy, I don’t know that I said. I could stand to having you in the middle of the fifth avenue and shoot somebody and I wouldn’t lose any voter. The hell out of here... get out of here... get out. Priorities USA action is responsible for the content of this advertising.* (Stanford University Priorities USA Action, 23 de agosto 2016).

**Imagen 2: Focalización de los problemas y adjudicación de responsabilidades a ellos.**



Fuente: Stanford University (2017).

La asociación semántica constituye la estrategia de configuración de los atributos de los roles actanciales. En el spot anterior, “las drogas” y el “crimen” son vinculados con la enunciaci3n de “ellos”, que a lo largo de la campaña se identificó con los mexicanos. En la polarizaci3n de los atributos, el sentido negativo est3 relacionado con la focalizaci3n de los problemas y la adjudicaci3n de responsabilidades a “ellos”.

En el marco de la configuraci3n del discurso y la construcci3n de los significados resalta la homogeneizaci3n de los valores que permitieron la identificaci3n de la argumentaci3n y la ret3rica de Trump. Este aspecto es notorio en t3rminos de una estrategia de campaña, considerando que la polarizaci3n le permiti3 posicionarse en el debate p3blico y mantener una l3nea discursiva y pol3tica ante su oponente electoral.



Sin embargo, a diferencia del análisis anterior, en las frases que se identificaron en los *spots* no coincidían el énfasis en las cosas buenas de los norteamericanos con el énfasis de las cosas malas de los norteamericanos, lo que disminuye en cierta medida la polarización de esas frases.

### 6.1.3. NAFTA.

Se identificaron cinco *spots* que abordan el tratado. Cuando se trató el tema del NAFTA, al ser más abstracto el tema que el muro o los inmigrantes, las estrategias del cuadro ideológico resultaron menos contundentes, hubo mayor variación en las estrategias discursivas del cuadro ideológico, pero al igual que en el caso del muro, había más discursos que polarizaban la apreciación del “we/us” frente al “they”:

*Northamerica feature. The goal of NAFTA was eliminate barriers of trade and investmen and Hillary Clinton as first lady was completely for it. “NAFTA is proving, it’s work”. Over the years NAFTA lost millions of American jobs. Now because she is a politician she said different \* “NAFTA on the way it’s been unemployment that has hurts a lot of American workers... I hope will be a good deal”. Make America number one is reponsible for the content of this advertising. (Stanford University Make America Numer One PAC, 13 de octubre 2016).*

### Imagen 3. Enmarcamiento de los problemas derivados del NAFTA.



Fuente: Stanford University (2017).

Las estrategias localizadas para el “we/us” fueron minimizar sus cosas malas, énfasis en sus cosas buenas; mientras que para el “they” se privilegió el énfasis en sus cosas malas, minimizar sus cosas buenas. Considérese el enmarcamiento de los problemas derivados del TLCAN/NAFTA, con respecto a “la pérdida de millones de empleos americanos”. Bajo esta perspectiva, el conjunto de estrategias discursivas crea un espacio de diferenciación entre los roles actanciales y los tópicos, inmigración y libre comercio, que hicieron posible la confrontación mediática con “México” y “los mexicanos”. Como resultado de la retórica visual y lingüística en los *spots* electorales, la construcción de “ellos”, “los mexicanos”, se articuló conforme a una base axio-

lógica negativa. Incluso, podría considerarse que ocupó un lugar preponderante en la campaña, sobre todo si se considera la amplitud de tópicos que conforman la agenda política nacional e internacional.

## 6.2. Discursos de Donald J. Trump en sus primeros días de gobierno.

Desde el enfoque de la comunicación gubernamental, los discursos presidenciales se conciben como la difusión de las decisiones y acciones derivadas de la política institucional, en función de la agenda de gobierno y la agenda pública. En las intervenciones ante los medios, el Congreso y la opinión pública, los discursos permiten la emisión de las políticas, programas y acciones que constituyen los ejes de gobernabilidad, en el escenario de la organización política después del proceso electoral. En este sentido, los discursos de Donald Trump, en el ejercicio de gobierno, articulan los tópicos que constituyeron las promesas de campaña. Se trata de un proceso de legitimación de las acciones políticas emprendidas desde el poder ejecutivo, que no está exento de un marco de polarización política y mediática, como revelan los hallazgos del estudio.

### 6.2.1. El muro.

De los discursos recuperados se localizaron ocho que hacía alusión al muro fronterizo con México, al analizar la orientación que tiene el discurso referido a los mexicanos se observó, de acuerdo al cuadro ideológico, que sólo dos de ellos hacen énfasis en las cosas malas de ellos (más matizado que en los *spots* tomando en cuenta la proporción), mientras que, en otros cinco se hacía énfasis a sus cosas buenas o minimizaban sus cosas malas.

