

Imagen y negociación en una campaña política en Nuevo León, México

Imagem e negociação em uma campanha política em Nuevo León, México

Image and negotiation in a political campaign in Nuevo León, Mexico

Manuel Santiago Herrera Martínez¹

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

mshm_1999@yahoo.com

RESUMEN: El objetivo de esta investigación es mostrar las actividades de imagen en una campaña política por parte del entonces candidato a la Gobernatura de Nuevo León, México, Samuel García, quien a través de la carne asada reúne a diversos comensales para conocer la situación política, económica y social del Estado y negociar sus intereses para obtener el anhelado voto. Dentro de los lineamientos teóricos que sustentarán este trabajo, se encuentran en la parte de la gastronomía: *La región socioculinaria* de Licona Valencia (2017), *la cultura* en Eagleton (2001) y Nora (2007), *los campos* de Bourdieu (1998) y *la gastronomía y memoria* en Sánchez Martínez (2007). En cuanto a las actividades de imagen se cuenta con *la imagen social* de Goffman (1967), *la comida afectiva y la polisemia alimentaria* en Vélez Jiménez (2013). La metodología será un análisis cualitativo-descriptivo para revisar el discurso emitido por el candidato durante su campaña política. Los principales hallazgos es que el candidato, por medio del alimento, crea un ambiente de comodidad para resaltar su imagen, lograr un sentido de filiación entre los ciudadanos y proyectar un comportamiento de modestia para mostrarse como el contendiente ideal para ganar las elecciones.

Palabras clave: Negociación; Imagen; Comida.

RESUMO: O objetivo desta pesquisa é mostrar as atividades de imagem em uma campanha política do então candidato a governador de Nuevo León, no México, Samuel García, que através do rosbife reúne vários comensais para conhecer a situação política, econômica e social. do Estado e negociar seus interesses para obter o voto desejado. Dentro das diretrizes teóricas que fundamentarão este trabalho, encontram-se na parte gastronômica: A região sócio-culinária de Licona Valencia (2017), a cultura em Eagleton (2001) e Nora (2007), os campos de Bourdieu (1998) e gastronomia e memória em Sánchez Martínez (2007). No que diz respeito às atividades imagéticas, destaca-se a imagem social de Goffman (1967), a alimentação afetiva e a polissemia alimentar em Vélez Jiménez (2013). A metodologia será uma análise qualitativo-descritiva para revisar o discurso proferido pelo candidato durante sua campanha política. As principais conclusões são que o candidato, através da alimentação, cria um ambiente de conforto para realçar a sua imagem, consegue um sentimento de filiação entre os cidadãos e projeta um comportamento de modéstia para se mostrar como o candidato ideal para vencer as eleições.

Palavras-chave: Negociação; Imagem; Comida.

¹ Doctor en Acentuación con Estudios de la Cultura.

1. Introducción

Monterrey es una de las ciudades industriales más fuerte de México y se caracteriza por su espíritu de trabajo representado en sus fábricas. El noreste de México es definido por Ceballos de la siguiente manera:

Un espacio geopolítico y geoeconómico localizado en la confluencia de los cuatro estados que conforman el noreste mexicano: Tamaulipas, Nuevo León, Coahuila y Texas. (Esta unidad implica) complejidad para comprender la interrelación de las ciudades y subregiones incluidas en él (Ceballos, 1999, p. 11).

De acuerdo con Eagleton (2001) la cultura es el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico. En el caso de Nuevo León, los regiomontanos acostumbran a consumir la carne asada cada fin de semana dependiendo del motivo: un partido de fútbol de los equipos locales, un cumpleaños o un aniversario, entre otros.

Licona Valencia (2017) propone el término *región socioculinaria* para aludir que un territorio se reconoce por el tipo de comida consumida. La tradición de la carne asada proviene de las costumbres establecidas por los antepasados en el noreste de México. Los hombres salían a cazar y preparar el alimento, mientras las mujeres se encargaban de la educación y el cuidado del hogar. Estos roles implicaban la fuerza en los hombres y un poder físico y simbólico sobre las mujeres.

En su libro *Historia de la sexualidad 2*, Foucault (1988) establece que la templanza en el hombre (aventurarse, ser activo y emprender acciones fuera del hogar) le da un poder sobre la virtud de la mujer (inferioridad, resignada y sometida). Este dominio le otorga al hombre el don de la violencia, la prohibición y la exclusión hacia la mujer. Foucault nos habla de un “bio-poder masculino que domina el cuerpo en cuanto a la salud, las maneras de alimentarse y alojarse” (Foucault, 1988, p. 174).

Para Nora (2007) dentro de la cultura es esencial mantener el recuerdo. Por ello menciona que este se conserva a través de tres elementos: Lo material, las tradiciones y la expresión oral y escrita. El primero alude al asador; las tradiciones se refieren a la preparación de la carne asada; y la expresión común en la elaboración del platillo es “se va a hacer o no la carnita” (alude a ponerse de acuerdo entre los asistentes en cooperar y elaborar la carne).

En este trabajo se muestran las actividades de imagen en una campaña política por parte del entonces candidato a la Gobernatura de Nuevo León, México, Samuel García, quien a través de una comida (la carne asada) reúne a diversos comensales para conocer sus puntos de vista en torno a la situación política, económica y social del Estado y negociar sus intereses para obtener el anhelado voto. Así que se establecieron estas preguntas de investigación: 1) ¿Cuál es la actividad de imagen más recurrente por el candidato durante el convivio y por qué? 2) ¿Cuáles son los recursos retóricos empleados con más frecuencia por el contendiente y con qué finalidad?, y 3) ¿De qué manera el alimento funge como una táctica política para negociar los acuerdos entre los convidados? Para responder a estas cuestiones, se plantean tres hipótesis: la primera versa sobre que el candidato recurre con más valía a la actividad de imagen por fustigación para desacreditar a los anteriores políticos y proponerse, implícitamente, como la mejor opción al cambio. La segunda gira en torno a la ironía como el recurso retórico más frecuente para desaprobar los anteriores regímenes políticos por ser dirigidos por hombres mayores. La tercera es la visión del alimento como catalizador para fortalecer la identidad colectiva a través de los sentidos.

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

2. Marco teórico

La cultura como texto semiótico complejo refleja tanto a los diferentes textos como a los diversos individuos que forman parte de ella. Para Lotman (1996), “la memoria del hombre es considerada como un texto complejo, ya que al entrar en contacto con el texto produce cambios creadores dentro de la cadena informacional. Lo paradójico es que al texto debe precederle otro texto, la cultura” (Lotman, 1996, p. 90). Considerando lo anterior, Lotman (1996) define al texto como un “espacio semiótico en que interactúan, se interfieren y se autoorganizan jerárquicamente los lenguajes” (Lotman, 1996, p. 9).

De acuerdo con Lotman (2000), los textos permanecen en la memoria de la cultura mediante tres mecanismos:

- 1) Aumenta de manera significativa el volumen de conocimiento, es decir, la cultura va tomando de la realidad que la rodea los elementos que necesita para sobrevivir.
- 2) Reorganiza de manera constante los contenidos culturales, que en el caso de los textos culinarios se refleja mediante los cambios que ha habido en la manera de preparar los alimentos, así como las variedades de estos.
- 3) Utiliza el “olvido” para mantener los textos dentro de una cultura; es decir, permite que unos textos tomen el lugar de otros (Lotman, 2000, p. 174).

