

Las lenguas de especialidad

- Las lenguas de especialidad (LE), llamadas también lenguajes para fines específicos, son **VARIEDADES FUNCIONALES DE LA LENGUA** que se han desarrollado históricamente como instrumentos de comunicación en un determinado ámbito científico o profesional.
- Se basan en las estructuras fonéticas, gramaticales y léxicas de una lengua natural y se caracterizan por la creación de una **TERMINOLOGÍA** propia, y por la preferencia de ciertas formas gramaticales y discursivas, cada esfera de la actividad humana selecciona los medios lingüísticos más adecuados para expresar sus propios conceptos de la forma más clara posible.
- Las LE son variedades de una lengua. Entre las variedades que hemos visto, se acercan a los registros, por ser variedades de la lengua que se define **EN FUNCIÓN DEL USO**.

Diferencia: no corresponden a un nivel de competencia de la lengua general: expresan los conocimientos compartidos por los miembros de un grupo profesional (médicos, comerciantes, jueces...) Utilizan, eso sí, los recursos de la lengua general junto a "léxico específico"

¿qué tipo de léxico específico?

Léxico creado en el interior del LE (homeopatía, ley orgánica, Iva, Consejo de Ministros, etc.)

Préstamo de la lengua estándar adaptado a LE (mercado, democracia, etc.)

Tecnicismos: términos especializados-----Unidades de conocimiento especializado. Presentan un sentido unívoco en un dominio específico Ej: oferta pública de adquisición (Opa)

LENGUAJES ESPECIALES

Se pueden distinguir entre:

- Lenguajes sectoriales (propios de las actividades profesionales)
- Lenguajes técnico-científico (lenguajes que utilizan las ciencias para la definición de sus objetos)

Otras características

- Monosemia, no siempre, sobre todo en política
- Ausencia de emotividad, objetividad, impersonalidad, no por el lenguaje político
- Tienen un objetivo epistemológico (dar a conocer) o pragmático (vender, juzgar, hacer algo tramite el lenguaje)

El lenguaje de la economía

La economía es una ciencia social de carácter empírico y especulativo basada en un saber interdisciplinar que tiene la particularidad de ser presente en la vida cotidiana de todas las personas. Su nacimiento se hace coincidir con la publicación de *Inquire into the nature and causes of the wealth of nations* de Adam Smith en 1776. A partir de ese momento su crecimiento ha sido tal que se ha convertido en la ciencia social más importante.

- **TRANSACCIONES**---ACTIVIDADES QUE IMPLICAN INTERCAMBIOS ENTRE PERSONAS
- **PRODUCCIÓN**---OBTENCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS
- **FINANZAS**---ESTUDIO DEL DINERO Y DE LA INVERSIÓN

La economía es una disciplina poco homogénea, con lo cual el lenguaje también será difícil de categorizar.

El discurso se organiza en función de la perspectiva que adopta. Dos áreas:

- TEÓRICAS, MÁS FORMALIZADAS ----FINANZAS, BANCAS, CONTABILIDAD
- APLICADAS ---LENGUAS DE LOS NEGOCIOS, VENTAS, RELACIONES PÚBLICAS, terreno intermedio entre los lenguajes más especializados y lo más generales.

Como lenguaje especializado se puede categorizar según la dimensión horizontal (campo temático) y vertical (grado de especialización) :



Cúspide--- lengua general, base---- lengua especializada y en el medio tenemos la lengua de los negocios

Terminología:

Fundamental el papel del inglés: en la actualidad la invasión de términos de origen anglosajón aparece generalizada y son pocas las conquistas científicas o innovaciones de tipo social que no lleven la marca de la lengua inglesa. También importante para explicar este fenómeno es la multiplicación de los canales de comunicación y la internacionalización de la comunicación económica que es una lengua más impermeable e innovadora.

-Préstamos con equivalente en español (crack, manager, broker...)

-Préstamos SIN equivalente (leasing, joint venture..)

-Adaptaciones (tarjeta de crédito, rateización, espónsor...)

El español es una lengua muy conservadora debido a la dictadura que tardó muchísimo y también por la presencia de la Real Academia que decide que palabras pueden entrar en la lengua.

