

Rosío Sofía Márquez García

**Explicación socio-crítica de la identidad como categoría de poder en
la comunicación de la Alta Dirección**

Pensamiento Crítico. Revista de Investigación Multidisciplinaria
Año 5, No. 8, Enero – Junio, 2018, pp. 1 - 9.

<https://www.doi.org/10.64040/q8qzwx36>

Cómo citar este artículo: Márquez, R. S. (2018). Explicación socio-crítica de la identidad como categoría de poder en la comunicación de la Alta Dirección. *Pensamiento Crítico. Revista de Investigación Multidisciplinaria*, 8, 1-9.
<https://www.doi.org/10.64040/q8qzwx36>



Publicación editada por la UDF, Santa María. Cedro No. 16, Santa María la Ribera, C.P. 06400, Delegación Cuauhtémoc, Ciudad de México.

Excepto que se establezca de otra forma, el contenido de esta revista cuenta con una licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.

Explicación socio-crítica de la identidad como categoría de poder en la comunicación de la Alta Dirección

Socio-critical explanation of identity as a category of power in the communication of Senior Management

Rosío Sofía Márquez García*

UDF, Santa María

Resumen

La presente investigación, tuvo como propósito explicar los significados de identidad como una categoría de poder en el discurso de la Alta Dirección; desde la perspectiva del paradigma epistemológico socio-crítico, la investigación se apoya en la Teoría de la Construcción Social de la Realidad de Berger y Luckmann (2012), para explicar los significados de identidad y para las categorías de poder considera las aportaciones de Crozier y Friedberg, (1990), el Análisis del Discurso Político se realizó con la propuesta de Van Dijk & Mendizabal (1999); utilizando el software MAXQDA. La unidad de análisis fue el primer discurso del Presidente Electo de México para el periodo 2018-2024, obteniéndose que, de un total de 15 párrafos analizados en el 56 % de ellos se encontraron categorías de identidad, significados con las palabras como corrupción, gobierno, México y todos. A manera de reflexión, el análisis nos permite determinar el constructo de identidad como una categoría de poder para este caso, en virtud de que, el constructo de combate a la corrupción es el elemento identitario que une a los ciudadanos al momento de las elecciones; por lo tanto, hay una construcción social de la realidad que se significa en el discurso.

Palabras clave: Identidad, categorías de poder, intersubjetividad, análisis del discurso político

Abstract

In The purpose of this research was to explain the Identity meanings as a power category in the discourse of Senior Management; by the perspective of the socio-critical epistemological paradigm, the research is based on the Hermeneutic Theory, the Social Construction Theory of the Reality by Berger & Luckmann (2012) and the Theory of Power Crozier & Friedberg (1990), the Analysis of the Political Speech was carried out with the Van Dijk & Mendizabal's proposal (1999); using the MAXQDA software. The analysis unit was the first speech of the President-elected of Mexico for the period 2018-2024; obtaining that, from a total of 15 paragraphs analyzed, in 56% of them, identity categories were found, meanings with the words like corruption, government, Mexico and all. As a reflection, the analysis allows us to determine the identity construct as a category of power for this case, because, the corruption-fighting construct is the identity element that unites citizens at elections time; therefore, there is a social construction of reality that is meant in discourse.

Key words: Identity, Category's of Power, intersubjective, politic discourse analysis

*Doctora en Dirección de Organizaciones por la UDF, Santa María. Contacto: sofiamar_28@live.com.mx

Introducción

Para entender el estudio de las organizaciones desde el paradigma crítico, es necesario explicar los significados de identidad que se presentan en el discurso de la alta dirección en el ámbito privado y público; desde este contexto, se concibe a las instituciones como instrumentos de dominación que permiten un nuevo enfoque epistemológico para entender las sociedades contemporáneas.

Las organizaciones impactan la realidad de los sujetos, porque tienen un propósito en este orden social. Por ello, es necesario referir la aportación de Habermas (López, 2015), debido a que, en su Teoría de la Acción Comunicativa, explica la expansión del poder burocrático y económico en todos los aspectos de la vida ordinaria, su propuesta se fundamenta en la intersubjetividad y la comunicación.

En este sentido, la presente investigación explica la identidad como categoría de poder, desde la Teoría de la Construcción Social de la Realidad a través del método del Análisis del Discurso Político; para ello, se eligió el primer discurso del Presidente Electo de México para el período 2018-2024.

