



Universidad de Valladolid

Máster en Estudios Filológicos Superiores

**IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE
LOS EUFEMISMOS EN EL DISCURSO
PARLAMENTARIO ESPAÑOL ACTUAL**

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Autor: GUILLERMO DE VICENTE GARROTE

Tutora: GEMMA HERRERO MORENO

2016/2017



Universidad de Valladolid

DECLARACIÓN PERSONAL DE NO PLAGIO

D. / D^a. _____, con N.I.F.: _____,
estudiante del Máster en ESTUDIOS FILOLÓGICOS SUPERIORES: INVESTIGACIÓN Y APLICACIONES
PROFESIONALES en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Valladolid, curso
2016/2017 como autor/a de este documento académico, titulado:

_____ y
presentado como Trabajo de Fin de Máster, para la obtención del Título correspondiente,

DECLARO QUE

es fruto de mi trabajo personal, que no copio, que no utilizo ideas, formulaciones, citas
integrales o ilustraciones diversas, extraídas de cualquier obra, artículo, memoria, etc. (en versión
impresa o electrónica), sin mencionar de forma clara y estricta su origen, tanto en el cuerpo del
texto como en la bibliografía.

Así mismo, que soy plenamente consciente de que el hecho de no respetar estos extremos
es objeto de sanciones universitarias y/o de otro orden legal.

En Valladolid, a _____ de _____ de
2017.

Fdo.: _____

Resumen: los eufemismos son una herramienta que se emplea en el día a día para evitar palabras malsonantes, herir la sensibilidad de otras personas o evitar ser incorrecto. Sin embargo, ¿puede esta herramienta ser empleada con otros fines? En este trabajo se han identificado y analizado eufemismos en seis discursos de tres políticos españoles con el fin de determinar si los eufemismos pueden ser empleados por los políticos para persuadir a sus rivales. El análisis llevado a cabo persigue conocer cuatro aspectos del eufemismo: si está socialmente aceptado o si es un neologismo, las razones por las que se utiliza, sus características léxico-semánticas y su finalidad.

Palabras clave: eufemismo, formación, motivación, características léxico-semánticas, metáfora, conceptual, finalidad, disfrazar, camuflar, persuasión, discurso, corpus, identificación, análisis, discurso.

Abstract: euphemisms are social tools employed along everyday life. They avoid gross words, hurting sensibilities and political incorrectness. However, could be this tool used with more means? Within this piece of work euphemisms have been identified and analysed. The aim is to determine if they can be utilised by politicians to persuade their rivals. The analysis to be carried out reaches four aspects of euphemism: its social acceptance, its motivation, its lexical and semantic characteristics and its goals.

Key words: euphemism, formation, motivation, lexical and semantic characteristics, metaphor, conceptual, goal, disguise, hedging, persuasion, corpus, identification, analysis, discourse.



Índice

Índice	6
1. Introducción.....	7
1.1 Estado de la cuestión.....	7
1.2 Justificación	10
1.3 Objetivos	11
2. Consideraciones teóricas	13
2.1 El eufemismo	14
2.1.1 Definición de eufemismo	14
2.1.2 La formación del eufemismo.....	16
2.1.3 Estudio lingüístico del eufemismo	19
2.1.4 Fines del eufemismo.....	26
2.1.5 Eufemismo y persuasión	29
2.2 El discurso político	31
2.2.1 Definición y características del discurso político.....	31
2.2.1.1 La retórica en el discurso político	33
2.2.2 El discurso político español.....	34
2.2.3 El discurso político español y el eufemismo	37
3. Metodología	41
3.1 El corpus.....	41
3.2 Identificación.....	45
3.3 Análisis.....	47
3.3.1 Análisis de la formación y las causas del eufemismo.....	51
3.3.2 Análisis lingüístico del eufemismo.....	52
3.3.3 Análisis de la finalidad del eufemismo.....	54
Bibliografía de referencia	79
Bibliografía de corpus	83

1. Introducción

El eufemismo es una herramienta del lenguaje que, popularmente, se emplea a diario para embellecer aquello que no resulta agradable escuchar. Sin embargo, cuando está en boca de aquellos que ostentan el poder puede tener otros fines. ¿Se puede usar un eufemismo para manipular? ¿Es una forma indirecta de mentir?

El objetivo de este trabajo es, por lo tanto, identificar estos fenómenos del lenguaje y analizarlos para desentrañar qué quieren expresar en realidad los políticos cuando emplean eufemismos. Para llegar a esta conclusión, este trabajo va a exponer un estado de la cuestión del estudio del eufemismo en el lenguaje parlamentario y una justificación de por qué es necesario este trabajo. A continuación, se va a definir el eufemismo y sus implicaciones en el discurso como medio de producción oral, para después imbricarse con el discurso parlamentario, que será también definido

1.1 Estado de la cuestión

El ámbito de estudio en el que se encuentra el eufemismo tiene una tradición que data de la década de 1960, en la cual se ha hecho énfasis en que en el lenguaje no se puede estudiar sólo la gramática o la sintaxis. Desde un punto de vista constructivista, la sociolingüística y la pragmática han ampliado el concepto de lingüística aplicada al discurso y a otras áreas de la comunicación interpersonal (Van Dijk 2004). De esta forma, el lenguaje no se limita a un sistema de signos, sino que, también, es un vehículo por el cual los individuos interactúan en el mundo social (Gutiérrez 2006).

De acuerdo con las tradiciones que vienen de este giro lingüístico, el discurso es un medio de intervención y de acción entre seres humanos (Gutiérrez 2006). Esto quiere decir que el lenguaje es "un dispositivo que permite construir y modificar las relaciones de los interlocutores, sean éstos individuos o grupos sociales bien definidos" (Gutiérrez 2006: 2). Así pues, la pragmática y la semántica juegan un papel principal en la comunicación oral. Cabe aclarar que la frontera entre ambas es nimia y borrosa, pero que se trata de campos de estudios distintos (Stalnaker 1998).

La semántica es un campo que parece elusivo. Se basa en el concepto saussureano del signo y su principio fundamental es la relación entre el significado y el significante a través de proposiciones, que son abstracciones de formulaciones lingüísticas (Stalnaker

1998). Gracias a la relación entre significado y significante, la semántica observa dos hechos fundamentales: el primero es si la proposición que se analiza semánticamente es verdad o mentira, el segundo hecho es la variación de significados según el significante (1998).

Por otro lado, la pragmática es el estudio lingüístico de los actos lingüísticos y los contextos en los que tales actos se llevan a cabo. Por esta razón, un estudio meramente sintáctico o morfológico es incapaz de extraer la utilidad de un insulto, una fórmula ritual o una plegaria (1998).

Entre la semántica y la pragmática se encuentra el eufemismo. Éste se empleaba en la antigüedad para definir a los dioses, a quienes, por respeto o miedo, no se les podía invocar mediante su nombre. Por lo que se les podía nombrar por sus atributos, símbolos, títulos o por codificaciones de sus nombres (Neamen y Silver 1983). El eufemismo se extendió de los epítetos de las deidades al tabú, que no era estrictamente religioso, y desde este dominio al de las buenas formas a lo largo del Barroco y Neoclasicismo europeo (Neamen y Silver 1983).

En la actualidad el eufemismo se identifica desde el punto de vista léxico-semántico, pues es un mecanismo del lenguaje mediante el cual se sustituyen las palabras -procedimiento léxico,- para que tengan un significado similar -procedimiento semántico,- pero con menor impacto en el receptor -lo cual es una implicación pragmática (Arce Castillo 2006). Al incurrir en la pragmática, es necesario "tener en cuenta la naturaleza de los participantes en la interacción, la relación que existe entre ellos y la posibilidad de interpretar la realidad de otra manera" (Arce Castillo 2006:207). A través de estos fundamentos se ha estudiado el eufemismo en el discurso político, Arce Castillo (2006) estudia los recursos pragmático-discursivos que existen en el discurso político. Estos recursos son de naturaleza pragmática y discursiva a la vez porque tienen en cuenta a "los participantes de la interacción, la relación que existe entre ellos y la posibilidad que sean capaces de interpretar la realidad de otra manera" (Arce Castillo, 2006: 207). De esta forma, los eufemismos son tan sólo un pequeño apartado dentro de esta obra, que muestra todos los recursos observables dentro de lo vasto del discurso político.

Otro estudio que trata sobre los eufemismos en el lenguaje parlamentario es el de Córdoba Rodríguez (2015). En él se analiza una situación en un espacio de tiempo concreto, que es el Caso Bárcenas. José Luis Bárcenas era el tesorero del Partido Popular, un partido conservador español. El revuelo mediático que constituyó su imputación en una trama de corrupción desató una serie de estrategias eufemísticas que empleó su partido para, primero, encubrir a su tesorero, y después desentenderse de él (2015). Este tipo de estrategias vienen argumentadas en Rodríguez González (1988) y Hernando (1990), que arguyen que el eufemismo es una estrategia política dedicada a oscurecer lo que hay detrás.

No obstante, el eufemismo no sólo se ha estudiado como fenómeno social, meramente pragmático, del lenguaje parlamentario español. También se ha estudiado como figura retórica. Pujante Sánchez (2010) ha analizado en discurso de investidura del candidato a Presidente del Gobierno José María Aznar y ha hallado que su discurso utiliza una gran cantidad de figuras retóricas para defender su posición y ocultar aquello de lo que no quiere hablar (2010). Entre esas figuras se encuentra el eufemismo en forma de metáfora. Pujante Sánchez (2010) no es el único que considera al eufemismo como una metáfora, pues hay más estudios que lo avalan, como Casas Gómez (1986), Chamizo Domínguez (2004), Sapena Escrivà (2013), y Soledad González (2016). Estos autores no sólo consideran que el eufemismo puede ser una metáfora conceptual, cuyo esquema es universal (Lakoff y Johnson 1980). Lechado (2000) va más allá de la metáfora y considera que el eufemismo puede ser representado a través de una serie de tropos cuyo análisis, tradicionalmente, se ha aplicado de forma exclusiva en los estudios literarios. Estudios en el ámbito internacional avalan estas teorías acerca del eufemismo como recurso literario con fines de ocultación y atenuación. Machin y Mayr (2012), por ejemplo, lo tratan como *hedging*, “encubrimiento” en español. Otro ejemplo es el de Gallud Jardiel (2005), que justifica que el eufemismo es un instrumento de manipulación social basándose en el libro de Lechado (2000).

Existen más trabajos acerca del eufemismo en política, como el artículo de Córdoba Rodríguez (2015), que se ha mencionado antes. Otros autores que tratan este tema son Zapata-Barrero y Van Dijk (2007), que estudia las estrategias que se emplean en el discurso parlamentario acerca de la inmigración en España, o el de Cortés Rodríguez

(2013), que estudia los debates del Estado de la Nación y las estrategias que se emplean en los mismos.

1.2 Justificación

Los motivos por los que se realiza este trabajo son múltiples. El primero de ellos es hacer un estudio acerca de una de las herramientas que emplean los políticos españoles. Estos actores, hablantes, tienen poder social. Este tipo de poder, según Talbot, Atkinson y Atkinson (2003), emana de unas élites sociales y se dirige hacia otros grupos sociales más desfavorecidos. No obstante, el poder se constituye de formas muy distintas en cada región, país y continente, pues constituye realidades e identidades (Talbot, Atkinson y Atkinson 2003) con elementos comunes a todos ellos, como la base en recursos sociales escasos –dinero, tierras, etc.- y recursos simbólicos únicos –fama, cultura, acceso privilegiado al discurso público, etc. (Van Dijk 2004). Gracias al poder social una persona que lo posea puede influenciar mediante el discurso en las acciones futuras de otros (2004). En esta definición va implícita la ideología, pues ésta es el modelo mental que mejor se ajusta a las creencias y emociones que cada persona tiene sobre el mundo que la rodea (Pujante Sánchez 2010). Estos modelos mentales vienen de la mano de individuos organizados en grupos, capaces de ejercer su poder desde su posición social, con las ya mencionadas habilidades de manipular mediante el lenguaje (Talbot, Atkinson y Atkinson: 72-76). El lenguaje, como las personas, es jerárquico y atiende a intercambios transaccionales, es decir, que son las personas, en sus roles, quienes negocian la identidad que tienen, la categorizan y la cambian según la estrategia que empleen (Fairclough 2001: 176 citado por Talbot, Atkinson y Atkinson: 75). Por estas razones es necesario analizar las estrategias que se emplean en este tipo de discurso y en este contexto.

La segunda razón, estrictamente académica, es que no se ha reparado en el estudio de los eufemismos en este contexto específico. Como ya se ha mencionado antes, Sapena Escrivà (2013) ha analizado el eufemismo desde el punto de vista de los estudios de género, Córdoba Rodríguez (2015) ha hecho un estudio de un caso concreto, que es el Caso Bárcenas, pero a través de distintos medios, como la prensa oral y escrita, y en diversos contextos, como comparencias en el Congreso o en ruedas

de prensa. Otros trabajos han estudiado el eufemismo actual; no obstante, sus trabajos están desfasados porque ha pasado el tiempo y, por tanto, el contexto ha cambiado. Éste es el caso de Casas Gómez (1986), Lechado (2000) y Núñez Cabezas (2001), estudios que han fundamentado este campo. El presente trabajo se ocupa de forma exclusiva del discurso parlamentario producido en la actualidad. Esta actualidad se entiende como la anterior legislatura (2011-2016) porque contiene un contexto específico con temas y actores bien definidos. Según Rodríguez (2006), es necesario que un trabajo que verse sobre el discurso político tenga una noción del contexto bien definida, algo que Van Dijk (2004) apoya, pues las connotaciones tienen valores deícticos, es decir, que un estudio del lenguaje actual no se puede sustentar si no se aclaran quiénes son actores, a qué se refieren y al momento en el que lo hacen.

El tiempo en el que se emplean los eufemismos es la tercera razón que justifica este trabajo. Como ya se explicará más extensamente en el epígrafe 2.1 Definición de Eufemismo, éste tiene varias fases de uso que dependen del tiempo. Es importante conocer en qué estadio está un eufemismo, pues refleja la realidad del discurso y cómo sirve de estrategia persuasiva.

1.3 Objetivos

El objetivo final de este trabajo es identificar y analizar los eufemismos que se producen en el discurso parlamentario actual, es decir en el lapso que ocupa la décima legislatura española (2011-2016). Así pues, el objetivo de este trabajo es doble, pues consiste en la identificación, primero, y el análisis cualitativo del discurso parlamentario actual a través de los datos extraídos durante la identificación. La primera de las metas que tiene este trabajo es identificar el eufemismo. Para identificar un eufemismo dentro de un texto de cualquier naturaleza es necesario definir el concepto del mismo. Una vez definido, se procederá a describir el contexto lingüístico en el que se desenvuelve, es decir, quiénes emplean el eufemismo, cuándo se usa, qué forma tiene y dónde se ubica, sus contextos sociales. El contexto es, en definitiva, esencial, pues el objetivo es el análisis del eufemismo en el discurso parlamentario. Para continuar con el objetivo del análisis de identificar el eufemismo es necesario definir este tipo de discurso, pues,

como ya se ha indicado en el epígrafe anterior, el contexto y la elección de las palabras que se hace es una unión indivisible.

Una vez que se haya procedido a argumentar la forma de identificar un eufemismo, se procederá a su análisis. Para analizar los eufemismos que se encuentren, será necesario identificarlos en un corpus. El análisis se realizará a través de los eufemismos identificados mediante de una metodología que será justificada en el apartado 2. Consideraciones Teóricas y, posteriormente, descrita en el apartado 3. Metodología.

2. Consideraciones teóricas

Este apartado tiene como objetivo servir de argumentación y justificación para el empleo de una metodología de identificación y análisis de estructuras lingüísticas específicas de carácter semántico como son los eufemismos. Para hacer las consideraciones pertinentes, en primer lugar, se va a definir el eufemismo y el contexto que lo envuelve, que es el discurso político y sus participantes. Después, en el mismo apartado, se procederá a considerar y justificar la herramienta de análisis que será empleada para que sea desarrollada en el siguiente punto, 3. Metodología.

Antes de definir el eufemismo, es necesario aclarar que, como se ha dicho antes, los estudios clásicos sobre retórica o sintaxis, no contemplaban la semántica o la pragmática, que son bases del discurso político actual (Pujante Sánchez, 2010). Por esta razón, es necesario estudiar la relación de la retórica con los modelos subyacentes (semánticos) y las creencias sociales de quienes lo llevan a cabo (pragmática), es decir, que hay que discriminar a los hablantes por ideología a la hora de analizarlos (Pujante Sánchez, 2010). Entre los modelos semánticos que se pueden estudiar, se encuentra el eufemismo como una herramienta de persuasión (2010). Dichos modelos semánticos no son literales y, por lo tanto, son susceptibles de interpretación. De la misma forma, con creencias sociales, Pujante Sánchez (2010) expresa que la ideología es inherente al discurso y al poder que ejerce, pues es capaz de alterar la percepción de la realidad que tiene la audiencia, es decir, de persuadirla. Ideologías como el racismo no son innatas, sino adquiridas a través de medios pedagógicos, como los textos escolares, de ciencia, de la literatura y, por otro lado, por los medios de comunicación a través de estrategias de persuasión (Van Dijk 2004).