Características léxicas: extranjerismos

- Con equivalente: broker, consulting, crack, dealer, lobby, lock-out, mailing, manager, marketing, pool o rating (intermediario, asesoría, quiebra, mediador, grupo de presión, cierre patronal, buzono, gerente, mercadotecnia, equipo o solvencia)
- Modificado: mercadeo
- Sin equivalente: clearing, dumping, factoring, fixing, holding, joint venture, leasing, merchandising, planning, ratio, trader, trust
- Adaptaciones: espónsor, franquicia, fusión, inflación, paraíso fiscal, países en vías de desarrollo, presión fiscal, recesión, recursos humanos, regulación, relaciones públicas, sector público, tarjeta de crédito

Características léxicas: recursos formación de palabras

1. **Prefijación:** anti-, auto-, macro-, multi-, intra-, para-, re-, sub-, trans- (antimonopolio, macro economía, multinacional...)

2. **Sufijación:** -ismo, -izar, -ista (neoliberalismo, contabilizar...)

3. **Compuestos:**

1. **Disyunción:**

sustantivo + adjetivo (coste fijo)

adjetivo + sustantivo (libre mercado)

sustantivo + sustantivo (compraventa)

verbo + verbo (dejar hacer)

2. **Contraposición** (compraventa)

3. **Sinapsia** (ajuste de precios)

Compuestos provenientes del inglés (marketing mix, full costing, supeordinate goals, simultaneous motions)

Siglas: Instituciones, actividades, realidades socioeconómicas

- BCE , I+D, I+D+I , PYME, SA, IRPF, IVA

La metáfora:

- describe algo con palabras de otros campos semánticos a través de un referente,

- se emplea por una razón literaria para embellecer pero también por una razón cognitiva

- en economía para explicar mejor a las personas comunes los conceptos abstractos se emplea la metáfora para explicar las cosas de manera más concreta.

- Campos semánticos: salud, Guerra, Mecánica, Transporte, Fenómenos naturales , deportes, flora, meteorología,

Relaciones con la lengua común:

- cuando el mensaje es divulgativo y sobre todo en los medios de comunicación se observa una polisemia (dinero, coste, beneficio, mercado, organización, promoción, capital, amortización, economía, productivo, ahorro, cartera)

- Terminología en base a la especificidad de los textos divulgativos

Características morfosintácticas:

- Nominalización de verbos (recaudación, estallido, reciclado) y de adjetivos (simplismo)
- Oraciones extensas, abundancia de relaciones de relativo
- Empleo de la voz pasiva o pasiva refleja Ej. Se ha abierto un expediente de regulación de empleo

Aspectos de pragmática intercultural:

Hemos de tener en cuenta que la cultura española es de alto contexto y en la comunicación oral además de los factores culturales que afectan a la comunicación verbal se han de tener en cuenta también aspectos no verbales como la cinésica y la proxémica.

- Valores, motivaciones, aptitudes, actitudes: contexto de cultura de la comunicación

- Homogeneización por el inglés
- Cinésica (estudio de la gestualidad y de la postura)
- Proxémica
- Cortesía y protocolo
- Carácter de los individuos
- Diferentes estilos de negociación (autocrático es dominante, liberal más tolerante, catalítico más empático)

Géneros textuales:

Hay un gran número de géneros textuales en el ámbito económico, partiendo de un mayor grado de formalidad encontramos los estudios técnicos o científicos y los manuales. En el otro extremo podemos encontrar como un género del lenguaje económico la comunicación informal en los negocios. Podemos dividirlos en géneros:

- Interactivos: orales (Videoconferencia, negociación, reunión) y escritos (Correo electrónico, formulario)
- Expresivos: escritos (Artículo económico, informe, anuncio)

El informe

Dentro de la comunicación empresarial el informe es un texto informativo sobre los datos económicos de una identidad con una parte final con consejos y recomendaciones

Al final de un proceso económico o a final del año tiene que resumir el balance, es un documento que informa con funciones expositivas y argumentativas.