Lotman, al hacer una analogía entre el paralelismo estructural de las caracterizaciones semióticas y las personales, define el texto de cualquier nivel como una persona semiótica, y considera asimismo como texto a la persona en cualquier nivel sociocultural. Esta definición refleja la interacción que tienen, para Lotman, el hombre y todos los sistemas semióticos (o textos).

Lotman (1996) alude a que “el ritual organiza la memoria colectiva o del grupo donde el individuo participa como parte de este, pero, a cambio, se ve limitada la libertad y su conducta es rigurosamente predecible” (Lotman, 1996, p. 200).

En este punto, Barthes (1971), externa que en:

El lenguaje de los alimentos está constituido por: a) reglas de exclusión/inclusión (tabúes alimentarios); b) reglas de oposición significativa (salado/dulce, caliente/frío, nacional/exótico); c) reglas de asociación, sea simultáneas (un plato) o sucesivas (un menú, una dieta), y d) los protocolos de uso, que funcionan como una *retórica de la alimentación* (Barthes, 1971, p. 91).

En esta *retórica de la alimentación* los signos son esenciales para descifrar el contenido de estos dentro de la comida. Según Foucault (1996): “el signo es una representación desdoblada y duplicada sobre sí misma [...] desde el momento en que una representación está ligada con otra, y representa este lazo en sí misma: hay un signo” (Foucault, 1996, p. 61).

2.1. La gastrosemiótica

En la elaboración del platillo, Parodi (2014) externa que *la gastrosemiótica o comunicación gastronómica* implica

la incorporación de signos olfativos, táctiles y gustativos, y la construcción de sintagmas nutricionales cada vez más complejos, a la vez que el ámbito contextual se modifica y enriquece tanto en el proceso de encodificación del potaje-mensaje por el cocinero-emisor (productos elegidos, tratamiento ritual, instrumentos usados, lugar, vajilla, etc.) como en

el proceso de decodificación del comensal-receptor (lugar, muebles, manteles, vajilla, cubiertos, ritual de ingestión, etc.) (Parodi, 2014, p. 15).

El rol del cocinero-emisor es relevante porque debe seleccionar tanto los materiales como las estrategias discursivas para persuadir a los comensales. Al respecto, Eliade (2001) señala que “la verdadera significación y el valor de los actos humanos están vinculados a la reproducción de un acto primordial, a la repetición de un ejemplo mítico; ya que la vida es la imitación ininterrumpida de gestas inauguradas por otros” (Eliade, 2001, p. 18). Coincidimos con este autor quien define así a esas acciones como *ritos de construcción como imitación del acto cosmogónico* (Eliade, 2001, p. 32). Consideramos que la elaboración de la carne asada se constituye en un texto de cultura porque forma parte de estos ritos debido a que el hombre se torna en un cocinero que ordena, tanto los ingredientes como el proceso de elaboración, para dar paso a la creación de un platillo perteneciente a su tradición cultural, el cual trae consigo, al mismo tiempo, la evocación histórica. La preparación del alimento es un ritual en donde damos forma al mundo, armonizamos la energía y sazonomos las emociones.

En cuanto al papel que juegan en la cultura los textos culinarios, se enuncia con Sánchez Martínez (2007):

Cuando los textos culinarios describen los procedimientos que se realizan en el exterior, corresponden generalmente a una actividad realizada por hombres; mientras los que describen un proceso de elaboración de alimentos que tiene lugar en espacios internos, remiten a lo realizado generalmente por las mujeres (Sánchez Martínez, 2007, p. 198).

Al respecto, Lupton (1996) analizó el gusto por la comida en relación con las prácticas dietéticas relacionadas con el género, y encontró que “las comidas vegetales son consideradas femeninas, mientras que las carnes rojas se relacionan con los hombres” (Lupton, 1996, p. 107).

En su estudio *Gastronomía y memoria de lo cotidiano*, Sánchez Martínez (2007) reafirma que esta actividad emprendida por los hombres los hace ser partícipes activos porque “se autorrepresentan y reflejan un rasgo de cultura regional: una práctica culinaria entre varones al exterior” (Sánchez Martínez, 2007, p. 38). Sin embargo, en esta inclusión se revela la exclusión de las mujeres por ser una práctica prohibida. Los hombres nombran con mayor frecuencia “las ‘carne asadas’ como textos festivos, ya que son prácticas culinarias en las cuales actúan como participantes activos, según se establece en los roles de género de la cultura local” (Sánchez Martínez, 2007, p. 40).

Bourdieu (1998) señala que:

las representaciones sobre la alimentación, las desigualdades sociales y de género que discurren paralelamente a la comida, las relaciones de poder y su interrelación con la escala de jerarquización social, la vinculación de la comida con la estructura micro y macro de las sociedades, justifican la necesidad de una mirada sociológica al fenómeno alimentario (Bourdieu, 1998, p. 10).

De acuerdo con esta propuesta de Bourdieu, Vélez Jiménez (2013) propone el término de *campos culinarios* para referirse a que la cocina es un espacio de desigualdades y de distinciones en donde los agentes construyen representaciones del mundo. Estos actantes se distribuyen y se posicionan según el capital que poseen (económico, cultural, social y simbólico).

2.2. El discurso alimentario

Desde un punto de vista semiótico, el discurso alimentario puede ser analizado desde la perspectiva de Courtes (1980), a partir de la identificación de la narrativa que subyace en los *palimpsestos culinarios*. Este concepto es definido por Usme (2015) como “múltiples sentidos y múltiples valores otorgan sentido a la praxis culinaria, ya que tales patrones del sistema culinario que ha sido transformado reposan sobre un modelo polisémico de la transculturación” (Usme, 2015, p. 188).

Estos *palimpsestos culinarios* nos hablan de un texto sobre otro texto. Es decir, en una receta de cocina o *gastrotexto* en un sentido literal se aborda la preparación del alimento, pero en una segunda interpretación van inmersos varios aspectos. Asimismo, Certeau (2006) aborda su planteamiento del discurso alimentario en estos términos:

En cada alimento hay un entrecruce de historias invisibles, y cada manera de tomar, preparar y compartir la comida no es sólo una forma pasiva de repetición de códigos, tradiciones o incluso mensajes mediáticos, sino una forma activa y adaptativa de formar sentido y construirlo (Certeau, 2006, p. 100).

Al respecto, Montanari (2006) nos habla que en la alimentación prevalece una enunciación emocional:

Con los alimentos se busca transformar al otro, embrujarlo, envolverlo en un sentimiento de placer, de satisfacción. Con el alimento reconciliamos batallas, reconstituimos fortalezas, transformamos pensamientos y sublimamos emociones. Y por esto que se convierte en un dispositivo de enunciación emocional” (Montanari, 2006, p. 125).

En este primer acercamiento se observa cómo los eruditos alimentan el cuerpo y el espíritu para adquirir una mejor manera de pensar. Asimismo, el cocinero logra que ese maná sea consumido de manera colectiva. En este sentido, Vélez Jiménez (2013, p. 4) refiere que “los comensales están llamados a desempeñar las tareas del filósofo y del cocinero, determinando conscientemente el pensar y el gustar (el ‘comer para pensar’ y el ‘pensar para comer’)”.

En los discursos se reafirman las emociones a través del énfasis en las palabras. Vélez Jiménez (2013) la denomina como ‘la comida afectiva’ porque es “la que nutre, transforma y da sentido a lo íntimo, lo privado y lo público; transmite la permisión, la prohibición y la sanción del comer y del beber en cada territorio, en cada época y en cada grupo” (Vélez Jiménez, 2013, p. 7). En este fragmento se nota la intensidad de las palabras que envuelve las emociones de los comensales y dar paso a la identidad.