De esta forma, alguien que tenga poder social es capaz de ejercer el discurso social, es decir, ejercer el privilegio de dirigir su discurso impregnado de ideología a una gran audiencia (Van Dijk 2004) o a convencer a un rival (Pujante Sánchez 2010). Gracias al receptor existe el discurso, y éste varía dependiendo del contexto de su elocución, es decir, que dependiendo de quién lo escuche, se emplearán unas palabras u otras (Van Dijk 2004; Pujante Sánchez 2010). Por lo tanto, como existen distintos tipos de audiencia (estructuras sociales) con distintas ideologías (creencias sociales), hay muchos tipos de discurso social, entre los que se encuentra el discurso político. Sin

embargo, actualmente no hay una hipótesis exacta sobre el discurso social, aunque haya una gran cantidad de teorías sobre tipos de discursos bien definidos como el caso de este trabajo, el discurso político (Gutiérrez 2006). No obstante, para acceder al eufemismo como estrategia de persuasión, primero es necesario definirlo, definir sus mecanismos, su proceso de creación y el contexto en el que se desenvuelve. A partir de las características del eufemismo, se procederá a describir su imbricación en el discurso político.

2.1 El eufemismo

En este apartado se va a explicar el eufemismo en todas sus dimensiones. En primer lugar, se va a dar una definición de eufemismo. Después, se va a dar un por qué de su formación para, a continuación, analizar los fines que tiene el eufemismo. En el final del apartado, se va a describir el estudio lingüístico del eufemismo para justificar el empleo de la metodología.

2.1.1 Definición de eufemismo

Existen muchas definiciones para eufemismo, desde la que ofrece la RAE hasta análisis profundos sobre el lenguaje eufemístico. Sin embargo, la definición más acertada para el concepto de eufemismo en el discurso político parlamentario es la de Lázaro Carreter (1962): “proceso muy frecuente que conduce a evitar la palabra que designa a algo molesto, sucio, inoportuno, etc., sustituyéndola por otra expresión más agradable”.

El eufemismo es un mecanismo de atenuación (Arce Castillo 2006). Los mecanismos de atenuación sirven para rebajar la intensidad de lo que se dice en una proposición ante la posible reacción negativa de un interlocutor. El tipo de mecanismo es léxico-semántico porque puede cambiar de forma, es decir, de palabra, pero no de significado (Arce Castillo 2006). Ésta es parte de la definición de un eufemismo, sin embargo, también lo es de una interdicción. Para definir correctamente al eufemismo, es necesario diferenciarlo de la interdicción.

Por un lado, la interdicción es un tipo de presión social que desaconseja emplear un tipo de expresiones. La razón por la que este tipo de expresiones se dejan de emplear es porque resultan desagradables, por lo general. La interdicción se suele denominar tabú, y sus temas suelen ser el sexo, la religión y la muerte (Arce Castillo 2006).

El origen del tabú es desconocido, aunque existan hipótesis acerca de su etimología, y la cohibición por la que se suscita carezca de lógica (Casas Gómez 1986). Según la teoría de la Ambivalencia Afectiva, tratada, entre otros, por Freud (1975), el tabú es “la conexión inevitable entre emociones y sentimientos antagónicos” (Casas Gómez 1986: 26). Esta conexión es una dicotomía doble entre el deseo de transgresión y el miedo, lo sacro y lo séptico (*ibíd.*). De esta manera, se normaliza la expresión de algo que es escandaloso a lo largo del tiempo.

El tabú lingüístico, por otro lado, tiene un origen primitivo y está relacionado con lo sobrenatural o divino, con el poder mágico de la palabra. Al utilizar una circunlocución, antífrasis o eufemismo se rehúye el poder mágico que tiene una palabra (Casas Gómez 1986). Los individuos, de forma general, tratan de evitar una referencia directa al concepto porque lo consideran un tabú lingüístico, como, por ejemplo, la muerte (Crespo Fernández 2008: 84). El tabú de la muerte, que estudia Crespo Fernández (2008), por ejemplo, se estudia porque “muerte” es una palabra cargada de connotaciones negativas en el concepto comunicativo, de forma general (2008).

El tabú moral se extiende también a lo sexual y familiar, donde palabras que hagan referencia a catástrofes ajenas tienden a ser lenificadas en aras de no resultar groseras o denigrantes (Sapena Escrivà 2013). En el caso de los temas sobre salud sexual u homosexualidad, Sapena Escrivà (2013) ha comprobado que la derecha parlamentaria española prefiere emplear términos médicos con el fin de resultar más asépticos. Es el caso de la píldora del día después, a la que se refieren como “anticoncepción de emergencia” (Sapena Escrivà 2013: 31). En el caso de la homosexualidad en la política, los colectivos de personas homosexuales, transexuales e intersexuales, cuyo movimiento se ha derivado en las siglas LGTB o LGTBI que, a su vez, ha sido derivado en palabras distintas, como *elegetebefobia* o *LGTBfobia* (2013: 33).

Por otro lado, el eufemismo responde a otro tipo de necesidades sociales, no sólo a la malsonancia o la superstición. El eufemismo tiene un fin pragmático paralelo al fin

moral: su fin es persuasivo (Lechado 2000; Pujante Sánchez 2010). La finalidad de un eufemismo en un discurso político es atenuar el lenguaje para que éste tenga un impacto menor en la audiencia. De esta forma se pueden introducir en el discurso enunciados que, de otra manera, serían rechazados si su forma fuera otra (Pujante Sánchez 2010). No obstante, el impacto que tiene un eufemismo depende del momento de su formación y de la razón por la que se emplee. Aparte, un eufemismo empleado en el contexto político tiene una finalidad persuasiva. A continuación, se explican las causas de la formación del eufemismo.

2.1.2 La formación del eufemismo

Las causas que derivan la formación de los eufemismos son complejas y difíciles de estudiar (Lechado 2000). Para poder analizar la formación de los eufemismos, es necesario analizar las causas de los mismos. Las causas que ofrece Lechado (2000: 15-18) corresponden a todas las posibles en todos los discursos. Sin embargo, en este trabajo las únicas causas que son relevantes son aquellas que tienen una índole política. Es decir, que tienen que ver con temas relacionados con política, véase economía, educación, seguridad vial, sanidad, sociedad, asuntos internos de un país o relaciones internacionales. Por esta razón, las causas que se van a contemplar en este trabajo son:

1. Motivación político-económica:
 - a. Son eufemismos necesarios para evitar la agresividad que tienen algunas intenciones camufladas (Lechado 2000). Aquellos suponen el empleo puro de las estrategias persuasivas mediante el eufemismo: si no tiene connotaciones negativas y resulta cordial, persuade más al adversario.
2. Motivación social:
 - a. Su uso tiene un carácter más popular que el anterior y hace que el eufemismo roce con la interdicción (Lechado 2000; Arce Castillo 2006). Sustituye palabras que suenan groseras, como “inválido” por “tullido” (2000). Su uso parece obligatorio como estrategia persuasiva porque un Ministro de Sanidad no puede referirse a un amputado como cojo en público: le haría perder credibilidad, ergo perdería capacidad de persuasión.

3. Motivación cultural:

- a. Son eufemismos instalados en la tradición lingüística, ya lexicalizados, según el vocabulario de Chamizo Domínguez (2004). Su uso persuasivo sirve para emplear las connotaciones a favor del político que las emplee. Por ejemplo, un partidario de las corridas de toros las llamará “fiesta popular”, mientras que un detractor se referirá a las mismas como “tauromaquia” o “festejos taurinos”, que tienen connotaciones más neutrales, incluso negativas, que “fiesta popular”.

Además, como el orador político necesita parecer profesional, una especie de lenguaje ‘metapolítico’. Así pues, doy por hecho que este tipo de oradores necesitará de una serie de argucias que le permitan parecer mejor. Por esta razón, incluyo entre las causas:

4. Necesidad de prestigio profesional

- a. Esta causa está relacionada directamente con el fin que describe Hernando (1990): disfrazar lo fácil de complicado. Se trata una ostentación del trabajo de un político por medio de perífrasis largas, palabras complicadas o anglicismos que hagan que parezca mejor (Michalková, 2011). Su uso persuasivo es muy amplio, desde hablar de economía con palabras complicadas, calcos semánticos o préstamos lingüísticos hasta aportar datos, siglas e instituciones internacionales sin un fin claro.

5. Ignorancia

- a. Esta motivación está causada por la necesidad de que la audiencia piense que el político es ignorante. Como ya dijo Pujante Sánchez (2010), los políticos intentan impresionar haciendo alardes de cultura y vocabulario ostentoso. Caer en el extremo contrario, en el de parecer ignorante o serlo, sería una pérdida de credibilidad y capacidad de persuasión. En estos casos, la jerga profesional y los extranjerismos mal empleados suelen ser usados como panacea.

6. Significados trasladados:

- a. “Deslizamiento semántico con intención de evitar palabras desprestigiadas” (Lechado 2000: 17). La estrategia persuasiva de los

eufemismos motivados por significados trasladados está en no perder el favor del público por emplear una palabra que tenga connotaciones negativas en cualquier aspecto. Por ejemplo, últimamente los medios de comunicación no emplean la palabra “inmigrante” que se solía usar muy a menudo; ahora se prefiere “migrante” o “migrante económico” para ser diferenciado del refugiado de guerra, a quien no se le quiere dar las mismas connotaciones que al que va a otro país a trabajar.

Estas motivaciones, sin embargo, son meras causas del empleo de los eufemismos. Explicar las causas por las que se forma un eufemismo en política no satisface las preguntas de cómo se forman o para qué sirven. Para una consideración completa de los mismos hace falta saber cómo se forman, tanto en forma como significado, y qué fines tienen.

2.1.2.1 La formación del significado del eufemismo

Como decía Pujante Sánchez (2010), la semántica subyace a la forma del discurso. Con esto quiere decir que el discurso está cargado de significado más allá del que tienen las propias palabras. Como la forma del eufemismo es ‘pivotante’, es decir, que cambia la palabra o expresión pero no el significado, considero que el proceso de creación de aquel es sumamente importante en el estudio lingüístico.

La formación de un eufemismo obedece a tres estadios desde el punto de vista diacrónico que, según Chamizo Domínguez (2004: 46) son los siguientes:

1. *“Eufemismo novedoso. Un eufemismo novedoso es aquél que se crea en un momento dado sin que pertenezca a ninguna red conceptual previa y sin que fuera predecible a priori, pero que, sin embargo, es comprendido por los oyentes que conocen el contexto en que se ha creado. V. g.: Con motivo de las manifestaciones del 15 de febrero del 2003 contra la posibilidad de una segunda Guerra del Golfo, una pancarta parisina rezaba lo siguiente: «Non à la Busherie». Obviamente, utilizar el término Busherie, donde se combinan a la vez el mecanismo de la alusión y el de la aliteración, en lugar de escribir boucherie, tiene unos efectos eufemísticos y jocosos que no se hubieran conseguido escribiendo lo segundo o tildando directamente a G. Bush de Boucher.”*
2. *“Eufemismo semilexicalizado. Un eufemismo semilexicalizado es aquél que ha entrado a formar parte del acervo de una lengua y es utilizado y comprendido como tal de forma*

habitual por los hablantes de una lengua, pero en el que es posible aún distinguir el significado literal y el significado eufemístico de un término o de una colocación. V. g.: doctor para 'médico' y, en menor medida, para 'boticario' y 'veterinario'. Igualmente, recuérdese que todavía en los años cincuenta y sesenta hacer el amor era sinónimo de tirar los tejos o pretender a alguien, pero en la actualidad ese significado está en desuso y hacer el amor es un eufemismo de copular.”

3. *“Eufemismos lexicalizados o muertos. Son aquéllos para los que los hablantes han perdido la conciencia de su origen eufemístico porque se ha perdido la conciencia del significado literal original de la palabra en cuestión. V. g.: es probable que muy pocos hablantes españoles sepan en la actualidad el significado literal de puñeta cuando utilizan los modismos hacer la puñeta o mandar a hacer puñetas. Y también es probable que algo parecido acontezca con moza, doncella y criada para 'sirvienta'.”*
- Chamizo Domínguez Domínguez (2004: 46)

Chamizo Domínguez Domínguez (2004) también recuerda que “las redes conceptuales se construyen habitualmente con eufemismos semilexicalizados” (2004: 46) y que el nivel de aceptación o lexicalización de un eufemismo “no es uniforme entre los hablantes de una comunidad lingüística dada” (*ibíd.*). Con esto quiere decir que el fin de un eufemismo y la estrategia con la que se enfoque dependen del contexto de su enunciación (Arce Castillo 2006). Este contexto es social, pues es necesario que haya un número de hablantes que comprendan el referente del eufemismo. Por lo tanto, el eufemismo es un fenómeno del lenguaje que es asociativo porque necesita que los receptores del discurso comprendan el significado del mismo (Casas Gómez 1986).

2.1.3 Estudio lingüístico del eufemismo

Como ya se ha señalado en los párrafos anteriores, la esencia del eufemismo está en la semántica (lo que significa) y en la pragmática (el contexto y la intención de su significado). Sin embargo, el significado del eufemismo depende de su forma. Según Arce Castillo (2006), el eufemismo es un mecanismo léxico-semántico. Es decir, que aunque lo importante sea el significado, la forma de la palabra es esencial para la formación de un eufemismo.

Para emplear un eufemismo de forma satisfactoria es necesario utilizar una serie de recursos formales que se ajusten al estadio en el que se encuentre el eufemismo en

cuestión – neologismo, semilexicalizado y lexicalizado (Chamizo Domínguez 2004). Estos recursos formales tienen un carácter psicoasociativo y son destacables por su “relatividad y funcionalidad en el discurso” (Casas Gómez 1986: 99). Es decir, que “la sustitución eufemística se aprovecha de los recursos sinonímicos o antonímicos del léxico y del valor polisémico de las palabras” (Casas Gómez 1986: 102). De esta forma, el hablante puede emplear alguna expresión que se identifique lo suficiente con el término que se tiene que evitar, pero variando el impacto que tiene que causar en el público. También se pueden utilizar palabras en oposición semántica, como es el caso de las lítotes y antífrasis (Casas Gómez 1986; Fernández González 1988; Lechado 2000).

Así pues, el empleo de tropos, como las lítotes y las antífrasis, y estrategias lingüísticas, que tradicionalmente se consideraba un área de estudio puramente formal (Pujante Sánchez, 2010), se imbrica con el estudio de la semántica que subyace a la forma léxica y que es asociativo al contexto de su enunciación (Casas Gómez 1984; González Fernández 1988; Chamizo Domínguez 2004; Arce Castillo, 2006; Sapena Escrivà 2013). Según Casas Gómez (1986) para hablar de estrategias lingüísticas, se debe hablar de “sistematización, agrupación o configuración lingüística” (1986:109).

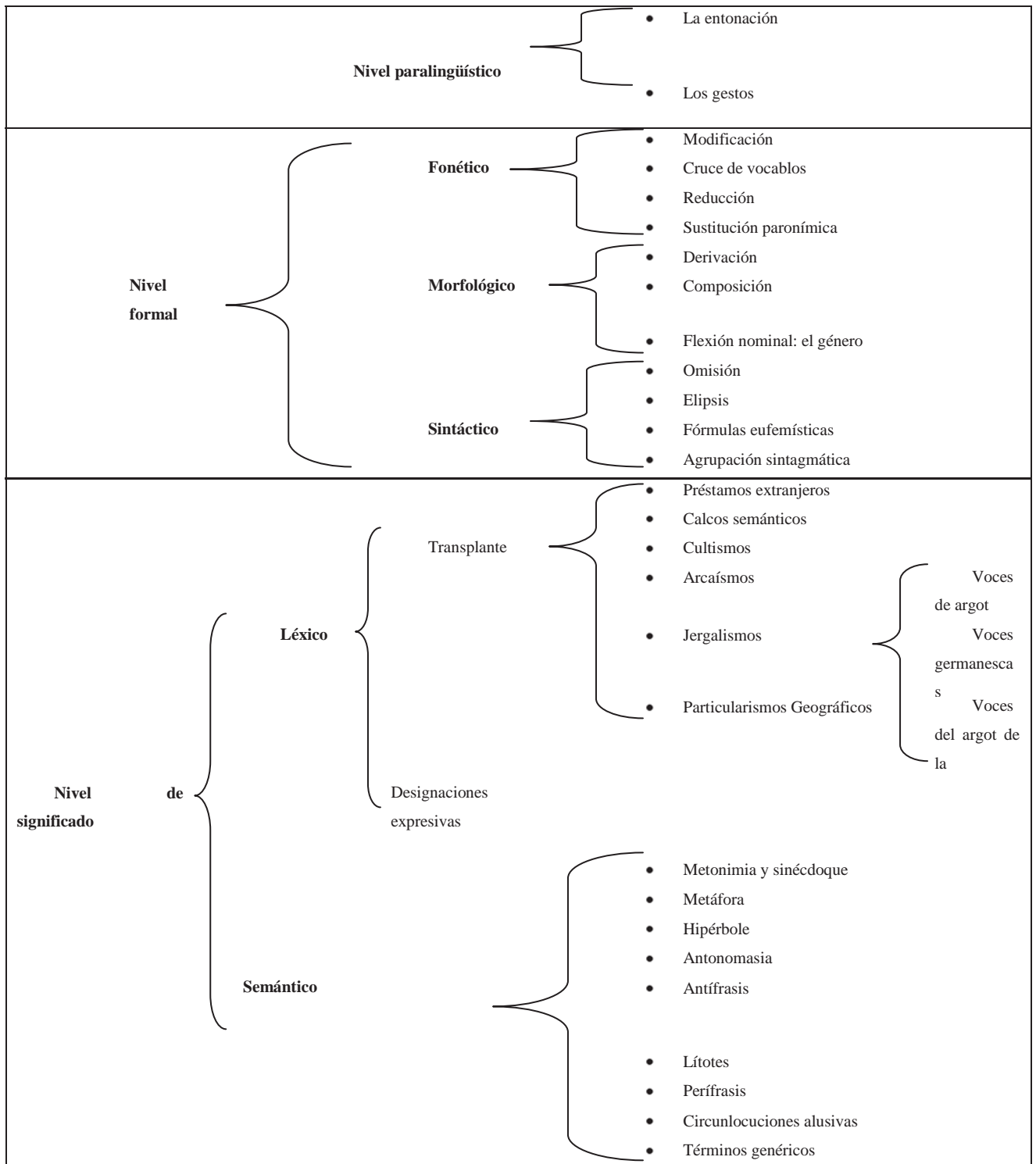
Las configuraciones lingüísticas, según Casas Gómez (1984: 109-111), se pueden dividir en tres niveles: paralingüístico, formal y de significado.

