



I. ESCENARIOS **I. SCENERY**

Coordinadores / Coordinated by: *Mariano Dagatti y Teresa Velázquez García Talavera*

Presentación. *Introduction*

Mariano Dagatti y Teresa Velázquez García-Talavera

(pág 15 - pág 22)

Nuestra experiencia cotidiana de la realidad está atravesada por la mediatización acelerada de las esferas pública y privada. La política —ese conjunto de actividades que se asocian con la toma de decisiones de una comunidad o sociedad y que procura resolver la pregunta acerca de *cómo vivir juntos*— no resulta la excepción: el sistema político, los actores y los grupos, las identidades, comunidades o colectivos, los relatos, los cuerpos y las estrategias políticas, sus espacios y su tiempos, están atravesados por la ruptura de escala —y la progresiva indeterminación— que los fenómenos mediáticos generan en muchas de sus prácticas, palabras y gestos.

Las transiciones democráticas en América Latina y la Península Ibérica y la consolidación del “horizonte democrático” como *la* forma legítima de gobierno en gran parte de Europa en los años ochenta corrieron paralelas al pasaje de una *sociedad mediática* —en la que los medios de comunicación serían una clase de espejo donde la sociedad industrial se refleja y por el cual ella se comunicaba— a una *sociedad mediatizada*, en la que los medios no son solamente dispositivos de reproducción de un real al que copiarían con mayor o menor fidelidad, sino más bien dispositivos de producción de sentido (Verón 2001). Con el desarrollo de Internet, los *smartphones* y las redes sociales digitales, las primeras dos décadas del siglo XXI fueron testigo de la emergencia, expansión y consolidación de un nuevo ecosistema mediático dominado por una integración tecnológica sin precedentes del lado de la oferta y por una “individualización” creciente de la programación del consumo del lado de la demanda (Verón 2009). Facebook fue lanzado en 2004, You Tube, en 2005; Twitter, en 2006; Whatsapp, en 2009; Instagram, en 2010. Lo que indica que utilizemos el pretérito perfecto para referirnos a una franja temporal de diez años a la hora de analizar los cambios operados en la sociedad en un periodo de tiempo tan corto.

Históricamente, el discurso político ha sido un objeto de investigación predilecto para las “ciencias del sentido”. Las diferentes disciplinas —la semiótica, la retórica, la comunicación y el análisis del discurso, en primera línea— coinciden *ab initio* en que “lo político” suele implicar enunciados que circulan en torno a las instituciones políticas. No parece ilógico, ya que las unidades de análisis han de estar asociadas a condiciones de producción más o menos estables y, por lo tanto, parece “natural” situarse dentro del marco de contextos institucionales fácilmente identificables. Sin embargo, el estado del discurso social —por decirlo con las palabras de Angenot (2010)— en el que estos circulan, producen y cobran sentido ha mutado: mutaron las instituciones de la política; mutaron sus géneros, sus temas de agenda; mutaron sus oradores, sus modos de autorización, sus estrategias de persuasión, sus soportes y dispositivos. Diríamos que estos dispositivos y plataformas hacen que el discurso político —reposado y argumentado en otros momentos— se transforme a menudo en píldoras concentradas con el fin de hacer llegar su mensaje e ideología.

La preferencia de estas disciplinas por el discurso político estuvo acompañada, inicialmente, de una marcada inclinación por los textos impresos y los documentos escritos, guiada por una concepción eminentemente “verbal” del lenguaje político. En 1987, Eliseo Verón, en su conocido artículo “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política”, advertía sobre los riesgos de reducir la multimodalidad de los fenómenos de esta índole a un “ente de palabra”. La complejidad creciente de la mediatización de las sociedades industriales —y después posindustriales— “afecta todos los discursos sociales, y el discurso político en particular” (Verón 1987: 11), exigiendo de las estrategias discursivas —durante mucho tiempo estrategias de la escritura y de la palabra— la capacidad de adaptarse a nuevos soportes materiales. Con la mutación del ecosistema mediático, se pasa —de acuerdo con Lucrecia Escudero Chauvel— de “un régimen de representaciones fundado sobre la dependencia de los medios (los medios están allí para decirnos la verdad) a un régimen de producción de un real mediático en el cual lo político aparece fuertemente interdependiente” (2007: 41). Si hasta pasada la primera mitad del siglo XX, la prensa y la radio dominaban el paisaje audiovisual, a fines del siglo XX la televisión se vuelve el más relevante de los medios, la estrella que irradia energía al sistema entero; hoy en día, el sistema de medios conectivos —y “la cultura de la conectividad” (van Dijck 2016) a ellos asociados— ha generado modos de circulación discursiva que distan del paisaje mediático anterior.

