

EL NEOCAPITALISME EN EL DISCURS POLÍTIC ESPANYOL

Philippe, Alexandre Luc

TREBALL FINAL DE GRAU

Direcció: Morales Moreno, Albert

Grau d'Antropologia i Evolució Humana, URV/UOC

Løvenstad, Noruega, Maig del 2024

RESUM

Aquest treball realitza una anàlisi lexicomètrica dels discursos d'investidura presidencials espanyols des de la transició democràtica fins a l'actualitat, enfocada en el vocabulari rellevant de l'esfera econòmica i neocapitalista. L'objectiu inicial és de mesurar empíricament la influència del neoliberalisme en el discurs polític espanyol. En vistes a una major complexió, s'empren dos mètodes d'anàlisi diferents (MCE i MCC), basats en el vocabulari econòmic tradicional i en el vocabulari neocapitalista respectivament, i posteriorment es posen en comparació. Es quantifiquen i descriuen els resultats d'aquest glossari i se'n fa una valoració, en clau antropològica, a través de les premisses teòriques de l'antropologia lingüística, l'anàlisi crítica del discurs i dels postulats de Theo Van Dijk, Pierre Bourdieu, Norman Fairclough i altres. Els resultats mostren que existeix un lligam entre l'expansió de la ideologia neoliberal i la incorporació, en l'esfera política, de mots i expressions derivades d'aquesta, en la mesura que, mentre que el vocabulari econòmic tradicional s'empra menys, l'ús de neologismes i termes d'arrel o adopció neoliberal es troba en augment.

Paraules clau: **neocapitalisme, neoliberalisme, lingüística de corpus, lexicometria, antropologia lingüística.**

Sumari

1 – Introducció	4
2 - Objectius, preguntes de recerca i hipòtesis	6
3 – Estat de la qüestió i marc teòric	8
3.1 – Fonaments teòrics de l’anàlisi quantitativa	8
3.2 – Antecedents i fonaments teòrics de l’anàlisi qualitativa	9
3.2.1 – Marc teòric – neocapitalisme, neoliberalisme i globalització	11
3.2.2 – Marc teòric – llenguatge i neocapitalisme	14
3.2.3 – Marc teòric – discurs polític i llenguatge	16
4 – Metodologia	19
4.1 – Elecció del corpus	19
4.2 – Elecció de mètodes d’anàlisi	22
4.3 – Preparació de la base de dades	23
4.3.1 – Anàlisi MCE	24
4.3.2 – Anàlisi MCC	26
5 – Resultats	28
5.1 – Anàlisi MCE	28
5.2 – Anàlisi MCC	31
6 – Discussió	35
6.1 – Anàlisi MCE	35
6.2 – Anàlisi MCC	36
6.3 – Comparativa MCE vs MCC	37
6.4 – Exemples del context d’anàlisi	38
6.4.1 – <i>Capital humano</i>	38
6.4.2 – <i>Bienestar</i>	39
6.4.3 – <i>Líder, liderazgo, liderar</i>	41
6.4.4 – <i>Ecosistema</i>	41
6.4.5 – <i>Competitivo, competitividad</i> i altres	42
7 – Reflexió i conclusions	44
Bibliografia	48
Annex 1 – taula MCE	51
Annex 2 – taula MCC	55
Annex 3 – correspondències del glossari de Leary	59

1 – Introducció

Malgrat tenir els seus antecedents en civilitzacions antigues com Roma, Grècia i Mesopotàmia, el sistema econòmic que anomenem capitalisme ha experimentat una transformació i una expansió radicals des de l'adveniment de la revolució industrial, i una acceleració encara més marcada en les últimes dècades, gràcies a les noves tecnologies (comunicació, automatització, digitalització, etc.). Ja fa temps que es parla de globalització en termes econòmics, polítics i culturals, i que els models de mercat entre diferents regions, nacions i continents s'uniformitzen i uneixen fins a esdevenir indistingibles: una xarxa omnipresent, a nivell mundial, que s'entretéixeix amb les diferents esferes socioculturals d'arreu.

En aquest treball volem contribuir a la mesura del seu impacte cultural a través del discurs públic: de quina manera aquest fenomen, que ja transcendeix l'esfera purament econòmica, modela les formes de comunicació verbal polítiques del nostre país? Partint del llenguatge com a un dels vehicles principals d'immersió i comprensió del que ens rodeja, volem contribuir, dins un marc particular (el discurs polític) a l'anàlisi de la forma en què el nostre model econòmic actual s'infiltra i transpira en la nostra societat a través del llenguatge, i de quina manera aquest condiona o influencia la nostra visió del món. Pretenem analitzar, mitjançant un apropament mixt i interdisciplinari (anàlisi quantitativ de textos i anàlisi qualitativ de resultats des de la perspectiva de l'antropologia lingüística), l'abast de la influència que els models econòmics contemporanis (neocapitalisme, neoliberalisme, globalització, multinacionals, noves tecnologies, etc.) i el seu llenguatge propi (argots, tecnicismes, conceptes, *buzz words*, etc.) tenen en les formes de comunicació polítiques, i les subsegüents repercussions en la forma de comunicar-se i els valors de la societat contemporània.

Mitjançant eines analítiques pertanyent a la lingüística (lexicometria), hem seleccionat i construït un cos de dades a partir d'un exemple representatiu de la comunicació política des de la transició democràtica fins als nostres dies. A tall de corpus significatiu, hem utilitzat els discursos d'investidura dels presidents espanyols des de la transició democràtica fins al 2023. Aquest ventall permet abastar un període prou gran com per analitzar significativament els canvis en l'ús del llenguatge. Un cop realitzada aquesta tasca, hem sotmès els resultats a una valoració qualitativa en base als fonaments teòrics vigents de l'antropologia lingüística i cultural, i fet un esforç per tal de proposar nous paradigmes, o confirmació d'hipòtesis existents.

Els resultats d'aquest treball en el camp de l'antropologia i/o de la lingüística són potencialment útils en la mesura que quantifiquen i analitzen una tendència dins el marc d'un element de comunicació (discurs d'investidura presidencial) carregat de significat polític i cultural, i indicatiu d'unes condicions i unes particularitats del moment en què es formula i manifesta. S'hi aborden temes i conceptes crucials a nivell social, qüestions i subjectes que van més enllà del nivell familiar, local o comunitari, i abasten una nació sencera (Quevedo, 2023:215). Com a exemple de l'evolució del llenguatge a través de les

dècades, aquesta anàlisi pot servir de punt de partida o de corroboració de diferents teories i problemes relacionats amb estudis d'antropologia política o antropologia lingüística. Els discursos presidencials són una mostra perfecta dels símptomes, prioritats i preocupacions de la societat a nivell nacional. Posar en comparativa, des de l'anàlisi de discurs, el llenguatge emprat *versus* les estructures socioculturals i les corrents econòmiques del moment permet posar en relleu l'abast de la retroalimentació entre diferents conceptes que tradicionalment es consideren separadament o de forma autònoma.

2 - Objectius, preguntes de recerca i hipòtesis

Partim d'una hipòtesi: el llenguatge propi del neocapitalisme afecta la forma en què ens comuniquem i pensem. En primer lloc, el model econòmic actual imperant a la nostra societat té un registre funcional propi i definit, i aquest registre transpira en el llenguatge corrent i en la forma que tenim de comunicar-nos en el si de la societat. Ha passat progressivament a formar part de la nostra cultura. En segon lloc, els mots, expressions i conceptes que emprem influencien, fins a un cert punt, la forma que tenim de percebre, interpretar i interactuar amb el món que ens rodeja, amb els nostres congèneres (Boroditsky, 2011:64-65). Són la forma que tenim de plasmar i transmetre pensaments i emocions, però alhora són condicionadors en la gestió dels mateixos: determinen (en grau variable, segons la teoria a la que adscriuim) els valors atribuïts als fenòmens i objectes.

El llenguatge es forma i es modifica a través dels processos d'interacció social (Philips, 2013:82, 94) i els seus efectes en els nostres processos d'aprenentatge, o cognitius, es presenten de forma dinàmica i subjecta al context (Bylund i Athanasopoulos, 2017:5), en aquest cas, un context culturalment condicionat per un model econòmic omnipresent, que d'una forma o altra estén la seva influència a àrees de la vida quotidiana en aparença no relacionades amb el mercat o l'economia (Pellandini-Simányi, 2020:279).

En aquest treball pretenem:

- Elaborar un marc de recerca delimitat, rellevant de l'àmbit lingüístic econòmic modern i argumentat de forma teòrica, a través del qual realitzar una anàlisi de discurs lexicomètrica del corpus escollit.
- Quantificar i categoritzar, des de la perspectiva lingüística de l'anàlisi de discurs, l'abast d'aquesta influència en el discurs polític, emprat aquí com a mostra representativa d'un *zeitgeist* sociocultural.
- Desglossar i presentar els resultats de forma intel·ligible i cohesionada en vistes a una anàlisi qualitativa, rellevant des de la perspectiva antropològica.
- Analitzar, tant en conjunt com per separat, les implicacions d'aquesta influència en els discursos d'investidura, i per tant, en les manifestacions culturals d'una determinada societat en un determinat moment.
- Formular una resposta argumentada, reforçada per dades empíriques provinents de l'anàlisi dels discursos, a la hipòtesi proposada més amunt, així com efectuar un judici de valor, sempre amb argumentacions teòriques, sobre la resposta proporcionada.

Atès que analitzar exhaustivament la intencionalitat, crono-contextualització, implicacions i repercussions de cada element remarcat en el corpus comportaria una tasca les dimensions de la qual

no corresponen a les delimitacions d'aquest treball, ens cal limitar-nos a remarcar i comentar de forma qualitativa els resultats de l'anàlisi quantitatiu dins dels paràmetres definits en el marc teòric i en la metodologia, a través de les perspectives antropològiques escollides.

En resum, el treball investiga empíricament i comenta teòricament els discursos d'investidura presidencials espanyols, amb l'objectiu d'elaborar un esbós argumentat, dins el marc antropològic contemporani, sobre la influència del llenguatge neocapitalista o neoliberal en la societat contemporània.

3 – Estat de la qüestió i marc teòric

Aquest capítol detalla els antecedents, treballs i conceptes relacionats amb la nostra anàlisi, així com aquells en què es basen la metodologia i desenvolupament de la mateixa. Donat que el treball es basa en un apropament interdisciplinari, el marc teòric es troba estructurat en dos segments auto-continguts i independents, que detallem a continuació.

3.1 – Fonaments teòrics de l'anàlisi quantitativa

La primera part d'aquest treball fa servir la lingüística de corpus per a fer una aproximació quantitativa a l'objectiu final. Dins aquesta, la metodologia exposada i estructurada per Stefanowitsch (2020) s'entén com una de les més comunament acceptades com a guia completa en aquest tipus d'anàlisi. Podem definir la lingüística de corpus com a "(...) branca de la lingüística que es basa en l'estudi dels fenòmens lingüístics a partir de grans col·leccions de textos en format màquina, anomenats corpus" (Enciclopèdia Catalana).

Dins d'aquest marc, l'ús de la lexicometria permetrà quantificar tots aquells elements que resulten rellevants per a ambdues anàlisis. Podem definir la lexicometria com a:

Disciplina que permet descriure quantitativament els textos constitutius d'un corpus a partir de la seva segmentació en formes gràfiques. Consta d'un conjunt de mètodes que permeten fer reorganitzacions formals de la seqüència textual i anàlisis estadístiques de vocabulari. (Salem, Cabré i Romeu, 1990:26, a Morales, 2018:123)

En aquest context, el corpus representa, tal com el seu nom indica, el conjunt textual, allò del que volem extreure'n informació, allò que ens parla. Dins l'esfera de la lingüística de corpus, podem definir aquest com a:

(...) a collection of samples of language use with the following properties:

- the instances of language use contained in it are authentic;
- the collection is representative of the language or language variety under investigation;
- the collection is large.

(Stefanowitsch, 2020:22-23)

Authentic ("autèntic") remet a llenguatge produït en ares de la comunicació (*idem*, 2020:23), això és, amb l'objectiu de transmetre una informació d'un emissor a un receptor. *Representative* ("representatiu") significa que el corpus analitzat conté els mateixos trets semàntics i gramaticals que el llenguatge acceptat del qual emana (*idem*, 2023:28). Finalment, *large* ("gran") refereix a la mida, o llargària, del text analitzat, que relleva merament de qüestions tècniques o pràctiques i es relaciona amb la representativitat del mateix (*idem*, 2020:37).

El nostre corpus es troba estructurat en diversos subcorpus formant una anomenada sèrie textual cronològica, la definició de la qual és:

(...) l'appellation de "série textuelle chronologique" aux séries périodiques homogènes constituées par des textes produits dans des situations d'énonciation similaires, si possible par le même locuteur (individuel ou collectif) et présentant des caractéristiques lexicométriques comparables. (Salem, 1988:107, a Morales, 2018:134)

Aquest atribut del corpus és clau, en aquesta investigació, per a posar en relleu les similituds i diferències al llarg de l'eix cronològic que ens ocupa, així com, potencialment, l'evolució de les característiques discursives d'aquells presidents que tenen més d'una investidura (per tant, més d'un discurs).

3.2 – Antecedents i fonaments teòrics de l'anàlisi qualitativa

Si bé l'anàlisi de discurs polític és una pràctica corrent i estesa en el camp de la lingüística, no és un tema especialment significatiu en l'àmbit de l'antropologia (Haidar, 2004:9). S'ha realitzat un esforç per aglutinar diferents perspectives i treballs en la matèria, provinents de diferents disciplines, en un marc de referència antropològicament rellevant. Una investigació adequada de la realitat social i cultural és multidisciplinària, atès que l'ús de llenguatge, discursos i comunicació entre persones posseeix dimensions cognitives, socials, polítiques, culturals i històriques (Van Dijk 1999:24).