El análisis del Discurso permitió establecer que en el 56 % del documento prevalecen los significados de identidad, con los seguimientos para este caso, considerando a la identidad como una construcción social.

En el presente trabajo se consideró la definición de Mead, (citado en Mendoza, 2014) como los elementos significativos que identifican a los sujetos en la convivencia intersubjetiva de la organización; entonces, esto permite establecer que estos significados sean una categoría de poder, específicamente por su inclusión en el discurso político con conceptos utilizados como control de los identatarios.

Sujeto y Poder en las Organizaciones

Infante (2001), establece que el poder es para las ciencias sociales lo que la energía es para la

física, esta aseveración permite determinar que el tema es prioritario en el estudio de la conducta y la gestión organizacional, los actores tienen constructos sociales y no abstractos, no son individuales responden a los significados de su entorno, actúan dentro de la contingencia y complejidad de las relaciones interpersonales de la organización; es por ello, que el poder es una relación de negociación.

Es una interacción convencional, el poder se manifiesta de manera tácita, uno de los sujetos ajusta sus recursos y se manifiesta, por así convenir a sus objetivos, bajo el control de otro, en una relación inseparable, Crozier y Friedberg (1990), establecen cuatro fuentes de poder:

- a) Las que provienen del control de una competencia particular, y de la especialización funcional.
- b) Las que están ligadas a las relaciones entre una organización y sus entornos.
- c) Las que nacen del control de la comunicación de la información.
- d) Las que provienen de la existencia de reglas organizativas generales.

Por lo anterior, el poder sólo se entiende como el resultado de una relación y no como la conducta individual de los actores, Crozier y Friedberg (1990), refieren que el poder es una relación de fuerza desequilibrada, donde uno de los sujetos tiene más ventaja sobre el otro, pero éste asume subjetivamente dicha influencia; de manera tal que esta relación es subjetiva y se manifiesta a través de significados mediante los cuales se obtiene la obediencia.

Desde el punto de vista de la gestión organizacional, no se trata de interpretar el poder como una forma de manipular, sino de considerarlo como un constructo de significados que orientan el logro de los objetivos, por lo tanto, requiere que el sujeto asuma un comportamiento con alto sentido de responsabilidad, en donde los significados están expresados en primera instancia y de manera formal en el marco normativo de la institución, a través de las funciones que delimitan las facultades.

des de cada área y de cada nivel jerárquico y de los procesos que especifican cómo deben realizarse las actividades, instituyendo el orden principal de la comunicación interna, cuyo propósito es generar un sistema con acciones más o menos estable con estrategias concretas orientadas a generar valor agregado a la institución.

La Identidad desde la Teoría de la Construcción Social de la Realidad

El marco epistemológico de la acción comunicativa que permite emitir juicios de validez, de corrección o de expresión se fundamenta en la Teoría de la Construcción Social de la Realidad, de Berger y Luckmann (2012), quienes establecen que *“el interés sociológico en materia de ‘realidad’ y ‘conocimiento’ se justifica así inicialmente por el hecho de su relatividad social”* (p. 13).

La Teoría de la Construcción Social del Conocimiento, es el referente planteado por Berger y Luckmann (2012), cuya propuesta determina que la realidad se construye socialmente y la sociología del conocimiento tiene como propósito explicar cómo se genera este proceso.

Las sociedades representan una realidad objetiva y a su vez subjetiva, que requieren de una interpretación fenomenológica que las significa en términos de conocimiento, respecto a la primera, existe un proceso de institucionalización que inicia con la habituación de los actos cotidianos, cuyos significados construyen patrones de rutina.

El segundo elemento es la legitimación de la realidad objetiva, en esta etapa se debe justificar el conocimiento de la realidad al transmitirse a las nuevas generaciones, Berger y Luckmann (2012), refieren que *“la legitimación ‘explica’ el orden institucional atribuyendo validez cognoscitiva a sus significados objetivados. La legitimación justifica el orden institucional adjudicando dignidad normativa a sus imperativos prácticos”* (p. 120).

Según estos autores, existen cuatro niveles de legitimación: el primero, se refiere a todas los

significados sencillos, pre- teóricos siendo la base del conocimiento; el segundo nivel, son los esquemas explicativos que refieren significados objetivos; el tercer nivel, se fundamenta en teorías explícitas por las que un grupo se legitima en términos de significados diferenciados, empieza a trascender del conocimiento pragmático para convertirse en teoría pura; el cuarto nivel, se constituye por un universo de significados diferenciados que abarcan el orden institucional para conformar una totalidad simbólica, interpretados a través del interaccionismo simbólico.