§

A casi veinte años de la señera *deSignis 2*, “La Comunicación Política. Transformaciones del espacio público”, muchos de los tópicos e interrogantes allí planteados siguen vigentes, aun cuando cambien los términos, las teorías y los dispositivos de referencia: por ejemplo, la articulación entre medios, actores y sociedad civil; la mutación de las características estilísticas y enunciativas del discurso o la comunicación políticos, los géneros y formatos dominantes, emergentes y residuales, la competencia entre medios y política por construir colectivos a corto, medio y largo plazo. No pasan, empero, dos décadas sin que nuevos objetos se impongan. Este nuevo número pretende indagar las características del discurso político en las democracias occidentales del siglo XXI, sociedades que han mutado aceleradamente desde entonces (Rosa, 2010) y que se han vuelto sistémicamente “hipermediáticas” (Carlón 2016) y culturalmente “convergentes” (Jenkins 2008).

La declinación de los antiguos actores colectivos, los procesos de individualización y personalización, la pérdida de confianza en los partidos han modificado —como señala Sergio Fabbrini en *El ascenso del príncipe democrático*— las coordenadas de la política y su conexión con los medios. No son los únicos factores; a ello se suma el cambio de la relación de los actores individuales con los fenómenos mediáticos, la erosión gradual de los límites del campo político y los nuevos estilos de ciudadanía, que ponen en escena desafíos fundamentales para la política del siglo XXI.

Este número de *deSignis* compila artículos que reflexionan, desde una perspectiva semiótica, sobre las relaciones entre política y comunicación en las democracias occidentales del siglo XXI, teniendo en cuenta el cambio decisivo en las formas de representación, participación y consumo dentro del ecosistema mediático contemporáneo. La geografía

que abarcan los artículos seleccionados es amplia: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, Francia, Italia, México, Reino Unido y Uruguay. Sin embargo, la diversidad de casos y objetos de estudios no impide encontrar líneas rectoras, dimensiones comunes de trabajo, que nos han conducido a proponer tres grandes secciones dentro de “Escenarios”: (1) Las estrategias del discurso político y sus transformaciones, (2) Identidades, tiempos y narrativas del discurso político, y (3) La mediatización del discurso político contemporáneo. La circulación global del COVID-19 —escándalo semiótico de una potencia inusual— agrega nuevas vetas de inusual potencia.

El recorrido propuesto en nuestro índice, entonces, comienza con una sección dedicada a las estrategias del discurso político y sus transformaciones como resultado de las mutaciones de las esferas política, mediática y ciudadana a lo largo del siglo en curso. Ofrece una reflexión sobre las transformaciones surgidas en las formas de hacer y decir la política como resultado de las estrategias de los diferentes actores sociales, y de los actores políticos específicamente. Se trata de pensar —en el cruce de disciplinas como la semiótica, la antropología, la historia de las ideas y la comunicación— los regímenes de decibilidad y de visibilidad de la política.

Como introducción —y a manera de homenaje por su reciente muerte—, contamos con el clásico artículo de Paolo Fabbri, en colaboración con Aurelia Marcarino, sobre las categorías semióticas más importantes para describir el discurso político, teniendo en cuenta modalidades, actos de habla y competencias de los actores políticos. Su objetivo es reflexionar con ellas sobre las estrategias para la construcción de legitimidad y autoridad. En diálogo con este artículo de referencia, Miguel Martín, Asja Fior y Jorge Lozano procuran abordar la gramática del «poder» del discurso político a partir de su destinatario, es decir, teniendo en cuenta cómo el sujeto enunciativo ejerce el poder como una competencia modal para convencer, persuadir y programar al enunciatario.

Con base en la semiótica de la Escuela de París, Juan Alonso Aldama estudia los regímenes de veridicción y los simulacros de la política en las democracias contemporáneas, con el foco puesto en el cambio epistemológico de la significación de la mentira en política. Su propuesta constituye un aporte a la reflexión sobre el estatuto de lo verdadero y lo falso en la era de las *fake news*, la *infomedia* y los *bots*.