En el nivel paralingüístico se expresan formas meramente semióticas, como son las entonaciones y los gestos (Casas Gómez 1986), algo que para Kress y van Leeuwen (1996) está en un modo de comunicación distinto, pues es otra forma de comunicación que no es estrictamente verbal, pero cuyo significado potencia al resto de modos de comunicación.

Los siguientes niveles, según Casas Gómez (1986), son los “resortes de creación eufemística o disfemística” (1986: 109). Estos niveles son el formal y el de significado. En el primero de ellos están presentes los medios lingüísticos que afectan a los planos formales, es decir, a la fonética, la morfología y la sintaxis (*ibíd.*). En el segundo plano, el de significado, los mecanismos lingüísticos del eufemismo afectan a los planos léxico y semántico (*ibíd.*). La representación del esquema de Casas Gómez (1986: 111), resumido en el párrafo anterior, está reflejada en el Cuadro 1.

Según este esquema (1986), existen tres niveles: paralingüístico, formal y de significado. El nivel paralingüístico estudia elementos extralingüísticos de la comunicación, como son la entonación y los gestos. Según Machin y Mayr (2012), este nivel es semiótico porque gesticulación y entonación denotan signos que el ser humano es capaz de entender y de producir pero no son un código estricto, como es el lenguaje. Los dos niveles restantes, formal y de significado, pertenecen al lenguaje en sí. El nivel formal es el que se ha descrito en los otros apartados como el ‘estudio tradicional del lenguaje’ porque se refieren a la sintaxis y la morfología, así como a los mecanismos que los mueven. Aunque este nivel incluya fórmulas eufemísticas en el subnivel sintáctico, se refiere a los eufemismos que están semilexicalizados o lexicalizados. Como el fin de este trabajo es identificar y analizar eufemismos, no es pertinente contemplar eufemismos que ya hayan sido identificados; ésta es una tarea ya hecha.

El nivel de significado, al contrario que los otros dos, es el que hace que un eufemismo pueda ‘pivotar’ en el léxico apoyándose en el significado, pues incluye los niveles inferiores léxico y semántico. Al incluirlos, coincide con Arce Castillo (2006) en que el eufemismo es un mecanismo lingüístico léxico-semántico y con Lechado (2000) en que los tropos, o figuras retóricas, son la forma en la que se realiza el eufemismo.



CUADRO 1. Configuración lingüística de los eufemismos según Casas Gómez (1986, pág. 111)

Existen muchos usos del eufemismo, y en Casas Gómez (1986), se argumenta que pueden variar de un uso a otro. Este es el caso de Rodríguez González (1988), que se

basa en una comparación entre la novela “1984” de George Orwell y la propaganda occidental del período de la Guerra Fría para hacer un análisis de los eufemismos empleados durante la misma.

De entre todos los eufemismos orwellianos, existe uno que se ha empleado ampliamente en política y medios de comunicación: ‘pacificación’. Según Casas Gómez (1986) y sus mecanismos dispuestos en el cuadro anterior, una ‘pacificación’ se refiere a la sumisión de una población por medios militares; por lo tanto, constituye una antífrasis, pues el empleo de un ejército o una policía militar supone lo contrario a un acto de paz, que es lo que denota una ‘pacificación’. Rodríguez González (1988) se refiere a este fenómeno como una inversión de significado.

Existen más términos eufemísticos en la propaganda política occidental. Según Rodríguez González (1988), los eufemismos empleados en la propaganda política pertenecen a los siguientes campos asociativos:

1. Servicios de información e inteligencia.
2. Lenguaje militar.
3. Lenguaje diplomático.
4. Lenguaje económico.

No obstante, estos son sólo ejemplos de formación de eufemismos mediante elementos psicoasociativos. Existen más formas de unir realidades del entorno con el lenguaje cotidiano para crear un concepto en la mente del interlocutor. Estas formas son las metáforas conceptuales, que se van a desarrollar en el siguiente apartado.

2.1.3.1 Metáfora conceptual y eufemismo

Además del análisis de eufemismos según sus características léxico-semánticas que propone Casas Gómez (1986), existen otros análisis que permiten desentrañar cuáles son las intenciones ocultas de un político. Entre ellos, encontramos el análisis de metáforas conceptuales.

Es esencial diferenciar entre la expresión lingüística metafórica, revisada anteriormente, y la metáfora conceptual. Su diferencia radica en que las metáforas

conceptuales son clases específicas de metáfora, que se caracterizan por ser esquemas de pensamiento abstracto desarrollados en el lenguaje, mientras que, como se ha mencionado anteriormente, la expresión lingüística metafórica es un tropo (Casas Gómez 1986).

La definición de metáfora conceptual es un fenómeno universal que sostiene que la comprensión del ser humano acerca de su entorno se basa en un sistema de correspondencias de conceptos entre un dominio fuente y un dominio meta (Santibáñez 2009). Por un lado, el dominio fuente es un concepto básico pero abstracto, como el amor. Por otro lado, el dominio meta es un concepto, una experiencia, un ítem concreto y compatible con todos los hablantes de una lengua, que se relaciona con el dominio fuente mediante una serie de características semánticas comunes (Machin y Mayr 2012). Un ejemplo de metáfora conceptual es “el tiempo es oro”, donde el dominio fuente es el valor del tiempo y el dominio meta es el valor del oro. En conclusión, la relación entre el tiempo y el oro es que ambos son valiosos, sin embargo, es más fácil aceptar que el oro es valioso que el tiempo porque el primero es menos abstracto. Este sistema de correspondencias es denominado ‘mapeo’ (*mapping*, en inglés original) por Lakoff y Johnson (1980) y la generación de metáforas conceptuales nuevas es constante en el día a día (Núñez Cabezas 2004; Soriano 2017)

La metáfora conceptual es una buena técnica eufemística porque permite al orador emplear como dominio meta una expresión con una carga semántica suave, con unas connotaciones más positivas, que sustituyan a un dominio fuente más fuerte y negativo (Soledad González 2016). En su conjunto, la metáfora, la sinécdoque y la metonimia son el punto de articulación de estos actos lingüísticos pues su representación es social, por lo tanto, común a todo el mundo. Es decir, que todos los participantes del discurso saben cuándo se emplea dicha metáfora y por qué se ha hecho así. Así pues, cualquiera puede hacer una metáfora conceptual asociando ideas y cualquiera la puede entender (Casas Gómez 1986; Santibáñez 2009; Michalková 2011).

Así pues, los rasgos principales del eufemismo como metáfora conceptual son la ambigüedad, la ligazón al contexto, el tiempo que lleven en uso y cómo se asocian al entorno (Santibáñez 2009; Soledad González 2016). Por lo tanto, los estudios de Lechado (2000) y Núñez Cabezas (2004) son compatibles con la metáfora conceptual al tener en cuenta el estadio de formación del eufemismo y su uso en un contexto

determinado. Un eufemismo está unido también al propio contexto de la enunciación, pues es el emisor quien lo emplea de forma asociativa, es decir, de acuerdo con sus creencias, los conocimientos de los participantes, los gestos, el ánimo, y demás variantes expresadas anteriormente en Casas Gómez (1986).

La metáfora conceptual como eufemismo, sin embargo, encuentra una barrera. Ese obstáculo es el significado. Casas Gómez (1986) describe una serie de características que son léxicas y semánticas. Sin embargo, las metáforas conceptuales sólo afectan a los conceptos, es decir, a las expresiones que traten acerca del significado de una palabra, como lo son los tropos. Sin embargo, no todos los tropos son identificables como metáfora conceptual: según Machin y Mayr (2012) hay un número de figuras retóricas que se pueden analizar metafóricamente. Éstas son:

1. La metáfora
2. La hipérbole
3. La personificación y cosificación
4. Metonimia
5. Sinécdoque

Sin embargo, dadas las características semánticas de la personificación y la cosificación, serán incluidas como metáforas porque no dejan de señalar a un objeto con características de persona o viceversa; es el mismo funcionamiento de una metáfora.

En resumen, analizar el eufemismo como metáfora conceptual supone que, en primer lugar, un político puede hacer entender ideas abstractas con expresiones cotidianas, o nuevas, siempre que resulten familiares a la audiencia. En segundo lugar, un político puede atenuar o hacer ambiguo un concepto haciendo que el dominio meta de una metáfora tenga connotaciones más positivas que la idea que surge del dominio fuente. En tercer lugar, el dominio fuente tiene que estar ligado al contexto de la enunciación y el dominio meta tiene que ser comprendido por la audiencia porque tiene que ser una experiencia cercana a la suya.

2.1.4 Fines del eufemismo

Para terminar con la caracterización del eufemismo, una vez definido, conocido su origen, cómo se forma y sus características formales y de fondo, es necesario saber para qué se utiliza un eufemismo en el contexto específico del lenguaje parlamentario.

Hernando (1990), define al eufemismo mediante sus fines. No obstante, la definición de Hernando (1990) no observa las causas; tampoco ofrece un contexto bien definido, aunque aplica estos fines al periodismo y al lenguaje político. Para completar un estudio completo del eufemismo y justificar los fines del eufemismo, ha sido necesario acudir a otros autores. Pese a todo, su estudio se ha aplicado a otros trabajos como Núñez Cabezas (2001), Sapena Escrivà (2013) o Córdoba Rodríguez (2015).

De acuerdo con Hernando (1990 citado por Núñez Cabezas: 420), el eufemismo tiene cuatro fines:

1. “Disfrazar lo feo de bonito o neutro”.
- 2.” Disfrazar lo fácil de complicado”.
3. “Disfrazar la vacuidad de palabrería”.
4. “Disfrazar lo concreto de vaguedades”.

Estos fines se pueden combinar de la misma forma con tres técnicas eufemísticas (1990), a saber, lenguaje amortiguado, redundancia y vaguedad. El lenguaje amortiguado supone “negar lo contrario de lo que se quiere afirmar” (Núñez Cabezas 2001: 420), de tal forma que una primera proposición sea negativa y la segunda, positiva. Por ejemplo: “la situación no admite tardanza, sino que exige rapidez y contundencia” (*ibíd.*).

Las otras dos técnicas son similares entre sí. Éstas son, por un lado, la redundancia, que supone emplear muchas palabras para ofrecer pocos datos, además de palabras comodín – elemento, cosa, repeticiones, etc.- y, por otro lado, la vaguedad, que es

similar a la redundancia, pero resulta ambigua al expresar los referentes o fuentes de información (Núñez Cabezas 2001).

Estas técnicas eufemísticas están analizadas en el lenguaje periodístico. Sin embargo, gran parte de los eufemismos que se emplean en este campo, según Hernando (1990), provienen del lenguaje político.

Los fines del eufemismo son persuasivos porque son herramientas para que la audiencia acepte un argumento, como recuerda Pujante Sánchez (2010). Arce Castillo (2006) incluye los eufemismos como mecanismos de atenuación porque aquellos suponen la regulación de máximas sociales, es decir, que sirven, de alguna forma, para jugar con el bien y con el mal. Estos mecanismos, además de modular la ética en el discurso pueden estar propiciados por corrección política, cortesía o manipulación de datos (Rodríguez González 1988).

Con respecto a los fines descritos por Hernando (1990), el primero de ellos es “disfrazar lo feo de bonito o neutro”. Este fin se basa en eliminar las connotaciones negativas de un concepto asociándolo con otro más positivo, tal y como hacen las metáforas conceptuales, descritas en el apartado 2.1.3.1 “Metáfora Conceptual y Eufemismo”. Los conceptos, en resumidas cuentas, son los encargados de que el ser humano pueda comprender el mundo (Lakoff y Johnson 1980: 39).

El segundo fin que ofrece Hernando (1990) es “disfrazar lo fácil de complicado”. De acuerdo con Michalková (2011: 25), esta finalidad se lleva a cabo gracias a “la elección de palabras o perífrasis largas, aun existiendo palabras más cortas y menos complejas para denominar exactamente lo mismo”. El fin último es convencer al contrario de que el orador sabe más, ejerciendo el poder intelectual que otorga un escaño en el Congreso o un puesto en un programa televisivo; un puesto de poder social, en definitiva (Van Dijk 1995).

Una forma de hacer parecer complicadas las cosas sencillas es el empleo de extranjerismos del inglés sirve, también, para ocultar la carencia de profesionalidad del orador (Michalková 2011: 31). Estas expresiones hacen una referencia a la vida moderna que, empleadas en español, no dan el mismo prestigio. Por ejemplo, *outsider* se refiere a ‘intruso’ u *output*, que se refiere a ‘salida’. Del mismo modo se emplean

calcos sintácticos del inglés como ‘agente sanitario’ por ‘barrendero’ (Michalková 2011).

El tercer fin que describe Hernando (1990) es “disfrazar la vacuidad de palabrería”. Es similar a disfrazar lo fácil de complicado. La diferencia radica en el empleo de un tema redundante que termina por completar un espacio de tiempo que el orador no puede rellenar con sus propias palabras. De esta forma, el orador emplea oraciones enteras sin ofrecer datos. La estrategia que se emplea en estos casos es la redundancia (Núñez Cabezas 2001: 420): “*estamos intentando dar una respuesta coyuntural a los elementos coyunturales de la crisis y una respuesta estructural a los problemas estructurales*”. Como se puede ver en el ejemplo, el político, en este caso Felipe González en una entrevista al periódico ABC en 1993, ha repetido las palabras “coyuntural” y “estructural” dos veces, ha empleado la palabra comodín “elementos” y no existe ningún referente claro: ni quienes son ‘nosotros’, ni qué crisis existe ni qué problemas estructurales hay.

El último fin descrito por Hernando (1990) es “disfrazar lo concreto de vaguedades”. Es una estrategia contraria a la anterior. Se trata de dar pocos datos acerca de un asunto sobre el que el orador ha sido preguntado o debe de hablar. En el caso de los discursos de investidura, los oradores hacen uso de un argumentario empleado en campaña para lograr llenar aquellas preguntas que se quieran evadir, o que puedan hacerlos caer en una contradicción (Cortés Rodríguez 2015). El expresidente Felipe González podría haber evitado la palabra ‘problemas’ y haberla cambiado por ‘desafíos’. Esta forma de atenuación se emplea mucho en la actualidad al hablar del soberanismo catalán¹. En lugar de emplear una fórmula que comprometa los intereses de los oradores conservadores, tanto políticos como periodistas, éstos emplean una fórmula que asemeje una crisis a un juego, a algo trivial.

¹ Índice de El País (10/4/2017) *El Desafío Secesionista de Cataluña*. Madrid: El País.
<http://elpais.com/tag/c/dac688777a281102f03c0f66a81fe5bf> (Visto el 10/4/2017).

2.1.5 Eufemismo y persuasión

Una vez desarrollados los fines, se va a hilar el eufemismo con el tipo de argumentación a la que pertenece. De esta forma, se podrá relacionar el eufemismo con el discurso político en los apartados posteriores.

Este apartado es necesario por una razón fundamental: el poder. Según Van Dijk (1995), el poder se ejerce desde el control de unos recursos que son escasos y que ofrecen una perspectiva superior a los demás. Esta perspectiva puede ser privada, como tener más dinero o más tierras, o puede ser concedida, es decir, que quien tenga el poder es porque se le haya otorgado. En el caso de la sociedad en la que vivimos, el poder es concedido a unas élites gobernantes gracias al sufragio, una votación en la que todos los ciudadanos de un país votan. No obstante, para que a los cargos electos en las votaciones se les entregue el poder, es necesario que dichos cargos demuestren a la ciudadanía y a sus rivales que merecen dicho poder.

Por esta razón, los políticos necesitan hacer que los ciudadanos les voten. Pero no sólo eso, también necesitan ganar en los debates del Congreso de los Diputados, en el Senado, la Junta, los ayuntamientos y, en definitiva, en cualquier escenario político. Para hacer que los políticos puedan hacer que los ciudadanos les den su voto necesitan persuadir o convencer. Sin embargo, es necesario distinguir entre ambas palabras.

Según la RAE, ‘persuadir’ se refiere a la acción de “inducir, mover, obligar a alguien con razones a creer o hacer algo”². Por otro lado, la definición de la Real Academia de ‘convencer’ es “incitar, mover con razones a alguien a hacer algo o a mudar de dictamen o de comportamiento”³. Aunque las definiciones de ambas son muy parecidas, la diferencia entre ambas es tan sutil como esencial. Persuadir entraña

² Real Academia Española (2014) (23 Ed.). Persuadir. <http://dle.rae.es/?id=SkN2E1W>. Visto el 10/4/2017

³ Real Academia Española (2014) (23 Ed.). Convencer. <http://dle.rae.es/?id=Afgozoa>. Visto el 10/4/2017

“mudar” de pensamiento, mientras que convencer resalta el final del proceso. Charadeau (2009) añade que persuadir a alguien significa cambiar las creencias de alguien para que realice una serie de acciones. Por otro lado (2009), convencer significa contradecir a alguien para que cambie de parecer porque los argumentos tienen peso. La diferencia está en que, en la persuasión el orador “mueve” a la audiencia o al oponente, mientras que, en el acto de convencer, la audiencia ya ha sido “movida” (Charadeau 2009). La argumentación persuasiva consta de creencias, que son los motores de la ideología (Pujante Sánchez, 2010) y de razones. Las creencias son pasionales, obedecen a impulsos y emociones.