En este sentido, Berger y Luckmann (2012), establecen que *“el universo simbólico se concibe como la matriz de todos los significados objetivados socialmente y subjetivamente reales”* (p. 123).

En este orden de ideas, es necesario introducir el tema de la realidad subjetiva, como la posibilidad de explicar la internalización de la realidad; al respecto, Rizo (2005), define la subjetividad como *“la conciencia que se tiene de todas las cosas desde el punto de vista propio, que se comparte colectivamente en la vida cotidiana”* (p. 2).

Así entonces, la significación es el constructo que tenemos de estas dos subjetividades, en una primera etapa de socialización conforman significados de identidad; por ello, construyen el aprendizaje socialmente definido.

La estructura social es funcional, en la medida en que la realidad objetiva es congruente con la subjetiva, cuando las percepciones de los sujetos involucrados se advierten fenomenológicamente lógicas y congruentes. Por tanto, la segunda etapa de esta subjetividad es la conciencia, entendida como la capacidad reflexiva de entenderse a sí mismo y su participación en el contexto de su realidad. Al respecto Álvarez(2016, p. 10), establece que:

“la Identidad permite al sujeto acudir a la autorreferencia; es decir, la referencia al sí mismo como necesidad de objetivación y permanencia del yo sujeto, pero también como auto-exo-referencia, la cual implica entender que para referir a sí mismo es necesario referirse al mundo externo. Es de apreciarse el valor epistemológico que este principio tiene”.

Siendo así necesario, conceptualizar el término de intersubjetividad Rizo (2005), establece que es “*el proceso en el que compartimos nuestros conocimientos con otros en el mundo de la vida*” (p. 2).

En esta aproximación teórica de la construcción social del conocimiento y la intersubjetividad, se determina que, la forma de transmitir los conocimientos permite construir y reconstruir significados y significantes por medio del discurso.

Analizar el discurso desde el punto de vista crítico, permitirá identificar la ideología de Andrés Manuel López Obrador y de los grupos de poder que representa; así como, la construcción discursiva en un contexto intersubjetivo, que identifica los significados de identidad.

El discurso como mecanismo de poder en las organizaciones.

Las organizaciones, construyen y reconstruyen sus significados desde el imaginario a través de una acción interpretativa y a partir de lo cotidiano; es decir, el proceso de generación de su identidad y cultura es una tarea de todos los días; es así, como establecen su discurso, siendo un mecanismo de comunicación que permite mediar y/o negociar las desigualdades que, por sí mismas presentan las organizaciones y que a su vez, establecen los significados de poder.

Desde la perspectiva de las organizaciones gubernamentales, el problema es conciliar los paradigmas estructurales propios del sistema, con los significados de poder que existen en la misma; por ello, se hace necesario el análisis crítico del discurso.

Entendemos el discurso como la expresión sobre un asunto determinado, cuyo objetivo es transmitir una intensión y manifestación concreta; traslado de la ideología expresada y adquirida a través de la comunicación hablada o escrita. De esta manera explica, motiva y/o legitima sus acciones mediante la forma de transmisión inter-

pretativa y el contexto en que se desarrolla, siendo el discurso un concepto polisémico (Cáceres, 2005).

La teoría del discurso resume sus aspectos conceptuales como práctica social, sus características, tipos, procesos y usos. En esta investigación, el interés de estudiar el discurso no es simplemente como una expresión de la práctica social, sino como una acción cotidiana que permite contribuir para ejercer el poder a partir de los significados de identidad.

Link (1983), define el discurso como un concepto del habla que se encontrará institucionalizado en la medida en que determine, consolide la acción y, de este modo, sirva para ejercer el poder. La definición anterior se esclarece más al considerar la aportación de Jäger (2001), quien considera el discurso como el fluir del conocimiento social acumulado a lo largo de la historia, fluir que determina los hechos individuales o colectivos, así como la acción formativa que moldea la sociedad para ejercer el poder.

Los discursos, principalmente aquellos que son dominantes, están sujetos a críticas y son considerados como objetos problemáticos. De aquí, se justifica todo estudio sobre el discurso para medir su grado de aplicación sobre una realidad determinada. Esto se realiza a través de su análisis y revelación de sus contradicciones, de sus elementos no expresados, y del espectro de lo que, desde ellos, es posible decir y hacer (Wodak & Mayer, 2003).