En la part qualitativa, abordarem el corpus des de la perspectiva de l'anàlisi crítica del discurs (ACD, o CDA, *critical discourse analysis*, en anglès), que té com a un dels eixos centrals la noció de poder social: aquells grups que controlen els discursos més influents tenen també un major control sobre les ments i les accions dels individus o grups; així, resulta necessari partir de dues qüestions: la forma en què els grups de poder controlen el discurs, i com aquest discurs controla les ments i les accions dels grups amb menys poder, i quines en són les conseqüències socials (Van Dijk, 1999:27). Els principis bàsics de l'ACD són:

- 1 – Es tracten problemàtiques socials,
- 2 – Les relacions de poder són discursives,
- 3 – El discurs constitueix la societat i la cultura,
- 4 – El discurs juga un paper ideològic,
- 5 – El discurs és històric,
- 6 – L'enllaç entre el text i la societat és mediat,
- 7 – L'anàlisi del discurs és interpretativa i explicativa,
- 8 – El discurs és una forma d'acció social.

(Fairclough i Wodak, 1994, a Van Dijk, 1999:24-25).

Per als teòrics de l'ACD, el llenguatge ha esdevingut un element central en el neocapitalisme, en virtut del fet que aquest es basa en (i depèn del) coneixement i informació per a perpetuar el seu creixement

(Fairclough, 2002:163). Alguns autors advoquen per una teoria de la relació entre llenguatge, comunicació i cultura basada en la comparació d'unitats d'interacció (per exemple, conversacions, discursos, debats) com a necessària per a entendre la forma en què els processos socioculturals es generen, perpetuen o modifiquen (Philips, 2013:94). L'anomenada "anàlisi etnogràfica del discurs" tracta tant la construcció d'identitat com les relacions de poder, drets i pertinença, fent un pont entre la lingüística i l'antropologia cultural per a posar en relleu la construcció lingüística de l'ordre social (Roth-Gordon, 2020:32). Norman Fairclough (2000, 2002, 2009) exposa la relació intrínseca entre el llenguatge, el neoliberalisme i el neocapitalisme, recalcant les implicacions a nivell global i l'abast de la influència que les corrents politicoeconòmiques tenen en el primer.

Pel que fa a marcs teòrics en l'anàlisi del llenguatge contemporani, John Patrick Leary és l'autor d'un dels primers glossaris exclusivament de termes neocapitalistes (*Keywords: The New Language Of Capitalism*, 2018), en el que dissectiona el vocabulari pertanyent a l'esfera econòmica postmoderna i les seves implicacions en la cultura, dividit en tres grans grups: mots anomenats late capitalist, o moderns; mots amb càrrega moral o ètica; i finalment mots relacionats amb l'estètica del capitalisme (*idem*, 2018:I). Aquest vocabulari, degudament traduït a la llengua castellana (sense fer, emperò, distinció entre les seves tres classes), forma part d'una de les vessants analítiques d'aquest treball, tot i no haver sigut emprat prèviament en cap anàlisi lexicomètrica dels discursos polítics en el marc espanyol.

En treballs similars a aquest, Mayaffre i Poudat (2013) detallen i posen en pràctica la construcció d'un pont interdisciplinari entre l'anàlisi del discurs polític i la lingüística de corpus, mitjançant l'exemple d'un estudi lexicomètric dels discursos del president Nicolas Sarkozy. Aquest treball evidencia l'utilitat de l'estadística de textos a l'hora de combinar dades quantitatives amb anàlisis qualitatives. L'estructura global d'un text pot examinar-se quantitativament, mentre que els contextos i particularitats derivades d'aquest primer pas es poden analitzar qualitativament (*idem*, 2013:81). No obstant, l'exemple que desenvolupen no és particular a cap tema concret ni exclusiu de l'esfera econòmica o política.

Pel que fa al corpus que ens ocupa, podem trobar estudis realitzats dins el marc de la comunicació (Álvarez, 2011), en què s'estudien les implicacions del discurs d'investidura com a instrument de comunicació política o de "màrqueting polític", centrant-se en les formes d'elaboració, les temàtiques globals i les paraules més emprades dels discursos, però sense endinsar-se específicament en l'esfera econòmica o capitalista. Collado i Jiménez (2016) realitzen una anàlisi similar, però enfocada estrictament en els discursos de José Luís Rodríguez Zapatero, i dins del marc de la crisi econòmica, matèria que ens ocupa només de forma incidental. Aprofundeixen en la contextualització socioeconòmica i les funcions lingüístiques dels discursos des d'una perspectiva constructivista, però no en recalquen els mateixos paràmetres que cerquem.

Els treballs de George Lakoff i Mark Johnson (1980), dins el camp de la lingüística i de la filosofia, proporcionen un apropament anomenat experiencialista, en què l'experiència del llenguatge i del món, objectes, fenòmens i esdeveniments és comprensible a través d'una mediació metafòrica entre una realitat cultural i una realitat material (*idem*, 1980:193-194). Aquest apropament és útil en la mesura que analitza les formes retòriques del discurs, enllaçant-les amb els seus orígens lingüístics i els seus usos socials.

Dins les ciències socials, Quevedo (2023) fa una anàlisi de la retòrica des d'una òptica feminista i de gènere que emprà el mateix corpus que ens ocupa, però tampoc ressalta cap aspecte lingüístic que proporcionés dades significatives sobre el vocabulari econòmic. Una altra anàlisi exhaustiva del discurs polític espanyol, emprant les mateixes metodologies lexicomètriques que fem servir en aquest treball, però centrada en el vocabulari populista, és la de Ribera (2018). Per últim, Yáñez i Schaer (2013) utilitzen els discursos d'investidura de Mariano Rajoy per a elaborar una anàlisi de les expressions lingüístiques metafòriques partint de les teories experiencialistes de Lakoff i Johnson, d'entre les quals destaquen un grapat que relleven de l'àmbit econòmic, però tampoc l'analitzen de forma quantitativa.

En l'àmbit de l'antropologia lingüística, Duranti (2000) proporciona el marc d'actuació i els elements analítics necessaris per a realitzar una interpretació en clau antropològica dels resultats del treball, posant en relació el llenguatge amb el medi en què els seus emissors i receptors es desenvolupen i la interrelació entre ambdós, així com fent incís en els processos i pràctiques de contextualització cultural del llenguatge. En el marc de la sociologia i antropologia marxistes, els treballs de Randy Martin (2002) sobre la financerització de la quotidianitat proposen un paradigma segons el qual un dels canvis culturals simptomàtics de la nostra era passa per una creixent influència de l'esfera econòmica en la manera de gestionar diversos aspectes de la vida social i cultural (Pellandini-Simányi, 2020:280, 292). Així, termes que tradicionalment s'aplicaven a conceptes, gestions i realitats laborals, bancàries o mercantils troben progressivament un lloc en el nostre vocabulari domèstic o relacional, i transaccions socials i culturals es perceben cada cop més sota una òptica d'intercanvi econòmic o es llegeixen en termes de risc/benefici, inversió, rendibilitat, optimització i altres.

3.2.1 – Marc teòric – neocapitalisme, neoliberalisme i globalització

En vistes a un comentari dels resultats de les anàlisis en clau antropològica, primer ens cal definir els conceptes que s'hi tracten i el vocabulari que emprem al llarg de la reflexió. Ja que l'objectiu és esbossar els lligams entre el llenguatge del discurs polític espanyol i les estructures socials i culturals en les que aquest es pronuncia, és necessari un acotament clar dels valors i conceptes clau que es presenten al llarg de la reflexió i valoració.

Parlem, principalment, d'ideologia i valors neocapitalistes, neoliberals i globals. Els entenem com a hereus directes del sistema econòmic (o sistema de mercat, o principi econòmic) anomenat capitalisme.

El principi econòmic capitalista es basa en l'acumulació de béns, o capital, i una societat capitalista és aquella en què grups socials i classes tenen l'objectiu d'acumular poder econòmic (capital-diners), poder polític (influència en decisions) i poder cultural (influència en idees); per tant, no és només un mode de producció econòmic sinó un mode de producció i de formació social (Fuchs, 2020:119). La lògica de l'acumulació estructura l'economia, la política, la cultura i la quotidianitat modernes, en què cada subsistema o esfera té les seves pròpies especificitats de producció, circulació i distribució de poder (*idem*, 2020:119). Aquest sistema ja es troba prou ben descrit, analitzat i ressenyat històricament, al llarg de l'últim segle i per part de diverses disciplines, com per a obviar-ne una descripció més ampla en el marc d'aquest treball.

En les últimes tres dècades, emperò, els termes *neo* mencionats més amunt han començat a fer-se servir per a definir una nova manifestació del sistema capitalista: una evolució, o una metamorfosi progressiva però cada cop més accelerada, en què els paradigmes convencionals del *modus operandi* del mercat es reinventen, retroalimenten i s'adapten a les noves tecnologies de comunicació i als avenços científics del moment. Al llarg del treball emprem indistintament neocapitalisme i neoliberalisme, entesos com a dos maneres d'anomenar un mateix fenomen de globalització a diferents esferes (política, econòmica, social, cultural). En el terreny que ens ocupa, però, volem proposar-ne diferents definicions.

El neocapitalisme refereix a una nova forma de capitalisme que ha emergit a partir de transformacions contemporànies, en què els canvis de relacions entre diferents dominis (polític, artístic, educatiu) i l'esfera econòmica inclouen una "colonització" d'aquests dominis per part d'aquesta última (Fairclough, 2002:163). Sennett defineix el neocapitalisme (que anomena *late capitalism*, capitalisme tardà) en base a cinc característiques concretes, que considera diferents del capitalisme clàssic:

- 1 - Creixement com a paradigma principal,
 - 2 - Reducció de la qualitat en l'experiència laboral (paradoxa de Smith),
 - 3 - Metamorfosi (estructural i individual) constant,
 - 4 - Èmfasi en l'individu com a responsable de la seva pròpia reeixida o fracàs, i finalment,
 - 5 - Pèrdua de sentit de la localitat com a lloc i entitat sobirana (en oposició a les forces globals que estenen els seus tentacles arreu).
- (Sennett, 1997:161-178).

La definició de neocapitalisme de Lankshear, manllevada de la de Castells (1993), que en proposa cinc trets distintius, diu així:

- 1 - Creixent influència de la ciència, la tecnologia i la informació en les fonts de producció,
- 2 - Increment d'activitats de processament d'informació a expenses de la producció material com a font de benefici,
- 3 - Canvis en l'organització de la producció de productes massificats a una especialització flexible, innovació i adaptabilitat, així com un canvi en les relacions socials del món laboral,

- 4 - Globalització en temps real en què la mesura o referència ha perdut la seva localitat,
- 5 - Revolució en les tecnologies de la informació com a context d'aquest canvi de model.
- 6 - Finalment, afegit per Lankshear, el desplegament d'un "mode de pensar tecno-racionalista" poderós, intrusiu i regulador que la major part de governs han adoptat com a mode d'operar ideal. (Lankshear, 1998:311-313).

Ambdues definicions (Sennett i Lankshear) comparteixen, a grans trets, valors similars.

El neoliberalisme, per altra banda, és un "projecte polític de reconstrucció de la societat d'acord amb les necessitats d'un capitalisme global sense restriccions" (Bourdieu, 1998; en Fairclough, 2000:147). La ideologia neoliberal, en la perspectiva bourdieusiana, destrueix les estructures col·lectives que n'impedeixen l'avenç, i adquireix progressivament l'estatus de teoria científica inexpugnable, guanyant terreny en una mena de mercat lingüístic a través del qual s'auto-legitima (Holborow, 2007:59). Gray, per la seva part, defineix el neoliberalisme com al conjunt d'idees polítiques i filosòfiques que tenen el seu origen en els treballs de Friedrich von Hayek, que proposava que una economia de mercat sense constreyniments era la única manera de preservar un sistema polític lliure, i que les concepcions de justícia distributiva i social eren enemigues d'aquesta idea; addicionalment, el paper del govern havia de ser simplement garantir i estendre l'abast del mercat (Gray, 2010:717). Podríem definir, en certa manera, el neoliberalisme com a la vessant més clarament social del neocapitalisme, però al cap i a la fi, es tracta d'un mateix fenomen amb diferents denominacions.

Pel que fa a la globalització, *globalism*, i altres termes derivats, referencien un fenomen de transformació a escala mundial mitjançant una sèrie de processos complexos que afecten l'organització en l'espai de les relacions socials i de les transaccions, sigui econòmiques o culturals (Fairclough, 2009:317). Podem caracteritzar-ho per la pèrdua progressiva de sobirania local en els mitjans de producció i de decisió, l'estandardització de polítiques, productes i processos en diferents esferes (però sobretot en l'aspecte financer), i la immediatesa de comunicacions, informació i tendències. Les noves tecnologies, especialment en el camp de la comunicació, influeixen la globalització de la producció, circulació i consum de productes; al seu torn, la globalització del capitalisme també influeix, o propicia, una necessitat d'avenç i desenvolupament de les noves tecnologies, en un mecanisme dialèctic de retroalimentació (Fuchs, 2020:150).

En termes quotidians, "globalització" es troba en un terreny aparentment més neutre que "neocapitalisme" o "neoliberalisme": aquests dos últims remetent de forma molt més òbvia a l'esfera econòmica, mentre que el primer pot fer gala de connotacions culturals, científiques o tecnològiques. Tot i així, el mecanisme de la globalització es troba completament connectat als mecanismes econòmics del lliure mercat i de l'expansionisme capitalista. Malgrat l'assumpció popular que aquest fenomen és recent (poc més que tres o quatre dècades), una anàlisi econòmica en profunditat i sobre un període llarg suggereix que la globalització es troba lluny de ser una nova fase, i que el rebombori al voltant d'aquest

terme i els seus parents és més aviat una estratègia governamental per a justificar la seva submissió a les lleis del mercat (Bourdieu i Wacquant, 2001:4). Els governs assumeixen com a fet irrefutable que tota política ha de sotmetre's a les necessitats de l'economia global, i en conseqüència, entren en una competició internacional per a reeixir en els termes dictats pel mercat (Fairclough, 2000:147). La realitat és simplement que un fenomen que duu gairebé dos segles en desenvolupament i desplegament rep, en un moment determinat, un apel·latiu que el defineix en funció de les seves característiques: el canvi de paradigma semàntic en expressions com "global" i "globalització" (d'un significat original a un significat amb connotacions capitalistes o progressistes), coincideix amb esdeveniments amb repercussions politicoeconòmiques com per exemple la caiguda del mur de Berlín (Hasan, 2003; en Holborow, 2007:60).