Concepción del informe:

1. Investigación de la situación/recopilación de datos
2. Descripción del problema
3. Propuesta/solución del problema

Partes:

1. Secuencia descriptiva que contiene los datos obtenidos en la fase de investigación
2. Secuencia expositiva en la que se clasifican y reformulan los datos del análisis para explicar las causas, las consecuencias ecc..
3. Secuencia argumentativa en la que se propone una solución

Elementos que tienen que aparecer en un informe económico:

- Objetivo del informe económico-financiero
- Fundamentos y bases
- Elementos de estudio
- Elementos de análisis
- Conclusiones
- Consejos y recomendaciones

(Vedi analisi sul quaderno)

Carta comercial

-Estructura: Cabecera Saludo Cuerpo Cierre

Carta publicitaria

-Estructura: Saludo y presentación del emisor Presentación del producto Incentivos Cierre

Lenguaje juridico

El derecho se configura como una construcción cultural que refleja el sistema de valores de una sociedad. El ordenamiento español es de origen romano-germánico.

Se manifiesta en diferentes maneras, sirve para regular la vida de los ciudadanos, tiene una función conativa y también la lengua en este lenguaje tiene un papel fundamental por su acto ilocutivo que significa que lo que se dice tiene una consecuencia, por esto es un lenguaje muy potente.

- Lengua empleada por los órganos de la Administración de Justicia.
- Es el que se utiliza en los textos que protegen la vida social: leyes, sentencias, etc.
- Encontramos distintos tipos de variantes: el de los textos legales, el de los jueces, el administrativo y el notarial.
- Derecho: construcción cultural, que refleja el sistema de valores de una sociedad. LOS CONCEPTOS JURÍDICOS PUEDEN VARIAR DE UN LUGAR A OTRO
- Lenguaje: herramienta que CODIFICA las normas (importante función conativa)

Derecho.... Se divide en diversas ramas

- Civil (ordena las relaciones civiles de los individuos entre sí)
- Penal (atañe a la represión o castigo de los delitos o faltas por medio de la imposición de penas)
- Administrativo (conjunto de normas concernientes a los órganos e institutos de la administración pública)
- Internacional (conciene a las relaciones reciprocas de los diversos pueblos civilizados)
- Procesal (procedimientos que deben seguirse en las causas civiles y penales)
- Político (orden y funcionamiento de los poderes del Estado y de sus relaciones con los ciudadanos)

Características

Predominio de la comunicación escrita respecto del oral

- Vocabulario muy específico caracterizado por un léxico con: arcaísmos, tecnicismos, fórmulas rituales, variedades léxicas más elevadas, monoreferencialidad
- Predominio de fórmulas morfosintácticas recurrentes: gerundios, participios, construcciones impersonales, formas verbales caídas en desuso (futuro de subjuntivo)
- Nominalización que confiere carácter impersonal y abstracto
- Períodos sintácticos y subordinación muy compleja (inclusiones, cláusulas, presupuestos, etc.)

- Formulas rituales
- Opacidad, falta de naturalidad y oscurantismo: excesivo formulismo
- Excesivamente convencionalizado y conservador: sólida base heredada del Derecho Romano.
- Objetividad, precisión y univocidad: tendencia a la reiteración exagerada.

Rasgos léxicos

- Gusto por lo altisonante y arcaizante. Ej. Desprenderse por inferirse o deducirse; empleo del futuro imperfecto de subjuntivo.
- Apego a las fórmulas estereotipadas: fórmulas fraseológicas (De conformidad con lo expuesto en el artículo..), locuciones prepositivas y adverbiales (a tenor de lo dispuesto, etc.).
- Audacia en la creación de términos nuevos: originación. Formación de nombres mediante prefijación y sufijación simultánea.
- Redundancia expresiva léxica: exprese y materialice
- Tendencia a la nominalización: La mayoría de las nominalizaciones jurídicas se forman con los sufijos –miento, -idad y –ción.
- En lugar de utilizar un verbo se recurre a la nominalización procedida de otro verbo: proceder a la admisión por admitir.
- Empleo de numerosos latinismos (los tecnicismos jurídicos). De iure, de facto, habes corpus
- En el lenguaje jurídico distinguimos entre términos exclusivamente jurídicos y términos del lenguaje común con acepciones jurídicas.
- Base Latina (Derecho romano):
 - préstamos crudos (quorum, habeas corpus..)
 - Préstamos adaptados (abogado, comodato...)
- Base griega (hipoteca, amnistía)
- Base árabe (alcalde, alquiler...)
- Base francesa (código napoleónico): chantaje, aval..
- Base anglosajona (trust, privacidad....)