Como en el de Alonso Aldama, las características semióticas de la nueva política están en el corazón del artículo de Félix Ríos. Su interés está centrado en algunas de las estrategias discursivas de Podemos (España) y sus condiciones de producción, con el fin de explicar las razones del auge y la caída de un proyecto que quería cambiar el sistema dominante sin que haya alcanzado sus objetivos hasta ahora. También la política española es el tema de Teresa Velázquez García-Talavera, donde se expone de qué manera las estrategias presentes en las formas discursivas empleadas por los políticos en sus mensajes a través de las redes sociales, y en coherencia con sus intervenciones en las sedes parlamentarias, se traducen en la reiteración de un discurso repleto de simplificaciones argumentales y falto de propuestas.

La potencia y difusión de las voces de estos sectores en la política europea —sea a la izquierda o a la derecha del tablero político— contrasta con el silenciamiento de la voz

y la palabra femeninas que Amanda Braga estudia en su artículo de manera diacrónica –desde la Antigüedad Clásica hasta la cobertura mediática reciente del habla pública de la diputada brasileña Tabata Amaral–. Con base en el análisis del discurso derivado de la perspectiva de Michel Foucault, el texto se propone demostrar que las memorias del período clásico, a pesar de las discontinuidades promovidas por la cultura occidental, se materializan aún en nuestra vida política.

Como cierre de esta sección, contamos con el artículo de María Alejandra Vitale sobre las estrategias semi-discursivas del presidente argentino Alberto Fernández en sus discursos orientados a promover el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio durante los meses álgidos del COVID-19 en la Argentina. La construcción de una imagen pedagógica, la puesta en escena de una unidad política frente a la pandemia son fenómenos que la autora toma como indicios de una autoridad que el dirigente intenta desplegar a pocos meses de haber asumido su mandato.

La segunda sección está dedicada a las identidades, tiempos y narrativas del discurso político. Indagamos los escenarios del discurso político, sus lenguajes, sus formas de mediatización, y los colectivos e identidades que buscan producir a partir de la interpelación cotidiana. Nos interesa pensar cómo los diferentes actores, partidos y fuerzas políticas, los diversos colectivos sociales, los ciudadanos mismos como “individuos” con capacidad de acceso a la palestra pública, las diferentes instituciones públicas y privadas construyen a través de dispositivos varios su identidad, su imagen y expresan su voz, su historia, su testimonio. Al mismo tiempo, cada una de estas cuestiones conducen a la pregunta por cómo las instituciones, los grupos, los individuos narran su presente y sus tradiciones, qué horizontes de futuro despliegan, qué formas de identidad y de alteridad imaginan, qué concepciones del tiempo y del espacio tienen y cuáles utilizan a fin de definir sus utopías, sus proyectos, sus demandas. Entre nuestras principales preocupaciones conviven asuntos de larga y de nueva data: el peso de los liderazgos y su reputación, la pregnancia de las tradiciones, el poder de ciertos acontecimientos para reconfigurar la topología de un campo, el poder mismo del lenguaje (verbal, visual, sonoro) a la hora de imaginar la soberanía política y cultural, y de construir colectivos políticos.

El artículo de Maria Cristina Addis que abre la sección tiene por objeto las apariciones en *talk shows* de los líderes de las cuatro principales fuerzas políticas italianas en las elecciones europeas de 2019, tres de ellas consideradas públicamente –e incluso orgullosamente autodenominadas– “populistas”. También el populismo –un fenómeno transversal a nuestras tres secciones– es tema de interés en el artículo de Sebastián Moreno Barreneche sobre la polarización política y el fanatismo ‘blando’. El autor presenta una hipótesis sobre estos dos fenómenos de carácter afectivo y el ejercicio de la violencia simbólica, teniendo en cuenta una dinámica de construcción discursiva de actores colectivos a partir del clivaje nosotros/ellos.

Considerada una forma hoy día dominante de configuración de identidad política, el populismo trabaja sobre la oposición entre un “nosotros” y un “ellos” –*endogrupo* y *exogrupo*, diría van Dijk (2003)– que debería conducir a la dicotomización del campo social. Con referencia a los trabajos clásicos de Benveniste, Dardo Scavino reflexiona –a partir de

un estudio que se remonta hasta la Antigüedad clásica– sobre las características del ‘nosotros’ político, y echa luz sobre los modos en que alguien puede aspirar a convertirse en portavoz o vocero de un colectivo o grupo social.