El análisis del discurso, por su parte, es un instrumento metodológico y teórico, que incluye un conjunto de procedimientos sobre un cuerpo delimitado que experimenta aplicaciones conceptuales y herramientas de interpretación, las cuales ayudan a entender las prácticas del discurso que se producen en todos los ámbitos de la vida social en las que el uso oral y escrito de palabras forma parte de las actividades que en ellas se desarrollan. Esto aplica en una variedad de disciplinas en los ámbitos de las relaciones profesionales, divulgación del saber, traducción y enseñanza, entre otros.

Este análisis, también tiene aplicación en otros aspectos, como lo refiere Karam (2005), en el estudio de las reglas sintácticas y pragmáticas de los discursos sociales, en el estudio de las reglas de coherencia, en los procedimientos de control y sometimiento, en las relaciones entre las formaciones social e ideológica, en las relaciones entre discurso y las coyunturas que los conforman y en las materialidades del discurso y sus funcionamientos. Lo anterior, nos permite ver la amplitud y la variedad de aplicación del análisis del discurso y va abriendo nuevas brechas ofreciendo otras posibilidades de aplicación y uso para la comprensión de las prácticas sociales.

Pardo (2007), plantea que en las diversas precedencias del análisis del discurso surge la necesidad de realizar la investigación social para explorar las expresiones verbales, los procesos de conocimiento y las maneras en que la sociedad apropia, crea o reproduce discursos.

En este orden de ideas, autores como Howard (1997) y Concepción (2010), coinciden al afirmar que la teoría del discurso cobra relevancia en la teoría y en la práctica de la política, situación que se lleva a cabo, al conceder a los procesos políticos un lugar fundamental en la comprensión de las relaciones sociales y en cómo se transforman. Cabe destacar que los procesos políticos son concebidos como conflictos y luchas entre fuerzas antagónicas que pretenden estructurar el significado de la sociedad. Por otra parte, el discurso conforma un importante vínculo entre la ciencia política y el postmodernismo, ya que considera la estructuración del significado de lo social como el principal hecho político.

El análisis del discurso resulta importante en investigaciones que accedan a la propia actividad política, constituyendo un instrumento útil en la comprensión de la articulación del quehacer político y el poder ejercido en las sociedades modernas.

La comunicación, es el proceso fundamental que nos permite significar los conocimientos adquiridos, siguiendo la postura de la Teoría Crítica, Habermas (López, 2015), propone en su Teo-

ría de la Acción Comunicativa, que las personas actúan de manera racional o irracional y lo son en razón de sus propias acciones o de sus enunciados lingüísticos.

Por tanto, la racionalidad está en función de una acción socialmente aceptada o en un enunciado lingüístico razonado y bien fundamentado. A esto, le denomina - Racionalidad Comunicativa - porque dar razón, justificar o fundamentar, son procesos cognitivos interpersonales que se exteriorizan a través de la comunicación, lo anterior, permite acciones de racionalidad, de consenso para generar acuerdos sobre la base de la razón.

Según López (2015), Habermas establece en su teoría que *“en su relación con el mundo los hombres actúan racionalmente cuando disponen eficazmente los medios para el logro de sus fines”* (p. 79).

Es así, como conceptualiza el término de racionalidad comunicativa, como la capacidad de fundamentar los enunciados lingüísticos, por ello, recurre a los estudios de este tipo realizados por Wittgenstein (Lanza, 2015); a partir de ello, propone las dimensiones de los actos del habla: el primer tipo corresponde a los constatativos que nos permiten afirmar y/o describir, su propósito es validar; el segundo tipo, son los actos regulativos del habla, órdenes, solicitudes, exigencias etc., su objetivo es corregir; el tercer tipo son los expresivos, generalmente utilizados para hacer confesiones, declaraciones de intención, expresión de sentimientos entre otros.

En este sentido, Adorno con una postura más crítica establece que la razón es un instrumento para someter al hombre a las necesidades de la sociedad (Escuela, 2015).

En este contexto, el discurso es utilizado como mecanismo de poder, porque en él se integran los significados de legitimidad que representan esa racionalidad que establece el orden social.