Morfosintaxis

- Tendencia a la nominalización: conceptualización. La mayoría de las nominalizaciones jurídicas se forman con los sufijos –miento, -idad y –ción.
- Perifrásticas: idem (pagar >satisfacer el pago)
- Adjetivos tienen la función de clasificar y delimitar o de valorizar lo expresado
- Verbos: formas impersonales y abundancia de gerundios. Participio pasivo (participio absoluto latín: transcurrido, visto el escrito)
- Tiempos: presente y futuro (formas deónticas), muchas veces con perifrásticas. Imperativo de 3ª persona con pronombre enclítico (déclarese...). Futuro de subjuntivo (valor hipot.): si hubiere necesidad

Rasgos lingüísticos

Para subrayar la **autoridad**. Formas diversas de alusión:

1.El legislador o el juez:

Uso de la primera persona del plural o es mencionado por su cargo.

Más frecuente la primera persona del singular.

2.El ciudadano:

Siempre se expresa en tercera persona del singular.

Se alude a él con apelativos de función (el apelante, el demandante, etc.).

3.Tono imperativo: oraciones enunciativas imperativas en tercera persona del singular y plural del imperfecto de indicativo y uso de perífrasis de obligación (modalidad deóntica).

4.Tratamientos de cortesía.

5.Referencias legales.

Para subrayar la **objetividad**: libra—idea simbólica de objetividad

1.Uso de oraciones pronominales impersonales con se y pasivas reflejas (se pretende, se fija, se impugna,).

2.Agencia de la pasiva refleja (frecuente en el español jurídico, pero no en el español común) “se pretende por los recurrentes”, “se fija por las partes”, “por el Procurador se interpuso demanda”

3.Uso de verbos activos con sujetos inanimados (La ley estima).

4.Utilización de las formas no personales del verbo: participio (presente) y gerundio. considerándose que habiéndose alegado por el apelado

5.Empleo de construcciones absolutas con participios (Vistos los antecedentes, leída y publicada ha sido la anterior sentencia...).

6.Predicados copulativos (formados por un verbo copulativo + adjetivo) con un sujeto oracional: Es posible que....; Parece claro aplicar la norma..

7.Predicados intransitivos con sujeto oracional o nominalización: Procede realizar una declaración...

8.Empleo de oraciones de relativo (especificativas y explicativas: precisan el contenido y alcance de las normas).

9.Uso de incisos (elementos aclaratorios) y enumeraciones (recogen todas las circunstancias en las que la norma debe aplicarse).

10.Abuso de adverbios en –mente.

11.Abuso de elementos anafóricos (adjetivos que se refieren a algo citado con anterioridad: lo dicho, lo mencionado, etc.).

Estilo formulario

Los orígenes de la oratoria fueron judiciales o forenses: para determinar la culpabilidad o la inocencia de alguien los jueces no sólo tenían que saber el derecho sino que habían que dominar el arte de la retórica.

Estilo marcado por fórmulas solemnes. Retórica, tendencia al conservadurismo:

- “Sabed que las cortes han aprobado y yo vengo a sancionar la siguiente ley”
- “Debo condenar y condeno”
- “Y para que conste y su publicación en el BOE”

A nivel textual: redundancia léxica (dobletes, tripletes):

- “El matrimonio se basa en la plena igualdad de derechos y deberes de...”
- “Por todo lo espuesto, vistos los preceptos legales citados y demás de general aplicación”
- “Así lo acuerda y firma el Señor Magistrado Encargado”

Aspectos pragmáticos

- Presencia en el acto comunicativo de una entidad autoritaria que establece una relación de superioridad jerárquica.
- Emisor: suele ocupar una posición de dominio y suele buscar el anonimato (legislador).
- Receptor: los ciudadanos. Posición de subordinación.
- Comunicación unidireccional, sin posibilidad de respuesta.

Funciones y tipologías textuales

El texto jurídico debe cumplir rigurosamente con los principios de coherencia, cohesión y adecuación. La armonía cohesiva se establece a partir de una rigurosa estructuración de los contenidos.

- Los textos legales son prescriptivos.
- Función comunicativa predominante: conativa o apelativa.
- A veces, también aparecen la referencial y la metalingüística.
- Algunas, como la fática o la poética aparecen ocasionalmente.
- La función expresiva está ausente.