Al respecto Van Dijk (2006) en su libro *Ideologías* refiere que las emociones y los afectos forman parte de las creencias porque son representaciones que se registran en la memoria. Así que por medio de los sentidos se resalta y se refuerza un saber y sabor común.

Asimismo, Vélez Jiménez (2013) propone el concepto de ‘polisemia alimentaria’, la cual la define como:

Las nuevas conductas, nuevos modos de vida ligados a funciones rememorativas, conmemorativas o expansivas de la comida; temas y situaciones que tienen que ver con el ocio, la fiesta, el deporte, el esfuerzo, la labor, etc., de un hombre que, de manera teatral, desea tener poder sobre el vértigo de la vida contemporánea (Vélez Jiménez, 2013, p. 26).

2.3. La imagen social

Haverkate, (1994) ha expresado que la cortesía es una forma del comportamiento humano universal, y que es bien sabido las diferencias interculturales existentes no solamente en lo que respecta a su manifestación formal, sino a la función interactiva de las normas vigentes en cada cultura.

Para Bravo (2005), el efecto que esta actividad tiene en la interacción es interpersonalmente positivo. Interesa específicamente la idea de Beinhauer (1991) sobre que “La cortesía, más que deferencia auténtica hacia el interlocutor, persigue con mayor frecuencia, el propio interés del hablante” (Beinhauer citado en Briz, 2005, p. 58). La cortesía es considerada como una forma de comportamiento humano universal. A este respecto, Albelda (2005) señala que “se reconoce en la cortesía una determinada actitud social, un modo de comportarse y, por tanto, es intencionada, se muestra, pues a cómo deseamos que se nos vea y a cómo se nos ve” (Albelda, 2005, p. 327).

A través de los mensajes, las personas construyen sus imágenes, tanto con las ideas que expresan como con las formas de expresión de tales ideas. Ambos aspectos, ideas y expresión lingüística, se pueden apreciar, entre otros, en el empleo de diversos rasgos semántico-pragmáticos.

En este sentido, la imagen social representa “los valores que las personas reclaman para sí mismas en sus encuentros con los demás y el compromiso que ante ellos adquieren” (Goffman, 1967, p. 13). Especialmente en su actuación pública, la persona intenta mostrar ciertos atributos de sí misma; se juega su fama y reputación, sabe que su imagen social la recibe en préstamo de la sociedad y “le será retirada si no se conduce de modo que resulte digno de ella” (Goffman, 1967, p. 17).

Goffman (1971) sostiene que la presentación del individuo ante otros representa los valores acreditados por la sociedad más que su comportamiento general. Según Goffman (2004), una *actividad de imagen (facework)* refiere a todo aquello que es parte de un plan de acción destinado a conformar rasgos identitarios basados en las percepciones sociopsicológicas que tienen los interlocutores de sí y de los demás, en una situación y un contexto social determinados. Para ese autor, la *imagen social (face)* está constituida por los valores sociales que un individuo tiene de sí mismo en relación con los demás. Estas nociones sirven para describir e interpretar construcciones comunicativas.

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

Esta imagen del rol, según Bravo (2002), recibiría un efecto positivo por parte de algunos y negativo de otros. Estos efectos no solo afectarían al hablante, sino también a otras personas. Así

que podríamos definir a la imagen pública como una carta de presentación donde se intercambian valores para adquirir reconocimiento y validez ante los demás.

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

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

En este sentido Goffman (2004) señala que la imagen es una fachada integrada por el medio y la fachada personal compuesta por “insignias del cargo o rango, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y el aspecto, el porte, las pausas del lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes” (Goffman, 2004, p. 35).

Dentro de la imagen se encuentra el estigma. Goffman (1963) la define como una marca corporal, social o ideológica que, de manera simbólica, otorga una identidad social devaluada. Este imaginario se refuerza en los estereotipos y roles de género. Los hombres tienden a la fuerza, lo intelectual, lo activo y se desenvuelven en el espacio público; en contraste con la mujer que es destinada al lugar privado con sus respectivas funciones: ama de casa, la maternidad y la educación. “Estos comportamientos (des)cortesés hacen que se dañe o valore la imagen social del interlocutor de acuerdo con las intenciones de los individuos” (Goffman, 2012, p. 4).

En este tipo de descortesía verbal. Kaul (2017) la nomina:

como una conducta que introduce agresividad en las relaciones sociales y los actos de habla que la plasman (primordialmente insulto, crítica, agravio, reproche, sarcasmo, burla, advertencia, invectiva, acusación, descalificación, amenaza, reprobación, provocación) conllevan la manifestación de fuertes emociones negativas tanto en quien produce el acto descortés como en quien lo recibe (principalmente ira, agresividad, rencor, antipatía, aversión) (Kaul, 2017, p. 7).

Dentro de la descortesía verbal, Kaul (2005) define la descortesía de fustigación (en el sentido metafórico de dar azotes) como “agresión verbal constituida abrumadoramente por comportamientos volitivos, conscientes y estratégicos, destinados a herir la imagen del interlocutor para responder a una situación de enfrentamiento o desafío, o con el propósito de entablarla, razón por la cual casi todos sus actos son directos (Kaul, 2005, p. 11).

Este tipo de actos descorteses afectan a la imagen social del locutor “al tratar de afianzar una afiliación exacerbada (adepto al grupo), la refractariedad (restricción) o la metedura de pata (la falta de discreción)” (Kaul, 2005, p. 3).

En este sentido, se reconoce en la cortesía una determinada actitud social, un modo de comportarse y, por tanto, es intencionada y se muestra, pues se refiere a cómo deseamos que se nos vea y a cómo se nos ve.

3. Metodología

La metodología será un análisis cualitativo-descriptivo para revisar el discurso emitido por el candidato durante su campaña política. Se estudiará cómo a través de la sociopragmática prevalece *una carga valorativa por afiliación exacerbada* (Kaul, 2014) para lograr la unión comunitaria; *la refractariedad* (restricción) para excluir las demás propuestas políticas; *la autoimagen* para ensalzar su imagen ante los invitados y *la descortesía por fustigación* para deshonar las acciones de los políticos en turno. Esta indagación se complementará con las representaciones sociales (Goffman, 2004) para visualizar la construcción de su imagen social ante los regiomontanos.

La muestra representativa constará de la transcripción del video “La carnita asada con Samuel García”. Es un programa que consta de 28 episodios. Para este trabajo se analizó el video publicado el 31 de diciembre de 2020 por el canal de *Youtube* del candidato Samuel García por el partido Movimiento Ciudadano. Tiene un total de 11.761 visualizaciones, 310 “likes” y 513 “dislikes”. Los comentarios se encuentran desactivados.

El video tiene una duración de cincuenta y nueve minutos, consta de nueve mil ochenta palabras y muestra al contendiente conversando y consumiendo carne asada con cuatro personas que representan a diversos sectores de la ciudad: dos varones y dos mujeres.

4. La negociación política

De acuerdo con Galatolo (1999), la negociación política se define como “aquella situación en la que diferentes actores buscan la obtención de sus intereses mediante la mediación y la llegada de un acuerdo” (Galatolo; Alloti, 1999, p. 71). Para lograr esa alianza, se requiere de diversos recursos como un moderador que dirija la sesión para brindar los turnos, escuchar para corregir o reafirmar sus argumentos y persuadir a los demás.