3.2.2 – Marc teòric – llenguatge i neocapitalisme

Considerem el llenguatge, des de l'òptica antropològica, com a part intrínseca i necessària de la cultura, en tant que agent transmissor, agent d'expressió i de comprensió d'allò que ens envolta. En l'antropologia lingüística, s'entén el llenguatge com a conjunt d'estratègies simbòliques, que formen part del teixit social i de la representació individual dels mons possibles o reals (Duranti, 2000:22). De quina forma, doncs, es relaciona aquest amb el fenomen de la globalització i del neocapitalisme?

Within a matter of a few years, in all the advanced societies, employers, international officials, high-ranking civil servants, media intellectuals and high-flying journalists have all started to voice a strange Newspeak. Its vocabulary, which seems to have sprung out of nowhere, is now on everyone's lips: "globalization" and "flexibility", "governance" and "employability", "underclass" and "exclusion", "new economy" and "zero tolerance", "communitarianism" and "multiculturalism"(...). The diffusion of this new planetary vulgate – from which the terms "capitalism", "class", "exploitation", "domination" and "inequality" are conspicuous by their absence, having been peremptorily dismissed under the pretext that they are obsolete and non-pertinent – is the result of a new type of imperialism. (Bourdieu i Wacquant, 2001:2)

La premissa de Bourdieu i Wacquant és clara: noves maneres de gestionar la societat i l'economia exigeixen noves maneres de definir els fenòmens i processos, i en aquest canvi, cal desfer-se del llast dels termes desfasats i que poden tenir connotacions negatives. Les últimes dècades han propiciat, de la mà de la globalització, la proliferació de noves terminologies, amb no poques expressions i mots resemantitzats manllevats d'altres esferes i dominis. En la circulació global d'idees, que tendeix a emascarar l'origen dels mots, aquests esdevenen progressivament deslligats de la seva arrel, recontextualitzats i revestits d'una nova significació que es ven com a derivada del sentit comú, de la necessitat o de la inevitabilitat, obviant el fet que només representen una realitat original en la seva societat d'origen: l'americana (*idem*, 2001:3). Imposar un nou ordre implica imposar noves representacions del món, nous discursos, per tant, noves formes d'emprar el llenguatge són una part important d'aquest nou ordre (Fairclough, 2000:147, 2009:322)

La ideologia neoliberal, addicionalment, es troba interconnectada amb el llenguatge no només en l'elecció de vocabulari i expressions, sinó també a través de la promoció d'estils d'interacció lingüística com a estratègia de màrqueting, difusió i venda, tant de productes com d'estils de vida (Holborow, 2007:65). Fairclough argumenta que, com el neocapitalisme depèn del coneixement, també depèn del discurs, en tant que aquest és la forma en què el coneixement es produeix, circula i es consumeix, independentment de la forma que assumeixi o de l'esfera en què es mogui. Per tant, esdevé no només un capital en sí, sinó que es materialitza i reproduceix mitjançant una articulació en el si de les institucions i organitzacions, transformant-se en identitats i formes d'actuar (Fairclough, 2002:164, 2009:322).

Diversos autors parlen, en aquest cas, de la mercantilització del llenguatge (*Commodification of language*, vegeu Heller, 2003 i 2010; Cavanaugh i Shankar, 2012 i 2014; Gray, 2010) com a un fenomen relativament nou en què el llenguatge esdevé, a més d'una eina, un capital, en virtut del seu potencial econòmic (en forma d'identitarianisme, *branding*, màrqueting o recurs d'explotació). L'apropiació, per exemple, de llenguatge idiosincràtic, específic de certes formes culturals, per part de l'esfera neocapitalista, genera un procés en què els elements cultural-lingüístics es posen al servei de la producció de valor econòmic, sovint en forma de béns i conceptes de consum (Cavanaugh i Shankar, 2014:61). Assistim, doncs, a dos processos simultanis (transpiració del llenguatge neoliberal en altres esferes, i apropiació del llenguatge d'aquestes esferes per part del neoliberalisme) que circulen en direccions oposades i, fins a un cert punt, es retroalimenten, remarcant la irreversibilitat del binomi cultura-mercat.

La resemantització del vocabulari econòmic-financer en vistes a incloure altres dominis (Holborow, 2007; en Gray, 2010:717) té, per altra banda, la funció ideològica (volguda o accidental, el resultat és el mateix) d'establir el mercat com a model d'interacció en l'àmbit públic, on s'ha naturalitzat i incorporat en una mena de llenguatge "de sentit comú" a l'hora d'interpretar el món (*idem*, 2010:717, 729). Aquestes narratives del neoliberalisme són desesperadament idèntiques en totes les seves manifestacions, fent servir terminologies intercanviables al llarg de les esferes de domini polític, social, econòmic i cultural, contribuint així a la contínua reiteració i reproducció dels valors d'aquest fenomen (Fairclough, 2000:148).

Finalment, per a citar estudis realitzats en matèria de llenguatge i mercat, el concepte de "financerització de la quotidianitat" (*Financialization of Everyday Life*, o *FoEL*) és fruit d'un apropament hereu de la sociologia marxista i del postestructuralisme de Foucault que pretén posar en relleu els processos de racionalització de les activitats i relacions quotidianes o domèstiques i l'expansió dels valors neoliberals a aquestes esferes, empenyent la "lògica del mercat" en les relacions interpersonals i l'economia domèstica; analitzant com les supraestructures (polítiques, econòmiques, socials i culturals) es reproduïxen en unitats més petites i fragmentades (Pellandini-Simányi, 2020:279, 281, 283).

Aquests exemples (*FoEL*, mercantilització del llenguatge, etc.) ens mostren que el nostre dia a dia es veu cada cop més impregnat de termes, idees i conceptes originats en l'àmbit econòmic. Fenòmens com el culte al cos i a la imatge, el *self-made entrepreneur*, la creixent percepció del sexe com a transacció (i conseqüent "mercantilització" de l'individu en apps de cites, etc.), els *influencers* i *lifestyle stars*, la creixent responsabilitat depositada en l'individu com a única raó del seu èxit o fracàs, la competitivitat en el lloc de treball, i les mil i una facetes del *coaching* i del *branding*, tant a nivell laboral com personal; tots manifesten, en major o menor mesura, una influència tant lingüística com performativa de la ideologia neocapitalista.

Veiem, doncs, que l'alça del fenomen neocapitalista ve donada de la mà d'un canvi de paradigmes en el llenguatge que l'envolta, en una complexa estratègia que, per una banda, penetra diferents dominis en el camp sociocultural, i per l'altra, s'apropia d'elements tradicionalment forans a l'esfera econòmica amb el doble objectiu d'ampliar les seves possibilitats d'acumulació de capital i de revestir-se d'una aparent innocuïtat. A través de termes aplicables indistintament a diverses esferes, l'origen dels quals es troba neutralitzat i amagat per la resemantització i la recontextualització, la ideologia globalista es veu capacitada per a estendre la seva influència no només en els aspectes purament mercantils, sinó també ideològics. Al mateix temps, aquesta influència en tots els camps té l'efecte addicional d'adquirir un deix d'inevitabilitat i alhora de racionalitat, en virtut de la seva omnipresència i de l'aparent "cientisme" del que es revesteix.

3.2.3 – Marc teòric – discurs polític i llenguatge

Tornem ara al subjecte que ens ocupa: els discursos polítics, aquest cop en una òptica que té en consideració els conceptes proposats més amunt. Hem definit els criteris bàsics de l'ACD més amunt, però també ens cal delimitar-ne l'abast dins el marc de la teoria de la cultura, i les implicacions del discurs respecte a la resta d'agents i elements culturals.

Quan parlem d'un discurs, parlem d'un missatge, una construcció del llenguatge, carregada de significats, que emana d'un conjunt de pràctiques i elements culturals concrets que varien en funció no només de l'emissor del discurs sinó de l'audiència. El llenguatge pot expressar-se com a pràctica entre la mediació d'aspectes materials i aspectes del pensament, o de les idees, en la nostra existència, sent en aquest cas un vehicle de creació de formes de "ser en el món" úniques (Duranti, 2000:23). Entenem, en la nostra anàlisi, als parlants com a actors socials, al llenguatge com a condició i resultat de la interacció social, i les comunitats de parla com a entitats simultàniament reals i imaginàries les fronteres de les quals es troben en procés constant de reformació i negociació (*idem*, 2000:26).

El llenguatge es converteix, així, en una eina a través la realitat social i cultural es descriu, s'avalua i es reproduceix constantment, mitjançant el que s'anomena indicis contextualitzadors, que permeten als

participants entendre i seguir el fil d'una situació particular (*idem*, 2000:43). El seu mecanisme es pot explicar així:

Las prácticas de contextualización se difunden de acuerdo con redes institucionalizadas de relación, y su adquisición está determinada por fuerzas económicas, políticas e ideológicas que sirven para ningunear a grandes sectores de la población. Este desajuste adquiere una particular importancia a medida que algunos sectores de la población, que anteriormente estaban aislados, van siendo absorbidos por los modernos estados nacionales... (Gumperz 1996:402, citat en Duranti 2000:43)

Els polítics, i en el nostre cas, els presidents, empenen els discursos de forma estratègica, com a eina de persuasió, i hi ha una relació marcada entre el poder d'aquests sobre la seva audiència i les formes que adopten els seus discursos (Borgström, 1982:313, 325). Les imbricacions entre els dominis polític, econòmic, cultural i social són complexes, tal com afirmen Van Dijk i Mendizábal:

(...) la política puede, no solamente, incluir todos los actores políticos oficiales o no oficiales, sucesos, encuentros, escenarios, acciones y discursos, del mismo modo, y más abstractamente, procesos políticos (como la "perestroika"), sistemas políticos (como la democracia y el comunismo), ideologías políticas (como el liberalismo), y las relaciones políticas (grupales) (tales como el poder, la desigualdad, la hegemonía, y la opresión). En todos estos casos, no solamente se involucra actores políticos, sucesos, relaciones, prácticas o propiedades, sino también lo social, lo económico y lo cultural. (Van Dijk i Mendizábal, 1999:18)

Cal fer, addicionalment, una distinció entre sistema polític i ideologia política: mentre que el primer situa al nivell de l'organització econòmica i social del poder, la segona defineix la part socio-cognitiva del primer (*idem*, 1999:21). En el que ens ocupa, no ens aturarem analitzar els sistemes polítics presents en els discursos presidencials, ja que les relacions entre ideologia política i discurs són l'aspecte rellevant de la nostra anàlisi.

Els discursos polítics només són una minsa faceta del conglomerat de fenòmens, idees i constructes que integren la dimensió política de la nostra societat i de la nostra cultura, però són especialment rellevants a l'hora d'analitzar les formes d'interacció entre la política i altres dominis socioculturals, degut a la seva alta càrrega simbòlica i ideològica i a les potencials repercussions socials que tenen. Haidar (2004:11-14) proposa sis característiques principals del discurs polític:

- 1 – Es produeix per organismes i institucions especialitzades, relacionades amb tots tipus de poders (econòmic, religiós...).
- 2 – Es produeix per subjectes que presenten característiques especials (és a dir, carisma, intel·ligència, lideratge...).
- 3 – Tendeix a trobar-se impregnat de conjuntura (és a dir, s'articula en funció dels tòpics rellevants i canvia amb els mateixos).
- 4 – Tendeix a hiperbolitzar els elements polèmics, a posar en relleu conflictes i lluites.
- 5 – Constitueix un lloc privilegiat de producció i reproducció de poder i ideologia.
- 6 – Constitueix un lloc privilegiat de producció i reproducció de consens i dissens.

Una lectura atenta del corpus que hem emprat confirma la validesa d'aquestes característiques. No ens aturarem a fer-ne una dissecció completa, però les característiques primera i cinquena resulten especialment rellevants per a la nostra anàlisi: la relació entre organismes productors del discurs polític i el potencial de revelació o perpetuació d'elements d'influència en diferents esferes.

Així mateix, resulta especialment interessant analitzar els recursos lingüístics que s'empren en el discurs polític, ja que aquests proporcionen dades significatives sobre la intencionalitat, el rerefons i les influències en joc, tant per part de l'orador com del públic. Per exemple, Lakoff i Johnson (1980) descriuen com les metàfores emprades sovint ofusquen els trets característics socials del seu origen i esdevenen així portadors subrepticis d'ideologia (Holborow 2007:54), i alguns autors proposen una anàlisi del llenguatge a través de la resemantització i de les metàfores com a manera de rebatre la concepció del discurs com a determinant ideològic i de prevenir assumpcions sobre el binomi llenguatge-ideologia (*idem*, 2007:71).

Per entendre la relació entre el discurs polític i el fenomen neocapitalista, cal tenir en compte les premisses de Fairclough, Bourdieu i Holborow (descrites als apartats 3.2.1 i 3.2.2), introduint-hi, a més, el concepte de la reproducció del poder de Bourdieu (1991). Entenent les relacions de poder i els sistemes jeràrquics entre diferents dominis com a rellevants no només del poder econòmic, sinó del poder ideològic i de la premissa que considera la cultura mateixa com a una forma de capital (Lewellen, 2003:251-252), aquesta és susceptible de ser emprada, o capturada (*hijacked*, en termes de Fairclough 2009:320), en ares d'una perpetuació o una presa de control per part d'aquelles entitats capaces de tal acció. El fenomen d'infiltració del neoliberalisme en altres dominis s'entén prou clarament a la llum de la teoria de Bourdieu, en què aquells agents que ostenten el poder tenen la capacitat per a imposar, o promoure, una forma de discurs que els és pròpia, i uns elements culturals (tant lingüístics com altres) que els beneficien.

Podem entendre, doncs, el discurs polític com una manifestació explícita (en la mesura que l'anàlisi del seu contingut proporciona dades sobre les ideologies en joc) d'un poder implícit (en la mesura que no hi ha una intencionalitat directa de revelació dels orígens o de les motivacions d'aquestes ideologies). Els discursos formen part de projectes socials, i no només són un vehicle per a expressar pensaments (Hanks, 1996:168, en Roth-Gordon, 2020:48), com a tal, proporcionen molt més que un mer text a l'hora d'analitzar-ne l'abast. Cal, de totes maneres, procedir amb cautela a l'hora de posar etiquetes i fer assumpcions quan s'analitza el llenguatge del discurs polític. El llenguatge és una manera immediata d'entendre i interpretar una ideologia, en virtut de la seva omnipresència i del seu paper com a indicador de canvi social i cultural: té potencial ideològic, tot i així, és arriscat afirmar que es troba ideològicament predeterminat: el fet que la ideologia "cristal·litzi" en el llenguatge no vol dir que aquest en sigui la representació o l'origen, o que es trobi irremeiablement enllaçat a aquesta (Holborow, 2007:53).