Los fines del eufemismo llevan a atribuir un poder al emisor de un discurso por medio de parecer menos malo. Ese poder funciona en base a un sistema de valores que está idealizado, gracias al cual se establecen los símbolos con los que el poder se ejerce (Charadeau 2009). Estos valores idealizados se plasman en estos ejemplos: la estabilidad política es buena porque la inestabilidad es mala; la democracia es buena, al contrario que la dictadura. Todas estas razones son valores pasionales que no tienen por qué ser válidos o verdaderos.

La argumentación persuasiva es una actividad cognitiva cuádruple. Ésta se divide en “problematizar, tomar posición, elucidar y probar” (Charadeau 2009: 279). La primera parte de la argumentación persuasiva, ‘problematizar’, se basa en buscar una razón para intervenir o no intervenir en un asunto; la segunda consiste en hacer públicas las intenciones o decisiones respecto al asunto; la siguiente se refiere a la cadena de casualidades que le han llevado al político a ese punto y, la cuarta y última, probar por qué su tesis es válida (2009: 279). Con este fin, se pretende que el político al que se quiere persuadir entre en un marco de cuestionamiento y tome una posición que defender con contra-argumentos.

En estos argumentos se encuentra el eufemismo. El eufemismo, como ya se ha dicho, tiene como fin ocultar connotaciones negativas. En la parte ‘probar’ de la argumentación persuasiva (Charadeau 2009), el eufemismo puede servir como una prueba. Por ejemplo, para contradecir a alguien que pone de manifiesto una crisis económica, se le puede contradecir restándole importancia, argumentando que sólo es una ‘desaceleración’. No obstante, este argumento tiene que ser aceptado como completo por la audiencia (Pujante Sánchez 2010), aunque la base para persuadir al

adversario o la audiencia sea que esa palabra suena mejor que la que sustituye (crisis, en este caso).

En definitiva, el eufemismo como herramienta persuasiva se basa en restarle importancia a una afirmación para que el receptor dé por bueno un argumento sin pensarlo. Se puede hacer ya sea haciendo que una expresión (o su emisor) parezca mejor, o rellenando un hueco en el discurso que no se puede llenar con información útil.

2.2 El discurso político

En el siguiente epígrafe, último del apartado 2. Consideraciones teóricas de este trabajo, se va a proceder a describir el contexto en el que se van a identificar y analizar eufemismos y disfemismos: el discurso político.

Para describir el contexto que es el discurso político, primero, se va a definir qué es y qué características tiene. En segundo lugar, se van a concretar las características específicas que tiene el lenguaje parlamentario español, pues es el objetivo de este trabajo. Por último, se argumentará por qué la interdicción lingüística, eufemismos y disfemismos, está imbricada en el lenguaje político actual. Esta pieza es la justificación del lugar, del momento y de quiénes se extraerán los eufemismos del lenguaje parlamentario español.

2.2.1 Definición y características del discurso político.

El discurso político es difícil de describir en la medida en que no es homogéneo y apenas existen hipótesis para diferenciar los géneros entre sí de una forma clara (Gutiérrez 2006; Arce Castillo 2006). De esta manera, se proporcionará una definición del discurso político, más en concreto, del discurso parlamentario. A continuación, se argumentarán sus características.

Gutiérrez (2006) apunta que existen dos tipos de concepción del discurso político. Estas concepciones incluyen variables como son la filtración, o no, de los medios de comunicación y los elementos accesorios en el discurso. Éstas son las dos concepciones:

1. Concepción restrictiva, o producida dentro de la misma escena política (Giménez 1983: 126, citado por Gutiérrez 2006). Ejemplos de este discurso son el discurso presidencial, el de los partidos políticos o los discursos de investidura, en los que Cortés Rodríguez (2015), apunta que tienen un tiempo medido y unas pautas de discurso abierto y debate controladas por la presidencia de la cámara.
2. Concepción extensiva. Este discurso político da cabida a todos aquellos que tengan una intención política, es decir, que tengan como objetivo incidir en las relaciones de poder (Van Dijk 2004). Un ejemplo de este discurso es la manifestación o el mítin sindicalista.

El discurso político es, en todos los casos, discurso social, pues la sociedad es el medio en el que los grupos sociales interactúan entre ellos. El discurso político puro, según Gutiérrez (2006) tiene una serie de características formales a tener en cuenta en todos los niveles:

1. “Es un discurso que no se dirige tanto a convencer al adversario, como supone la retórica tradicional, sino a reconocer, distinguir y confirmar a los partidarios y atraer a los indecisos;”
 2. “Es un discurso estratégico, en la medida en que define propósitos, medios y antagonistas;”
 3. “Manifiesta propiedades performativas, lo que significa que quien lo sustenta no se limita a informar o transmitir una convicción, sino que también produce un acto, expresa públicamente un compromiso y asume una posición;”
 4. “Tiene una base esencialmente polémica: la enunciación política parece inseparable de la construcción de un adversario;”
 5. “Es un discurso argumentado que se presenta como un tejido de tesis, argumentos y pruebas destinados a esquematizar y teatralizar, de un modo determinado, el ser y el deber ser políticos ante un público determinado y en vista de una intervención sobre este público.”
- Giménez (1983: 126, citado por Gutiérrez 2006: 6-7)

El discurso que se trata en este trabajo pertenece a la concepción restrictiva, puesto que se realiza en el Congreso de los Diputados y tiene como protagonistas sólo a los ministros, que forman parte del Gobierno.

2.2.1.1 La retórica en el discurso político

El discurso político puro, no obstante, no es homogéneo, y su campo de estudio se desgana en varios géneros y subgéneros. Por ejemplo, en Cortés Rodríguez (2015: 21) se explica que se puede diferenciar con facilidad el género del discurso político por la forma de persuadir del orador, haciendo uso de la subjetividad, "pues, mediante tales creencias, intentará persuadir a los oyentes e inducirlos a hacer o creer algo interesado" (2015: 21). El uso de la subjetividad en la persuasión es necesario para comprender por qué los oradores políticos necesitan utilizar juegos de sombras en sus discursos.

Según Pujante Sánchez (2010), una de las razones por las que los juegos de sombras se utilizan es porque el orador está sujeto a dos factores: el primer factor es el tema y el segundo, el público. De esta forma, y como se ha discutido en el apartado anterior, el político tiene que ceñirse al tema del discurso, pero también tiene que tener presente que hay una oposición a la que persuadir. En caso de no conseguirlo, el orador puede estirar el tema del discurso tanto como la audiencia se lo permita. Otra forma de ganarse a su público es tratar de impresionarlo haciendo gala de conocimiento sobre temas culturales, tales como la literatura o la retórica, o hablando sobre asuntos nimios con una finalidad estratégica (Pujante Sánchez 2010).

Sin embargo, para poder producir este discurso hay que idearlo. En la retórica tradicional, el discurso político surge de la *inventio* (Pujante Sánchez, 2010: 8). Dicha operación se define como la ideación del discurso (lo que los medios actuales denominan 'argumentario') y define la forma de interpretar los hechos, pues *inventio* significa 'interpretar', 'descubrir', pero también significa 'inventar' (*ibíd.*). Pujante Sánchez (2010) admite que el discurso político es un juego de sombras elaboradas por la *inventio*, aunque también es autorreflexivo. Así pues, el discurso político es un juego de medias verdades en el que la manipulación está siempre presente pese a que la audiencia sea capaz de admitir argumentos incompletos (2010: 13).

A través de estos fundamentos, el orador político es capaz de encontrar una forma de mover las relaciones de poder que existen a través de la palabra (Van Dijk 2004). Según Arce Castillo (2006), estas herramientas forman parte de la pragmática y el eufemismo está entre ellas porque el eufemismo depende del contexto (el tema y la audiencia) y es una de las herramientas para persuadir al contrario

2.2.2 El discurso político español

Una vez definido el lenguaje político de manera universal y las herramientas que emplea, en esta sección del apartado 2.3 ‘El Discurso Político’ se va a ahondar en las características del discurso español que se desarrolla en el Congreso de los Diputados.

Los oradores que debaten en el Congreso de los Diputados tienen que seguir la normativa del Congreso (Congreso de los Diputados 1982). Según el artículo 23, los diputados pueden reunirse en torno a grupos, que pueden ser de uno o más partidos políticos, y ser representados por un portavoz. Los discursos serán emitidos, pues, por este portavoz. Según el artículo 32 (1982), es el Presidente de la Cámara “quien dirige los debates [y] mantiene el orden de los mismos” (Congreso de los Diputados 1982 Artículo 32, Párrafo 1).

2.2.2.1 Contextualización del discurso político español actual

El discurso político español tuvo un cambio fundamental en el primer Debate sobre el Estado de la Nación de 1996. Este debate supone un cambio conde la anterior retórica de herencia franquista hacia una forma de hablar más moderna. Los dos contendientes son José María Aznar, líder de la oposición, y Felipe González, presidente del gobierno. Este debate ha sido estudiado por Pujante Sánchez y Morales López (1997)

Este debate también supuso la primera vez que se empleaba dicho nombre para debatir los asuntos que acontecían en España en ese momento. Según Pujante Sánchez y Morales López (1997), el discurso empleado por José María Aznar, candidato del Partido Popular, parte de una tradición retórica decimonónica y que hace pie en los tropos, es decir, que adorna el discurso con metáforas y figuras formales. Entre éstas destacan las que hacen referencia al pasado y al presente. Son metáforas “poco elaboradas, sencillas [y] directas” (1997: 18). De esta forma, Aznar logra persuadir a la audiencia de que la situación del país en 1995 no es buena y debe cambiar. Pese a que sus metáforas hayan sido destacadas como simples, Pujante Sánchez y Morales López (1997) señalan que estas figuras acuden a esquemas conceptuales que el ciudadano tiene, por lo que pasan a ser “un medio de organización del conocimiento” (*ibíd.*) por el cual se relaciona el conocimiento de los hablantes con aspectos ideológicos y de

transcendencia política (1997). Esto hace que el discurso sea capaz de adentrarse más en los sentimientos de la audiencia, en lugar de la razón, como había mencionado Núñez Cabezas (2001). De esta forma, Aznar pudo concienciar de que era necesario un cambio.

El discurso de González, sin embargo, es mucho más retórico (en el sentido clásico), plano, sin emplear prácticamente figuras retóricas (Pujante Sánchez, 2010). Por eso se hace mucho más destacable, en este caso, el discurso de Aznar.

2.2.2.2 Características del discurso político español

El discurso político español, según Núñez Cabezas (2001), no es un discurso ejemplar. Con esto se refiere a que al discurso político español le falta “pureza lingüística” (2001: 25) por el uso excesivo de “extranjerismos, redundancia, sintaxis defectuosa” (*ibíd.*) y por “fenómenos y recursos [...] que enrarecen o dificultan el entendimiento del mensaje” (*ibíd.*), Estas son las principales características del discurso político español según Núñez Cabezas (2001: 26-46):

1. “Repetición” (26-30). Núñez Cabezas da cuenta de tres tipos de repetición: la “repetición ascendente innecesaria” (26), en la que se pasa de lo general a lo particular con la intención de parecer grandilocuente. Al segundo tipo de repetición, Núñez Cabezas (2001: 27) lo denomina “repetición de conceptos por sinonimia” y se basa en el intento de embellecer el discurso con el empleo de sinónimos que maten cada significación. El último tipo de repetición se denomina “adjetivación sinonímica” (2001: 29), que es similar al anterior, sólo que hace hincapié en los adjetivos calificativos.
2. “Alargamiento de las expresiones” (Núñez Cabezas 2001: 30). Es el alargamiento del que da cuenta Michalková (2011), que consta de expresiones que sirven para alargar los enunciados con expresiones perifrásticas, como lo son cambiar ‘antes’ por ‘con anterioridad’ ó ‘informar’ por ‘dar a conocer’ (2011: 31). También son característicos los latiguillos como “bueno, yo diría que” y “hoy por hoy” (*ibíd.*) el cliché telescópico, o unir dos sinónimos idénticos

por medio de una conjunción copulativa (“única y exclusivamente (2011: 31)) y la afijación con la intención de hacer más largas las palabras.

3. “El lenguaje autorreferencial” (2000: 34). Esta característica comprende el empleo de las palabras ‘político’, ‘gobierno’ y ‘partido’ como sustantivos y adjetivos. La función de estas palabras suele ser apelativa, pero también es representativa.
4. “Deshumanización del discurso” (2000: 35). Supone un alejamiento del discurso político tradicional, pues el discurso prescinde de una forma literaria y cuidada para recurrir a expresiones impersonales, terceras personas de singular o menciones al partido político al que pertenezcan los oradores a la hora de comparecer.
5. “Lenguaje connotativo” (2000: 39). Debido a la impersonalidad del lenguaje que se emplea y al uso de las funciones conativa y apelativa, el lenguaje político español está dirigido a los sentimientos a través de alusiones a palabras como ‘democracia’, que son capaces de evocar sentimientos en el público afín a ideas contrarias, por ejemplo, del franquismo. De esta forma, el lenguaje político español es prolífico en neologismos parciales, creados a partir de la siglación, la afijación y la composición, como ya apuntaba Casas Gómez (1986).
6. “Relación directa entre los grandes temas políticos y la producción de léxico” (2000: 40). Esta característica se describe como la producción de neologismos parciales con la intención de referir palabras exclusivamente hacia un tema. Este es el caso de temas de la Transición, con palabras nuevas o poco usadas en la época, como lo son ‘consenso’ o ‘consensualizar’ para hablar de la reforma política que se estaba llevando a cabo. Según Santiago Gervós (1992: 16-17), los grandes temas de la política española, desde la Transición, y algunas de las palabras típicas de los mismos, son los siguientes:
 - a. La reforma política
 - i. ‘Consenso, consensualizar’.
 - b. La Constitución
 - i. ‘Constitucionalización, constitucionalidad’.
 - c. Las autonomías.
 - i. ‘Autodeterminación, autonomista, autonomizado, centralismo’.
 - d. El cambio de ideología.

- i. ‘Chaqueteo, chaquetero, transfuguismo’.
- Además, Núñez Cabezas (2000: 42), incluye otros tres temas que se tratan en política:
 - e. El desempleo.
 - i. ‘Marco laboral, preacuerdo, precarización’.
 - f. El terrorismo.
 - i. ‘Guerra sucia, hecho violento, antiterrorista’.
 - g. La Unión Europea.
 - i. ‘Renacionalización, Eurocámara, euroescéptico’.
- 7. “Homogeneidad en el lenguaje político con independencia de la ideología” (2001: 43). Es decir, que todas las formaciones políticas emplean, grosso modo, las mismas expresiones. Núñez Cabezas (2001) remarca que aún hoy existen diferencias entre los propios partidos. Por ejemplo, la izquierda es más propensa a emplear palabras como ‘rojo’ o ‘comunista’ (2000: 43). De la misma forma, Pujante Sánchez (2010) y Núñez Cabezas (2001), están de acuerdo en que hay oradores que crean escuela, como es el caso de Felipe González o José María Aznar.

Ahora que el discurso político ha sido contextualizado en su contexto, con sus actores (diputados del Congreso), el lugar en el que tiene cabida (el Congreso de los Diputados), el desarrollo que tiene (debate con turnos largos regulado por la presidencia de la Cámara) y sus características, a continuación, se va a describir cómo el eufemismo y el discurso parlamentario español están imbricados

2.2.3 El discurso político español y el eufemismo

El eufemismo y el discurso político están directamente relacionados, como ya se argumentaba en Núñez Cabezas (2001), pues este tipo de discurso está orientado a tener un mensaje cifrado, a estar lleno de connotaciones y a acudir a los sentimientos de la audiencia para persuadirla. Como dijo Pujante Sánchez (2010), el discurso político es un juego de sombras porque hay significados, acciones, que se quieren ocultar o engrandecer para lograr persuadir al contrario, o a la audiencia. Otra autora también mencionada en el documento, Silvia Gutiérrez (Gutiérrez 2006), incluye el eufemismo

como modo de operación de la ideología en el discurso, tal y como se muestra en el Cuadro 2. De la misma forma, y como se ha citado de Pujante Sánchez y Morales López (1997), el discurso de Aznar, que es un ejemplo de oratoria para la derecha española, emplea tropos como la metáfora para representar lo que quiere decir.

Modos generales	Algunas estrategias de la operación simbólica
Legitimación	Racionalización Universalización Narrativización
Simulación	Sustitución Eufemización Tropo
Unificación	Estandarización Simbolización de unidad
Fragmentación	Diferenciación Expurgación del otro
Cosificación	Naturalización Eternalización Nominalización/pasivización

CUADRO 2. Modos de operación de la ideología. Gutiérrez (2006: 4)

Un ejemplo de eufemismo en el lenguaje parlamentario es el término ‘desaceleración económica’⁴, que se empleó en varios discursos del ex presidente José Luis Rodríguez Zapatero a partir de 2008. Esta locución nominal cumple todos los puntos expuestos en esta consideración teórica: primero, cumple el fin de disfrazar lo feo de bonito o neutro, evitando, así, el tabú de dar una mala noticia; en segundo lugar, según Casas Gómez (1986), ‘desaceleración’ es un derivado por sufijación de lo

⁴ REUTERS (23/6/2008), “Zapatero ve desaceleración económica hasta menos del 2% en 2008”. 20Minutos, <http://www.20minutos.es/noticia/392007/0/ZAPATERO/ECONOMIA/>. Visto el 28/2/2017.

contrario que se quiere decir, como ya indicaban Núñez Cabezas (2000) y Michalková (2011): los políticos tienden a alargar las palabras. Además, este alargamiento es mayor porque es va seguido de la palabra ‘económica’, y que suele estar adjetivado por palabras como ‘significativa’ o ‘fuerte’.