*We’ve taken historic action to secure the southern border, and I’ve ordered the construction of a great border wall, which will start very shortly. (White House, 18 de febrero 2017).*

La estrategia de legitimación discursiva presenta dos características: la traslación de los roles actanciales, del “nosotros” al “yo”, y el uso del pasado como justificación de la acción de gobierno. En efecto, la toma de decisión de la “acción histórica” utiliza el enfoque colectivo de la enunciación del “nosotros” para legitimar la expresión “he ordenado”. En este punto, la polarización se encuentra en la estrategia global de “enfatar las cosas buenas”, con respecto al oponente, que forma parte ya de la representación implícita heredada de los discursos de campaña y los *spots* electorales. La lexicalización del juego de la polarización aún está presente, por ejemplo, en “un gran

muro fronterizo”, expresión que por efecto intertextual establece relaciones léxicas con las declaraciones de Trump en el periodo de campaña. Sólo así puede considerarse que existe una intención comunicativa por hacer explícito el cumplimiento de la política y la acción gubernamental.

### 6.2.2. Inmigrantes.

Se ubicaron once discursos que abordaban el tema de la inmigración, en tres de ellos se hace énfasis en las cosas buenas de los ciudadanos norteamericanos, y en cuatro se hace énfasis en las cosas malas de los inmigrantes mexicanos. A diferencia del discurso anterior referido al muro, cuando se personaliza el discurso parece ser más contundente el desprestigio a los mexicanos. Sin embargo, a diferencia de la campaña, si hacemos una búsqueda por palabras, se pueden ubicar que generaliza más en los discursos con el uso de “*immigration*”. Destaca en las declaraciones la asociación semántica “inmigración”-“terrorismo”, por efecto de la argumentación que sitúa como evidencia el rol actancial negativo de “ellos”.

*My administration is committed to your security, which is why we will continue to fight to take all necessary and legal action to keep terrorists, radical and dangerous extremists from ever entering our country. We will not allow our generous system of immigration to be turned against us as a tool for terrorism and truly bad people. We must take firm steps today to ensure that we are safe tomorrow.* (White House, 10 de febrero, 2017).

La polarización, en esta declaración, tiene como eje la noción de “luchar”, que de suyo implica la existencia de los oponentes. La presentación de la política de inmigración confirma la relación antitética que había prevalecido durante la campaña electoral. Como discurso presidencial, simplifica las posibilidades de consenso que caracterizan a los discursos institucionales en estados democráticos. No se encuentran rasgos de un discurso incluyente o que genere condiciones de tolerancia ante la diversidad cultural.

### 6.2.3. NAFTA.

De todos los textos revisados en los discursos sobre el tratado con México no se encontró ninguna valoración hacia el “*we/us*” ni hacia el “*they*”, se localizaron tres discursos que lo mencionaban en los últimos días de febrero (23, 24 y 28 de febrero de 2017).

*We’re going to have tremendous trade deals all over the world, but they’re going to be bilateral or, as we would say, one-on-one. None of these deals where we get caught in quick sand, where we get mired in and we can’t do*

*anything about it, like, by the way, NAFTA and so many others. And my administration has begun plans to crack down on foreign cheating and currency manipulation, which is killing our companies and really, really hurting our workers. We’re going to end it.* (White House, 23 de febrero 2017, reunión con CEOs de la industria manufacturera).

En su discurso, Trump utiliza la polarización para construir al oponente y las causas de los problemas que constituyen su agenda de gestión de gobierno.

## VII. CONCLUSIONES

El documento tuvo por objetivo analizar la posición discursiva de Donald J. Trump en su relación con México, tanto en la campaña como en sus primeros días de gobierno. A partir del análisis se pudo observar que se mantuvo la polarización entre los ciudadanos norteamericanos y los mexicanos residentes; sin embargo, se observó cierto matiz en los primeros días de gobierno con una despersonalización del problema migratorio; mientras que en la campaña se hacía más evidente; manejando al migrante mexicano como el enemigo del ciudadano norteamericano; como aquellos que impedían que América fuera grandiosa de nuevo.

Tal parece que las circunstancias sociales de tensión se vuelven el escenario ideal de campañas radicales, tal como se ilustra en el análisis a partir del cuadro ideológico de van Dijk, el que nos permite situar elementos actanciales que, aunque muy evidentes en los spots y discursos, si contabilizamos y desnaturalizamos, resulta preocupante que un personaje político, un líder mundial, dirija sus políticas como consecuencia de la polarización social; propiciando indirectamente la canalización de otros problemas a un enemigo “común”.