4 – Metodologia

Volem, de cares a la nostra anàlisi, mesurar quantitativament les freqüències d'ocurrència de mots relacionats amb l'esfera econòmica i neocapitalista en un conjunt de texts, per a posteriorment fer-ne un comentari qualitatiu. La lingüística de corpus, mitjançant les eines adequades, ens permet realitzar una anàlisi sistemàtica i automatitzada amb paràmetres definits de grans quantitats de text a la vegada. La lexicometria ens permet comptabilitzar tots els mots que integren un text i comparar-ne la freqüència d'ocurrència (Morales, 2018:122). Si bé no ens permet fer una anàlisi qualitativa, només quantitativa, pot emprar-se com a filtre, o porta d'accés, a una revisió més a fons del significat últim d'un text. Ens proporciona, en altres paraules, la realitat lèxica d'un discurs: quantes paraules, amb quina freqüència, en quin ordre, etcètera.

Per a aquest menester, emprem l'eina digital AntConc 4.2.4, definida pel seu autor com a “*freeware, multi-platform tool for carrying out corpus linguistics research, introducing corpus methods, and doing data-driven language learning*” (Anthony, 2023). AntConc permet processar grans quantitats de text (corpus), dividir-los en fragments determinats (subcorpus) i extreure'n les dades necessàries a altres programes (Excel, LibreCalc) per a recomptes numèrics, taules i altres anàlisis.

4.1 – Elecció del corpus

Per tal de realitzar una anàlisi mixta (qualitativa-quantitativa) de l'abast d'influència del llenguatge capitalista en la nostra societat, hem buscat un corpus amb les següents característiques:

- (a) espaiat en el temps, per tal de contrastar les tendències cronològicament;
- (b) consistent en la seva temàtica, però alhora ampli en el seu abast;
- (c) d'una mida adequada als recursos i al temps que es pot destinar a la seva anàlisi, ni massa extens, ni massa breu;
- (d) indirectament relacionat amb l'economia, sense ser-ne el focus central ni tampoc allunyar-se'n massa;
- (e) amb un llenguatge formal, neutre, que qualsevol membre de la societat sigui capaç de comprendre a grans trets.

L'elecció ha recaigut en els discursos d'investidura dels presidents espanyols, del 1979 al 2023, per complir tots els requisits esmentats amunt, a més de les característiques addicionals:

- (a) provinença de diversos autors/figures, afegint varietat a la mostra;
- (b) divisibles o separables tant cronològicament com contextualment en el marc socioeconòmic i polític;

- (c) mida aproximadament homogènia i fàcilment manipulable amb *software* d'anàlisi de text;
- (d) facilitat d'obtenció i processat dels textos.

Álvarez (2011) explica el discurs d'investidura de la següent manera:

El discurso de investidura constituye un mensaje a la sociedad sobre la dirección que tomará un país en los próximos años. (...) El candidato a presidente del gobierno realiza su discurso de investidura con el fin de lograr la confianza del Parlamento, conseguir el apoyo de los grupos parlamentarios, que le proporcionen los votos suficientes para su elección de acuerdo con el artículo 99 de la Constitución española. (Álvarez, 2011:28, 32)

Quevedo (2023) remarca la importància del discurs d'investidura dins el marc social i polític en que es pronuncia:

(...) los discursos de investidura en España (...) suponen a mayores una herramienta para que el/la presidenciable muestre su sensibilidad hacia aquellas cuestiones que preocupan a la sociedad en cada momento y que la agenda mediática aglutina y difunde. (Quevedo, 2023:215)

Atès que les preocupacions generals d'una població o govern relleven de molts àmbits diferents, els discursos d'investidura abordaran punts diversos, que poden estar relacionats amb l'àmbit econòmic o no, però que en qualsevol cas proporcionen una riquesa de subjectes adient per a analitzar la "contaminació" de mots d'origen capitalista en altres dominis socials, culturals o polítics.

En la seva majoria, els discursos polítics proporcionen un vocabulari prou estandarditzat (Morales, 2018:143), amb paraules clau relacionades amb les esferes que tracten, directa o indirectament, el món polític i social. Així mateix, una de les raons primordials per a l'elecció d'aquest corpus és la seva càrrega simbòlica i significativa en el si de la societat d'on emana:

(...) while political corpora are made up of linguistic material (words, sentences, documents, discourses...), their scope is basically social (e.g. understanding the political organization of men in society, where language is of prime importance, analyzing institutional functioning, in which texts are determinant, understanding social or ideological balances, exploring the balance of strength and power throughout speeches). (Mayaffre i Poudat 2013:66)

Dit d'altra manera, podem centrar-nos no necessàriament en l'aspecte lingüístic dels texts en qüestió, sinó en allò que signifiquen, en la forma en què ens parlen més enllà de la seva forma literal, amb l'objectiu d'extreure'n informació rellevant per a una anàlisi qualitativa de les implicacions lèxiques.

Els discursos de presidents espanyols ja s'han emprat en altres estudis d'anàlisi del discurs en matèries de diversitat de vocabulari (Álvarez *et al*, 2000), retòrica i gènere (Quevedo, 2023), en contextos particulars com la crisi econòmica (Collado i Jiménez, 2016), i des del camp de la metàfora (Yáñez i Schaer, 2013). Tanmateix, no s'ha trobat cap anàlisi lexicomètrica lligada a l'esfera econòmica o capitalista. Addicionalment, la meitat d'aquests treballs es centren en un discurs o president en concret, llevat de Quevedo (2023) i Yáñez i Schaer (2013).

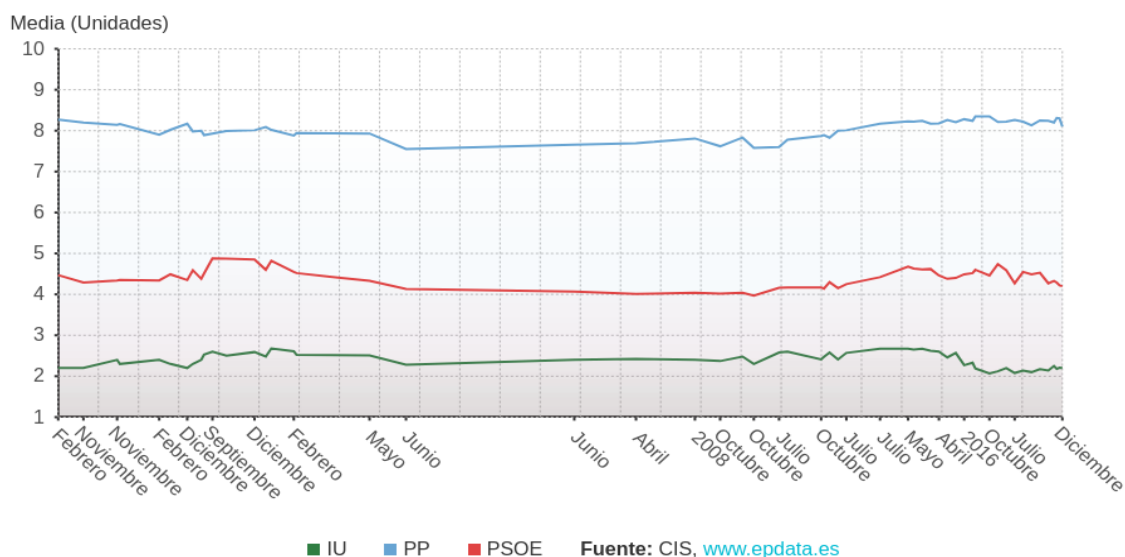
S'ha consultat directament la pàgina web de La Moncloa, que conté, per ordre cronològicament descendent, totes les legislatures, informació, documents i discursos de cada etapa legislativa del govern

espanyol. El recompte és de setze legislatures, set presidents i quinze discursos d'investidura (vegeu taula 1), que no corresponen necessàriament amb els inicis de les legislatures. L'anàlisi se centra en la totalitat de discursos presents i disponibles a la web de La Moncloa, obtinguts en línia el dia 18 de desembre del 2023.

Hem separat els presidents en funció de l'adscripció ideològica del partit polític al qual pertanyen en el moment de la seva investidura, basant-nos en les dades proporcionades a la pàgina web d'Europa Press Data (vegeu gràfica A). La gràfica mostra les dades del CIS pel que fa a l'opinió pública dels ciutadans espanyols en matèria d'orientació ideològica dels partits principals. En una escala de l'1 a 10, sent 1 esquerra i 10 dreta, els enquestats han de fer una valoració numèrica dels partits. Veiem que, des de 1989 a 2018, la percepció ideològica roman més o menys consistent tant per al PP com per al PSOE: el primer amb una mitjana al voltant de 8, i el segon oscil·lant entre 4 i 5, cosa que els col·loca gairebé al centre de l'espectre (5,5), tot i així, recauen a la banda esquerra. Tant Suárez com Calvo Sotelo eren membres del partit polític de transició UCD, coalició que integrava (i de la qual sorgiria posteriorment) el PP, i per al qual no disposem de dades estadístiques. No obstant, tradicionalment s'entén la UCD com a partit amb tendències de centre-dreta (vegeu Linz i Montero, 1999:12), i com a tal, l'hem posicionat a aquesta banda de l'espectre.

Ubicación ideológica de PP, PSOE e IU

(1- Izquierda / 10 - Derecha)



Gràfica A: opinió pública sobre la orientació ideològica dels principals partits polítics espanyols de 1989 a 2018. Font: dades de CIS, elaboració epdata.es.

Any	Legislatura	President	Adscripció ideològica	Discurs d'investidura
1976	Constituent	Adolfo Suárez González	Dreta	No ¹
1979	I			Sí
1981	I	Leopoldo Calvo Sotelo	Dreta	Sí
1982	II	Felipe González Márquez	Esquerra	Sí
1986	III			Sí
1989	IV			Sí
1993	V			Sí
1996	VI	José María Aznar López	Dreta	Sí
2000	VII			Sí
2004	VIII	José Luis Rodríguez Zapatero	Esquerra	Sí
2008	IX			Sí
2011	X	Mariano Rajoy Brey	Dreta	Sí
2015	XI			Sí
2016	XII			Sí
2018	XII	Pedro Sánchez Pérez-Castejón	Esquerra	No ²
2019	XIII			No ³
2020	XIV			Sí
2022	XV			Sí

Taula 1: resum cronològic de presidents i legislatures juntament amb l'adscripció ideològica de cada un d'ells (Font: pàgina web de La Moncloa, elaboració pròpia).

4.2 – Elecció de mètodes d'anàlisi

A fi de desglossar, contextualitzar i quantificar el vocabulari que cerquem, hem analitzat el corpus des de dos perspectives diferents, per tal d'obtenir uns resultats distintius que poguessin comparar-se i, per tant, enriquir l'anàlisi qualitativa. Hem realitzat, doncs, dos tipus d'anàlisi de dades emprant la mateixa metodologia lexicomètrica:

- Anàlisi MCE (Mots de Context Econòmic), centrant-nos en vocabulari de la llengua espanyola que comunament es considera de l'esfera econòmica. Per tal de realitzar el glossari, en una primera fase s'ha realitzat un recompte total de paraules del corpus i seleccionat manualment, d'entre la llista, aquells mots susceptibles de ser emprats en un àmbit econòmic. En una segona fase, emprant l'eina AntConc, s'ha realitzat un pentinat sistemàtic de tots els subcorpus per tal de validar les iteracions dels termes: marcant Y si el terme es fa servir en un context econòmic, i N si es fa servir en un context diferent. Aquesta eina permet aïllar cada mot clau mostrant-ne el context (*tokens*, a dreta i esquerra, o abans del mot clau o després, dins el text). En el nostre cas,

¹ No present en la pàgina web de La Moncloa.

² Moció de censura contra Mariano Rajoy, queda investit Pedro Sánchez dins el marc oficial de la XII Legislatura. Al no ser eleccions parlamentàries estàndars, no hi ha discurs d'investidura.

³ Pedro Sánchez no consegueix majoria per a formar govern, però es manté en funcions. No hi ha discurs d'investidura.

s'han tingut en compte els *tokens* rellevants amb les deu paraules anteriors i les deu paraules posteriors: si la temàtica o el vocabulari relleven del context econòmic dins aquests vint mots, el marcatge és positiu. Per tal de realitzar el recompte de cares a l'anàlisi de dades, només s'han emprat aquells termes marcats amb Y.

- Anàlisi MCC (Mots de Context Capitalista) centrant-nos en el vocabulari definit per John Patrick Leary en la seva obra “*Keywords – The New Language of Capitalism*” (2018). Un dels conceptes clau de la seva obra, en la mateixa línia de Randy Martin (2002), és la permeabilitat del llenguatge neocapitalista o neoliberal en la societat contemporània:

(this book) uses the vocabulary of contemporary capitalism to chronicle this state of affairs and the culture of moralistic exhortation that conditions our responses to it as workers, students, citizens, and consumers (...) These keywords share an affinity for hierarchy and competition, an often-uncritical acceptance of the benevolence of computing technologies, and a celebration of moral values thought to be indistinguishable from economic ones: decisive **leadership**, **artistic passion** (*èmfasi seu*), and self-realization. Wealth and professional success are consequences not of fortunate birth, dumb luck, or exploitation, but hard work, **hustle**, and **grit** (*èmfasi seu*). Because the words in this book have successfully infiltrated everyday life in the United States and elsewhere in the English-speaking world, their meanings often seem self-evident. Uncovering the history and false promises of the language of contemporary capitalism is the objective of this book. (Leary, 2018:1)

Per tal de salvar el salt que pressuposa la traducció literal dels termes que Leary descriu, s'ha realitzat una apreciació lingüística dels mateixos, substituint, quan s'escau, per termes que no necessàriament en són la traducció literal però que compleixen la mateixa funció dins el vocabulari de la llengua espanyola, per després sotmetre'ls a una doble validació mitjançant consulta a la pàgina web del IATE (vegeu annex 3). Per tal de seguir en la línia de Leary, no s'ha realitzat un pentinat contextual com en la primera anàlisi.