Géneros textuales

Los textos jurídicos se pueden clasificar en esta manera:

- Normativos: Constitución, Estatuto de Autonomía, ley (orgánica o ordinaria), decreto-ley--- finalidad de regular las relaciones humanas dentro de un sistema de derecho
- Judiciales: denuncia, demanda, querrela (ciudadanos), resolución, sentencia (tribunal)—comunicación entre el poder judicial y los ciudadanos
- Administrativos: acta, instancia--- comunicación entra las administraciones publicas
- Notariales: escrituras (de compraventa...)

Canales comunicativos

- **Textos legales:** escrito. Publicaciones específicas como el Boletín Oficial del Estado, los Boletines y Diarios Oficiales de las Comunidades Autónomas y otras publicaciones de menor rango (de ministerios o de organismos locales).
- **Textos judiciales:** escrito (tablones de anuncios en algunos casos) y oral (vistas orales). Existencia de intermediarios: abogado o representante legal.

Ley

Género normativo por exelencia y presenta una macroestructura fijada por el uso continuado y por la tradición en la que se distinguen las siguientes partes:

- fórmula de promulgación
- Preámbulo—motivos, justificaciones y aparato legal en que se apoda sus mandatos
- Articulado/parte dispositiva—cuerpo de la ley y se divide en títulos, capítulos y artículos que se van formulando en una orden de sucesión y constituye un mecanismo clarificador que coadyuva a una mejor descodificación del texto
- Disposiciones adicionales

Vedi quaderno e libro per analisi ley, demanda y sentencia

Lenguaje político

Tenemos que hacer una primera distinción entre el lenguaje de la política y el lenguaje de los políticos.

El lenguaje de los políticos es persuasivo y ambiguo, comunicar bien es importante para tener éxito y este lenguaje se ha espectacularizado mucho en los últimos años, hay algunos rasgos del teatro como las pautas rítmicas (prosodia) y el tono de la voz.

Se acerca al lenguaje de la publicidad, hay esloganes, la publicidad intenta vender productos y la política intenta vender ideas.

- Dificultades de definición en cuanto al tema y a las características de la terminología, hay una cara más especializada en la que se mezcla con el lenguaje de la economía y jurídico:
 - Monorreferencialidad
 - Precisión
 - Transparencia
- Y una cara menos especializada que es el lenguaje de los políticos con estas características generales:
 - Falta de transparencia
 - Gran elaboración retórica
 - Uso político del lenguaje general
 - Influencia de los medios de comunicación

Léxico político:

- **Derivación** (uno de los recursos lingüísticos más importantes para la expresión del valor ideológico o afectivo de un término)
 - (muy común en el lenguaje del periodismo) **Prefijación**: anti-, auto-, co-, euro-, macro-, neo-, ultra-
 - **Sufijación**: -able, -al, -ia, -ismo, -ista
- **Composición**
 - liberalconservador, reina madre, salva patrias
- **Extranjerismos y barbarismos**, muchas organizaciones internacionales y políticas se influyen, algo nace en un país y se desarrolla en otros como la guerrilla. Los préstamos históricos han entrado en épocas anteriores y se han quedado como por ejemplo España que fue ocupada por los franceses y como ha entrado el código napoleónico también ha entrado la política con sus términos.

- Francés: parlamento, debate, comité, burocracia, acuerdo marco, contencioso
- Vasco: ertzaintza, lehendakari, kale borroka
- Catalán: mossos d'esquadra
- Inglés: Importación: briefing, input, lobby, revivals

Calcos: externalidades, implementar, precarización, privacidad

Emisor y destinatario

Función dominante del lenguaje político es la función apelativa porque se tiende a convencer los ciudadanos de una determinada idea o de la conveniencia de realizar una acción. Con este fin el texto político se difunde con una gran multiplicidad de géneros orales y escritos.

- Multiplicidad de géneros
- Registros
- Diferentes niveles de especialidad (especialistas, semi-especialistas, no especialistas)

Depende de a quien está dirigida la comunicación, si son especialistas, semi-especialistas o no especialistas.

Géneros textuales

- Propaganda política: el eslogan, el mitin(reunión de un partido), la carta electoral(en el buzón), el folleto. Estos géneros están realizados muchas veces por un emisor distinto del sujeto político, por un especialista en publicidad y el emisor suele ser colectivo.