Con foco en la última campaña electoral –y específicamente en la comunicación política del partido a la postre ganador, el Frente de Todos– María Elena Qués, por un lado, y Mariano Dagatti y Mariana Gómez Triben, por el otro, estudian las características enunciativas, narrativas y argumentativas de la principal fuerza política argentina, que ha gobernado el país durante casi todo el siglo XXI. Otro tanto hace Gladys Lucía Acosta con referencia a la campaña presidencial en Colombia en 2018, de la que saldría vencedor Iván Duque, heredero de la política de seguridad nacional del expresidente Álvaro Uribe. La autora propone un análisis –en la perspectiva de una semiótica discursiva– de la puesta en escena del proyecto político de *Colombia Humana*, abanderado por el candidato Gustavo Petro. Su fin es mostrar los mecanismos discursivos y las múltiples semiosis desde las cuales dicho proyecto construye, en un contexto político proclive a las propuestas de una derecha ultraconservadora, un cuerpo de saber y de decir que le da existencia a un sujeto político capaz de revivir la esperanza en el cambio.

La mediatización de las sociedades democráticas postindustriales que caracterizó las últimas tres décadas del siglo XX adquiere un grado mayor de complejidad por el desarrollo de sistemas de medios conectivos. Las experiencias de nuestra vida cotidiana se entraman con aquellas generadas por la interacción exponencial de los medios tradicionales (prensa, radio, televisión) y los nuevos medios (Internet, blogs, redes sociales). Nos preguntamos, entonces: ¿cómo la mediatización interviene en la producción, circulación y consumo de los fenómenos políticos? ¿Qué hacen los medios con la política y qué hace la política con los medios? ¿Cómo las redes sociales digitales modifican el paisaje mediático del siglo XXI y cómo las distintas fuerzas y actores políticos las adoptan, las confrontan o se adaptan?

Con el precedente de las estrategias, las identidades y las narrativas trabajadas en las secciones precedentes, la tercera sección de “Escenarios” considera la mediatización del discurso político en la actualidad. Los procesos de interacción con los medios masivos de comunicación y con los medios con base en Internet han generado no sólo nuevos tipos de discursos políticos, nuevas lógicas de producción y nuevos modos de hacer campaña, sino también nuevos modos de consumir política, de participar en política y de evaluar las operaciones del campo político. Las sociedades culturalmente convergentes implican, en este sentido, una aceleración y retroalimentación creciente de modalidades dirigidas a expresar y organizar la desconfianza democrática, a manifestar y viralizar “democráticamente” multiplicidad de voces, y a gestionar el desfase creciente entre representantes y representados a la hora de generar interfaces de delegación e intercambio.

Los temas abordados comprenden diferentes escalas. Massimo Leone propone una comprensión topológica del discurso político actual. Para ello, considera cómo la evolución tecnológica acompaña, expresa y altera la tensión cultural de conformación y desintegración de comunidades. Desde el período medieval hasta la posmodernidad, el autor se pregunta por la relación entre comunidad, individuo y espacio en una semiosfera cada vez menos amurada y más digital.

También tiene largo aliento el artículo de Guillermo Olivera sobre la personalización de la política en Francia, tomando en cuenta una genealogía de la mediatización del lazo social. Se toman en cuenta hitos fundamentales como las transformaciones enunciativas y espaciales introducidas en los noticieros televisivos de TF1 a partir de 1981, la campaña electoral de 1988, la “televisión de la intimidad” de los años noventa, la farandulización creciente de la política a partir de la era Sarkozy, y las interfaces digitales entre los medios tradicionales y los usos interactivos de los ‘nuevos medios’.

Antonio Fausto Neto aborda la oratoria de Bolsonaro –y a partir de ella, la realidad brasileña–, tomando como noción clave la de circulación, que es aquí discursiva pero también virósica. El autor examina la situación de pandemia mediante el estudio del funcionamiento de discursos de índole política, médico-sanitaria y mediática que se entrelazan en circuitos de diferentes sistemas sociales. Su objetivo es recuperar huellas de estrategias discursivas en torno a dos tipos de enunciación: aquel que alienta el aislamiento de la población como forma de contener las trayectorias del virus y aquel que despotrica contra las normas sanitarias y que está presente, específicamente, en los discursos del presidente.

Como es tradición en *deSignis*, el número incluye, además de “Escenario”, otras tres secciones: “Punto de vista”, “Discusión” y “Perspectivas”. En la primera se incluye una entrevista de Joseph Confavreux con Jacques Rancière, en la que el filósofo vuelve sobre sus inquietudes políticas e intelectuales para intentar “desmontar las confusiones tradicionales que sirven al orden dominante y a la pereza de sus pretendidos críticos”.