Aquestes dues vessants (MCE i MCC) tenen per objectiu, d'una banda, ampliar l'anàlisi més enllà d'una adscripció teòrica o metodològica única; de l'altra, poder observar les possibles diferències entre allò que comunament, o “tradicionalment” s'entén com a vocabulari d'àmbit econòmic, i un glossari predefinit, quantificat i desenvolupat com a pertinent al “nou capitalisme” en treballs anteriors (vegeu Leary, 2018). Aquesta superposició, degudament comparada, pot ser rellevant a l'hora de refinar els conceptes de l'anàlisi qualitativa.

4.3 – Preparació de la base de dades

La preparació del corpus d'estudi s'ha realitzat en quatre etapes:

1 - Cada discurs d'investidura individual, o text integrant del corpus (subcorpus) s'ha descarregat manualment de la pàgina web de la Moncloa (vegeu figura 1) copiant els arxius en local.

2 - Aquests texts s'han sotmès a un procés de normalització ortotipogràfica amb un processador de textos (LibreOffice), passat l'auto-corrector en llengua castellana, i eliminat els fragments de texts susceptibles de “fer soroll” en l'anàlisi: capçalera on s'introdueix l'any i president, presentació i salutació, agraïment final. Tots aquests fragments de texts corresponen al formalisme d'un discurs d'investidura i no es relacionen amb el contingut propi i intrínsec de cada discurs o de cada individu.

3 - Un cop netejats els subcorpus, cada un s'ha convertit a format UTF-8 i extensió .txt per tal d'adequar-los als requisits d'AntConc.

4 - Els subcorpus s'han integrat dins el programa AntConc i organitzat cronològicament en un corpus complet, fent una doble verificació de recompte d'unitats lingüístiques entre AntConc i LibreOffice per tal de comprovar que el text s'ha processat correctament.

Aquest procés proporciona una homogeneïtat al conjunt de texts i la possibilitat d'analitzar-los per separat o en conjunt, així com la facilitat d'extreure'n grans conjunts de dades organitzats cronològicament, temàticament o per autor.

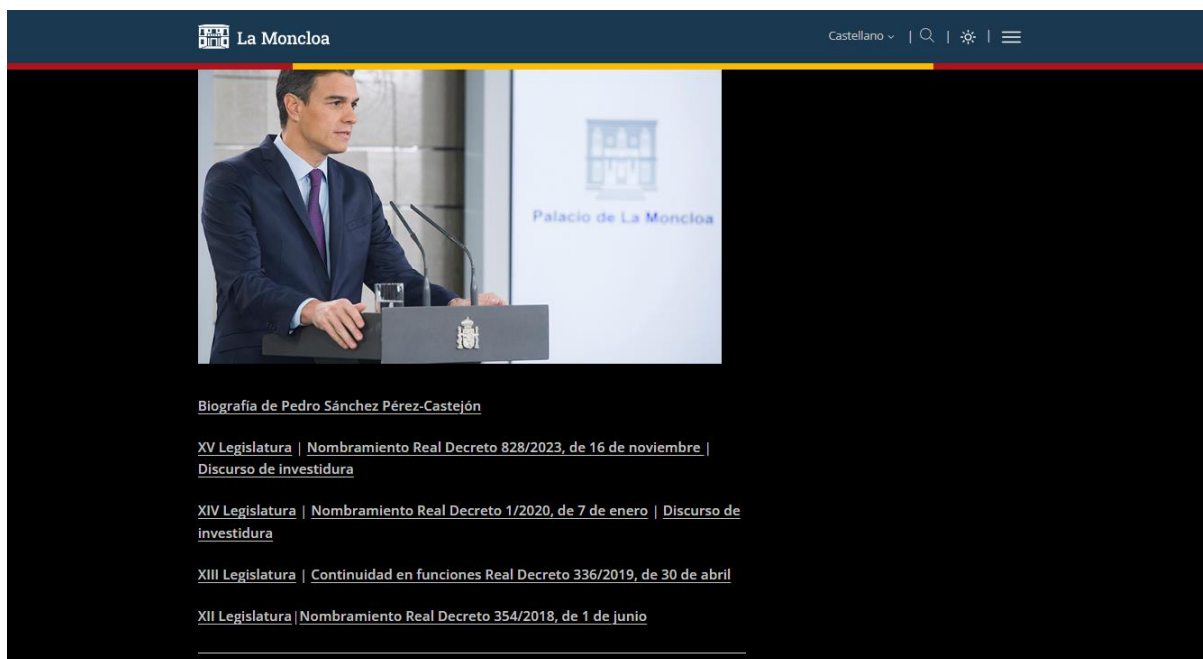


Figura 1: pàgina web de La Moncloa, mostrant els recursos disponibles per a cada president (font: www.lamoncloa.gob.es)

4.3.1 – Anàlisi MCE

Un cop processat el corpus, hem obtingut un llistat de totes les paraules que hi apareixen mitjançant la opció "word" d'AntConc (sistema de recompte total de mots). A posteriori, per tal de tractar les dades en vistes a obtenir i analitzar els índexs quantitius i poder analitzar-ne les concordances, aquest llistat s'ha transposat a Excel, on s'han seleccionat, manualment, totes aquelles paraules que poden considerar-se mots de context econòmic dins el vocabulari de la llengua espanyola, és a dir, bé són susceptibles de

ser emprats en un context econòmic o financer, bé relleven directament del vocabulari propi d'aquesta esfera.

El segon pas ha sigut seleccionar l'arrel o arrels d'aquestes paraules, i realitzar una cerca del corpus mitjançant KWIC (“*Key Word In Context*”, paraula clau en context, vegeu figura 2) a AntConc, seleccionant deu *tokens* a banda i banda del resultat. Els resultats s'han anat recopilant en un mateix full de càlcul Excel, on posteriorment s'ha aplicat un procés de neteja ortogràfica i tipogràfica (eliminant comes, punts i a part i altres desviacions en el resultat central), i una categorització per línia incloent-hi any d'investidura, president, orientació política, i arrel semàntica del resultat central.

Hem realitzat, a continuació, una tasca manual de revisió i doble validació de cada resultat a través dels *tokens* o context, marcant amb una *Y* (si) o una *N* (no) en funció de si el resultat es troba en un context de caràcter econòmic i financer, o si simplement es tracta d'un mot susceptible de fer-se servir en el dit context però no és el cas. A l'hora d'efectuar el recompte i anàlisi de resultats, cada subcorpus s'ha computat en base als mots totals (o mida del text) *versus* el nombre total de resultats positius, extraient-ne un percentatge relatiu, per tal de fer una equiparació equilibrada entre tots els texts.

Finalment, aquests resultats s'han projectat en gràfiques per tal d'entendre i visualitzar l'evolució en l'ús dels MCE. S'ha realitzat una gràfica conjunta, de representació cronològica, de totes les investidures, i dues gràfiques addicional, també cronològicament ordenades, separant els investits en funció de la seva orientació política (centre-dreta i centre-esquerra).

The screenshot shows the AntConc software interface. The main window displays a table of KWIC results for the search query 'capital*'. The table has four columns: File, Left Context, Hit, and Right Context. The results are sorted by frequency, with the top result being 'capital' from the file '1982 Gonzalez ...'. The interface also shows a search query box, a results set dropdown, and a context size dropdown. The progress bar at the bottom indicates 100% completion.

File	Left Context	Hit	Right Context
1979 Suarez UTF-8.txt	a través de la red de alta capacidad, todas las	capitales	de provincia y corregir el esquema radial facilitando la
2023 Sanchez ...	un Estado autonómico que acerco las administraciones públicas a las 52	capitales	de provincia y fomento también la creación de empresas
2023 Sanchez ...	a sacar ese pacto de Estado. En Madrid, en la	capital	de España, señorías, en Valencia y en Extremadura las
1986 Gonzalez ...	de barreras aduaneras, de liberalización de movimientos de mercancías, de	capital	de establecimiento, etcétera. Por consiguiente, va a producir el
2008 Zapatero ...	a su país para desarrollar allí definitivamente su vida. La	capitalización	de la prestación de desempleo que hayan generado o
2000 Aznar ...	alta velocidad que, en diez años, situará a todas las	capitales	de provincias a menos de cuatro horas del centro
1981 Calvo Sote...	de las Naciones Unidas. En el tema de las autonomías,	capital	para España y para nuestro futuro, mi programa tiene
2000 Aznar ...	hizez del texto constitucional. Señorías, Quiero abordar ahora una cuestión	capital	para fortalecer el Estado de Derecho. Me refiero a
2016 Rajoy ...	de salario durante cuatro años; y crear un fondo de	capitalización	para los trabajadores, en un esquema similar al que
2011 Rajoy ...	ancario hasta tener entidades suficientemente sólidas. Más necesidades de	capital	para mantener la solvencia. Cambio en el modelo de
1982 Gonzalez ...	se refuerza con una mala evolución de la balanza de	capitales	y determina la pérdida de reservas, y el déficit
1989 Gonzalez ...	este fenómeno por el impacto de las fuertes entradas de	capital	y el consiguiente aumento de nuestras reservas. Esta situación
1982 Gonzalez ...	empresarios. Esa picaresca, como el fraude fiscal, la evasión de	capitales	y otras formas de delitos relacionados con la actividad
1999 Gonzalez ...	el mantenimiento del esfuerzo fiscal en la inversión, tanto en	capital	físico como humano. El Gobierno impulsará el diálogo social
2016 Rajoy ...	labor de los investigadores. Señorías, Es bueno, pues, aumentar el	capital	físico de nuestra economía mediante la inversión en tecnología.

Figura 2: captura de pantalla mostrant la funció KWIC d'Antcon en la cerca del mot-arrel *capital*- en el corpus (font: pròpia).

4.3.2 – Anàlisi MCC

El primer pas ha consistit en l'elaboració d'un glossari en base a la terminologia descrita i analitzada per Leary (2018). Aquest consisteix en quaranta-set termes que, segons l'autor, poden definir-se com a exemples tipificables de registre funcional neocapitalista o neoliberal. Donat que el glossari és en anglès, s'ha hagut de recórrer a etapes addicionals per tal de fer-lo adient per a una anàlisi en castellà.

Si bé Leary proposa gairebé cinc desenes de mots relatius al neocapitalisme, els seus exemples no són ni de bon tros els únics, i possiblement ni tan sols els més significatius. Els hem emprat, en aquest treball, com a glossari rellevant per tal de realitzar una anàlisi quantitativa, però ens caldria molt més temps i esforç per a ressenyar tots i cada un dels mots susceptibles de formar part, dins o fora de context, del lèxic neocapitalista. A tall d'exemple:

A new genre of 'fast capitalist texts' heralds the new capitalism, and its new work order and revamped workplaces, using language in ways very often not borne out on the ground. These texts are replete with talk of 'enchanted work-places', 'self-directed work teams', 'empowered workers' and other equally positive and attractive terms. (Lankshear, 1998:319)

Els dos discursos de Pedro Sánchez presenten termes d'aquesta tenor, com *empoderar*, *sostenible* i *resiliència*, que formen part dels resultats de la segona anàlisi, així com referències a la pluralitat i la inclusivitat (Quevedo, 2023:230), i altres expressions que, en context, remarquen una afinitat amb el llenguatge corporatiu que es troba en boga a dia d'avui.

Atès que la traducció literal de paraules pot donar lloc a errors analítics (*false friends*, mots massa comuns, especificitats no traduïbles, etc.), cada mot s'ha traduït emprant experiència pròpia i amb l'ajuda esporàdica del traductor en línia *Google Translate*, afegint-hi sinònims si s'esqueia. Per tal de fer una doble validació empírica d'aquesta traducció, s'ha efectuat una també doble verificació mitjançant l'eina de cerca i traducció en línia del IATE (*Interactive Terminology for Europe*, vegeu figura 3). Aquesta eina té la particularitat (i immens avantatge) que cada terme de cerca es troba categoritzat en funció del seu ús contextual dins el marc conceptual (*Domain*, en el cercador) d'una àrea temàtica concreta.

S'han seleccionat, en el cas que ens ocupa, les esferes següents, marcant el criteri de cerca per a subdominis:

ECONOMICS (economia); TRADE (comerç); FINANCE (finances); BUSINESS AND COMPETITION (negoci i competició); PRODUCTION (producció), TECHNOLOGY AND RESEARCH (tecnologia i recerca).

Dels quaranta-set mots proporcionats per Leary, tretze no han retornat un resultat que rellevés particularment de les esferes mencionades, tanmateix, s'han inclòs en l'anàlisi de dades del corpus. D'aquests tretze, set no han retornat cap resultat rellevant dins els subcorpus. Els resultats de la cerca al

IATE han servit per a reafirmar la validesa de les traduccions a mà alçada en tots els casos menys tres, un dels quals s'ha modificat, i amb els altres dos on s'ha afegit una variable de cerca (vegeu annex 3).