Dentro de los modelos de negociación política, según Coloso (1989), son cuatro. Para este estudio nos basaremos en “la negociación horizontal” debido a que tiene la forma de una mesa donde los actores se sientan y al frente uno orienta la reunión. Asimismo, Coloso (1989) menciona que:

La actividad a través de la mesa puede incluir intercambio de información, adopción de poses, urbanidad, discursos, gritos, palabrotas, ruegos, catarsis emocional, amenazas, lloriqueos, etcétera. Entonces, ¿dónde se lleva a cabo la verdadera negociación? Principalmente dentro de los propios grupos negociadores donde se decide qué se va a prometer, cuándo se va a prometer y quién lo va a hacer (Coloso, 1989, p. 78).

A continuación, se analizará la transcripción del discurso emitido por el candidato Samuel García a la Gobernatura de Nuevo León. Para ello se mostrarán los segmentos más relevantes de acuerdo con las temáticas presentadas.

Segmento 1: La bienvenida

Ustedes saben que estamos en precampaña a la precandidatura de gobernador a Movimiento Ciudadano. Y hemos dicho que quien guste nos puede mandar un mensaje para irlos a visitar a sus casas, empresas, restaurantes, parques y platicar de las propuestas

El candidato les saluda cordialmente y les hace una atenta invitación. Emplea una autocortesía donde se deja entrever los valores de respeto a través del relativo “quien guste” y una actitud de colaboración por medio de los verbos “mandar” y “platicar” para reunirse y entablar una negociación.

Segmento 2: La caballerosidad

Ahí va compare, para las mujeres. Ahí hay salsa, guacamole y yo como soy el chef me voy a quedar viendo.

En la elaboración de la carne asada, es común que los invitados no se conozcan y se llamen “compare” (compadre) como una manera de identificarse y estrechar lazos de amistad y compañerismo. Les solicita que compartan el alimento primero a las mujeres, se pone en el rol de cocinero para atenderlos y al decir “me voy a quedar viendo” es una forma de expresar que los atenderá y no comerá. La imagen del rol es de un anfitrión que estará pendiente de las necesidades alimentarias y problemáticas de los comensales.

Segmento 3: La presentación

En seguida se exhiben la identidad de los participantes:

La reunión se lleva a cabo en la casa del candidato a la Gobernatura de Nuevo León, México. Los invitados son cuatro comensales:

- Cristian: mujer, treinta años y es asesor inmobiliario.
- Sergio: hombre, comunicólogo y trabajaba en una empresa de espectáculos
- César: hombre y tiene once años como restaurantero.
- Jimena: mujer, estudiante de Relaciones Internacionales en la Universidad del Valle de México.

Se destaca una relación asimétrica entre los invitados debido a que representan el sector empresarial y productivo del Estado. Sin embargo, no se conocen entre ellos y lo que busca el candidato es lograr una relación social simétrica entre todos.

Segmento 4: LA COVID

El candidato, mientras sirve parte de los complementos del platillo, les pregunta lo siguiente:

y en lo que salen las salchichas yo quiero ahora sí preguntarles... ¿Cómo cambió su vida el COVID? Tons si quieres ahora, vamos a darle inversa. ¿Cómo les ha cambiado su vida el COVID y qué les gustaría que el gobierno hiciera por ustedes?

La presentación tiene como fin conocerse, socializar y después les lanza la pregunta para escucharlos y de ahí negociar con su propuesta política. De acuerdo con los comentarios señalados, los invitados externaron la pérdida de familiares, el cierre de los comercios y el cursar la carrera universitaria en línea. En eso interviene el candidato para aclarar:

Samuel: Pues fíjense que a mí me toca ver gente que cerró el negocio, que perdió un familiar, este...o que le dio COVID y salió, pero sigue muy dañado, amigos de mi edad que fallecieron... muy jóvenes, otros la libraron, pero siguen muy dañados del pulmón, siguen muy dañados del esófago, su condición física. Pues bueno sin duda fue un gran golpe a todo el mundo, a los mexicanos, no es la excepción. Y...ya llevamos 9 meses, 9 meses con esto y quiero hacer ahora preguntas más tendientes a que puede hacer alguien desde la trinchera del gobierno y en lo que sirvo las salchichas preguntarles si ¿alguien de ustedes sirve algún apoyo del gobierno hoy en día?

El candidato se muestra con una imagen de ser políticamente correcto. Toca las emociones de los invitados sobre el tema del COVID para que reflexionen sobre sus problemáticas. Se porta gentil al continuar ofreciéndoles el alimento y cuestionarles sobre el apoyo del actual gobierno ante sus necesidades.

Segmento 5: el Gobierno

Los invitados externaron que no recibieron ningún tipo de apoyo tanto del gobierno ni estatal, ni federal, ni local, ni municipal. En eso participa el candidato con su propuesta:

Samuel: Pasa la salsa, por favor, César.

Sergio: Ni estatal, ni federal, entonces pues creo que sí está canijo.

Samuel: Pues miren yo acabo de hacer una queja...fuerte al gobierno, porque...oigan no sé si esté picosa, pero yo ya la bañé.

Todos rien

Usa la polisemia alimentaria de la salsa para relacionarla con el concepto de picosa con la problemática gubernamental. Establece una comparación aumentativa “yo ya la bañé” para referirse a que le exageró en la cantidad del producto con exigirle al gobierno sus participaciones.

Posteriormente continúa:

Samuel: hasta el loquito de Trump que muchos odiamos, le pagó la nómina seis meses a las empresas, un programa que se llama PPP. O sea, en todo el mundo pospusieron créditos, ayudaron con las hipotecas, te decían no corras al empleado, yo te voy a pagar.

Emplea la ironía verbal para referirse al entonces presidente norteamericano como “loquito” en contraposición con los “locos” que integran el gobierno mexicano. Atenúa por medio del diminutivo para establecer grados de trastornos. Emplea la imagen de afiliación para señalar que todo el mundo (incluyendo él) piensa en los ciudadanos al darles facilidades de apoyo económico, menos los actuales dirigentes en el país.

Samuel: Y luego el SAT en lugar de ponerse en un plan sensible...se pusieron como perros sobre los contribuyentes a sacar adeudos viejos, tons yo sí quedé muy molesto porque el gobierno lejos de ayudarnos nos dio la espalda...y creo que hoy es cuando más nos ocupamos, y lejos de ayudar pues nos...ya no digo estorbar, nos están dañando gravemente.

Aunque el candidato forma parte del gobierno, se torna molesto porque no le parece la manera de proceder. Utiliza la agresividad verbal al referirse como “perros” para aludir que son seres despreciables. Por medio de los deícticos personales “lejos de ayudarnos”, “nos ocupamos” y “nos están dañando” busca la empatía y se pone en el plano ciudadano (como los invitados) para externarles que, aunque forme parte del gobierno, no se identifica con esa manera de actuar porque él no es como ellos.

Segmento 6: Intermedio

El candidato interrumpe por unos momentos el discurso político para atender a los invitados y proseguir con un tema antes tratado.

Samuel: Y en lo que pongo más tortillas y ¿quién más va a querer una quesadilla? Yo no alcancé.

César: Yo sí te acepto una.

Samuel: Órale, porque la carne se me hace que va a tardar un poquito...este...cuéntenme sus familias. Sobre todo, los que tienen esposo, esposa, hijos, ¿cómo han vivido el COVID? ¿Quién sí tiene hijos?