Metodología

Considerando que el Análisis del Discurso Político se centra en las desigualdades de la sociedad y en las formas en que se usan los textos para ejercer

poder y difundir ideologías (Van Dijk & Mendizabal, 1999), en la presente investigación para determinar los significados de identidad en el primer discurso de Andrés Manuel López Obrador (AMLO), primero se establecieron los referentes de legitimidad con base a la propuesta de Berger y Luckmann (2012) desde el cuarto nivel de la Teoría de la Construcción Social de la Realidad.

Así mismo, desde la propuesta de Fairclough y Wodak (citados en Van Dijk & Mendizabal 1999) se utilizaron los dos principios básicos del ACD, el segundo y el cuarto que establecen que, las relaciones de poder son discursivas y el discurso hace un trabajo ideológico respectivamente.

Para determinar la frecuencia de palabras se utilizó el software MAXQDA y la nube de palabra determinó la relevancia de significados en la unidad de análisis.

De igual forma, la información obtenida del procesamiento de datos con el software referido se obtuvo la categorización de los significados Identidad, Legitimidad y Autoridad en el primer discurso de AMLO.

Resultados del análisis de los significados de identidad como categoría de poder en el Discurso de AMLO

Sebastián y Serrano (2012), manifiestan que los mejores resultados en los factores analizados de gobernabilidad según la OCDE, en temas de

seguridad jurídica, calidad de la administración, conductas irregulares, infraestructuras, educación, mercado de bienes, mercado de trabajo, mercado financiero y ciencia y tecnología, los tienen en general gobiernos monárquicos, como son Suecia, Dinamarca, Holanda, Luxemburgo, Japón, entre otros.

Lo anterior, obliga a cuestionar los sistemas de gobierno de América Latina, en el contexto globalizado; siendo así que, en las pasadas elecciones en México, se obtuvieron los siguientes resultados electorales: de los 87 317 602 ciudadanos incluidos en el Padrón de Electores, votaron 45 027 797 y de ellos 23 864 732 votaron por AMLO, si el número de mexicanos según INEGI (2015), es de 119 millones 530 mil 753 habitantes; entonces, AMLO representa al 20 % de los mexicanos.

En este sentido, el Análisis del Discurso Político permite explicar el sentido ideológico del nuevo gobierno en México, para ello, es necesario referir el estadístico de las últimas cuatro elecciones, a partir de la alternancia en el gobierno, como lo indica la tabla 1.

En este contexto, según datos del Instituto Nacional Electoral (INEGI, 2010), para las votaciones del 2012, de la lista nominal de 79.4 millones de mexicanos sólo el 62% votó, representando 54.8 millones, de éstos el 38% votó por Enrique Peña Nieto (EPN), que representan 20.8 millones, por lo tanto nuestro presidente representó sólo al 18% de mexicanos; considerando el censo de INEGI (2010),

Tabla 1. Resultados electorales de cuatro elecciones presidenciales en México.

PRESIDENTE	LISTA NOMINAL	VOTACIÓN TOTAL	VOTOS PARA LOS CANDIDATOS GANADORES	PORCENTAJE	CIUDADANOS QUE NO VOTARON
FOX	58,782,737	37,601,618	15,989,636	27.20%	21,181,119
CALDERON	71,374,373	41,791,322	15,000,284	21.02%	29,583,051
PEÑA NIETO	79,492,286	54,843,616	20,858,592	38.21%	29,348,670
AMLO	87,317,602	45,000,000	23,000,000	53.10%	42,317,602

Elaboración propia con datos del INE (2017, 2018).

el número de habitantes fue de 112,336,538 lo que significa que sólo hay dos puntos porcentuales de diferencia entre EPN y AMLO, en términos de porcentaje.

Lo arriba expuesto, deja en manifiesto que el Discurso Político de AMLO, no requiere de significados de legitimidad, como tampoco lo requirió EPN; no obstante, el índice de abstencionismo es mayor con AMLO, representó el 48% mientras que con EPN fue del 37 %.

Estos datos de abstencionismo, indican que el discurso de legitimidad de AMLO, fue preciso al referir significados de identidad con la ciudadanía; por ello, la necesidad del siguiente análisis del discurso.

Para categorizar los significados de Identidad, Legitimidad y Autoridad fue necesario elaborar una la nube de palabras, obteniendo que *corrupción*, *gobierno*, *México* y *todos*, fueron de mayor frecuencia; por tanto, son el referente semántico para el proceso de análisis.