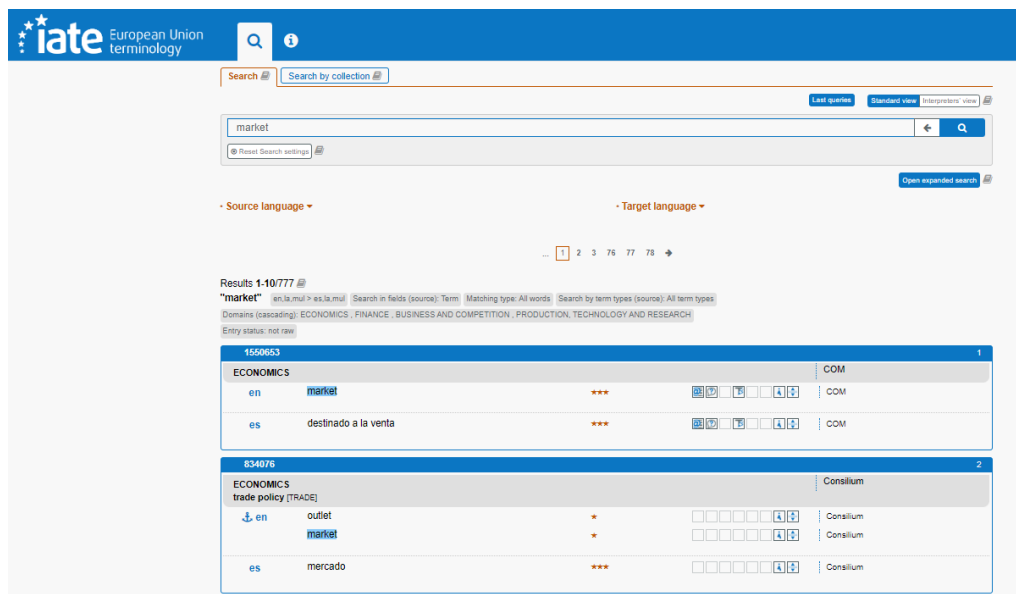
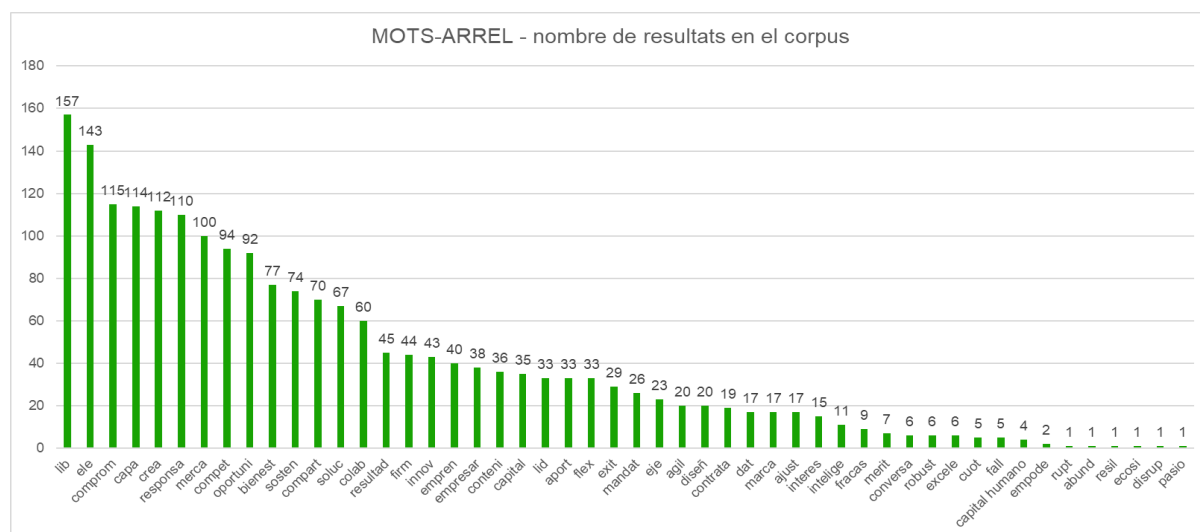


Figura 3: captura de pantalla del cercador IATE, mostrant els diferents marcs conceptuals i desglossant els resultats en funció d'aquests (font: iate.europa.eu/search)

A l'hora de fer l'anàlisi de dades del corpus, s'ha comptat amb un total de quaranta-tres "mots arrel" (vegeu gràfica 1). L'estructura de l'anàlisi ha seguit el mateix patró que a l'Anàlisi MCE, emprant la funció KWIC a AntConc i exportant els resultats a un full de càlcul, seguit del procés de neteja i estructuració de la base de dades. Aquest cop, tanmateix, no s'ha realitzat una doble validació manual dels *tokens*, sent l'ús del mot dins o fora de context irrellevant per al tipus d'anàlisi. Tal com s'ha efectuat en l'Anàlisi MCE, els resultats es projecten en taula i gràfica conjuntes, així com en gràfics separats per orientació política.



Gràfica 1: desglossat del nombre de resultats per mot-arrel en la totalitat del corpus (font: elaboració pròpia).

5 – Resultats

A continuació exposem els resultats d’ambdues anàlisis, en desglossem els paràmetres i els mostrem de forma gràfica i quantitativa, sense fer-ne encara una interpretació qualitativa.

5.1 – Anàlisi MCE

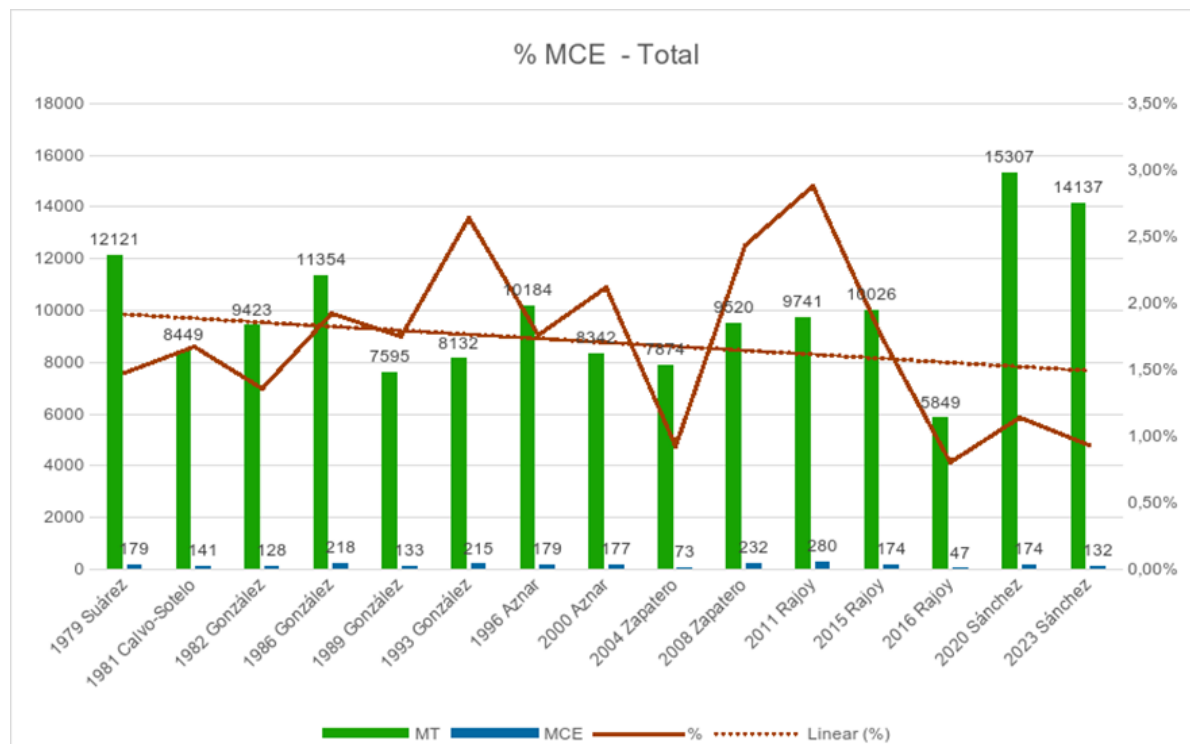
L’anàlisi del corpus amb AntConc ens proporciona un total de 3.932 resultats positius, basant-nos en els mots seleccionats (vegeu annex 1). La posterior fase de destriament en selecciona un total de 2.482 positius “reals” (63,1%), donant 1.450 falsos positius (36,9%). Recordem que els positius reals són aquells que, efectivament, es troben en un context textual relacionat amb l’esfera econòmica directament o indirectament. Els falsos positius, en la seva gran majoria, són termes que, per la seva riquesa en significats, exhibeixen una probabilitat alta de ser emprats en contextos diferents malgrat el seu ús potencial en un context econòmic: mots com *valor*, *avance*, *oferta*, *capacidad*, *potencial*, proporcionen una quantitat similar de positius reals i falsos. Aquesta tria s’ha realitzat exportant les dades a Excel, incloent-hi deu *tokens* (context literari, o frase sencera) a banda i banda del mot clau, i validant manualment cada resultat.

Any i President	MT	MCE	%
1979 Suárez	12.121	179	1,48%
1981 Calvo Sotelo	8.449	141	1,67%
1982 González	9.423	128	1,36%
1986 González	11.354	218	1,92%
1989 González	7.595	133	1,75%
1993 González	8.132	215	2,64%
1996 Aznar	10.184	179	1,76%
2000 Aznar	8.342	177	2,12%
2004 Zapatero	7.874	73	0,93%
2008 Zapatero	9.520	232	2,44%
2011 Rajoy	9.741	280	2,87%
2015 Rajoy	10.026	174	1,74%
2016 Rajoy	5.849	47	0,80%
2020 Sánchez	15.307	174	1,14%
2023 Sánchez	14.137	132	0,93%

Taula 2: comparativa per investidura, mida del discurs versus MCE (elaboració pròpia).

Un cop destriades i netejades les dades per tal de proporcionar les xifres correctes, els resultats d’aquesta anàlisi es presenten en forma de taula i de gràfica per a una major comprensió. La figura “%” representa el percentatge de MCE de cada discurs d’investidura, i constitueix el valor més significatiu, en virtut d’ajustar la llargada del discurs al nombre de MCE, que proporciona així un índex comparatiu entre

discursos i presidents. En total, no s'observa una desviació de més de 2,1% entre subcorpus, sent el més baix en MCE 0,8% sobre el total del discurs i el més alt 2,87% sobre el total.



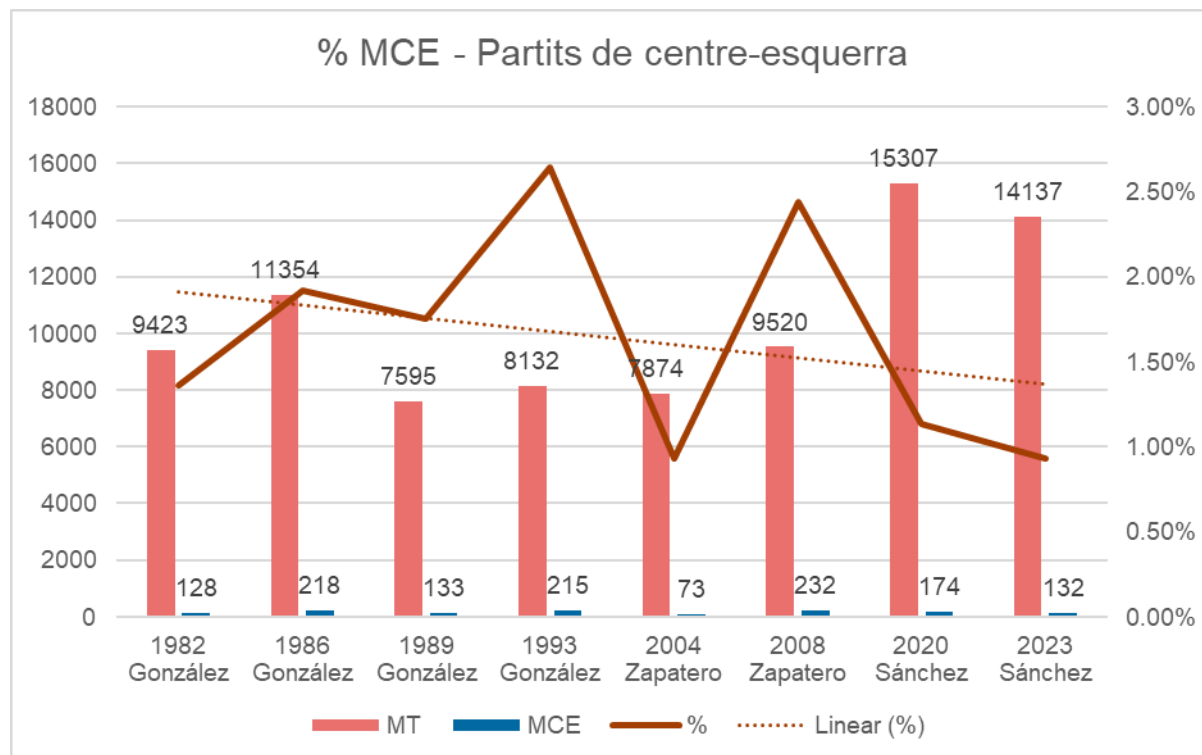
Gràfica 2: comparativa per discurs, amb mida total, MCE, percentatge i línia de tendència (elaboració pròpia).

La gràfica 2 mostra les dades de mida de cada subcorpus (MT, o mida del text, columna de color verd), nombre de MCE (columna de color blau, a proporció), i percentatge de MCE (gràfica de color marró superposada) sobre el total del discurs, amb línia de tendència (vector de punts). Aquesta línia representa l'evolució lineal estadística en l'ús dels MCE al llarg del temps, fent una mitjana sobre el total proporcional. Els resultats obtinguts mostren, contràriament a la hipòtesi formulada, una tendència cronològicament a la baixa. Les dades indiquen que, proporcionalment, els presidents espanyols cada cop entren menys vocabulari relacionat amb el lèxic econòmic convencional o tradicional.