En este espacio se observa cómo impera un ambiente acogedor: el candidato continúa atendéndolos y expresa que se sacrifica con tal de que ellos coman bien (Yo no alcancé); además, se empiezan a tutear con Samuel García (Yo sí te acepto una).

Segmento 7: La familia durante LA COVID

Los asistentes mencionaron que las madres de familia desempeñaron también el rol de maestras debido a que les enviaron un temario para que los niños lo respondieran y mandaran. Otro tema fue el cambio de la educación pública a la privada por el aumento de las colegiaturas y que, a pesar de estar en contingencia, las escuelas no bajaron las cuotas. También surgió el problema de los pocos dispositivos en casa para que las familias con más de dos hijos pudieran conectarse y estar en clases virtuales. Todo esto conlleva a una preocupación de los invitados: el rezago escolar. Consideran que los niños no aprenden ni socializan.

En respuesta el candidato externó:

Samuel: Yo tuve que hacer el...un programa de donación de laptops porque me tocaba mucho mensaje en Facebook de tengo tres niños o cuatro y están estudiando vía mi celular, entonces está saliendo carísimo los datos.

Reafirma la imagen de ser políticamente correcto al brindar apoyo a las familias neolonesas por medio de un programa de donación de equipo y en compensación con la economía familiar.

Segmento 8: El emprendimiento

En este apartado les pregunta sobre qué se debería reactivar para abrir la economía y qué propuestas deberían surgir. Cristian, una de las invitadas, comenta que se deben bajar los impuestos. El candidato coloca sobre la mesa una cantidad de carne asada, entonces realiza este comentario:

Samuel: Oigan me voy a sentir si no la prueban eh y se me va a enfriar así que empieza tú, Sergio. Pues mira, justo lo acabas de decir...acabas de traducir una iniciativa que yo presenté que se llama la veda administrativa, básicamente es no me molestes cuando estoy arrancando. Yo cuando estudié la cifra de fracaso de emprendedores era 8 de cada 10, se está demostrado en el mundo que un emprendedor muy probablemente el 80% no pague el negocio.

El candidato propone una veda administrativa y habla del gobierno como deslindándose de ser como él. Da la autoimagen de ser honesto, piensa en los demás y rechaza formar parte de ese círculo.

Samuel: Y mí me dio mucho coraje eso para mí era la frase bíblica de justos pagando por pecadores, pero luego empiezo a ver al mismo tiempo que en los estados donde Morena es muy fuerte, prácticamente no importa que hagas ni quién eres, por el simple hecho de ser mexicano ahí va el dinero, oye, pero es que esa persona puede trabajar we, no tiene una discapacidad, es joven. No, 3000 bolas nomás por ser mexicano, oye ¿y por qué nomás en Tabasco? Pues porque aquí se ocupa más, oye Nuevo León...no, no allá hay mucha lana.

Samuel García emplea una frase bíblica (Justos pagando por pecadores) para remarcar que la gente honesta y cumplida son tanto los ciudadanos como él, en contraposición con los gobernantes quienes los define implícitamente como infractores y culpables. Refuerza su autoimagen y se muestra defensor de la economía y los derechos para atender al pueblo. Critica la mala repartición de los bienes en los estados (sobre todo en Tabasco donde nació el presidente) y en la juventud: El presidente otorga asistencia económica a jóvenes que no estudian ni trabajan; y a Nuevo León no le da suficientes recursos debido a que es un estado rico.

Samuel: él dice pues “mira todos los que tenga aquí de mi mano van a votar por mí, y me voy a quedar con ellos de por vida” lo malo es que los gobiernos anteriores eran tan corruptos que hoy tienen narrativa para seguirles pagando, y antes pues el PRI pos te aventaba una Maseca, pero lo que no saben es que los programas asistencialistas se acaban, tiene que haber programas de desarrollo económico, que en lo que inviertas se doble, se triplique, y pues desgraciadamente eso no lo vemos.

Sergio: Sí, luego por eso el presupuesto este lo quieren como que todo acaparar para esas dádivas y es como tú dices en tus videos y en las exposiciones, de que por eso a Nuevo León se le da tan poco, porque todo se va hacia el sur; o sea, vaya eh.

El candidato aborda el tema de las dádivas: las donaciones de los partidos políticos para obtener el ansiado voto. Al señalar “*pos te aventaba una Maseca*” se refiere a que les daban un producto mexicano de la despensa básica para hacer tortillas. En este segmento se observa cómo el alimento es empleado para ganar simpatizantes y darles una alimentación fija. De ahí la expresión “*mira todos los que tenga aquí de mi mano van a votar por mí*” en señal de que son fieles partidarios del sistema. Asimismo, en el comentario de Sergio, uno de los invitados, se observa la división en México del norte contra el sur en relación con el capital enviado. El invitado apoya las decisiones del candidato en los medios de comunicación.

Samuel: En primer lugar, diciendo con todas sus verdades...tú ahorita dijiste algo claro, nos tocó el peor gobierno en el peor momento, es un gobierno autoritario que desgraciadamente...eh ya centralizó todo el poder, entonces el presidente hoy controla al poder legislativo, tiene mayoría en cámara de diputados absoluta y mayoría en cámara de senadores relativa, entonces si él dice A es A, si él dice B pues es...borregos.

Samuel García denuncia a un gobierno tirano. Expone una fórmula matemática para dejar en claro la dirección exacta de la política sin opciones de cambios. En lugar de decir “B es B” reafirma “borregos” para evidenciar a políticos y ciudadanos que siguen el camino sin cuestionar nada. Aquí se resalta la imagen por refractariedad para recalcar que los ciudadanos y él no son como los demás.

pero tenemos que entender como generación...tú y yo somos millenials, centenialls, milleanials también ¿verdad?, ¿Por qué diablos alguien tan grande con un gabinete tan longevo, con cámaras a su merced, únicamente responde a lo que él cree y no a lo que los jóvenes queremos? Esa es mi gran queja.

El candidato se acepta como joven con ideas y comprende las necesidades de los demás. Por medio de los deícticos personales reafirma el liderazgo y la supremacía de la juventud contra los viejos dirigentes como seres sin principios y deseos de superación.

Cuando fui diputado local era el único menor de 30 años, entonces si querías hablar de deporte, de emprendimiento, de ciencia...grillos. Todo era pensiones, deudas, oye, pero también los jóvenes somos el 40% de Nuevo León, pélenlos. El presupuesto. Ahora me voy al senado y soy también el único menor de 30 años, el promedio de edad es como de 60%, muchos senadores de Morena, no me lo van a creer, no llegaron por capacidad, no llegaron por curriculum, entraron por tómbola, imagínense.

El candidato recurre a la ironía verbal al referirse a la palabra “grillos” como “cigarra”: seres que no saben nada y solo se pasan disfrutando la vida, viendo a los demás trabajar. Asimismo, reitera este concepto al mencionar que no tienen estudios, ni capacidad, ni interés, ni deseos de aprender al señalar que fue por sorteo su incursión en la política. Reafirma su autoimagen como un candidato experto, académico y preparado para afrontar la crisis.