En la sección “Discusión”, Alessandro Ferrara aborda la cuestión del soberanismo, ofreciendo una definición en la que es fundamental distinguir entre pueblo y electorado. Concebido como parte del populismo, el soberanismo se alimenta –según la tesis del filósofo italiano– de elementos muy propios de la cultura política occidental –sobre todo, italiana– que no tienen, sin embargo, conexión con aquel y en la que se conjugan el “constitucionalismo político”, De Gaulle, Rousseau y Sieyès, y la propuesta de una república post-madisoniana de Posner y Vermeule.

Finalmente, en “Perspectivas”, Mauricio Alarcón Silva y Carolina Godoy Berthet analizan experiencias colectivas y subjetivas generadas por las lógicas neoliberales. Estudian, en el cruce de la sociología y del análisis del discurso, la convocatoria de protesta del movimiento social en Chile, entendida como un género que establece ciertas expectativas de acción y que da cuenta de un ejercicio comunicativo de alta complejidad, pues vincula al grupo enunciador, sobre los cuales recae la fuerza subjetivadora que impulsa a la acción de protesta, con una comunidad de enunciatarios que acoge con una actitud favorable dichos mensajes.

§

Los variados artículos del número ofrecen a los lectores de *deSignis* diferentes entradas teóricas y metodológicas de la semiótica para indagar fenómenos contemporáneos clave del vínculo entre política, medios de comunicación y ciudadanía en las democracias

occidentales de América Latina y Europa. Consideramos algunas de sus manifestaciones, narrativas y estrategias. La mutación del ecosistema de medios, el auge de la (centro)derecha e incluso de la extrema derecha y el futuro de la (centro)izquierda funcionan como interrogantes acerca del devenir de nuestras democracias: ¿qué sentido cobran la nación y el pueblo como entidades del imaginario político?, ¿cómo repercute la personalización y la individualización en la construcción de colectivos? ¿la retórica del *outsider*, menos constreñido por la reputación –en crisis– de los partidos, será dominante? ¿Favorece la mediatización al populismo como sugiere Dominique Reynié en *L’avenir du populisme*? Según este publicista liberal, hay una afinidad electiva entre el populismo y la política-espectáculo, que configura la “ideología espontánea” de los profesionales del mundo mediático, que le suben el precio a la vez que incrementan su demanda: “Los populistas desarrollan un discurso que es en sí mismo espectacular” (en Angenot 2018). El argumento es tentador, si no fuera porque resta definir qué entendemos por populismo: ¿se pueden meter en la misma bolsa el PT de Lula, el MAS boliviano, la Venezuela de Chávez y Maduro, Podemos, Vox, el Movimiento 5 Estrellas, Trump, el kirchnerismo? Por otro lado, en la Argentina y en España, como en distintos países, la (centro)derecha presuntamente “antipopulista” no ha sido menos espectacular que la (centro)izquierda dicha “populista”; ha creado, en todo caso, otro tipo de espectáculo, otro tipo de imaginario. Estas características se encuentran presentes, por lo demás, en discursos políticos de cualquier signo llevados por una perentoriedad errónea de restar electorado al adversario político, ya sea éste de (extrema) izquierda o (extrema) derecha.

Los medios de comunicación –masivos o conectivos, no importa aquí–, ¿solo contribuyen al show y al triunfo de la imagen sobre los argumentos? No parece. Históricamente, los medios de comunicación, y sobre todo la prensa, han estado asociados a un rol de denuncia, control y legitimación de diferentes actores y sectores sociales. Los medios nativos digitales, la conexión ubicua a la red, los dispositivos móviles, los nuevos estilos de ciudadanía han generado nuevos pliegues de socialización que aceleran los procesos de *contrademocracia* que Pierre Rosanvallon (2007) observara como una característica progresiva de nuestra era. ¿Estamos ante una ciudadanía pasiva, tapada de información, incapaz de distinguir lo verdadero de lo falso, o vivimos, por el contrario, una era inédita de “movilización cognitiva”, como la llama Robert Dalton en *Citizen politics* (2014), en la que nuevos tipos de ciudadanos emergen, con más control, más demanda, más datos?

No hay respuestas únicas ni definitorias. Demostrarlo ha sido el objetivo de este número de *deSignis* y de cada uno de los editores y autores que han participado. Así, esta contribución pone el foco sobre el discurso político contemporáneo –un discurso acelerado y en perpetuo cambio– como una propuesta de reflexión respecto a lo que significa la creación de estados de opinión reiterados sobre temas de interés público-político, que se encuentran amplificados y respaldados por diversas corrientes de ideas e por diversas ideologías. Queda abierto el debate.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGENOT, M. (2010) *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.