También es posible analizar esta locución nominal como si fuera una metáfora conceptual, al igual que lo hacen Santibáñez (2009), Machin y Mayr (2012) y Soriano (2017) para extraer qué connotaciones se quieren evitar:

- Dominio fuente: aminoramiento, empeoramiento de la marcha
- Dominio meta: crisis, empeoramiento de la economía
- Campo semántico en común: empeoramiento (se quiere evitar decir que la economía está empeorando)

Este término es, según Chamizo Domínguez (2004), un eufemismo semilexicalizado, puesto que la audiencia lo asimiló al comienzo de la crisis económica de 2008 y se sigue empleando en titulares de prensa con las connotaciones negativas que pretendía eludir en un principio. Sin embargo, es difícil encontrar artículos de prensa anteriores a 2008 que traten de economía y que tengan esta expresión. Por ejemplo, no es posible encontrar un artículo en Internet cuyo título sea ‘la desaceleración económica de 1929’.

3. Metodología

En este apartado se procederá a describir los criterios que se siguen para la recogida del corpus y el corpus en sí mismo. Después, se explicará la metodología que llevará a cumplir los objetivos de identificar y analizar los eufemismos en el discurso parlamentario actual. Esta metodología ha sido justificada en el apartado 2. “Consideraciones Teóricas”

3.1 El corpus

El corpus se ha recogido de la base documental del Congreso de Diputados, en la sección “Intervenciones”⁵. Una vez en este apartado, se han buscado las intervenciones que tienen que ver con temas referentes a economía y crisis. La razón por la que se ha escogido estos temas es porque han tenido un impacto muy grande en la sociedad, reflejado en desempleo, recortes y demás temas que mueven al gobierno a defender las medidas que quieren proponer. Sin embargo, estas medidas pueden no ser aceptadas por la oposición: por esta razón, el partido en el gobierno tiene que defenderlas. Una de estas tácticas de defensa –y de evasión - es el eufemismo.

Los personajes políticos que se han elegido son los que están directamente a cargo de las decisiones de la economía nacional, de la proposición ante el Congreso de las mismas, así como de defenderlas. Estos personajes son: Luis de Guindos, Ministro de Economía y Competitividad; José Manuel Soria López, Ministro de Industria, Energía y Turismo y, por último, el Presidente del Gobierno, Mariano Rajoy Brey. Todos estos personajes forman parte del partido en el poder, el Partido Popular, de carácter liberal y conservador.

El contexto en el que se producen los discursos de estos actores políticos está enmarcado en dos situaciones distintas. Tanto el señor de Guindos como el señor Soria López están en el contexto de proponer los Presupuestos Generales del Estado relativos

⁵ Congreso de los Diputados,

<http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso/Intervenciones> visto el 21/4/2017

a su cartera, respectivamente, economía e industria. El señor Rajoy Brey, por otro lado, está encargado de responder a dos preguntas relacionadas con la economía española.

El lapso de tiempo escogido es el bienio 2012-2013, enmarcado en la X Legislatura Española. Este trabajo trata discursos de estos años por dos razones:

1. Como recuerda Córdoba Rodríguez (2015), en 2013 estalla el Caso Bárcenas y la corrupción entra en el contexto político puro, en el Congreso, hasta el día de hoy. Tres años después, en 2016, el Ministro Soria López aparece en los Papeles de Panamá y la corrupción vuelve a entrar en el discurso parlamentario. Poco después, el ministro Soria López dimite. Entonces, los temas que se han escogido, la crisis y la economía, se mezclan con la corrupción en el discurso parlamentario, que es otro tema de estudio.
2. Aunque 2015 sea un año más actual, 2012 y 2013 siguen estando dentro de la misma legislatura, con lo que implica que el partido en el poder tiene los mismos objetivos e intereses, acordes a sus promesas electorales, frenar la crisis y mejorar la economía. Si los objetivos son los mismos en 2012 que en 2015, las estrategias lingüísticas tienen que ser parecidas –a excepción de casos como el mencionado en el punto 1. El lenguaje utilizado, pues, sigue siendo actual.

El esquema del corpus recogido es el siguiente (Cuadro 3):

CUADRO 3: Intervenciones en el Congreso					
Orador	Fecha	Cargo en el gobierno	Tema del discurso	Turnos de preguntas	Número en el corpus
Luis de Guindos	14/11/2012	Ministro de Economía y Competitividad	Proyecto de Ley para los Presupuestos Generales del Estado para 2013	4	1
Luis de Guindos	12/11/2013	Ministro de Economía y Competitividad	Proyecto de Ley para los Presupuestos Generales del Estado para 2014	6	2
José Manuel Soria López	13/11/2012	Ministro de Industria, Energía y Turismo	Proyecto de Ley para los Presupuestos Generales del Estado para 2013	5	3
José Manuel	13/11/2013	Ministro de Industria	Proyecto de Ley para	7	4

Soria López		Energía y Turismo	los Presupuestos Generales del Estado para 2014		
Mariano Rajoy Brey	12/9/2012		Pregunta de Cayo Lara en sesión ordinaria acerca de ajuste de 102.000 euros para el bienio 2013- 2014	1	5
Mariano Rajoy Brey	29/5/2013		Pregunta de Durán i Lleida en sesión ordinaria acerca del crédito a empresas	1	6

Cuadro 3: intervenciones en el Congreso de los Diputados que forman parte del corpus recogido

Este es el corpus y el contexto en el que se hace la recogida de datos. En los siguientes apartados se va a explicar cómo se identifican los eufemismos y bajo qué criterios se van a analizar.

3.2 Identificación

Para identificar los eufemismos en estos discursos, se van a recoger todas las expresiones que formen parte de una estrategia persuasiva. Este tipo de estrategias están descritas y justificadas en el apartado 2.1.5 “Eufemismo y Persuasión”, elaborado a partir de Van Dijk (1995), Charadeau (2009) y Pujante Sánchez (2010). Tienen las siguientes características:

1. Las estrategias persuasivas son empleadas por alguien que ostenta poder social (Van Dijk, 1995).
2. Su objetivo es mover a la audiencia a creer en lo que diga el político y aceptarlo (Charadeau, 2009).
3. Los argumentos empleados no tienen por qué basarse en datos objetivos o ideas sólidas; también son válidos los argumentos basados en creencias, pasiones o en tener que tomar un bando (Van Dijk 1995; Pujante Sánchez 2010).
4. Los argumentos empleados serán siempre vagos y ambiguos; la estrategia y los objetivos están bien definidos (Charadeau 2009; Pujante Sánchez 2010)

El nivel de identificación será léxico-semántico. Sin embargo, es necesario aclarar que la identificación será, en la mayoría de los casos, de más de una palabra porque el análisis incluye perífrasis y locuciones, hipérbolos, antífrasis, lítotes, perífrasis y circunlocuciones alusivas, en su mayor parte. El límite del análisis está en la locución porque más de un sintagma requiere más mecanismos de análisis que no están marcados en el objetivo de este trabajo. Así pues, eufemismos como “más y mejor”, “desaceleración económica”, “desequilibrio en la balanza de cambios” y “contrario a nuestra acción de gobierno” serían eufemismos válidos para la identificación léxico-semántica porque son perífrasis y locuciones englobadas en un solo sintagma nominal. Otros eufemismos como “*dar una respuesta coyuntural a los elementos coyunturales de la crisis*” excederían el nivel léxico-semántico de este trabajo al tener dos sintagmas nominales (“respuesta coyuntural” y “elementos coyunturales”), luego más unidades de significado. Estos eufemismos entrarían en el nivel sintáctico que describe Casas Gómez (1986 pág. 109).

Los criterios que se van a llevar a cabo en la identificación están basados en las estrategias para el eufemismo que describe Hernando (1990) y en la atenuación de Arce Castillo (2006). Esta identificación es pragmática y semántica porque se fija en las características del contexto en el que están los eufemismos, como son el posible impacto de aquel en el receptor, lenguaje atenuado y recursos que dirigen el significado de las expresiones que se utilizan a alterar, de alguna forma, la percepción de la realidad que tiene la audiencia. Los criterios para identificar son los siguientes:

1. Empleo de lenguaje amortiguado: decir lo contrario de lo que se quiere expresar (Hernando 1990). Debe incluir una negación y una afirmación, o viceversa.
2. Empleo de la redundancia: emplear muchas palabras para ofrecer pocos datos y usar palabras comodín (Hernando 1990)
3. Empleo de la vaguedad: usar referentes ambiguos y eludir las fuentes de información (Hernando 1990).
4. Empleo de lenguaje atenuado: la aparente minimización del beneficio del que habla o el cambio de máximas éticas según el objetivo del hablante (Arce Castillo 2006)

En este trabajo se ha prescindido del disfemismo. El disfemismo es la intensificación de un símbolo para ser utilizado en contra de un oponente. Esto supone la antítesis del eufemismo, que es la atenuación de un símbolo para ser empleado en beneficio propio. No obstante, la razón por la que se ha preferido el eufemismo al disfemismo es para persuadir sin tener que emplear a terceros, que es el radio de acción del disfemismo.

En resumen, el cuadro de identificación de eufemismos según los criterios dados es el siguiente:

Eufemismo: Revertir el problema estructural	
Orador: Luis de Guindos Jurado	Número de corpus
Criterio	Lenguaje atenuado

Cuadro 4. Ejemplo de identificación de eufemismos en el corpus

En este ejemplo, el señor ministro se refiere a la crisis económica como “problema estructural” y a “revertir” como a salir de la misma. En esta situación se reduce el impacto de las palabras empleadas: la economía es una estructura, una palabra que es más neutra que la anterior; el “problema” se tiene “revertir”, pero no cambiar o modificar porque son palabras que tienen connotaciones más negativas. Según Arce Castillo (2006) el eufemismo aquí es un mecanismo atenuante porque cambia las máximas éticas: la economía afecta a la vida de millones de personas, pero el señor ministro lo convierte en un problema en una estructura, sin que eso pueda significar que afecta a alguien.

3.3 Análisis

El análisis que se va a realizar de los eufemismos recogidos está basado en el estadio de la formación de los eufemismos (Chamizo Domínguez 2004), sus recursos léxico-semánticos (Casas Gómez 1986), si pueden ser analizados como una metáfora conceptual (Santibáñez 2009; Machin y Mayr 2012; Soriano 2017) y el fin que tienen dentro del contenido del discurso (Hernando 1990). El objetivo principal y común a todos ellos es conocer la estrategia de persuasión, el *modus operandi* del eufemismo y qué necesidad tiene el político de emplearlo. Las razones que justifican el análisis de los eufemismos son las siguientes:

1. En primer lugar, analizar el estadio de la formación de un eufemismo ayudará a determinar la causa por la que se formó. Aunque el motivo no es estrictamente semántico, si bien pragmático, analizar la formación del eufemismo y el por qué inciden en el significado de éste. Además, si el análisis que se hace es a nivel de unidad, el significado cobra mucha más importancia. De esta forma, un neologismo que parece un tecnicismo del estilo de ‘desaceleración económica’ da protagonismo a la forma para que el emisor evite parecer ignorante, o hacer pasar al receptor por ignorante (Lechado 2000). Si el eufemismo está lexicalizado puede caer en otras connotaciones y referencias. Por ejemplo, nadie del Partido Popular ha empleado la palabra ‘desaceleración’ porque se asociaría al fracaso del anterior gobierno.

2. Los recursos léxico-semánticos se van a analizar para conocer cómo se ha creado el significado del eufemismo. Si la identificación es el *qué* y el párrafo anterior describía el *por qué*, las características léxico-semánticas son el *cómo*. Además, analizar la forma puede servir, en un análisis cuantitativo, para determinar si existe una estrategia pactada entre políticos para hablar de un tema. Si el recurso lingüístico del eufemismo es semántico, es decir, un tropo de los que describe Casas Gómez (1986: 109), el análisis de dicho eufemismo se puede realizar como una metáfora conceptual con el objetivo de revelar el significado de la estrategia persuasiva. Al tratarse de un recurso más abstracto, analizar las metáforas conceptuales del discurso ayudará a esclarecer los fines de los eufemismos que se encuentren.
3. En último lugar, se van a analizar los fines del eufemismo. Que el eufemismo tenga un fin implica un ánimo de desviar la atención de lo que se está hablando en realidad de manera consciente, aunque el político lo niegue. Como recuerda Van Dijk (1995), poder persuadir se hace desde el poder, y éste puede influir en la audiencia sin necesidad de tener razón, simplemente persuadiendo con argumentos pasionales, como recuerda Charadeau (2009).

La forma en la que se va a llevar a cabo este análisis de los eufemismos identificados va a ser uno por uno. Como un análisis textual puede resultar largo, confuso y difícil de comprender, se va a emplear una tabla en la que los contenidos aparezcan de forma esquemática, organizada y puedan ser organizados en un índice. La tabla es la siguiente (Cuadro 4: esquema de análisis de eufemismos):

Eufemismo		
Número de corpus		
Orador		
Estadio de formación del eufemismo y causa	Eufemismo novedoso Semilexicalizado	Motivación político-económica

	Lexicalizado	<p>Motivación social</p> <p>Motivación cultural</p> <p>Necesidad de prestigio profesional</p> <p>Ignorancia</p> <p>Significados trasladados</p>
Características léxico-semánticas	<p>Nivel léxico</p> <p>Nivel semántico</p>	<p>De nivel léxico</p> <p>Préstamos</p> <p>Calcos semánticos</p> <p>Cultismos</p> <p>Arcaísmos</p> <p>Jergalismos</p> <p>Particularismos geográficos</p> <p>Designaciones expresivas</p> <p>Palabras comodín</p> <p>De nivel semántico</p> <p>Metonimia y sinécdoque</p> <p>Metáfora</p>

		<p>Hipérbole</p> <p>Antonomasia</p> <p>Antífrasis</p> <p>Lítote</p> <p>Perífrasis</p> <p>Circunlocuciones alusivas</p> <p>Términos genéricos</p>
Metáfora conceptual	Dominio meta:	Dominio fuente:
Finalidad	<p>Disfrazar lo feo de bonito o neutro</p> <p>Disfrazar lo fácil de complicado</p> <p>Disfrazar la vacuidad de palabrería</p> <p>Disfrazar lo concreto de vaguedades</p>	Breve explicación de por qué el eufemismo corresponde a un fin descrito por Hernando (1990)

Cuadro 5: esquema de análisis de eufemismos

En este cuadro vienen reflejadas siete filas horizontales. Las tres primeras filas, “Eufemismo”, “Número de Corpus” y “Orador” sirven para ordenar el corpus por entradas, además de hacer que se correspondan con el corpus de análisis. Las cuatro siguientes filas coinciden con las razones que justifican el análisis de los eufemismos.

Estas filas son el análisis de la formación y la causa del eufemismo, las características léxico-semánticas, el análisis del eufemismo como metáfora conceptual (si tuviese características semánticas) y el fin del eufemismo.

3.3.1 Análisis de la formación y las causas del eufemismo

El análisis de la formación de los eufemismos y las causas de los mismos han sido justificadas en los apartados 2.1.2 “La Formación del Eufemismo” y 2.1.2.1 “La Formación del Significado del Eufemismo”. En el primero de los apartados se definen y justifican las motivaciones que han dado lugar a la formación del eufemismo. En el segundo, su formación y por qué se forman.

La formación de un eufemismo en el discurso político viene dada por una serie de factores que describe Lechado (2000). Estos factores se han justificado en el apartado 2.1.2 y se han escogido por ser aplicables a los objetivos de este trabajo. Son los siguientes:

Respecto a la formación del eufemismo, se va a seguir el procedimiento de Chamizo Domínguez (2004), que ya ha sido descrito y justificado en el apartado 2.1.2.1 “La Formación del Significado del Eufemismo”. Según este autor, los eufemismos pueden ser novedosos, es decir, ser neologismos por sufijación o compuestos; semilexicalizados si aquellos eufemismos novedosos llevan un tiempo en uso y, finalmente, lexicalizados si empiezan a tomar connotaciones negativas, como el caso de “festejos taurinos” que se ha empleado antes.

La organización en el cuadro del estado de formación y sus causas se puede ver en el siguiente ejemplo ficticio:

Estadio de formación del eufemismo y causa	(estadio de formación) Lexicalizado	(Causa del eufemismo) Necesidad de prestigio profesional
--	--	---

Cuadro 6. Ejemplo de apartado de “estadio de formación del eufemismo y causa

3.3.2 Análisis lingüístico del eufemismo

Este apartado estudia lingüísticamente el eufemismo según la teoría de Casas Gómez (1986). Este apartado ha sido descrito en profundidad y justificado en el apartado 2.1.3 “Estudio Lingüístico del Eufemismo”.

El estudio lingüístico está representado en los cuadros “características léxico-semánticas” y “metáfora conceptual”.

La base lingüística del eufemismo es crucial para las estrategias persuasivas porque aquel emplea el significado para evitar unas palabras y esconderse en otras (1986). A la hora de realizar este análisis, sin embargo, el procedimiento lingüístico por el que se ha creado el eufemismo puede ser léxico completamente (de trasplante o por designación expresiva) o semántico completamente (mediante un tropo o figura retórica). Sin embargo, pueden darse combinaciones entre ambos planos y tener un procedimiento léxico y uno semántico a la vez. Este es el caso de “exógeno a nuestra acción de gobierno” en el corpus 1-4 de este trabajo. Exógeno es un cultismo, un procedimiento léxico de trasplante, mientras que “a nuestra acción de gobierno” es una perífrasis, dentro del procedimiento semántico, porque emplea más palabras de las necesarias para un mismo significado.