Tras la revisión de la literatura y el análisis se pudo observar que el actor político adopta un discurso que supo posicionado entre los ciudadanos norteamericanos y que en la lucha de poder interna tuvo resonancia, sin embargo, al tratarse de una contienda electoral muy cerrada; la continuidad discursiva en el ejercicio de su gobierno pudiera atribuirse a la necesidad de legitimarse con mayor fuerza.

En los mensajes del actante se pudieron distinguir elementos de efectividad política tal y como se reconocieron en la literatura: incluir el tema económico y comercial (Lynn Vavareck, 2009); incluir temas de importancia para sus electores (Benoit, 2001) y la inclusión de emoción (McKerrow, 2001).

Ese traslado de la narrativa simplista en la campaña al ejercicio de gobierno ha permeado la política

norteamericana y la relación de Estados Unidos con México, Así las funciones actanciales de “ellos” y “nosotros” se hicieron evidentes en todo el discurso, con asociaciones poco favorecedoras para los mexicanos.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Benoit, W. (2004): "Critical Discourse Analysis". En D. Schiffrin, Tannen, D. Hamilton y Heidi (eds.): *The Handbook of Discourse Analysis*. USA: Blackwell Publishing.

Benoit, W. et al. (1998): *Campaign '96. A Functional Analysis of Acclaiming, Attacking, and Defending*. USA: Praeger.

Brown-Gort, A. (2017): "La gran sorpresa de la victoria de Trump". *Foreign Affairs*, 17 (1): 2-7.

Chabrol, C. y Camus-Malavergne, O. (2004): "Un discours politique en réception : mémorisation et compréhension". *Mots: Les langages du politique*, 40. Recuperado de: [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/mots\\_0243-6450\\_1994\\_num\\_40\\_1\\_1904](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/mots_0243-6450_1994_num_40_1_1904)

Charaudeau, P. (2009): "Reflexiones para el análisis del discurso populista". *Discurso y Sociedad*, 3 (2): 253-279.

Chilton, P. y Schäffner, C. (2001): "Discurso y política". En T. van Dijk (comp.): *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.

Chilton, P. (2004): *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. [Edición Kindle] Routledge.

Dadugblor, S. (2016): *Clusivity in presidential discourse a rhetorical discourse analysis of state-of-the-nation addresses in Ghana and the United States. Thesis Master of Science In Rhetoric, Theory and Culture*. Michigan Technological University.

Donati, P. (1992): "Political Discourse Analysis". En M. Diani y R. Eyerman (coords.): *Studying Collective Action*. California: SAGE.

Fairclough, I. y Fairclough, N. (2012): *Political Discourse Analysis*. London: Routledge.

Fairclough, N. (1995b): *Critical discourse analysis. The Critical Study of Language*. London: Longman

\_\_\_\_ (2003): *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.

\_\_\_\_ (2008): "El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades". *Discurso y Sociedad*, 2 (1): 170-185.

Fernández, R. y Silva, S.: "México y la presidencia de Donald J. Trump". *Foreign Affairs*, 17 (1): 27-34.

García Beaudoux, V. et al. (2005): *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*. Barcelona: Gedisa.

Gerstlé, J. (2012): *La communication politique* (2e édition). Paris: Armand Colin.

Giménez, G. (2008): *El debate político en México hacia finales del siglo XX. Ensayo del Análisis del Discurso*. México: UNAM.

Gobin, C. (2011): "Des principales caractéristiques du discours politique contemporain". *Semen*, 30. Recuperado de: <http://semen.revues.org/9018>

Gutiérrez, S. (1988): "La estrategia argumentativa de Ronald Reagan". *Discurso, Cuadernos de Teoría y Análisis*, 10: 40-53.

Hansen, G. y Benoit, W. (2001): "The Role of Significant Policy Issues in the 2000 Presidential Primaries". *American Behavioral Scientist*, 44 (12): 2082-2100.

Hart, C. (2014): *Discourse, Grammar and Ideology*. [Edición Kindle] Bloomsbury.

Íñigo, I. y Álvarez, G. (2010): "Gestures and words in political discourse: A case study of the Obama-McCain encounter". *Respectus Philologicus*, 18, (23), 11-25.

Ke Liu, Fang Guo (2016): "A review on CDA". *Theory and Practice in Language Studies*, 6 (5): 1076-1084. DOI: <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0605.23>

Korostelina, K. (2017): *Trump Effect*. New York: Routledge.

Krieg-Planque, A. (2013): *Analyser les discours institutionnels*. Paris: Armand Colin.

Le Bart, C. (2003): "L'analyse du discours politique: de la théorie des champs à la sociologie de la grandeur". *Mots: Les langages du politique*, 72. Recuperado de: <http://mots.revues.org/6323>

Lin, A.M.Y. (2013): "Critical discourse analysis: Overview". En C. A. Chappelle (Ed.): *The encyclopedia of applied linguistics*, pp. 1466-1471. Oxford: Blackwell.