— (2018) “Fascismo, populismo: instrumentación mediática actual de dos categorías políticas”. En Dagatti, M. y V. Sargentini (eds.) *Los pueblos de la democracia. Política y medios en el siglo XXI*, 13-42. San Fernando: La Bicicleta Editores.

CARLÓN, M. (2016) “Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre el derecho a la imagen y a la libertad de expresión en la circulación contemporánea”. En Castro, P. (org.), *Dicotomía público/privado: estamos no camino certo?*, 211-232. Maceió: EDUFAL.

DALTON, R. (2014) *Citizen politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Los Ángeles: Sage Publications.

DIJCK, J. van (2016) *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.

DIJK, T. A. van (2003) *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.

ESCUADERO CHAUVEL, L. (2007) “La agenda de los medios”. En Escudero, L. y C. García Rubio (comps.) *Democracias de opinión. Medios y comunicación política*, 131-151. Buenos Aires: La Crujía.

FABBRINI, S. (2009) *El ascenso del Príncipe democrático. Quién gobierna y cómo se gobiernan las democracias*. Buenos Aires: FCE.

JENKINS, H. (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

ROSA, H. (2010) *Alienación y aceleración: Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*. Buenos Aires: Katz.

ROSANVALLON, P. (2007) *La contrademocracia. La política en la era de la desconianza*. Buenos Aires: Manantial.

VERÓN, E. (1987) “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política”. En AAVV. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, 11-26. Buenos Aires: Edicial

— (2001) “El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica”. En *El cuerpo de las imágenes*, 13-40. Buenos Aires: Norma.

— (2009) “El fin de la historia de un mueble”. En Scolari, C. y M. Carlón, *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, 229-248. Buenos Aires: La Crujía.

El discurso político¹. *Political discourse*

Paolo Fabbri y Aurelia Marcarino

(pág 23 - pág 36)

Este artículo analiza en detalle algunas de las categorías semióticas más importantes para describir el discurso político. Modalidades como “puede”, “saber” y “debería” se integran en una perspectiva estratégica. Este tipo de discurso puede analizarse en una perspectiva textual, que debe incluir —en la teoría de Austin— los actos de habla, los actos de lingüística performativa y la fuerza ilocucionaria. Se muestra el desempeño y las competencias de los actores políticos. Los enunciados políticos son el resultado de una serie de interacciones semióticas, con el fin de manipular, seducir y convencer a la audiencia. La construcción de legitimidad y autoridad es el resultado de una compleja estrategia de discurso.

Palabras clave: modalidades; estrategias discursivas; lingüística performativa; interacciones semióticas; enunciados políticos.

This article takes a detailed look at some of the most important semiotic categories to describe political discourse. Modalities as “can” “know” “would” and “ought to” are integrated in a strategic perspective. This kind of discourse can be analyzed in a textual perspective, which must include —in Austin’s theory— the speech acts, the performative linguistic acts, and the illocutionary force. Performance and competencies of the political actors are shown. Political statements are the result of a series of semiotic interactions, in order to manipulate, seduce and convince the audience. The construction of legitimacy and authority is the result of a complex discourse strategy.

Keywords: modalities; discursive strategies; performative linguistics; semiotic interactions; political utterances.

Paolo Fabbri (Rimini, 1939-2020) fue profesor de Semiótica en la Facultad de Arte y Diseño de la Universidad IUAV de Venecia y en el Instituto de las Disciplinas del Arte, de la Música y del Espectáculo (DAMS) de la Universidad de Bolonia, del cual fue su director. Trabajó durante muchos años en París con A. J. Greimas en la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales. Ha sido profesor en las universidades de Florencia, Urbino, Palermo y en numerosas universidades norteamericanas, latinoamericanas y europeas. Dirigió el Instituto Cultural Italiano en París. Asiduo colaborador de *deSignis* y de la *Revista de Occidente*. Entre sus publicaciones en español, se cuentan: *Monteverdi* (Madrid: Turner Publicaciones, 1989), *Publicidad. Semiótica e ideología* (Santiago de Chile: Contrapunto, 1990), *Tácticas de los signos* (Barcelona: Gedisa, 1996), *El giro semiótico* (Barcelona: Gedisa, 2000), *Fellini* (Madrid: Casimiro Libros, 2016), *Elogio del conflicto* (Madrid: Ediciones Se-