En el cuadro 4 están incluidas las metáforas conceptuales ya justificadas en el apartado 2.1.3.1 “Metáfora Conceptual y Eufemismo”. Su análisis se aplicará únicamente a los procedimientos semánticos, pues las metáforas conceptuales operan con el significado de las palabras y no meramente con la forma (Soriano, 2017). No obstante, la metáfora conceptual tiene un análisis que es distinto al de la metáfora como figura retórica. En primer lugar, la metáfora retórica es una herramienta que da vistosidad al discurso, la conceptual pasa inadvertida. En segundo lugar, la metáfora retórica es más artificial, la conceptual es natural y denota una visión de la realidad (Machin y Mayr 2012).

La metáfora conceptual se analiza contrastando el dominio fuente y el dominio meta. El dominio fuente, aquel que es abstracto, tiene que compartir semas, unidades mínimas de significado con el dominio meta (Machin y Mayr 2012). Por ejemplo, se

tiende a comparar las relaciones sentimentales con un viaje. Cuando se dice que el amor es un viaje.

Este análisis comparativo de semas quedará reflejado en el cuadro de análisis de la siguiente forma:

Metáfora	- Dominio fuente:	- Dominio meta:
Conceptual	Viaje	Amor

Cuadro 7. Ejemplo de organización del análisis de la metáfora conceptual. Ejemplo extraído de Machin y Mayr (2012)

Por último, en lo que respecta a la metáfora conceptual, los semas de los dominios fuente que se extraigan del análisis van a ser repartidos en campos semánticos comunes para poder ser analizados cuantitativamente mejor. Por ejemplo, el campo semántico de amor (fidelidad, constancia, determinación, lealtad, por ejemplo) serán recogidas en un mismo apartado para evitar demasiada dispersión de los datos. Un ejemplo de cuadro de porcentajes puede ser éste:

Campo semántico de amor	37%
Campo semántico de equilibrio	48%
Campo semántico de relajación	15%

Cuadro 8. Ejemplo de recogida de porcentajes de campos semánticos de metáforas conceptuales

Trabajar con los campos semánticos del dominio fuente supone una ventaja frente a trabajar con los semas de cada campo por separado porque se pueden extraer los símbolos que componen la estrategia de manera más uniforme al relacionarlos después con el dominio meta.

3.3.3 Análisis de la finalidad del eufemismo

Por último, el análisis de la finalidad del eufemismo es la orientación de éste como estrategia persuasiva. Este análisis se basa en la teoría de Hernando (1990) y está completado por el trabajo de Michalková (2011). Está definido, desarrollado y justificado en el apartado 2.1.4 “Fines del Eufemismo” de este trabajo.

El análisis de la finalidad del eufemismo es más subjetivo, aunque haya algunos criterios de identificación y del análisis general que están emparejados directamente con los fines. Éstos son:

1. “Disfrazar lo fácil de complicado” siempre estará emparejado con la causa de “necesidad de prestigio profesional” y la característica léxica de “préstamo” o “calco semántico” cuando se emplee un extranjerismo.
2. “Disfrazar lo fácil de complicado” siempre estará emparejado con la causa de “ignorancia” cuando se emplee un extranjerismo o jerga de forma incorrecta.
3. “Disfrazar la vacuidad de palabrería” siempre estará emparejado con el criterio de identificación “empleo de la redundancia”.
4. “Disfrazar lo concreto de vaguedades” siempre estará emparejado con el criterio de identificación “empleo de la vaguedad”.

En el siguiente apartado se procederá a describir los resultados de cada uno de los análisis por porcentajes y valoraciones según los criterios dados por la metodología.

4. Resultados

En esta sección se van a mostrar los resultados de analizar el corpus según los criterios mostrados en la metodología desarrollada en el apartado anterior. El primero de los resultados que se van a mostrar es la identificación, que se va a presentar primero. Después se mostrará el resultado del análisis y, finalmente, las conclusiones.

4.1 Resultados de la identificación

En el total de los seis corpus se han identificado 111 eufemismos de características léxico-semánticas, de los cuales, 52 (46,84%) son lenguaje atenuado, 35 (31,53%) son vaguedad, 23 (20,72%) son redundancia y sólo uno de los eufemismos (0,9%) es lenguaje amortiguado.

Elementos	Corpus 1	Corpus 2	Corpus 3	Corpus 4	Corpus 5	Corpus 6	TOTAL
L. amortiguado	0	1	0	0	0	0	1 0,90%
Redundancia	2	12	1	0	4	4	23 20,72%
Vaguedad	13	14	2	2	0	4	35 31,53%
L. atenuado	20	18	4	5	2	3	52 46,84%
TOTAL	35	45	7	7	6	11	111
	31,53%	40,54%	6,30%	6,30%	5,40%	9,91%	

Cuadro 9. Resultados de la identificación del corpus

Desde una perspectiva general, el corpus que más eufemismos tiene es el Corpus 2 con 46 eufemismos. Le sigue el Corpus 1 con 35. Ambos pertenecen a Luis de Guindos Jurado, ministro de economía durante la X Legislatura. Los siguientes corpus tienen entre tres y seis veces menos eufemismos que los anteriores. Los corpus 3 y 4 tienen 7 eufemismos cada uno; los números 4 y 5 tienen 6 y 11, respectivamente.

Estas diferencias tienen base en lo que cada uno de los políticos quiere defender. Es necesario comprender que al titular de economía le toque defender una serie de medidas que son contrarias a la oposición en tiempos de crisis económica. En el corpus 2, el más prolífico, se ha empleado el lenguaje amortiguado una vez, la redundancia 12 veces, la vaguedad 14, y el lenguaje atenuado 18. El primer corpus sigue una tendencia similar, aunque emplea bastante menos la redundancia, sólo dos veces. El resto de los parámetros, sin embargo, son muy parecidos: 13 empleos de la vaguedad y 20 de lenguaje atenuado. Los eufemismos en el discurso del ministro de economía han sido empleados para persuadir de forma que la audiencia piense que sus acciones son buenas, mejores de lo que parecen; así lo demuestra con expresiones como “desequilibrios en la economía” o “corrección del déficit”, que no connotan ninguna mala intención, pese a ser una valoración de la economía y una declaración de intenciones. El ministro también ha empleado la vaguedad para hablar de tales correcciones del déficit que, según él, “se están intensificando”. Además, el ministro ha remarcado sus acciones del año anterior en el corpus 2, donde ha empleado expresiones redundantes como “inversores, analistas y agencias de calificación” para destacar que la situación de la economía a su cargo ha sido revisada. También ha sido redundante al emplear adjetivos que son casi sinónimos para remarcar sus acciones: “prudentes y conservadoras”, y con “fundamento y sustento”.

Los corpus 1 y 2 son muy ricos en eufemismos, sin embargo, es necesario acudir a los criterios de análisis descritos en la metodología para poder hacer una interpretación completa de estas expresiones.

Por otro lado, los corpus 3 y 4 tienen menos eufemismos con características léxico-semánticas porque el ministro de industria ha preferido emplear oraciones largas y con muchos datos. En estas oraciones se podrían identificar más expresiones eufemísticas si se siguieran otros criterios de identificación, como los sintácticos, por ejemplo. Pese a todo esto, se han detectado siete eufemismos léxico-semánticos en cada uno de los

corpus. La tendencia de ambos corpus, 3 y 4, es similar a los corpus porque el lenguaje atenuado es el más empleado en todos ellos. Esta cifra es idéntica en el corpus 1 y el corpus 3, un 57,14%; en el 2, el lenguaje atenuado supone un 40% y en el corpus 4, un 71,42%, que es el resultado más dispar.

Antes de entrar en los últimos dos corpus, es necesario aclarar que se tratan de discursos largos, de una extensión de tres o cuatro páginas, mientras que los corpus 5 y 6 ocupan entre una y dos páginas. El tipo de intervención también tiene que ver: los cuatro primeros son discursos preparados, mientras que los números 5 y 6 son respuestas a preguntas planteadas por portavoces de otros grupos parlamentarios. Por lo tanto, los corpus 5 y 6 corresponden a lenguaje espontáneo, que no está tan planificado como el de los anteriores, que está preparado. No obstante, la espontaneidad del lenguaje no se ha contemplado en la metodología porque, de existir una estrategia persuasiva común, el lenguaje espontáneo y el no-espontáneo podrían ser muy similares.

El resultado ha sido que, en el plano cuantitativo, los corpus 5 y 6 difieren del resto y entre sí mismos: se utiliza más la redundancia que el lenguaje atenuado. El corpus 5 emplea la redundancia un 66,66%; en comparación, el corpus 2 la emplea un 26,66%, que es un resultado completamente opuesto. No ocurre lo mismo en el corpus 6, donde la redundancia es un 36,36%, mientras que el lenguaje atenuado es un 27,27% de todos los eufemismos. El resultado también es diferente en cuanto a la vaguedad, que es un 0% en el corpus 5 y un 36,36% en el 6.

Por último, es necesario aclarar que el lenguaje amortiguado se ha empleado una sola vez porque es muy poco frecuente ver una negación de una afirmación dentro de un único sintagma, no de una oración, que es como Hernando (1990) ejemplifica el lenguaje amortiguado. Este caso se ha dado en el corpus 2 al hacer una antífrasis señalando, dentro de una serie de herramientas de carácter financiero, herramientas de carácter no financiero. No obstante, el fin de este trabajo es identificar y analizar eufemismos con características léxico-semánticas. Si el fin se hubiese extendido a las características sintácticas, se hubieran podido identificar más casos de lenguaje amortiguado dentro de estos discursos.

Como conclusión a este apartado, el lenguaje empleado es interesado: se emplea mucho el lenguaje atenuado, que, según Arce Castillo (2006), sirve para cambiar la negociación de las máximas éticas y reducir el beneficio aparente de quien habla. Aparte, los políticos elegidos para recoger el corpus tienen una forma de hablar vaga que camufla los intereses que tienen y las consecuencias de sus acciones. Se pueden arrojar algunas hipótesis de por qué utilizan este lenguaje con las herramientas de identificación. Sin embargo, como decía antes, es necesario tener unas herramientas de análisis para llegar a conclusiones que no sean precipitadas acerca de las estrategias e intenciones de estos políticos.

4.2 Resultados del análisis

El análisis de los eufemismos que se han identificado ha sido largo y complejo debido a la cantidad de elementos que se han escogido para analizar. Resultados del análisis

En el siguiente apartado se va a proceder a describir los resultados del análisis según los criterios dados en la metodología. Este análisis consta de cinco partes, a saber entre el estadio de la formación del eufemismo, las causas de la formación del mismo, un análisis de las características léxicas, un análisis de las características semánticas y, para completar este apartado, una presentación de las metáforas que se han empleado para realzar los argumentos del discurso.

Antes de mostrar este análisis, es necesario remarcar que los eufemismos que se muestran son los que se han identificado, pese a que muchos de ellos puedan presentar varias características en común. Por ejemplo, “crecer y crear empleo” tiene características semánticas porque “crecer” es una metáfora conceptual; “crear empleo” forma parte de una perífrasis, que describe Casas Gómez (1986), que es redundante porque con “crecer” se engloba también “crear empleo”. Por lo tanto, el número de características es superior al número de eufemismos que se han identificado.

También hay que recordar que sólo las hipérboles, sinécdoques, metonimias y expresiones metafóricas pueden ser analizadas como metáforas conceptuales (Machin y Mayr, 2012). Así pues, no todas las expresiones con características semánticas son analizables como metáforas conceptuales.0020

4.2.1 Análisis del estadio de la formación de los eufemismos

Según Michalková (2011), en el discurso político español vale todo para persuadir al adversario, desde neologismos, jergalismos y arcaísmos que son difíciles de comprender porque no están muy difundidos, hasta el lenguaje vulgar que destaca Núñez Cabezas (2001), que se rebasa lo coloquial para llegar a ser obsceno. Con este trasfondo, se pueden prever malos usos de la lengua para lograr que la audiencia acepte un argumento, y sin embargo, no ha sido así.

Aunque el total de los eufemismos sea 110, el número de estadios de formación que se ha registrado aumenta a 116 porque hay algunos eufemismos que tienen dos estadios de formación. Este es el caso de “el fuerte crecimiento del ratio de la deuda pública”, donde “fuerte crecimiento” está lexicalizado y “ratio” está semilexicalizado porque es jerga económica que no toda la audiencia comprende. A partir del total de estadios de formación eufemismos léxico-semánticos, 92 (79,31%) de ellos están lexicalizados, es decir, que su uso se comprende por el oyente y están tan extendidos que algunos podrían ser hasta empleados como eufemismos. Semilexicalizados, por el contrario, están 19 (16,37%), un porcentaje bastante más pequeño de los que sí están normalizados. Estos eufemismos suelen comprender expresiones que son difusas, como que una medida propuesta sea el “motor de la recuperación económica” o vocabulario de la jerga económica, que el público general puede no comprender bien. Por último, del total de eufemismos se extraen cinco que son novedosos porque son préstamos o calcos semánticos del inglés, como “*Invest in Spain*” o “financiación *vía* préstamos”. También hay un neologismo que es “extracoste”, una forma de evitar la denostada palabra “sobrecoste”. Los eufemismos novedosos son sólo el 4,31% del total de los eufemismos empleados en los corpus de este trabajo.

A priori, parece que los discursos en general están hechos para ser comprendidos y que sólo se utilizan términos menos comprensibles para camuflar las intenciones bajo el discurso. Sin embargo, ¿esta forma de hablar es extensible a todos los políticos? Para comprender si todos los políticos quieren emplear eufemismos que comprenda todo el mundo, se van a calcular los porcentajes de cada uno de los corpus para determinar si el

momento en el que se hace el discurso y el orador pertenecen o pueden cambiar la estrategia.

En el corpus 1, que pertenece al discurso de Luis de Guindos de 2012, tiene 39 estadios de formación de eufemismos porque algunos tienen dos. La suma de todos los ítems es 39. De este total se extraen 30 (76,92%) eufemismos lexicalizados, 7 (17,94%) semilexicalizados y 2 (5,12%) novedosos. En comparación con el porcentaje total de eufemismos lexicalizados, que es 79,31%, semilexicalizados, el 16,37% y novedosos, el 4,31%, el discurso de 2012 del ministro de economía está equiparado con el total de todo el corpus.

El corpus 2, que se produce en 2013 por el mismo ministro, tiene unos resultados muy similares al anterior: 37 (78,72%) lexicalizados, 8 (17,02%) semilexicalizados y 2 (4,25%) novedosos. La línea del ministro de economía a la hora de introducir eufemismos más o menos comprensibles por la audiencia es estable y no varía de un año al siguiente. Habrá que esperar al análisis de las causas y el léxico-semántico para ver si se produce una variación en los resultados cualitativos.

En el corpus 3 hay un político distinto, el señor José Manuel López Soria, que presenta los presupuestos de 2012 para su departamento, Industria y Turismo. Este discurso tiene 7 estadios de eufemismos registrados que pertenecen todos, el 100%, a eufemismos lexicalizados. Esto quiere decir que el señor López Soria ha sido bastante claro en el uso del lenguaje y no ha empleado ninguna palabra que a la audiencia le pudiera costar entender.

El corpus 4, sin embargo, muestra que el ministro de industria es algo menos claro con el significado de sus palabras. De los 7 estadios de formación de eufemismos, 5 (71,42%) están lexicalizados, mientras que hay uno (14,28%) semilexicalizado y uno novedoso. Estos porcentajes son similares a los corpus 1 y 2 y al total de ítems de formación registrados, sin embargo, la diferencia de números que existe entre los corpus del señor de Guindos Jurado y López Soria hace que el parecido en porcentajes no cobre importancia.

Sin embargo, el número de eufemismos sí que cobra importancia en los corpus 5 y 6 porque pertenecen a discursos más cortos, de una página. Por lo tanto, los discursos de

Rajoy Brey y de Guindos Jurado se parecen más por la densidad de eufemismos que se encuentran porque los discursos de éste tienen una longitud mayor y el número de eufemismos léxico-semánticos es proporcional al tamaño del discurso.

Así, el corpus 5 tiene 6 estadios de formación de eufemismos registrados, de los cuales 5 (83,33%) están lexicalizados y uno (16,66%) está semilexicalizado. El corpus 6, que tiene 10 en total, encuentra 8 (72,72%) lexicalizados y 2 (18,18%) semilexicalizados. En comparación, los corpus 1 y 2 tienen, respectivamente, 76,92% y 78,72% de eufemismos semilexicalizados.

En este caso se puede observar que los discursos de los señores de Guindos Jurado y Rajoy Brey son muy similares en el uso de palabras que estén diseñadas para que la audiencia las entienda. No obstante, existen otros estilos, como el del señor López Soria, que son más claros en el nivel léxico-semántico. Para ver con más detalle similitudes o diferencias entre ellos es necesario analizar más elementos del eufemismo, como son las causas y sus características léxico-semánticas.

En el siguiente apartado se van a analizar las causas de la formación de los eufemismos según la metodología de este trabajo, basada en Lechado (2000).

4.2.2 Análisis de las causas del eufemismo

El análisis de las causas del eufemismo responde a qué necesidades tiene el político para emplear un eufemismo en lugar de una palabra. Éstas han sido descritas y justificadas en el apartado teórico y las pautas para su análisis están dadas en la parte metodológica de este trabajo. Antes de comenzar a describir los resultados, es necesario aclarar que, al igual que ocurre con los estadios de formación del eufemismo, el número de causas difiere del número total de eufemismos identificados porque hay algunos que tienen más causas que otros. Por ejemplo, “la senda de la recuperación y el crecimiento tiene un significado trasladado, que es “senda” y una motivación político-económica que es “la recuperación y el crecimiento”. En el caso de “senda”, se ha preferido utilizar una metáfora en lugar de un término político, económico o administrativo porque están

más desprestigiados y “recuperación y crecimiento” es redundante, como ya describe Núñez Cabezas (2001) en su trabajo.