Lo anterior, refiere que los ciudadanos encontraron significados de identidad con AMLO, en la promesa de combate a la corrupción, el discurso cuida no comprometer al presidente electo en temas de seguridad, no se menciona esta palabra en el texto, siendo una preocupación latente de los mexicanos.

Por otra parte, el orden del discurso indica que, primero se hace mención al tema de combate a la *corrupción*, mediante las acciones de *gobierno* de AMLO en *México* y que será un gobierno de *todos* y para todos; por tanto, será incluyente. Siendo así, el siguiente cuadro identifica las categorías de identidad, autoridad y legitimidad en el discurso.

Siendo así, en la tabla 3 se identifica las categorías de identidad, autoridad y legitimidad en el discurso. De la tabla 2, es necesario especificar que se analizaron 16 segmentos, porque en un párrafo se identificaron dos códigos, una vez aclarado lo anterior, también indica que, de los 15 párrafos analizados en el discurso, en 56% del texto se encontraron significados de identidad.

De igual forma, refiere que los significados de legitimidad son mínimos, toda vez que la popularidad de AMLO era indiscutible, por tratarse del primer discurso, en donde todavía no tiene facultades presidente, no debería manejar significados de autoridad; no obstante, se encuentran dos.

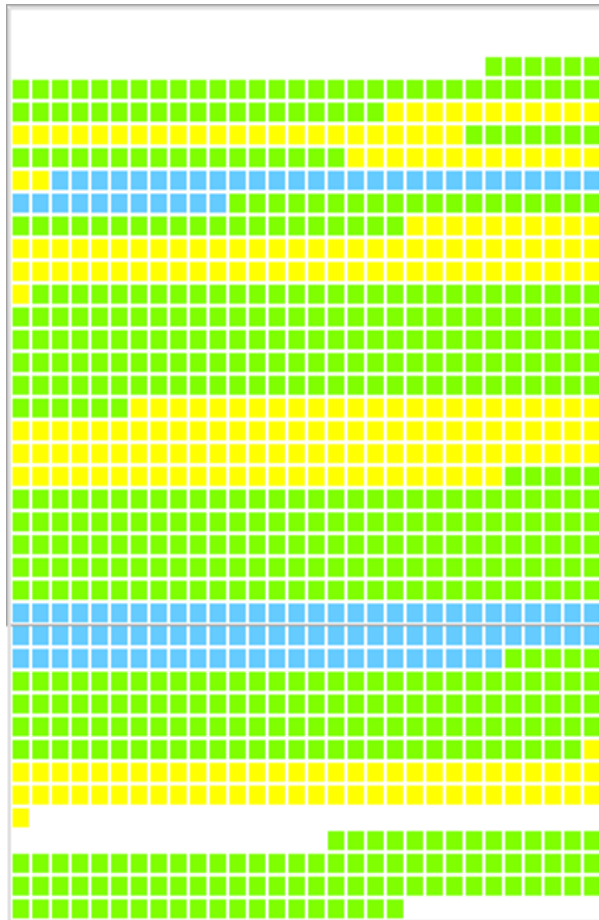
A manera ilustrativa, la figura 1, representa con color cada una de las categorías del objeto de estudio en el discurso. Se observa que, son 15 párrafos: 9 son verdes representando la posición en el discurso de los significados de identidad, solamente en el penúltimo no se encontró categoría alguna.

Tabla 2. Frecuencia de palabras.

Palabra	Longitud de palabra	Frecuencia	%	Rango	Documentos	Documentos %
corrupción	10	6	0.56	19	1	100.00
gobierno	8	6	0.56	19	1	100.00
no	2	7	0.65	15	1	100.00
para	4	7	0.65	15	1	100.00
se	2	7	0.65	15	1	100.00
una	3	7	0.65	15	1	100.00
las	3	10	0.93	13	1	100.00
México	6	10	0.93	13	1	100.00
es	2	11	1.02	11	1	100.00
todos	5	11	1.02	11	1	100.00

Fuente: Elaboración propia basada en el primer discurso de López-Obrador (2018).

Figura 1. Fotografía de los significados de Identidad (verde), Legitimidad (azul) y Autoridad (amarillo).



Fuente: Elaboración propia con datos de López Obrador (2018).

En estos 9 segmentos, se refieren conceptos que tiene que ver con la corrupción, como se puede identificar en el texto, inicia y concluye con el mismo tema.