Lits, M. (2003): "La Polémique médiatique comme lieu de confrontation politique contemporain". En B. Grevisse y A. Dubied (Eds): *Recherches en Communication 20*, «La Polémique Journalistique», pp. 173-188. Recuperado de: <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/view/4571/4301>

Lowenthal, A. (2017): *Trump y Latinoamérica. Foreign Affairs*, 17 (1): 16-26.

Marcellesi, J-B. (1971): "Eléments pour une analyse contrastive du discours politique". *Langages*, 23: 25-26. Recuperado de: [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/ligge\\_0458-726x\\_1971\\_num\\_6\\_23\\_2049](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/ligge_0458-726x_1971_num_6_23_2049) doi:10.3406/ligge.1971.2049

Miller, J. y McKerrow, R. (2001): "Political argument and emotion: An Analysis of 2000 presidential campaign discourse". *Contemporary Argumentation and Debate*, 22: 43-57.

Mouchon, J. (1998): *La politique sous l'influence des médias*. Paris: L'Harmattan.

Phillips, N. y Hardy C. (2002): *Discourse Analysis: Investigating Processes of Social Construction*. [Edición Kindle] Sage Publications.

Political Communication Lab (2017): *Political Communication Lab. Corpus de spots*. Stanford University. Disponible en: <https://pcl.stanford.edu/campaigns/2016/>

Royo y Ureña (2015): "Análisis de la campaña presidencial de Donald Trump: claves y consecuencias". *Policy Paper*, 7. Recuperado de: [http://www.hispaniccouncil.org/wp-content/uploads/THC\\_Trump.pdf](http://www.hispaniccouncil.org/wp-content/uploads/THC_Trump.pdf)

Rubio, G. (2010): *Los discursos políticos del partido popular sobre la inmigración*. Tesis Doctoral. España: Universitat Pompeu Frabra.

Rutenberg, J. (2016): "El amor y odio entre Donald Trump y los medios de comunicación". *The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/es/2016/03/28/el-amor-y-odio-entre-donald-trump-y-los-medios-de-comunicacion/>

Schmitt, C. (1984): *El concepto de lo político*. Argentina: Folios Ediciones.

Schroedel, J. et al. (2013): "Charismatic rhetoric in the 2008 presidential campaign: commonalities and differences". *Presidential Studies Quarterly*, 43 (1): 101-128.

Scollon, R. (2012): *Analyzing Public Discourse: Discourse Analysis in the Making of Public Policy*. [Edición Kindle] Routledge.

Tannen, D. (2015): *The Handbook of Discourse Analysis* (second edition). [Edición Kindle] Wiley-Blackwell.

van Dijk, T. (1997): "What is the political discourse analysis? Key-note address Congress Political Linguistics". En J. Blommaert y C. Bulcaen (Eds.): *Political linguistics*, pp. 11-52. Amsterdam: Benjamins. Recuperado de <http://www.discourses.org/OldArticles/What%20is%20Political%20Discourse%20Analysis.pdf>

\_\_\_\_ (1999): "¿Qué es el análisis del discurso político?". En T. van Dijk y I. Mendizábal (coords.): *Análisis del discurso social y político*. Ecuador: ABYA-YALA-Escuela de Comunicación Social-Universidad Politécnica Salesiana.

\_\_\_\_ (2004): "Critical Discourse Analysis". En D. Schiffrin, D. Tannen, Hamilton y Heidi (eds.): *The Handbook of Discourse Analysis*. USA: Blackwell Publishing.

\_\_\_\_ (1998): *Ideology. A Multidisciplinary Approach*. Londres: Sage.

\_\_\_\_ (2005): "Política, ideología y discurso". *Quórum Académico*, 2 (2): 15-47.

\_\_\_\_ (2008): "Semántica del discurso e ideología". *Discurso y Sociedad*, 2 (1), 201-261.

Vavreck, L. (2009): *The Message Matters*. New Jersey: Princeton University Press.

Wodak, R. y Meyer M. (Eds.) (2012): *Methods of Critical Discourse Analysis* (second edition). Londres: Sage.

Wodak, R. y Meyer, M. (2009): "Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory, and Methodology". En R. Wodak y M. Meyer (eds.): *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londres: Sage.

Wodak, R. (2008): "What CDA is about- a summary of its history, important concepts and its developments". En R. Wodak y M. Meyer (Eds.): *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londres: Sage.

\_\_\_\_ (2009): *The Discourse of Politics in Action*. London: Palgrave Macmillan.

\_\_\_\_ (2015): *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourse Mean* [Edición Kindle] Sage.