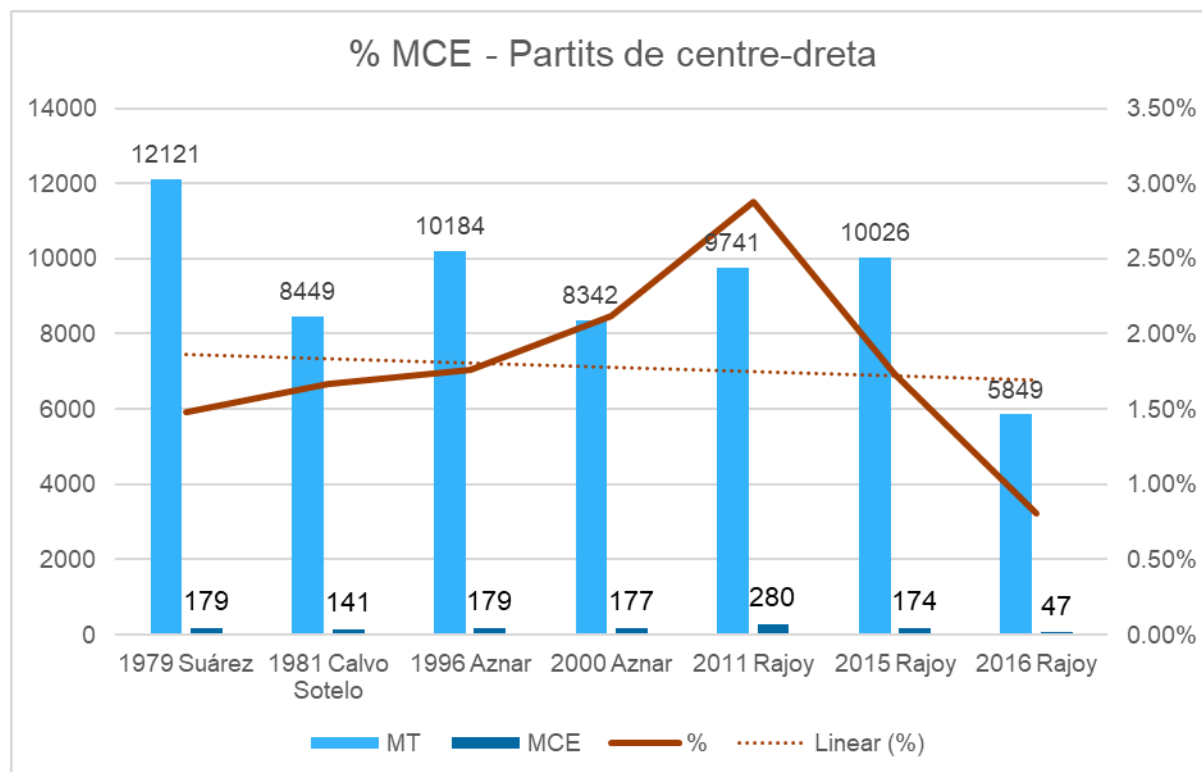
Si dividim els presidents per convencions d'orientació política (centre-esquerra, si pertanyen al PSOE, i centre-dreta, si pertanyen al PP, o UCD en el cas de Suárez i Calvo Sotelo), podem veure que la trajectòria a la baixa de la línia de tendència és lleugerament menys abrupta en els partits de centre-dreta que en els partits de centre-esquerra. També apreciem menys variació al llarg del temps de l'índex percentual de MCE entre presidents al llarg del temps.

La gràfica 3 mostra el percentatge de MCE per als presidents de centre-esquerra amb la mateixa disposició de dades que a les gràfiques anteriors. Observem un descens progressiu de la línia de tendència al llarg del temps, així com un augment de les dimensions del discurs en les últimes investidures. La gràfica 4 mostra el percentatge de MCE per als presidents de centre-dreta amb la mateixa disposició de dades que a les gràfiques anteriors. Observem un descens lleuger de la línia de

tendència al llarg del temps, degut principalment a la menor quantitat de MCE en els dos últims discursos d'investidura.



Gràfica 3: comparativa per discurs, amb mida total, MCE, percentatge i línia de tendència en partits de centre-esquerra (elaboració pròpia).



Gràfica 4: comparativa per discurs, amb mida total, MCE, percentatge i línia de tendència en partits de centre-dreta (elaboració pròpia).

Any i President	MT	MCE	%	TU	IRL
1979 Suárez	12.121	179	1,48%	34	18,99%
1981 Calvo Sotelo	8.449	141	1,67%	27	19,15%
1982 González	9.423	128	1,36%	32	25,00%
1986 González	11.354	218	1,92%	31	14,22%
1989 González	7.595	133	1,75%	26	19,55%
1993 González	8.132	215	2,64%	35	16,28%
1996 Aznar	10.184	179	1,76%	35	19,55%
2000 Aznar	8.342	177	2,12%	34	19,21%
2004 Zapatero	7.874	73	0,93%	29	39,73%
2008 Zapatero	9.520	232	2,44%	36	15,52%
2011 Rajoy	9.741	280	2,87%	43	15,36%
2015 Rajoy	10.026	174	1,74%	29	16,67%
2016 Rajoy	5.849	47	0,80%	14	29,79%
2020 Sánchez	15.307	174	1,14%	39	22,41%
2023 Sánchez	14.137	132	0,93%	33	25,00%

Taula 3: comparativa per investidura, MCE i IRL (elaboració pròpia).

La Taula 3 mostra, en addició al percentatge de MCE, un valor de recompte de Termes Únics (TU), significant el total de mots diferents per a cada discurs, sense comptar quantes vegades es repeteix el terme en qüestió. Així, per exemple, Suárez emprà, en el seu discurs, trenta-quatre mots diferents que tenen connotació econòmica, d'un total, comptant repeticions, de cent setanta-nou. D'aquest valor derivem l'IRL (Índex de Riquesa Lèxica) per a significar la riquesa de vocabulari de cada discurs d'investidura pel que fa a l'esfera que ens ocupa. No sembla haver-hi correlació directa entre la mida del discurs d'investidura, el president i la riquesa lèxica. Aquest índex es presenta a mode il·lustratiu, ja que les mides dels discursos són extremadament variables d'un president a un altre, o d'una investidura a una altra. Podem remarcar treballs anteriors (Álvarez *et al*, 2000) en què s'aprofundeix en detall sobre la diversitat de vocabulari dels presidents des de Suárez a Aznar, tot i que s'hi mesura el vocabulari en la seva totalitat i no es fa incís en la vessant econòmica.

5.2 – Anàlisi MCC

Els resultats de l'anàlisi MCC ens revelen una informació prou diferent de l'anàlisi MCE. La línia de tendència combinada de tots els presidents a la gràfica 5 indica una tendència a l'alça, amb un percentatge que creix progressivament al llarg del temps, i només fa un picat cap a baix en les dues últimes investitures. Tot i així, sembla que la tendència de creixement no és excessivament acusada, com es pot veure als percentatges individuals en la taula 4.

Si observem les gràfiques 6 i 7, separant de nou els presidents per orientació política, altra vegada ens topem amb informació rellevant: els presidents posicionats a la dreta de l'espectre polític mostren una

línia de tendència a l'alça prou més marcada que els presidents posicionats a l'esquerra, indicant un ús més corrent (i creixent) de terminologies que relleven del lèxic proposat per Leary.

Si fem una mitjana només per orientació política, sense tenir en compte el context temporal, observem que l'ús d'MCC per part dels presidents de centre-dreta és sensiblement més acusat que el centre-esquerra, i que, mentre aquests han reduït l'ús de MCC en les últimes investidures, els primers han anat en augment.

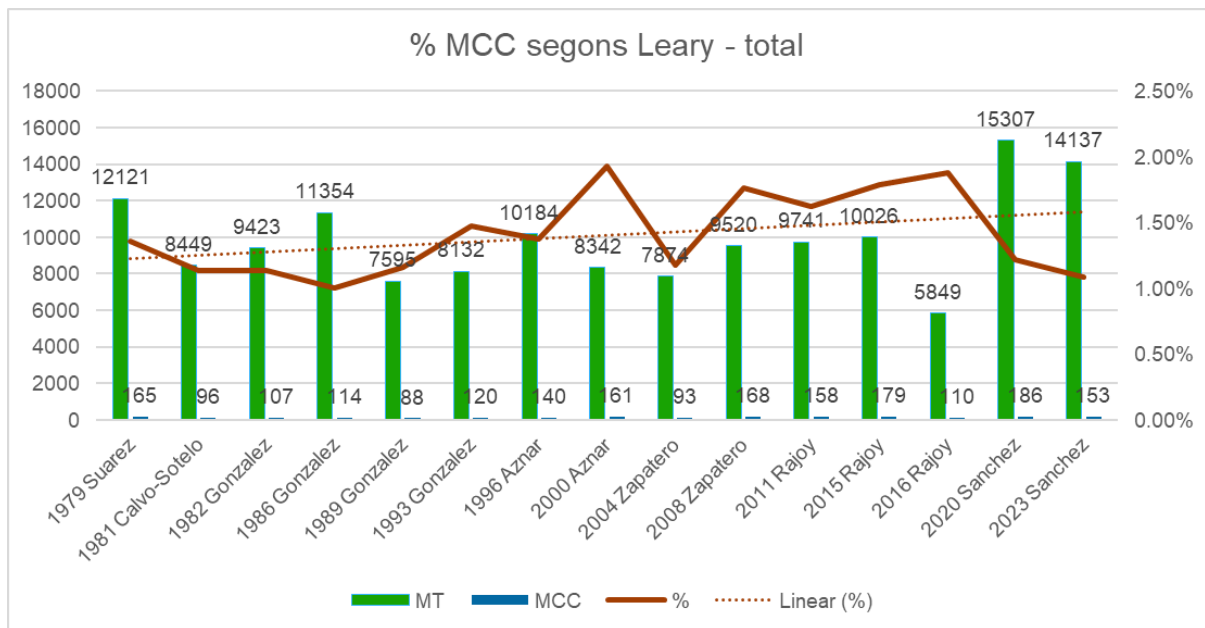
Per últim, repetint l'exercici de l'anàlisi MCE, la taula 5 mostra l'índex de riquesa lèxica (IRL) seguint l'anàlisi dels MCC segons Leary. De nou, aquest índex s'obté dividint el total d'unitats (TU) per l'MCC, significat un valor de repeticions d'un mateix mot-arrel.

Any i President	MT	MCC	%
1979 Suárez	12.121	165	1,36%
1981 Calvo Sotelo	8.449	96	1,14%
1982 González	9.423	107	1,14%
1986 González	11.354	114	1,00%
1989 González	7.595	88	1,16%
1993 González	8.132	120	1,48%
1996 Aznar	10.184	140	1,37%
2000 Aznar	8.342	161	1,93%
2004 Zapatero	7.874	93	1,18%
2008 Zapatero	9.520	168	1,76%
2011 Rajoy	9.741	158	1,62%
2015 Rajoy	10.026	179	1,79%
2016 Rajoy	5.849	110	1,88%
2020 Sánchez	15.307	186	1,22%
2023 Sánchez	14.137	153	1,08%

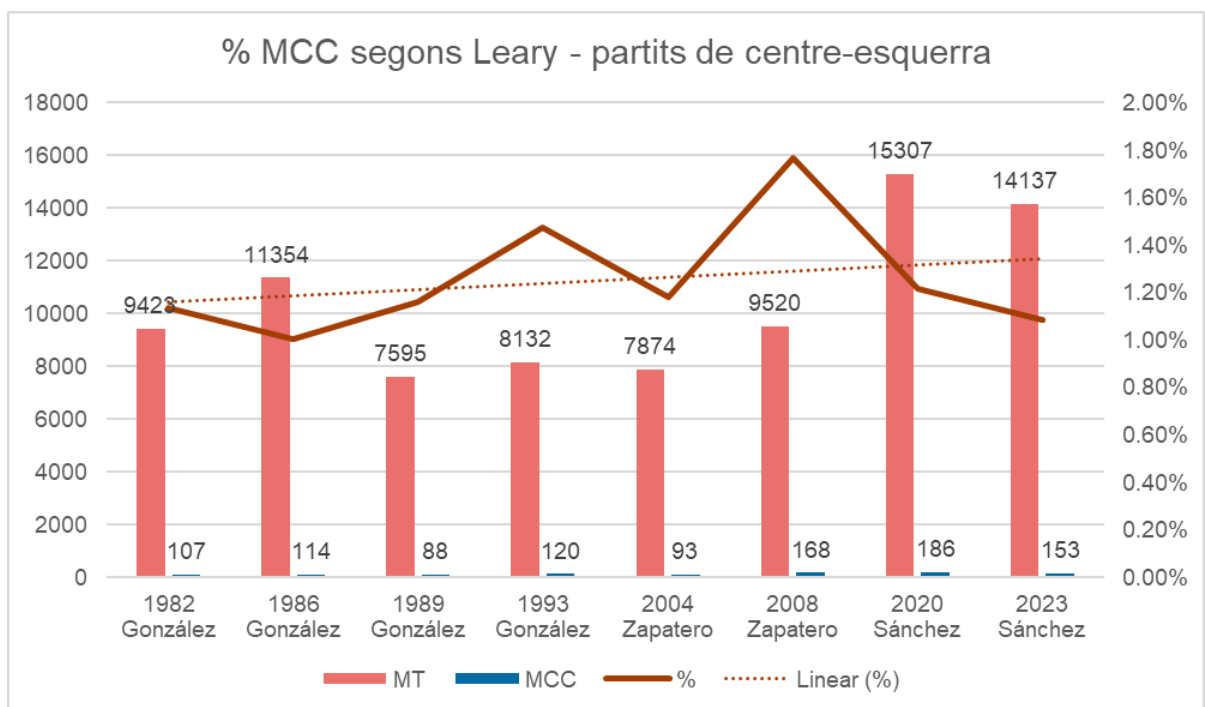
Taula 4: comparativa per investidura, mida del discurs *versus* MCC (elaboració pròpia).

La taula 4 recull les dades proporcionades per l'anàlisi MCC en el mateix format que en l'anàlisi anterior. En total, no s'observa una desviació de més de 0,93% entre subcorpus, sent el més baix en MCE 1% sobre el total del discurs i el més alt 1,93% sobre el total, una desviació menor que en l'anàlisi anterior. Cal tenir en compte, com hem mencionat prèviament, que la mida del discurs també afectarà indirectament la quantitat de MCC en cada un dels subcorpus, i el percentatge en l'última columna serveix per a posar-los en comparativa.

La gràfica 5 il·lustra gràficament les dades de la taula 4. Com en la gràfica 2, les columnes representen la mida del discurs i la quantitat de termes rellevants per a cada subcorpus, amb la línia de percentatge sobreposada i finalment l'evolució linear, que ens indica una alça estadística en l'ús de MCC. La gràfica 6 mostra les dades de la taula 4 per als partits de centre-esquerra. Observem un increment general poc pronunciat en l'ús de MCC al llarg del temps.