Reflexiones generales

A manera de reflexión, en el presente análisis del discurso, el resultado indica que, para este estudio el significado de identidad representa una categoría de poder en las relaciones intersubjetivas de gobierno y ciudadanía, sólo eso explica que, a pesar de los resultados electorales de 2018 con un índice de abstención del 48%, la identidad de AMLO se perciba mediante la legitimidad de su elección; toda vez que, los que no votaron tampoco se manifestaron en contra de los resultados obtenidos.

El significante que identifica al presidente electo con sus electores, fue el concepto de corrupción, por tanto, la identidad puede clasificarse como una categoría de poder; no obstante, la otra variable latente pero no presente en el análisis, fue el constructo social de la seguridad, misma que no fue mencionada en el primer discurso de AMLO, como presidente electo.

A lo largo de su campaña AMLO, construyó una realidad social, legitimada por la necesidad de los mexicanos de un cambio y el enojo por los actos de corrupción de EPN, así convenció al electorado y significó la identidad como una categoría del poder.

Referencias

- Álvarez, M. G. (2016). El conocimiento del conocimiento: la obra de Edgar Morin y la problemática de la educación mexicana. *IE Revista de investigación educativa de la REDIECH*, 7(13), 6-20.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2012). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Cáceres, G. (2005). *Sociología y comunicología*. Argentina: Eucasa.
- Concepción, M. L. E. (2010). El análisis del discurso y su relevancia en la teoría y en la práctica de la política. *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 5(1), 15-32.
- Crozier, M., & Friedberg, E. (1990). *Las restricciones de la acción colectiva*. México: Alianza Editorial Mexicana.
- Escuela, C. (2015). *Adorno, La razón se ha convertido en un instrumento para someter al hombre a las necesidades de la sociedad*. España: RBA
- Howarth, D. (1997). La teoría del discurso. En D. Marsh y G. Stoker (eds.), *Teoría y métodos de la ciencia política*, pp. 125-144. España: Alianza.
- Infante, E. (2001). *El poder interpersonal en las organizaciones: teoría y medición*. España: Kynos.

- Instituto Nacional Electoral (2017). *Atlas de Resultados de las Elecciones Federales 1991-2015*. Recuperado de: <http://siceef.ine.mx/>
- Instituto Nacional Electoral (2018). *Sistema de Consulta de la Estadística del Proceso Electoral de 2017-2018*. Recuperado de: <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/resultados-electorales/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2010/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). Encuesta Intercensal 2015. <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/>
- Jäger, S. (2001). *Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos*. En R. Wodak, & M. Michel, (Compiladores) *Métodos de análisis crítico del discurso*, pp. 61-100. España: Gedisa.
- Karam, T. (2005). Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso. *Global Media Journal*, 2(3), DOI.=68720305
- Lanza, H. (2015). *Wittgenstein, Los límites de nuestro lenguaje son los límites de nuestro mundo*. España: RBA.
- Link, G. (1983). The logical analysis of plurals and mass term: A lattice-theoretical approach. Recuperado de: <http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic980565.files/Sept%2007/Link%201983.pdf>.
- López Obrador, A. M. (01 de diciembre de 2018). Discurso íntegro de Andrés Manuel López Obrador al rendir protesta como presidente. *Animal Político*. Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/2018/12/discurso-integro-amlo-protesta-presidente/>
- López, J. L. (2015). *Habermas, el intercambio de argumentos entre miembros de una sociedad es la base de la libertad*. España: RBA.
- Mendoza, A. J. (2014). El legado de George H. Mead. En V. H. Cardoso (coord.). *Microsociología e Interaccionismo Simbólico*, pp. 99-128. México: UNAM-FESA.
- Pardo A., N. (2007). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Colombia: OPR-Digital.
- Rizo, M. (2005). La intersubjetividad como eje conceptual para pensar la relación entre comunicación, subjetividad y ciudad. *Razón y Palabra*, 47 (10), 2-9.
- Sebastián, C., & Serrano, G. R. (2012). El entorno de la actividad empresarial en España: un análisis comparado con la OCDE. *Papeles de Economía Española*, 132, 2-18.
- Van Dijk, T. A., & Mendizabal, I. R. (1999). *Análisis del discurso político y social*. Ecuador: ABYA - YALA.
- Wodak, R., & Mayer, M. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. España: Gedisa.