Sergio: Ajam, entonces debo confesar que voté por AMLO porque sí creía en eso, pero creo que ahorita ya esté sus políticas no están bien, este no está haciendo las cosas bien, no es el AMLO que conocimos en el 2006 y 2012...pues no, o sea está haciendo las cosas muy mal y creo que tiene culpa, eh mucha culpa sus bots y sus seguidores porque todo le aplauden, entonces él siente como que ah bueno voy a hacer esta tarugada o voy a hacer esto y como quiera me lo van a aplaudir, entonces si la gente fuera critica o dijéramos oye sabes que la estás, a pesar de que te apoyo, pero la estás regando creo que sería otra cosa, ahí sí creo que tiene mucho que ver el fanatismo que está cañón ahorita en estos tiempos, y a nivel estatal creo que Bronco pues no...como dicen...no vale madre

Sergio, uno de los invitados, por medio de la descortesía de fustigación crítica al actual presidente y lo exhibe como un “clown” que acapara la atención del pueblo con sus comentarios fuera de contexto en vez de trabajar por las necesidades de la nación. Exhibe el fanatismo del pueblo por verlo como alguien cercano a ellos y eso les impide ser analistas de su realidad. Al último deja entrever al Bronco (seudónimos del entonces Gobernador de Nuevo León) como de la misma línea que el presidente.

Segmento 9: la campaña política de Samuel García

Después de degustar la carne asada, el candidato les cuestiona sobre qué opinan de su persona tanto positiva como negativamente. A manera de confianza les externa que no hay tequila (bebida en México para amenizar las reuniones).

Sergio: No pues digo yo realmente desde que vi tu primer video que fue del gasolinazo este me identifiqué completamente, primero porque pues eres joven, tienes creo que 32 años, yo tengo 30, entonces este siempre los políticos que vemos es de que oye sabes que es el viejito de 40-50 años que no me representa, entonces este la primera vez que yo, yo lo vi y dije ah oye, sabes qué, este chavo trae algo, trae algo diferente, pues ya me fui metiendo a las redes, eh me gusta que seas combativo, no cualquiera lo hace ni cualquiera tiene los tamaños como para ponerse a AMLO a pesar de...pues todos los bots que manda, o sea sabemos que hasta nuestras redes particulares, si tú das una crítica a AMLO es seguro que te van a caer o sus seguidores o sus bots, entonces dices oye pues qué onda ¿no? entonces ya muchas veces uno ya no quiere dar su opinión porque pues te van a caer.

Este comensal solo externó comentarios positivos. Después de la comida, se observa una relación simétrica con el candidato. Se identifica con que es joven, trabajador, defensor y no les teme a las críticas en directo y en redes sociales. Se nota la empatía y la confianza con Samuel García.

Jimena: Nadie. Y yo cuando lo vi dije bueno hace sentido eh...porque hay países, ay perdón, hay Estados aquí en México que, pues aportan grandes cantidades y lamentablemente ahorita ya ese dinero que se aporta ya no se les está dando, pero bueno eso fue lo que a mí se me hizo muy novedoso, también que eres joven y hay oportunidades para los jóvenes, este ¿qué más? ...

Samuel: ¿Y lo malo?

y también una cosa buena que me gusta es de que cuando alguien comete un error pues siempre das la cara y dices sabes qué, pues sí la regué aquí, pero lo digo enfrente de las cámaras o al público y lo reconozco, y eso bueno muy poca gente lo hace, entonces yo siento que eso muestra transparencia y también reconocer los errores ¿no? Porque es válido.

Jimena responde sobre algo negativo que debe cambiar el candidato con lo positivo que él representa: es joven, emprendedor, abrirá espacios y oportunidades para los profesionistas, reconoce la valentía para retractarse y emplear los medios de comunicación para comunicarse. Se nota la identidad con el candidato.

Cristian: Ajam, de hecho, sabes yo pensé que eras...de alguna asociación civil, entonces ya después veo ah es político, ah mira, entonces le doy follow a tu página y empiezo a ver todo este tipo de posteos, dije oye me interesa, porque realmente pues los regios somos así, todo el mundo piensa que les estamos hablando ¿no? Así de que...golpeado, y pues no, así hablamos y así somos y...ese es nuestro carácter, entrarle. Y eso me llamó mucho la atención porque pues cuando empezó el Bronco sí como que ay, esto, y muchas maldiciones como que hablaba muy así...pero a la hora de los trancazos pues el hombre desapareció ¿no? ...eh...y pues ya te vimos de...diputado y ahí estabas, ya te vimos de senador y ahí estabas. Entonces...esperamos y yo creo que hablo por mucha gente, que...para candidato tú sigas estando igual.

Cristian resalta la identidad del regiomontano en la forma de hablar y de comportarse: directo y de fuerte carácter. Así como es el candidato, así somos los regiomontanos. Prevalece un reconocimiento y una aceptación a animarlo a seguir con sus mismos ideales ahora como candidato.

César: Este...tampoco recuerdo porque empecé ahí a seguirte, pero sí también he visto que eres este...así entrón e irreverente en algunas cosas, este creo que eres como que la parte que todos tuvimos este de insurrección en algún momento de juventud, este y obviamente como dicen el chiste es mantenerlo ¿no?, este yo creo que sería lo interesante en tu caso, este veo que hasta ahorita te lo llevas bien, eh...yo la verdad es que me acuerdo que una vez te vi y lo voy a decir tal cual pues porque se lo acabo de decir a mi mujer...yo una vez te vi en el palenque echando whisky a toda madre, no voy a decir Alejandro Fernández, y yo dije mira, a toda madre y yo veía que gente ahí decía ah mira ahí está Samuel y la madre y decían, y yo dije ay va empezar la gente a criticar ¿no? Porque pues hay que, hay que joderle, hay que criticar todo ¿no?, y yo dije con todo respeto va, lo que está haciendo este cabrón es lo que hacen otros...a escondidas, pero él lo hace aquí, o sea pues que chido ¿no?

César muestra al candidato como una persona pública que se divierte y asiste a eventos como todos. Gracias a las redes sociales lo empezó a seguir y le agradó su manera de ser y de afrontar la situación política del estado.

Aunque no le quisieron exponer la parte negativa de él, Samuel García hace una introspección y se analiza ante los demás:

Samuel: No, sí hay temas negativos que estoy corrigiendo, uno es la sobreexposición...y tiene mucha...materia o lógica, o sea en un país con tanta carencia, ver a un político en opulencia...duele, desgraciadamente. Entonces pues sí te tienes que bajar ahora sí, además.

El candidato reconoce el gasto en excesos desmedidos y busca reducir en aspectos innecesarios. Se muestra una autoimagen de mesurado y comprensivo. Y aparenta humanidad por la gente que carece de lo más básico.

tons también tengo que entender que...así es la política, hay gente muy malandra y nomás está esperando, tons ten la prudencia y la astucia de no darles carnita, tons quizá hayan visto que ya es mucho menos Instagram, que ya es menos lives, también hay que cuidar, somos humanos, todos tienen un mal día, todos tienen un desliz, un lapsus y no se vale que eso sí lo intensifique el contrario y lo bueno lo guarda

Al candidato le da miedo ingresar a la política y ser como ellos, pero implícitamente reconoce que sí lo es al mencionar “*somos humanos*” (da a entender que es un mundo de corrupción en el cual hay que ser como ellos para sobrevivir). Intenta cambiar la imagen del político y tener “*la prudencia y la astucia de no darles carnita*” (hace comparación del alimento con las oportunidades que se les brinda a la gente mala).

Pues es la famosa teoría en inglés se llama el free rider, en español pues es el de gorra o el gorrón, ¿Qué pasa? Los grandotototes, los 100 más ricos de México no pagan, tienen consolidación fiscal, operaciones financieras derivadas, estrategias agresivas, llevan 10 años sin pagar, los 10 más grandes siempre tienen perdidas y devoluciones, o sea no nomás no pagan, les regresan.