El número total de ítems es 120, de los cuales 66 (55%) son motivación político-económica, 27 (19,16%) son necesidad de prestigio profesional, 6 (5x%) son provocados por ignorancia y 23 (19,16%) son significados trasladados. En una vista general, el lenguaje de estos políticos cubre lo que Núñez Cabezas (2001), Arce Castillo (2006) y Michalková (2011) se espera de ellos: que utilicen un lenguaje vago para hablar de los temas que les conciernen de forma camuflada. En segundo lugar, como ya adelantó Pujante Sánchez (2010), estos políticos cubren su espalda con palabras más elevadas, arcaísmos o jerga profesional para adquirir un caché frente a la audiencia. En tercer lugar, evitan el uso de palabras más desprestigiadas y, en cuarto lugar, cometen errores provocados por la ignorancia.

La motivación político-económica es la principal causa de los eufemismos en estos discursos. Con esta táctica, los políticos que se presentan en los corpus resultan menos agresivos. El contexto es inherente a ellos: dos de los mismos quieren persuadir a la audiencia de que sus decisiones merecen el dinero del Estado y otro de ellos, el presidente del Gobierno, está defendiendo a su gabinete de las preguntas que otros grupos del Congreso le están haciendo. Por lo tanto, evitar palabras con connotaciones negativas es algo necesario para ellos, por lo que emplean eufemismos. Estos eufemismos son, por ejemplo, expresiones como “problema estructural”, donde evitan decir que la economía tiene un problema; o “liberalización de horarios y apertura comercial”, donde evitan decir que se legaliza trabajar fines de semana y festivos. Estas expresiones pretenden persuadir a la audiencia que es contraria de que tales problemas o decisiones no son tan malas tan sólo con el impacto que genera la palabra (Arce Castillo, 2006).

La siguiente causa de eufemismos es la necesidad de prestigio profesional, que emplea palabras complicadas de jergas, cultismos o anglicismos, perífrasis largas o cualquier medio que amplifique la percepción que se tiene del saber de un orador. Se han preferido los anglicismos como “*peer review*” o “*invest in Spain*” para que el político ostente un conocimiento lingüístico, o jerga como “ratio”, que es un término que se utiliza en el estudio de la economía. También se han empleado cultismos como “extracomunitarios” o “contención” que, pese a tener equivalentes más accesibles al

público general, han sido preferidos por éstos. Así es el caso de “hemos de afrontar”, que es un arcaísmo porque cambia el verbo “tener” por “haber”.

Los significados trasladados son la tercera mayor causa de empleo de eufemismos en los discursos. Sirven para evitar palabras cuyo significado está denostado de forma general. Por esta razón se ha preferido decir “recesión” a “crisis” y “motor de la recuperación” a “nuestras medidas”. De la misma forma, no existen pérdidas de capitales, sino “desequilibrios en la economía”. No obstante, estas causa desemboca directamente en una expresión metafórica, o una sustitución a modo sinécdoque o metonimia, en la mayoría de las ocasiones porque el significado necesita un significante más fresco que uno mal conocido como “crisis” o “pérdida”.

Para terminar este análisis general de las causas, la ignorancia ha sido una causa mínima de eufemismos. Los que se han cometido han sido por emplear muletillas en lugar de articular más adjetivos que “fundamental” o “importante”, como esencial, vital, inherente o principal. Lo mismo ha ocurrido con adverbios como “fundamentalmente”. También ha ocurrido una palabra que pretendía evitar las malas connotaciones de “sobrecoste” y ha devenido en “extracoste” en un intento de sortearla.

Las motivaciones sociales y culturales no han entrado en los discursos porque no han aparecido. Al hablar de industria, turismo y economía parecía probable que aparecieran algunas de ellas para hablar de comercio exterior al referirse, por ejemplo, a etnias gitanas, personas de raza negra u otras comunidades internacionales que puedan sufrir xenofobia. Sin embargo, el tema no se ha desarrollado hacia lo cultural o social, por lo tanto, no han hecho falta.

A continuación, se van a analizar los corpus uno por uno con el fin de descubrir, al igual que en el subapartado anterior, si el tiempo o el orador tienen que ver con las causas del eufemismo.

El corpus 1 recoge 36 causas de eufemismos, de las cuales 16 (44,45%) son motivaciones político-económicas, 11 (30,55%) son necesidades de prestigio profesional y 9 (25%) son significados trasladados. En comparación con la vista general, el señor de Guindos Jurado ha necesitado menos eufemismos con motivaciones político-económicas en 2012 que en todo el lapso de tiempo que ocupa el corpus, que es

58,18%. Los significados trasladados que ha necesitado, sin embargo, son menores, en comparación con el 19,16% del total de todos los corpus. La necesidad de prestigio profesional también ha sido ligeramente inferior a la media del corpus, que es de 20,83%. En una valoración a priori, en 2012 el ministro de economía necesitó menos tacto para presentar sus presupuestos; de ahí que la motivación político-económica sea un 10,55% menor que en el total. Sin embargo, se presentó mejor y fue algo más directo en comparación con todos los discursos del corpus, con una diferencia de 27,83% por encima de eufemismos motivados por el prestigio profesional y 5,84% de significados trasladados.

El corpus 2 tiene 54 causas de eufemismos. De ellas, 30 (55,56%) corresponden a motivaciones político-económicas, 9 (16,66%) a necesidades de prestigio profesional, 3 (5,56%) a ignorancia y 12 (22,22%) a significados trasladados. En comparación con el corpus 1, el 2 tiene un 11,11% más de eufemismos causados por motivaciones político-económicas y eufemismos causados por ignorancia, una causa que el corpus anterior carece. Estas palabras son palabras comodín “fundamentalmente”, “fundamental”, que son repetidas hasta en nueve ocasiones y dan a entender que el orador no conoce más sinónimos con los que enriquecer el discurso. También ha empleado una palabra que no es del todo correcta, al menos no está aceptada por la RAE. Esta palabra es “superavitaria”. Los significados trasladados y la necesidad de prestigio profesional sí han sido utilizados en menor medida, aunque los porcentajes no son muy inferiores. Parece que este año el ministro necesitó de más tacto para presentar sus presupuestos, al contrario que el año anterior. Su discurso está, sin embargo, algo menos cuidado porque la elección de adjetivos está menos cuidada al abusar del uso de “fundamental” y “fundamentalmente”. La variación entre ambos discursos está presente en que la motivación político-económica es mayor en el segundo corpus que en el primero.

En el siguiente corpus, número 3, hay 7 causas de formación de eufemismos. Estas causas se dividen en 2, que son político-económicas y de prestigio profesional. De ellas, 6 (85,71%) pertenecen a la primera y sólo una (14,26%) a la segunda. La diferencia entre la suma de los corpus es muy grande porque la suma de los corpus es menor en cuanto a motivaciones político-económicas es de 32,38%. Sin embargo, las necesidades de prestigio profesional son menores que en el corpus, pero tampoco muy significativas (10,28%).

El corpus 4 es distinto al anterior. Tiene el mismo número de causas que el anterior, aunque están más distribuidas: 4 (57,14%) son motivaciones político-económicas, 2 (28,57%) son significados trasladados y uno (14,28%) corresponde a la razón de ignorancia. Las diferencias entre los corpus 3 y 4 son significativas: ambos sólo coinciden en la motivación político-económica, aunque el primer corpus del ministro Soria López es un 28,57% mayor que el anterior. El corpus 4 tiene una motivación por ignorancia, que supone el 14,28% y dos por significados trasladados, que son el 28,57%.

Las diferencias entre los corpus 3 y 4 son sólo significativas en cuanto al número de eufemismos con motivación político-económica. En este caso, el ministro Soria López ha necesitado de una suma similar de eufemismos que eludan la agresividad de sus propuestas, como decir que el presupuesto es “ciertamente inferior” que el año anterior, o hacer hincapié en que sus medidas son “necesarias e imprescindibles”. El único fallo que ha tenido al emplear un eufemismo ha sido emplear la palabra “extracoste”, que no es correcta. El discurso de este ministro no se puede comparar con su homólogo de economía, puesto que los eufemismos léxico-semánticos que se emplean son muchos menos que los de aquel.

Los corpus 5 y 6, producidos por el señor Rajoy Brey, son bastante parecidos entre sí. El corpus 5 tiene 6 causas de formación de eufemismos, de las cuales 2 (33,33%) son necesidades de prestigio profesional y 4 (66,67%), motivaciones político-económicas. En el último corpus hay 10 causas, 2 (20%) de las cuales son necesidades de prestigio profesional, 2 (20%) ignorancia y 6 (60%) son motivaciones político-económicas. Pese a las diferencias de número entre ambos corpus, la distribución de las causas es muy parecida: necesita más rebajar la fuerza de sus palabras que parecer profesional. La proporción de causas por motivación político-económica es mayor en ambos corpus que el total de todos los corpus, sin embargo, las causas por necesidad de prestigio profesional están equiparadas al total de todos los corpus.

El presidente del Gobierno necesita, por lo general, camuflar sus respuestas. Ejemplos de motivaciones político-económicas son “reformas estructurales” y “dificultades de acceso al crédito”. Las veces que el presidente ha utilizado eufemismos por ignorancia ha sido al repetir palabras comodín, como “fundamental” e “importante” cuando podía haber utilizado un vocabulario más rico. Ejemplos de eufemismos

motivados por necesidad de prestigio profesional son “movilizar crédito por un importe”, que es una metáfora empleada en la jerga económica y expresiones más elaboradas, como “no puedo compartir su opinión”.

En comparación con el total de causas, el presidente del Gobierno ha empleado más eufemismos con motivaciones político-económicas, 66,67% y 60% frente a un 55% del total. El corpus 5 tiene un porcentaje mayor de necesidades de prestigio profesional que el total: un 33,33% frente a un 20,83% del total. Sin embargo, el corpus 6, que tiene un 20%, tiene un porcentaje muy similar.

En conclusión, las razones que llevan a estos políticos a emplear este tipo de eufemismos son muy similares entre dos de ellos, el ministro de Guindos Jurado y el presidente Rajoy Brey. El ministro Soria López, al igual que ocurre con el estadio de formación, es diferente. De nuevo, se puede aventurar que hay una parte del discurso de todos que está en común pero hay otra que depende del orador.

Las razones político-económicas, pensadas específicamente para camuflar sus objetivos, son las más numerosas en cualquiera de los casos, seguidas de la necesidad de prestigio profesional, a excepción del corpus 4, que no presenta esta causa. El ministro de Guindos Jurado ha sido quien más ha evitado palabras desprestigiadas, algo que no han hecho sus compañeros en el gobierno, pues él ha empleado 21 de los 23 significados trasladados de todo el corpus.

4.2.3 Análisis de las características léxico-semánticas

En este apartado se mostrarán y compararán los resultados del análisis léxico-semántico. Este análisis está especificado en el apartado 3. “Metodología” y está basado en el libro de Casas Gómez (1986).

El total de elementos léxico-semánticos registrados es 129, donde 26 son elementos léxicos y 103 son semánticos. La diferencia entre el número total de eufemismos, que son 110, y el número de estas características registradas se debe a que hay eufemismos que tienen más de un elemento léxico-semántico. Por ejemplo, “las condiciones macroeconómicas presupuestarias y de financiación de la economía española” tiene jerga económica, de índole léxica, que es “macroeconómicas”; también tiene una perífrasis, puesto que “condiciones macroeconómicas presupuestarias y de financiación” es una perífrasis hecha a posta para aparentar más profesionalidad.

A continuación, se explicarán las características léxicas analizadas.

4.2.3.1 Análisis de las características léxicas

Nivel léxico	Corpus 1	Corpus 2	Corpus 3	Corpus 4	Corpus 5	Corpus 6	Total	%
Préstamos	3	2					5	19,23
Calcos semánticos	2						2	7,70
Cultismos	6	1					7	26,92
Arcaísmos	1						1	3,84
Jergalismos	2	4					6	23,07
P. Geográficos								
D. Expresivas								
P. Comodín		2				3	5	19,23
Total	14	9				3	26	
%	53,84	34,62				11,54		100

Cuadro 10. Características léxicas

De las características léxicas, la que más predomina son los cultismos (26,92%) seguido de los jergalismos y los préstamos (19,23%). Los calcos semánticos y préstamos, ambos del inglés, son menores, mientras que no se han registrado particularismos geográficos ni designaciones expresivas.

Los cultismos que se encuentran en el análisis son palabras como “exógenos” o “dotar”, que sustituyen a palabras más comunes y dan más prestigio al político. Tienen la misma motivación que los calcos semánticos y préstamos del inglés que se hacen, como “*peer review*” o “*one-off*”, aunque estos sean bastantes menos. También hay que remarcar el único arcaísmo que se hace, “retos que hemos de afrontar” donde se pone el verbo haber en lugar de tener, que es más común y actual.

La jerga económica se usa hasta en seis ocasiones y también está causada por la necesidad de dar más profesionalidad al orador. Ejemplos de jerga económica son “ganancias de competitividad” y “macroeconómicas”.

Por último, se han empleado hasta cinco palabras comodín para rellenar el discurso. A diferencia de las anteriores, el uso de estas palabras está causado por la ignorancia, porque el político no ha sabido tener más vocabulario para remarcar lo que quería decir. Estas palabras son “importante”, que se repite hasta ocho veces, “fundamental”, diez veces, y “fundamentalmente”, otras cinco.

El orador que más eufemismos con características léxicas ha empleado es el ministro de Guindos Jurado, quien ha utilizado 23, el 88,46% del total. Ha sido quien ha empleado todas las características léxico-semánticas, especialmente en el corpus 1, donde ha sido más prolífico, pese a haber menos eufemismos. En el corpus 2, sin embargo, ha preferido utilizar más la jerga económica que los cultismos y ha usado más palabras comodín, 2 de las 5 registradas en todos los corpus. Las tres palabras comodín restantes están ubicadas en el corpus 6, perteneciente al presidente Rajoy Brey.

De las 11 necesidades de prestigio profesional que hay en el corpus 1, todas coinciden con las características léxicas de este mismo corpus. En el corpus dos, la coincidencia es total, nueve causas con nueve características. Esto se debe a que el ministro de economía ha empleado un lenguaje que está alejado del uso cotidiano para camuflar sus intenciones.

4.2.3.2 Análisis de las características semánticas

Nivel semántico	Corpus 1	Corpus 2	Corpus 3	Corpus 4	Corpus 5	Corpus 6	Total	%
Metonimia	1	2					3	2,91
Sinécdoque		1					1	0,97
Metáfora	19	20	3	5	3	3	53	51,46
Hipérbole	3	4				2	9	8,73
Antonomasia								
Antífrasis								
Lítote		2					2	1,94
Perífrasis	5	11	4	2	3	3	28	27,18
C. Alusivas		4					4	3,88
T. Genéricos	2					1	3	2,91
Total	30	44	7	7	6	9	103	
%	29,13	42,71	6,79	6,79	5,82	8,73		100

Cuadro 11. Características semánticas

De todas las características semánticas empleadas, la metáfora es la que ha sido más y utilizada, 53 veces (51,46%). Después de ésta, la perífrasis se ha empleado más, pero en casi la mitad de ocasiones, 28 (27,18%). De hecho, metáforas y perífrasis han sido los elementos semánticos que han sido empleados en todos los corpus, y las únicas de los corpus 3, 4 y 5. El resto, hipérbolos, términos genéricos y circunlocuciones alusivas, han sido utilizadas de forma más dispar y restringida.

Los corpus 1 y 2 son los que han registrado más eufemismos con estas características, 30 y 44, lo que supone el 29,13% y el 42,71% del porcentaje total. De éstas, las metáforas y las más empleadas. Esta figura ha sido empleada 19 veces en el corpus 1 y 20 en el corpus 2. En porcentaje, el corpus 1 tiene un 63,33% de eufemismo como metáfora y el corpus 2, un 45,45%. Esto significa que esta figura abarca más de la mitad de los eufemismos con características semánticas en el corpus 1 y prácticamente la mitad del corpus 2.

Las perífrasis, que han sido el segundo elemento que más se ha reconocido en el análisis, han sido menos utilizadas en los corpus 1. Su uso ha caído, de un 27,18% del total, a un 16,66% en el primero. En el segundo de los corpus, han sido empleadas un 25%, en consonancia con el total.

Por otro lado, las hipérboles han sido algo menos empleadas que las perífrasis, pero también han sido relevantes. Suponen un 10% de todas las características semánticas en ambos corpus. Las metonimias suponen un porcentaje menor, aunque también merecen ser mencionadas. Éstas representan el 3,33% del total y todas son la palabra “liberalización”. Con esta palabra se representa parte del significado de libertad, que los comercios puedan abrir fines de semana y festivos; sin embargo, obvia las desventajas que pueda tener esta libertad y evita otras palabras con connotaciones más negativas, como “supresión de descansos” u “horas extra”.

En cuanto a los términos genéricos, se han empleado dos términos genéricos en el corpus 1, que son “signo (en la balanza de cambios)” y “aportaciones a organismos internacionales”, que son palabras que no tienen un referente claro y cuyo significado es difuso y muy general.

Para finalizar el comentario de este corpus, las circunlocuciones alusivas suponen un 9,09% del corpus 2. Son términos que evaden el significado real de la frase haciendo una alusión a éste como sustituir “financiación” por “préstamo”.

Los siguientes corpus, el 3 y el 4, son menos prolíficos en estos parámetros. Sin embargo, coinciden en el uso de la metáfora y la perífrasis. El corpus 3 ha empleado 3 metáforas, el 42,86%. El corpus 4, el 71%. En cuanto a perífrasis, el 3 tiene 4 (57,14%) y el 4, 2 (28,57%). En ambos casos, el ministro Soria López se ha decantado por el uso de expresiones metafóricas y más largas frente a otras figuras.