Función persuasiva para buscar la adhesión con eslogan breve y evocador para crear asociaciones de ideas

- Entrevista(genero dialogico) y debate, se desarrollan en los medios de comunicación, comparten algo con el lenguaje del periodismo, son generos discursivos que tienen una función informativa y persuasiva.
- Debate parlamentario, muchos interlocutores en el Parlamento
- Estudios de ciencia política, más formales

Retórica política

Desde los tiempos de la antigua Grecia pasando por la oratoria romana hasta el marketing de nuestros días, la retórica política ha sido una constante preocupación de pensadores de todas las épocas.

- La organización del discurso es fundamental, el texto se organiza a partir de los marcadores del discurso, un discurso contrado, organizado y bien distribuido es un requisito para su eficacia.
- Importancia de la argumentación, los conectores argumentativos son fundamentales, *sin embargo* frente a *pero*, *puesto que*, *por consiguiente*..
- Polarización (endogrupo vs exogrupo)
- Intensificación con recursos semánticos está muy extendida y expresiones fijas (a bombo y platillo)
- La persuasión: juegos con la realidad (oponentes tienen percepción parcial de la realidad), exaltar la coherencia de su acción política
- La metáfora

- Lo políticamente correcto

Retórica Aristóteles

La Retórica o Ars Rhetorica (τέχνης ῥητορικῆς) es un antiguo tratado griego sobre el arte de la persuasión destinado a los políticos que hablan en el Agorà para convencer a las personas

La retórica es un instrumento de debate práctico, una herramienta para persuadir a grandes audiencias usando el conocimiento probable para resolver asuntos prácticos

ethos y el pathos como herramientas de persuasión: las emociones hacen que los hombres cambien de opinión en relación a sus juicios. Un orador puede emplear su razón como estímulo para la emoción deseada en la audiencia. Sin embargo, Aristóteles afirma que, junto al pathos, el rétor debe mostrar ethos, que para Aristóteles abarca la sabiduría, la virtud, y la buena voluntad

Retórica antigua y moderna

- Verus, bonus, bellus se ha convertido en verosímil, eficaz y empagante, el mensaje tiene que capturar con inmediatez la atención del lector.
- Commentarium petitiones de Cicerón en el que la eficacia del mensaje empieza a ser preponderante: apariencia > verbos performativos (juro, prometo, etc.)
- Marketing político: verosímil, eficaz e impactante
 - Spindoctor
 - Funraiser
 - Campaign manager
 - Especialista en sondeos
- Demostración y argumentación
- Simbolismo mítico

La metáfora

- Connotación positiva y negativa
- Sustitución analógica se realiza en muchas ocasiones a través de la metáfora concebida como reflejo de una determinada cultura o visión del mundo que facilita la comprensión de las entidades abstractas.
 - Cuerpo humano y salud (país enfermo)
 - Objetos y actividades cotidianos (mirar adelante, diálogo político)
 - Transporte (el motor de España)
 - Construcción (el pilar de la economía)
 - Juego y deporte (ganar el partido en Europa)
 - Guerra y ámbito militar (lucha, pacto, adversario)

Lo políticamente correcto

Movimiento preventivo de los Estados Unidos que se ha adaptado al lenguaje político español

- Origen, respetar la imagen de los otros y no ser demasiado agresivo sobretodo con las minorcias
- Sectores: género y opción sexual, edad y discapacidad, diferencias sociales, raza y emigración, nacionalismo
- Mitigar o esconder los factores negativos que implican determinadas acciones del gobierno en Ambito económico (conflicto laboral no huelga), frases pasivas.

La propaganda política

La propaganda tiene sus inicios en la curia romana, que la utilizaba para difundir su mensaje

Actividad que utiliza herramientas psicológicas para hacer algo creíble, aprovechando determinada simbología para influenciar a la masa.

De modo opuesto a la información libre e imparcial la propaganda presenta información parcial y segada para influir una audiencia. Usa mensajes controlados para producir una respuesta emocional más que bien que racional

Su planteamiento consiste en utilizar una información presentada y difundida masivamente con la intención de apoyar una determinada opinión ideológica o política. Aunque el mensaje contenga información verdadera, es posible que sea incompleta, no contrastada y partidista, de forma que no presente un cuadro equilibrado de la opinión en cuestión, que es contemplada siempre en forma asimétrica, subjetiva y emocional. Su uso primario proviene del contexto político, refiriéndose generalmente a los esfuerzos patrocinados por gobiernos o partidos para convencer a las masas.

Vedi quaderno per analisi propagande