Samuel García relaciona la palabra “gorra” con los empresarios que no pagan impuestos. Hay una asociación implícita con el acto de comer porque “*la gorra*” o “*el gorrón*” es una persona que no fue invitada a la reunión y come gratis. Utiliza una descortesía por fustigación para referirse como gente que no llena.

Y luego el outsourcing falso que es cuando meten a los empleados a cascarones, hay bueno y hay malo, pero el malo es mucho y muy grande, eso se roban el ICR, el IVA, el Infonavit, el IMSS y el ICPT, entonces son empleados que sí están pagando pero no tienen ni IMSS ni servicios porque no se reportan, y luego tienes gente que usa fideicomisos para no pagar impuestos, que usan sindicatos para no pagar impuestos y luego de la población económicamente activa del país solamente el 38% es formal

El candidato señala la relación de cascarón como un encierro y atraso productivo en la economía del estado. Exhibe las trampas para ganar dinero a costa del esfuerzo de los empleados y no pagar los impuestos. Por medio de la descortesía de fustigación degrada las bajas acciones de los empresarios.

Samuel: Y no duden cualquier comentario, crítica, oye me está pasando esto, veo esto, mándenme un mensaje pa estar atentos, porque la mejor manera de ir calibrando la sociedad es preguntando y por eso empezamos esta semana a hacer una consulta. Vamos a estar consultando a toda la simpatía de Nuevo León qué opinan del convenio fiscal, qué opina de la constitución, cómo mejoramos el transporte, cómo erradicamos la violencia contra las mujeres, becas jóvenes, la seguridad, el aire...y poder saber...qué es la prioridad, y sobre eso si dios quiera y nos toca irnos por ahí, ¿algún comentario final?

Jimena: Muchas gracias por la invitación y qué bonito que tuvimos la oportunidad de conocerte más como es y...los proyectos.

Samuel: Y así soy, no estoy fingiendo.

Todos rien

Jimena: No, sí, excelente, me encantó mucho.

Samuel: Mucho gusto. Nos vemos a la próxima y Feliz Navidad a toda la raza.

Es el cierre de la reunión y se logra la simetría. Los comensales salen satisfechos de conocer y tratar al candidato, mientras él les reafirma que es una persona transparente y leal.

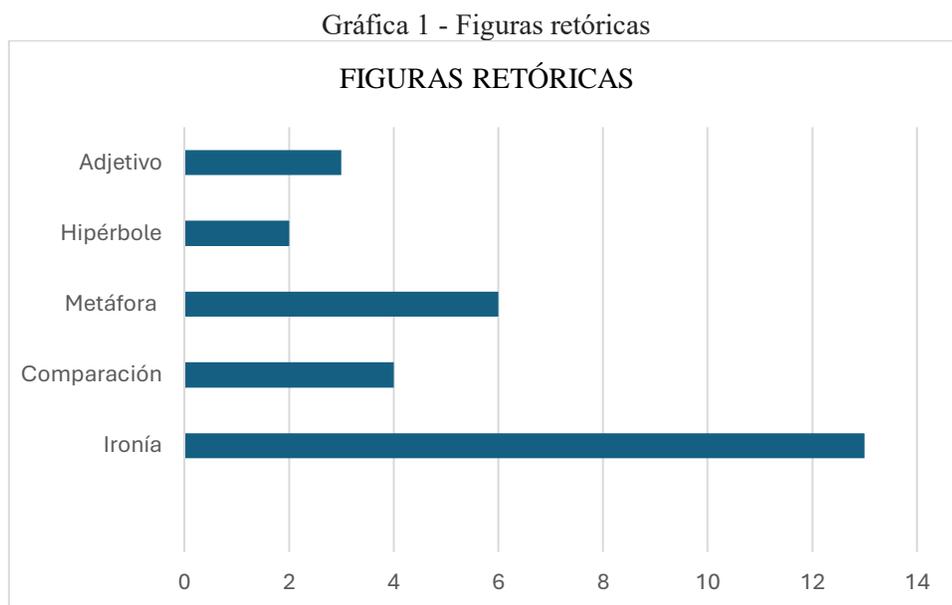
En esta negociación política, la carne asada fungió como un catalizador, provocando que los comensales evocaran distintas situaciones personales y dieran sus argumentaciones basadas en las experiencias vividas. En los segmentos analizados, se notó cómo el candidato organizaba los turnos para hablar y brindaba el alimento para que los comensales lo degustaran, se rompiera la tensión y prevaleciera una armonía entre todos. Este rito en la alimentación junto con los temas de conversación gesta entre los invitados una evocación histórica y cultural: reafirmar el espíritu de lucha y de trabajo que caracteriza a los regiomontanos.

Al final de la conversación, se aprecia el acuerdo entre los comensales en torno a la carne asada al asociarla con la analogía de “sensibilidad”. Los invitados externan que se debe cuidar la cantidad (dinero y carne) y repartirla entre la gente que realmente lo necesite.

5. Análisis de los datos

En este apartado se ofrece una exploración inicial de los rasgos de personalidad del Gobernador encontrados en la muestra, así como la frecuencia de algunos recursos pragmáticos y retórico-discursivos utilizados. Una vez analizada la primera parte del discurso, se procederá a revisar los hallazgos encontrados.

Los resultados arrojados en la gráfica 1 revelan la mayor presencia de la ironía (13 ocurrencias). Se percibe a través de este recurso cómo el candidato se burla para desaprobare los programas, las actitudes y las acciones de los dirigentes del estado y del país.

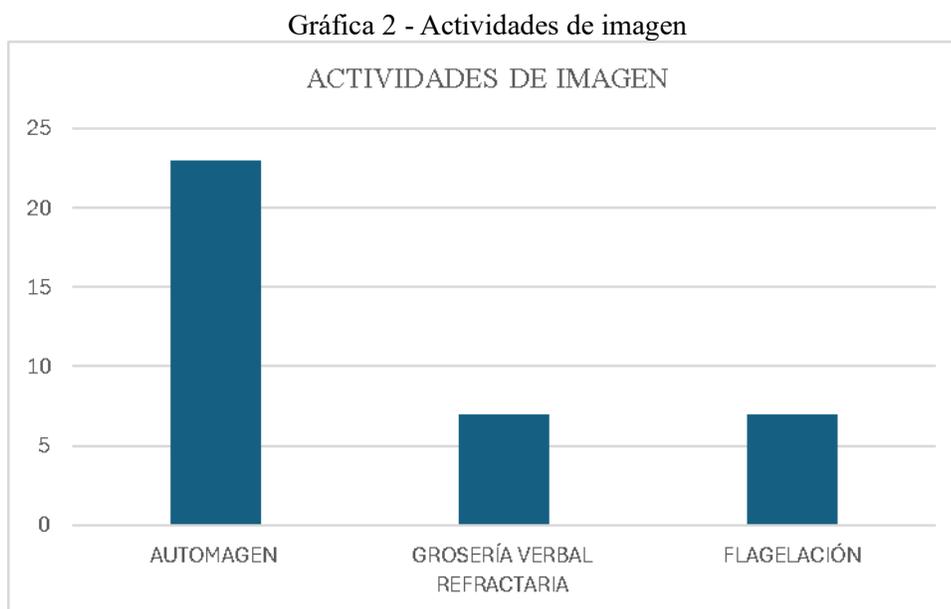


Fuente: Elaboración propia.

Con 6 ocurrencias le sigue la metáfora y con 4 ocurrencias la comparación. Estas figuras son remarcadas en el discurso por el alimento para comparar actos culinarios con acciones políticas.