El presidente del Gobierno, Rajoy Brey, ha empleado expresiones alargadas y metáforas a partes iguales en el corpus 5. En el corpus 6 emplea, además de tres metáforas (33,33%) y tres perífrasis (33,33%), dos hipérboles (22,22%) y un término genérico (11,11%). Las hipérboles responden a hacer de un objetivo de partido algo nacional con la expresión “objetivo nacional” y a hacer que una tarea parezca difícil de forma exacerbada con “más difícil y más costoso”. El término genérico que se emplea

es “otras medidas importantes”, en el cual el referente se pierde y el significado de la expresión es muy difuso.

En una vista general, predominan las metáforas y otras expresiones con significados metafóricos, que son hipérbolos, sinécdoques y metonimias. Estas expresiones son las que se pueden analizar como metáforas conceptuales. En el siguiente apartado se expondrán las correspondencias entre dominios fuente y meta para saber qué quieren decir estos políticos al emplear estos recursos retóricos.

4.3.3.2.1 *Análisis de las metáforas conceptuales*

El fin de analizar las correspondencias entre dominio fuente y dominio meta de las metáforas conceptuales es saber cómo describen los políticos las medidas que llevan a cabo. Con este fin, se han encontrado cinco correspondencias clave entre las 56 metáforas conceptuales que se han encontrado en el texto. A continuación, se muestra un cuadro con los campos semánticos que más relevantes:

Campo semántico de equilibrio	14,28%
Campo semántico de movimiento	10,71%
Campo semántico de manipulación favorable	7,14%
Campo semántico de medicina	23,21%
Campo semántico de mecanismo	7,14%
Campo semántico de estructura	12,5%

Cuadro 12. Principales campos semánticas

El total de éstos es 74,98% del total. Estos campos semánticos se han repetido de forma significativa en casi todos los corpus, aunque sólo la medicina ha sido empleada en todos ellos. Se han agrupado de la siguiente forma:

- Equilibrio como estado de la economía: la balanza ha sido empleada como forma de medir si hay déficit o superávit. Por esta razón, los desequilibrios significan que hay déficit y el equilibrio, superávit.
- El movimiento como inversión: el acto de pagar, financiar o invertir dinero se equipara con moverlo. Expresiones como “movilizar crédito” indican que se ha tenido que pagar o se quiere pagar. Sin embargo, perder dinero también se expresa con movimiento, como es el caso de la expresión “recesión”.
- Manipulación favorable como forma de arreglar la economía: la primera se ha desarrollado con la expresión “corrección”. El gobierno pone medidas que son capaces de corregir las cosas que vayan mal. Por lo tanto, estos políticos son los que hacen bien.
- La medicina como el desarrollo de la economía: la medicina se ha empleado como una forma de equiparar la mejoría de la economía con la de un ser vivo. Estos políticos han hablado de “evolución positiva” de la economía como si se tratara de un paciente y de su crecimiento como si fuera un niño. También han empleado varias veces la expresión “recuperación” al igual que se describen a los convalecientes que mejoran tras un accidente o una enfermedad.
- Las medidas propuestas son un mecanismo: se refiere a las medidas como “motor” y “mecanismos”. Éstas pueden ser la solución de la crisis como “motor de la recuperación económica”, o métodos para que el Estado reciba dinero, como “mecanismos de financiación”.
- La economía es una estructura: se habla de los cambios que se proponen como si se repusieran las piezas de un coche o un puente. Renovar los métodos de financiación aparece como una “reestructuración”, las nuevas medidas son “cambios estructurales” y también “reformas, lo que acentúa este significado.

En general, los términos que se utilizan sirven para dar una perspectiva superior a quienes emplean estos términos. No sólo describen como agentes fundamentales a los miembros del gobierno, quienes manipulan los mecanismos y la estructura y movilizan el dinero, sino que además corrigen los problemas, además de cuidar de la economía.

4.2.4 Análisis de los fines del eufemismo

Los fines del eufemismo, a diferencia de los demás elementos de identificación y análisis, coinciden en número con el número total de eufemismos, que es 110. Los fines descritos son cuatro y están basados en el trabajo de Hernando (1990). Éstos son:

Fines del eufemismo	Corpus 1	Corpus 2	Corpus 3	Corpus 4	Corpus 5	Corpus 6	Total	%
D. feo de bonito	12	11	3	3	2	2	33	30
D. fácil de complicado	7	15		1	1	3	27	24,54
D. vacuidad de palabrería	1	11	2	3	3	5	24	21,81
D. lo concreto de vaguedades	15	8	2			1	26	23,63
Total	35	45	7	7	6	11	110	
%	31,81	40,90	6,36	6,36	5,45	10		

Cuadro 13. Fines del eufemismo

Los fines que se reúnen están muy equiparados, puesto que la mayor diferencia está entre “disfrazar lo feo de bonito o neutro” y “disfrazar la vacuidad de palabrería” y supone un 8,21%. Hay también algunas particularidades que se pueden resaltar y es que no todos los fines se repiten en todos los corpus. Por ejemplo, el corpus 3 no disfrazo lo fácil de complicado ni se disfrazo lo concreto de vaguedades en los corpus 4 y 5. Sin embargo, todos los políticos han utilizado entre 2012 y 2013 todos los fines del eufemismo, aunque haya sido una sola vez.

Al igual que en los otros análisis, el ministro de Guindos Jurado ha sido quien ha recogido más elementos de análisis: 31,81% en el primer corpus y 40,90% en el segundo. En el corpus 1 se han recogido 12 (34,28%) fines de disfrazar lo feo de bonito y 15 (42,86%) relativas a camuflar lo concreto de vaguedades, un hecho que supone la mayoría de los fines de este ministro.

Sin embargo, el corpus 2 disfrazo el doble de cosas fáciles de complicadas y supone el 33,33% del total de este corpus. “Disfrazar la vacuidad de palabrería” se emplea mucho más en este corpus, un 24,44% frente a un 2,22% del anterior. “Disfrazar lo concreto de vaguedades”, por el contrario, es un fin que se reduce a la mitad. El número de eufemismos que hacen de lo feo bonito se mantiene, aunque no en la misma proporción (un 34,28% en el primer corpus y un 24,44% en el segundo). A primera

vista, parece que el ministro de economía necesita complicar más su discurso tras un año de mandato, mientras que sigue defendiendo sus propuestas de la misma manera.

Los corpus 3 y 4 tienen como fin disfrazar lo feo de bonito o neutro un 42,86%. Lo mismo ocurre con disfrazar la vacuidad de palabrería, que es un 42,86% en el corpus 2 y un 28,57% en el primero. Tras ver este análisis, el fin principal de estos eufemismos del ministro Soria López es embellecer lo que dice y rellenar tiempo en el discurso.

Sin embargo, la tendencia se invierte en los corpus 5 y 6, del presidente Rajoy Brey, donde “disfrazar la vacuidad de palabrería” está por encima de los otros fines con un 50% en el corpus 5 y un 45,45% en el segundo. A pesar de todo, su segunda prioridad es hacer más bonito lo que dice, con un 33,33% y un 18,18% de “disfrazar lo feo de bonito o neutro”.

Todos los fines han seguido una tendencia similar, a excepción de los corpus 1 y 2, que en un año han duplicado dos de los elementos de análisis y otro ha subido un 22,22%. Pese a estas diferencias, todos los discursos analizados han tenido como objetivo, de una forma u otra, distorsionar la realidad de cualquiera de los modos aquí descritos.

5. Conclusiones

Las conclusiones de este trabajo se basan en las coincidencias que se han obtenido en los análisis y en el trabajo de autores anteriores. Se puede extraer que:

1. No existe un consenso entre el empleo de eufemismos como estrategia persuasiva. Los discursos de Guindos Jurado y Soria López varían mucho en número de eufemismos. Los de Guindos Jurado ocupan un 72,72% del total, mientras que los de Soria López sólo un 12,72%.
2. Existe una homogeneidad respecto al uso de eufemismos en el discurso hacia una audiencia y una respuesta dada a un oponente. Los discursos de Rajoy Brey y de Guindos Jurado han mostrado porcentajes muy similares a lo largo del análisis.
3. La necesidad de prestigio profesional está ligada a un vocabulario menos comprensible. Los elementos que están semilexicalizados suponen un 16,37% y los novedosos son un 4,31% del total. Juntos suman 20,68%. La causa que se describe en este epígrafe es un 20,83%. Sin embargo, la coincidencia no es total, porque hay eufemismos que son novedosos, como “extracoste”, que están provocados por la ignorancia del orador.
4. Los eufemismos semilexicalizados son, en su mayoría de nivel léxico. Los eufemismos con características léxicas son un 20,15%, mientras que los semilexicalizados son un 16,37%. Hay coincidencias que son completas, como por ejemplo, todos los jergalismos son económicos y su uso no está extendido por toda la población.
5. Todas las palabras comodín están motivadas por la ignorancia, salvo “extracoste”. Esto se debe a la dificultad de los políticos de utilizar sinónimos para describir situaciones más allá de utilizarlos de forma redundante, como es el caso de “más difícil y más costoso”. Esta idea cuadra con la tesis de Núñez Cabezas (2001), en la cual este autor dice que los políticos repiten los adjetivos a lo largo del discurso.
6. Todos los significados trasladados tienen características semánticas. Para evitar significados que no estén históricamente aceptados, los políticos han acudido al significado para evitar connotaciones negativas.

7. Los significados de los eufemismos tienen, en su mayoría, un potente lenguaje connotativo, al igual que Núñez Cabezas (2001) afirma. Esto se demuestra porque hay bastantes más elementos analizados con características semánticas que léxicas.
8. Existe mensaje oculto tras las connotaciones del discurso. Tal mensaje se descifra al analizar las metáforas conceptuales: el partido en el poder acude a la medicina, la mecánica, las estructuras, el movimiento y la capacidad de corregir para descubrirse como el partido ideal para arreglar la economía del país.
9. Los fines de los eufemismos analizados son todos los descritos. La diferencia entre ellos es mínima. Sin embargo, todos ellos están especialmente de acuerdo en hacer bonito lo feo y en disfrazar la vacuidad de palabrería.

Pese a todos los datos registrados y analizados, este trabajo tiene una serie de limitaciones que vienen dadas por ser un trabajo de fin de máster: la primera de ellas es ceñirse sólo al nivel léxico-semántico. En los corpus 3 y 4, probablemente, se podrían haber identificado y analizado muchos más eufemismos con otras características. El número de corpus que se han analizado también podría haber sido mayor, sin embargo, el tiempo que se debe dedicar a este trabajo está determinado por el número de créditos que dispone. En una investigación en la que se pueda dedicar más tiempo, se podrían haber estudiado más discursos de otros temas y con un lapso de tiempo mayor. Otra limitación que ha encontrado este trabajo es no haber estudiado el lenguaje de mujeres. La razón por la que no se han incluido sujetos femeninos está ceñida al tema, que era economía. De haberse expandido el tema, se hubieran podido estudiar.

Bibliografía de referencia

Arce Castillo, Á., 2006. *El lenguaje político: Recursos pragmático-discursivos en registros formales e informales*. Salamanca: Ratio legis.

Casas Gómez, M., 1986. *La interdicción lingüística: Mecanismos del eufemismo y el disfemismo*. Universidad de Cádiz ed. Cádiz: s.n.

Chamizo Domínguez, P., 2004. La función social y cognitiva del eufemismo y disfemismo. *Panace*, V(15), pp. 45-51.

Córdoba Rodríguez, M., 2015. El eufemismo político llevado al extremo: El caso Bárcenas. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, Volumen 64, pp. 126-147.

Cortés Rodríguez, L. M., 2015. *Análisis del discurso político: Consideraciones acerca de los debates en torno al estado de la nación*. Almería: Editorial universidad de Almería.

Crespo Fernández, E., 2008. La conceptualización metafórica del eufemismo en epitafios. *Estudios Filológicos*, Volumen 43, pp. 83-100.

Fairclough, N., 2001. *Language and power*. Londres: Pearson Education.

Freud, S., 1975. *Three essays on the theory of sexuality*. Londres: Basic Books.

Gallud jardiel, E., 2005. El eufemismo como instrumento de manipulación social. *Revista de Comunicación y Hombre*, Issue 1, pp. 121-129.

García Sánchez, F. J., 2010. *Eufemismos y disfemismos en el discurso parlamentario español*. Granada, Editorial Universidad de Granada, pp. 231-235.

Giménez, G., 1983. Poder, Estado y Discurso. En: *El análisis del discurso político-jurídico*. México D.F.: UNAM, p. Capítulo V.

Gómez Sánchez, M. E., 2003. Expresiones eufemísticas en los textos informativos: Normas y prácticas. *Interlingüística*, Volumen 14, pp. 473-480.

- Gutiérrez, S., 2006. *Discurso político y argumentación*. [En línea]
Available at: <https://www.researchgate.net/publication/251886295>
[Último acceso: 14 12 2016].
- Hernando, B., 1990. *Lenguaje de la prensa*. Madrid: Eudema.
- Kress, G. & Van Leeuwen, J., 1996. *Reading images: The grammar of visual design*. Londres: Routledge.
- Lakoff, G. & Johnson, M., 1980. *Metaphors we live by*. Londres: The University of Chicago Press.
- Lázaro Carreter, F., 1962. *Diccionario de términos filológicos*. Madrid: Gredos.
- Lechado, J. M., 2000. *Diccionario de eufemismos. El primer diccionario de eufemismos del español actual*. Madrid: Verbum.
- Machin, D. & Mayr, A., 2012. *How to Do Critical Discourse Analysis: a Multimodal Introduction*. London: Sage Publications Ltd.
- Michalková, V., 2011. *Análisis lingüístico del discurso político español con especial atención al uso de los eufemismos*, Brno: Masarykova Univerzita, Filozofická fakulta.
- Neamen, J. S. & Silver, C. G., 1983. *A dictionary of euphemism*. Londres: Unwin Paperbacks.
- Núñez Cabezas, E. A., 2000. *Aproximación al léxico del lenguaje político español*, Málaga: Departamento de Filología Española II, Teoría de la Literatura y Periodismo, Universidad de Málaga.
- Núñez Cabezas, E. A. & Guerrero-Salazar, S., 2002. *El lenguaje político español*. Madrid: Cátedra.
- Pujante Sánchez, D., 2010. *Biblioteca Virtual Universal*. [En línea]
Available at: <http://www.biblioteca.org.ar/>
[Último acceso: 14 12 2016].

Pujante Sánchez, D. & Morales López, E., 1997. Discurso político en la actual democracia española. *Discurso*, Volumen 21/22, pp. 39-75.

Rodríguez González, F., 1988. Eufemismo y propaganda política. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, Issue 1, pp. 153-170.

Santiago Gervós, J. d., 1992. *El léxicopolítico de la transición española*. Salamanca: Ediciones de la universidad de Salamanca.

Santibáñez, C., 2009. Metáforas y argumentación: Lugar y función de las metáforas conceptuales en la actividad argumentativa. *Revista Signos*, 42(70), pp. 245-269.

Sapena Escrivà, A., 2013. *El eufemismo en el lenguaje político. Distintos géneros, distintos usos*, Almería: Máster en Comunicación Social.

Soledad González, D., 2016. Algunos aspectos de los eufemismos y disfemismos considerados como clases de metáforas. *Anuario de Letras. Lingüística y Filología*, IV(1), pp. 197-212.

Soledad Montero, A., 2012. Significantes vacíos y disputas por el sentido en el discurso argumentativo: Un enfoque argumentativo. *Identidades*, 2(3), pp. 1-25.

Soler-Espiauba, D., 2006. *El habla de los políticos: Del eufemismo al insulto, pasando por el (buen o mal) talante*. Logroño, Las destrezas orales en la enseñanza del español L2-LE: XVII Congreso Internacional de la Asociación del Español como lengua extranjera (ASELE), pp. 997-1014.

Soriano, C., 2017. *StudyLib*. [En línea]
Available at: <http://studylib.es/doc/6416636/soriano---la-metáfora-conceptual>
[Último acceso: 28 mayo 2017].

Stalnaker, R., 1998. On the representation of context. *Journal of logic, language, and information*, 7(1), pp. 3-19.

Talbot, M., Atkinson, K. & Atkinson, D., 2003. *Language and power in the modern world*. Edimburgo: Edinburgh University Press.

Van Dijk, T. A., 1995. Discourse analysis as ideology analysis. En: C. Schäffner & A. L. Wenden, edits. *Language and peace*. s.l.:s.n., pp. 17-33.

Van Dijk, T. A., 2004. *Discurso y Dominación*. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, pp. 1-28.

Zapata-Barrero, R. & Van Dijk, T. A., 2007. Introducción: Inmigración y discurso. En: *Inmigración y discurso*. Barcelona: Romanyà Valls, pp. 9-17.

Bibliografía de corpus

Congreso de los Diputados (14 de noviembre de 2012) *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados: Pleno y Sesión Permanente*. Madrid, pp. 33-41.

Congreso de los Diputados (12 de noviembre de 2013) *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados: Pleno y Sesión Permanente*. Madrid, pp. 12-16.

Congreso de los Diputados (13 de noviembre de 2012) *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados: Pleno y Sesión Permanente*. Madrid, pp. 31-33.

Congreso de los Diputados (13 de noviembre de 2013) *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados: Pleno y Sesión Permanente*. Madrid, pp. 29-30.

Congreso de los Diputados (12 de septiembre de 2012) *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados: Pleno y Sesión Permanente*. Madrid, pp. 5-6.

Congreso de los Diputados (29 de mayo de 2013) *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados: Pleno y Sesión Permanente*. Madrid, pp. 7-8.