Le sigue la adjetivación con 3 ocurrencias para describir los rasgos de personalidad de los políticos y la hipérbole con 2 ocurrencias para remarcar sus planes de acción política como actos de grandeza.

En la gráfica 2 se muestran los resultados en torno a la imagen.



Fuente: Elaboración propia.

Con 23 ocurrencias se tiene la autoimagen. Da a entender que el candidato se erige ante los demás como un futuro gobernador joven, propositivo, emprendedor, carismático y que no tiene miedo en decir y hacer las cosas. Se torna en una divinidad que orienta a sus discípulos, les da el maná y con sus ejemplos los instruye a soportar los pesares porque vendrá un nuevo comienzo.

En cambio, con 8 ocurrencias se localizaron la descortesía por refractariedad y la descortesía por fustigación. La primera para indicar que no se identifican con la forma de proceder del gobierno; la segunda, por remarcar la desaprobación de los programas y manera de pensar y de proceder de los políticos.

Conclusiones

El candidato, al tornarse en un anfitrión, busca ser reconocido y aceptado por parte de los comensales. Pasa a ser un ciudadano con experiencia en los temas a tratar y orienta a los invitados sobre sus decisiones políticas. Emplea con más frecuencia la auto imagen para proponerse con un candidato empático, joven y conocedor de los problemas que aquejan al Estado y a los neoloneses.

Al emplear con más constancia la ironía es para desfigurar la imagen social del actual político, mostrarlo como un ser corrupto y desobligado.

El candidato prepara el alimento para los comensales con la sutil intención de que reflexionen mejor en sus decisiones y se llenen de energía para seguir luchando por un mejor cambio. Se torna en un patriarca, un proveedor del maná ante su pueblo representativo a través de estos cuatro integrantes y por medio de la comida les evoca el compromiso y la misión que tienen para ordenar y revolucionar al estado.

El contendiente establece un orden en las conversaciones y emplea un vocabulario acorde a los invitados para hacerlos sentir en confianza. Una vez llegado a este punto, los confronta para que le expresen por qué les cae bien o mal. Estrategia que recurre para mostrarse como un ser transparente y leal. En la negociación, cuya estrategia culinaria se analizó, se observa cómo hay acuerdos y desacuerdos con la firme intención de rectificar sus ideas para formar parte de la identidad grupal y juntos combatir la corrupción política.

Referencias

ALBELDA, Marta. Discordancia entre atenuación/cortesía e intensificación/descortesía en conversaciones coloquiales. In: BLAS, J. L.; CASANOVA, M.; VELANDO, M. (eds.). **Discurso y Sociedad**. Contribuciones al estudio de la lengua en contexto social. Castelló de la Plana, España: Servicio de publicaciones de la Universidad de Castellón, 2005, p. 581-590.

BARTHES, Roland. **Elementos de semiología**. París: Ediciones de Seul, 1971.

BRIZ, Antonio. **Eficacia, imagen social e imagen de cortesía**. Naturaleza de la Estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española. Córdoba, 2015. Disponible en línea en: <https://www.sdpnoticias.com/columnas/llevamos-infante-bronco-pedro.html>.

BOURDIEU, Pierre. **La distinción**. Madrid: Taurus, 1998.

BRAVO, Diana. **Actos asertivos y cortesía**: Imagen del rol en el discurso de académicos argentinos. Munich: Lincom Europa, 2002.

BRAVO, Diana. **Estudios de la (des)cortesía en español**. Estocolmo: Editorial Dunken, 2005.

CEBALLOS, Manuel. El espacio mexicano. La vertiente del norte. In: **Historia de México**. México: FCE/SEP, 2010.

CERTEAU, Michel. **La escritura de la historia**. México: Universidad Iberoamericana, 2006.

COLOSO, Thomas. **Negociación colectiva**: el arte de conciliar intereses. México: Limusa, 1989.

COURTES, Joseph. **Introducción a la semiótica narrativa y discursiva**. Metodología y aplicación. Buenos Aires: Ed. Librería Hachette S.A, 1980.

EAGLETON, Terry. **La idea de cultura**. España: Paidós, 2001.

ELIADE, Mircea. **El mito del eterno retorno**. Argentina: Emecé Editores, 2001.

FOUCAULT, Michel. **Historia de la sexualidad 2: El uso de los placeres**. México: Siglo XXI, 1988.

FOUCAULT, Michel. **Lenguaje y literatura**. Barcelona. Paidós, 1996.

GATOLO, Renata. **La converzazione**. Un'introduzione allo studio dell'interazione verbal. Milano: Cortina, 1999.

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

GOFFMAN, Erving. **Interaction Ritual: Essays on Face-to face Behavior**. Garden City, NY: Anchor/Doubleday, 1967.

GOFFMAN, Erving. **Ritual de la interacción**. Buenos Aires: Tiempo contemporáneo, 1971.

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

GOFFMAN, Erving. **Estigma**. La identidad deteriorada. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2012.

HAVERKATE, Henk. **La cortesía verbal**. Madrid: Editorial Gredos, 1994.

HERNÁNDEZ FLORES, Nieves. **Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa**. Denmark: Universidad de Copenhagen, 2013.

KAUL, Silvia. Descortesía de fustigación por afiliación exacerbada o refractariedad. In: BRAVO, D. (ed.). **Estudios de la (des) cortesía en español**. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos. Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken, 2005, p. 299-318.

KAUL, Silvia. Delimitación de unidades extralingüísticas de análisis del discurso de (des)cortesía. **Signo y Seña**, n. 26, p. 7-22, 26 diciembre 2014. DOI: <https://doi.org/10.34096/sys.n26.3107>

KAUL, Silvia. Tipos de descortesía verbal y emociones en contextos de cultura hispanohablante. *Pragmática sociocultural*, v. 5, n. 1, enero 2017. DOI: <https://doi.org/10.1515/soprag-2017-0001>

LICONA VALENCIA, Ernesto. **Alimentación, cultura y espacio**. México: BUAP, 2017.

LOTMNA, Iuri. **La Semiosfera I**. España: Ediciones Cátedra, 1996.

- LOTMAN, Iuri. **La Semiosfera III**. España: Ediciones Cátedra, 2000.
- LUPTON, Deborah. **Food, The Body and the Self**. Great Britain: SAGE Publication, 1996.
- MONTANARI, Massimo. **La comida como cultura**. Barcelona: Ediciones Trea, 2006.
- NORA, Pierre. **Los lugares de la memoria**. París: Trilce, 2007.
- PARODI, Fernando. **Introducción a la semiología gastronómica**. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2014.
- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Alicia. **Gastronomía y memoria de lo cotidiano**. México: Plaza y Valdés, 2007.
- USME, Zuly. Apuntes semióticos para el estudio de la cocina migrante. **Forma y Función**, Bogotá, Colombia, v. 28, n. 1, p. 185-198, enero-junio 2015. DOI: <https://doi.org/10.15446/fyf.v28n1.52052>
- VAN DIJK, Teun. (2006). **Ideología**. México: Gedisa, 2006.
- VÉLEZ JIMÉNEZ, Luz. Del saber y el sabor. Un ejercicio antropofilosófico sobre la gastronomía. *escritos*, Medellín, Colombia, v. 21, n. 46, p. 171-200, enero-junio 2013. Disponible en línea en: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/escritos/article/view/6647>

Recebido em: 21 de julho de 2024
Aceito em: 14 de outubro de 2024