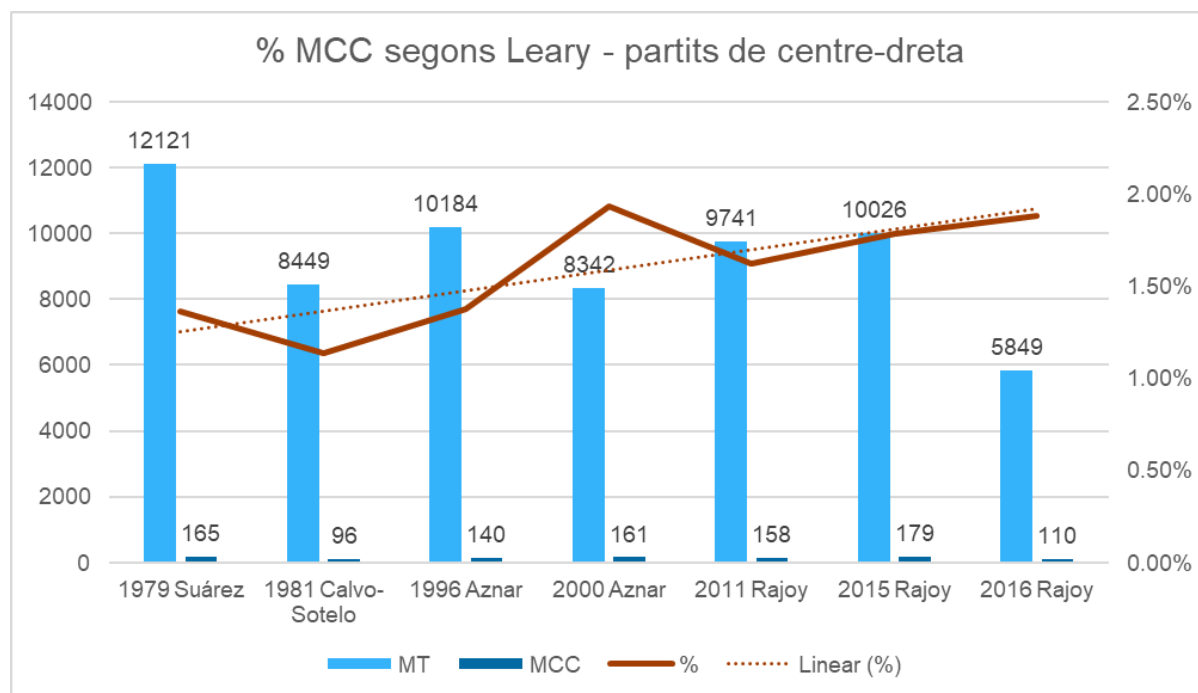


Gràfica 5: comparativa per discurs, amb mida total, MCC, percentatge i línia de tendència (elaboració pròpia).



Gràfica 6: comparativa per discurs, amb mida total, MCC, percentatge i línia de tendència en partits de centre-esquerra (elaboració pròpia).

La gràfica 7 fa el mateix que l'anterior per als partits de centre-dreta. Observem un increment regular i gairebé constant no només en la línia de tendència sinó en els percentatges.



Gràfica 7: comparativa per discurs, amb mida total, MCC, percentatge i línia de tendència en partits de centre-dreta (elaboració pròpia).

Any i President	MT	MCC	%	TU	IRL
1979 Suárez	12.121	165	1,36%	32	19,39%
1981 Calvo Sotelo	8.449	96	1,14%	27	28,13%
1982 González	9.423	107	1,14%	32	29,91%
1986 González	11.354	114	1,00%	24	21,05%
1989 González	7.595	88	1,16%	25	28,41%
1993 González	8.132	120	1,48%	31	25,83%
1996 Aznar	10.184	140	1,37%	34	24,29%
2000 Aznar	8.342	161	1,93%	31	19,25%
2004 Zapatero	7.874	93	1,18%	25	26,88%
2008 Zapatero	9.520	168	1,76%	36	21,43%
2011 Rajoy	9.741	158	1,62%	35	22,15%
2015 Rajoy	10.026	179	1,79%	34	18,99%
2016 Rajoy	5.849	110	1,88%	17	15,45%
2020 Sánchez	15.307	186	1,22%	37	19,89%
2023 Sánchez	14.137	153	1,08%	35	22,88%

Taula 5: comparativa per investidura, MCC i IRL (elaboració pròpia).

Finalment, la taula 5 inclou l'índex de riquesa lèxica per a l'anàlisi MCC. Observem uns percentatges més alts que en l'anàlisi MCE, però amb poques variacions entre presidents i/o investidures. De nou, la mida del discurs sembla afectar les proporcions més que no pas, per exemple, l'orientació política, i proporcionem aquestes dades únicament a tall informatiu, sense extrapolar-ne masses conclusions.

6 – Discussió

6.1 – Anàlisi MCE

Com hem detallat en l'apartat 5.1 en els resultats, la tendència global en l'ús de MCE es troba en descens, amb percentatges molt variables en cada investidura en concret. Tanmateix, sembla haver-hi un punt d'inflexió en la dècada del 2010 fins l'actualitat: si representem les investidures de la mateixa forma que en la gràfica 2, tant per al conjunt com per a cada orientació política per separat, veiem que ambdues presenten una tendència cronològicament creixent, que toca sostre entre 2008 i 2011, i progressivament davalla fins a l'últim discurs pronunciat.

En els presidents de centre-esquerra, malgrat un descens puntual en l'ús de MCE per part de Zapatero al 2004, la tendència es troba a l'alça (amb un pic pronunciat al 2008), amb una nova davallada en la dècada actual. El pic de 2008, posat en context, troba a Zapatero lluitant contra una imminent crisi econòmica, en què la campanya i les subsegüents prioritats dels organismes polítics i governamentals es centaven primordialment en la contenció d'aquesta i la millora econòmica del país. Una lectura ràpida del discurs confirma que Zapatero en dedica gran part a detallar i proposar mesures en aquest àmbit, cosa que pot explicar parcialment aquest increment sobtat en MCE. Se'n desprèn també, en les funcions lingüístiques del seu discurs, un recurs majoritari al llenguatge informatiu (Collado i Jiménez, 2016:55), amb conseqüents necessitats lèxiques derivades dels temes tractats. Álvarez (2011:44) també menciona la desproporció de termes relacionats amb economia i gestió entre el primer i el segon discurs de Zapatero, i en posa en relleu la presència de la crisi en el segon mandat.

En els presidents de centre-dreta, observem que, si bé l'ús de MCE es troba en creixement constant al llarg de les investidures inicials (Suárez i Calvo Sotelo), les d'Aznar i la primera investidura de Rajoy, les posteriors investidures d'aquest mostren una xifra a la baixa. Fent una revisió dels discursos, l'última investidura de Rajoy presenta un discurs molt més breu que els precedents (poc més de la meitat de paraules totals), en què fa referència diverses vegades al seu discurs anterior i reprèn de forma més succinta algunes de les temàtiques tractades en aquest. La reducció en mida i les referències a un discurs passat sense entrar en especificitats són motius suficients com per proporcionar menys resultats positius en MCE.

Fent una lectura ràpida la tenor dels discursos, podem observar també que els més antics fan gala d'un vocabulari més enfocat a conceptes patriòtics i identitaris, amb un accent en els aspectes unificadors de la democràcia. En canvi, els discursos més recents empen un vocabulari que podria qualificar-se de "tècnic" en els aspectes legislatius, polítics i econòmics, més enfocats en les especificitats i prioritats del govern i del mode d'operar aquest, que parcialment podria justificar un augment (fins al punt d'inflexió de Rajoy al 2011) de MCE en ambdues posicions dins l'espectre ideològic:

Aunque es verdad que hay y, sobre todo, ha habido palabras de izquierda o de derecha, la pérdida de las actitudes revolucionarias, derivada del cambio en las estructuras políticas, sociales y económicas, ha hecho que se produzca una homogeneización en el lenguaje político actual de España. Lo que se impone, por el contrario, es un discurso perifrástico, altisonante y con aire pseudotécnico - esto último, sobre todo, cuando se está en posesión de responsabilidades de gobierno. (Núñez i Guerrero, 2002:45, a Morales, 2018:143)

Per altra banda, una lectura detallada dels discursos de Sánchez (2020 i 2023) proporciona una altra cara de la moneda pel que fa a l'estètica i construcció de les temàtiques d'investidura: trobem moltes més referències en temes de l'esfera social i cultural, com polítiques de gènere i inclusivitat, i una prioritació d'aquests per davant dels mers tecnicismes econòmics i governamentals (vegeu també Quevedo, 2023:230-231). Aquest canvi de paradigmes coincideix amb les actituds que s'observen, a grans trets, en la part esquerra de l'espectre polític arreu del món occidental, un canvi de paradigma que reemplaça progressivament la lluita de classes (domini "tradicional" del socialisme i del progressisme, en oposició al conservadorisme i el lliure mercat de les vessants de dreta) per les polítiques identitàries i de raça. Aquest llenguatge es troba conspicuament absent en els discursos més recents per part de la dreta, on preval una retòrica més racional i neutra (*idem*, 2023:229).

En general, les dades indiquen què allò que entenem per llenguatge econòmic tradicional, tant en els tecnicismes com en els mots de significat variable aplicat en un context econòmic, s'empra cada cop menys en el marc dels discursos d'investidura espanyols, a mesura que les prioritats socials i polítiques canvien. Si bé s'hauria de realitzar un estudi de context aprofundit per a cada un dels discursos d'investidura per tal de poder-ne explicar el rerefons social, econòmic i circumstancial, aquesta anàlisi que hem realitzat és útil a tall de descripció empírica de la "lexicometria de l'esfera econòmica" dins l'anàlisi del discurs polític.

6.2 – Anàlisi MCC

Les dades d'aquesta segona anàlisi ens proporcionen uns resultats lleugerament diferents dels de l'anàlisi MCE. Mentre que en aquesta última hem destriat aquells resultats que són particularment rellevants, o lligats, a l'esfera econòmica, en l'anàlisi MCC hem seguit els passos de Leary i assumit que la terminologia neocapitalista pot trobar-se en contextos que no necessàriament tenen a veure directament amb assumptes financers.

En els partits d'esquerra, potser sorprenentment, hi ha una tendència a l'alça en l'ús d'MCC malgrat els percentatges més baixos de les dues últimes investidures (Sánchez 2020 i 2023). De nou ens trobem amb un pic alt en la investidura de Zapatero al 2008, com hem mencionat en l'apartat 6.1, i una tendència a la baixa en les més recents, per a les quals ja hem detallat el context en l'anàlisi MCE. Tot i així, pot resultar xocant a primera vista que els presidents de centre-esquerra, relacionats en l'imaginari quotidià amb unes prioritats més enfocades en afers de classe, socialisme i polítiques de benestar, caiguin en la

mateixa galleda de verbositats neoliberals que els seus oponents de centre-dreta. En realitzem un comentari detallat més endavant.

Pel que fa als partits de centre-dreta, poc sorprenentment aquest cop, observem una tendència marcadament a l'alça i gairebé sense interrupcions. El percentatge de l'última investidura d'Aznar (2000) és lleugerament més alt que el de la primera de Rajoy (2011), però el conjunt es troba en augment, fins i tot en el breu discurs últim de Rajoy (2016), en què malgrat que la tenor fos de fer una recapitulació del seu discurs previ, el percentatge es troba nou centèsimes per sobre d'aquest.

L'anàlisi de la riquesa lèxica (vegeu Taula 5) mostra poques diferències en l'ús d'aquest vocabulari entre presidents i investidures (que oscil·la entre 25 i 35 termes únics), amb l'excepció, de nou, del breu tercer discurs de Rajoy, amb un recompte de només 17 termes únics, cosa que confirma una correlació entre la mida del discurs i la seva riquesa de vocabulari.

Ambdós extrems de l'espectre ideològic semblen, de bones a primeres, confirmar els postulats de Leary sobre aquest tipus de vocabulari, amb l'excepció donada dels dos discursos de Sánchez. Tal resultat reforça l'argument d'una "invasió" de terminologies derivades del neocapitalisme en altres esferes, tot i que caldria realitzar un estudi d'un abast molt més ample que l'aquí proporcionat per tal d'extreure'n conclusions fermes i unívocues. Tot i així, les dades lexicomètriques que ens dona aquest corpus corroborarien, sense tenir en compte el context o els factors externs, aquesta hipòtesi.

6.3 – Comparativa MCE vs MCC

Si superposem ambdós mètodes, veiem que per una banda l'anàlisi MCE ens indica que, a grans trets, el llenguatge capitalista (o econòmic) tradicional es troba a la baixa, especialment en l'última dècada, després d'haver-se emprat de forma continuada i lleugerament creixent des dels anys setanta fins mitjans dels 2000. Per l'altra, l'anàlisi MCC ens indica que, unívocament al menys a la banda dreta de l'espectre, el vocabulari neocapitalista es troba en creixement.

Els canvis de paradigmes en les temàtiques dels discursos polítics necessitarien la seva pròpia anàlisi, que en el nostre cas, per qüestions de temps i d'abast d'aquest treball, no ens pertocuen. Malgrat l'enfocament especialitzat que hem donat al tractament de les dades i a la concreció i especificitat dels paràmetres de recerca, podem suggerir que aquests canvis afecten la forma i el contingut dels discursos en l'àmbit del vocabulari econòmic, capitalista i neocapitalista. Com hem comentat anteriorment, els aspectes patriòtics, quasi-altisonants i retòrics dels primers discursos d'investidura semblen donar pas primer a un llenguatge més neutre i tècnic (Núñez i Guerrero, 2002:45, a Morales, 2018:143) i després a un llenguatge més emotiu i menys enfocat en l'argot legislatiu o professional (Quevedo, 2023:231).

En ambdues anàlisis, però, podem observar una diferència entre els presidents a la dreta i a l'esquerra de l'espectre ideològic. Les dades suggereixen que l'ús tant de MCC com de MCE creix o decreix de forma diferent segons l'orientació ideològica dels oradors, amb un patró prou definit, si exceptuem

circumstancialitats. Així, els presidents de centre-dreta han augmentat l'ús de MCC i MCE d'una forma més contínua i marcada que els presidents de centre-esquerra, i aquests han incorporat temàtiques més amples als seus discursos o n'han canviat la tenor, i l'augment d'ús és menys acusat que en el centre-dreta.

6.4 – Exemples del context d'anàlisi

A continuació examinem alguns dels resultats de les nostres anàlisis amb l'objectiu de proporcionar exemples raonats de les idees exposades més amunt. No és ni suficient ni pertinent interpretar les dades quantitatives d'aquestes anàlisis prenent els resultats com a elements auto-explicatius, entitats separades dels seus emissors i receptors i amb valors propis i intrínsecs. Tal fet reifica el llenguatge i l'eleva a la categoria d'element independent, en efecte "fora" de la interacció (Edelman, 1985:12), i ens veta automàticament la vessant antropològica i cultural.

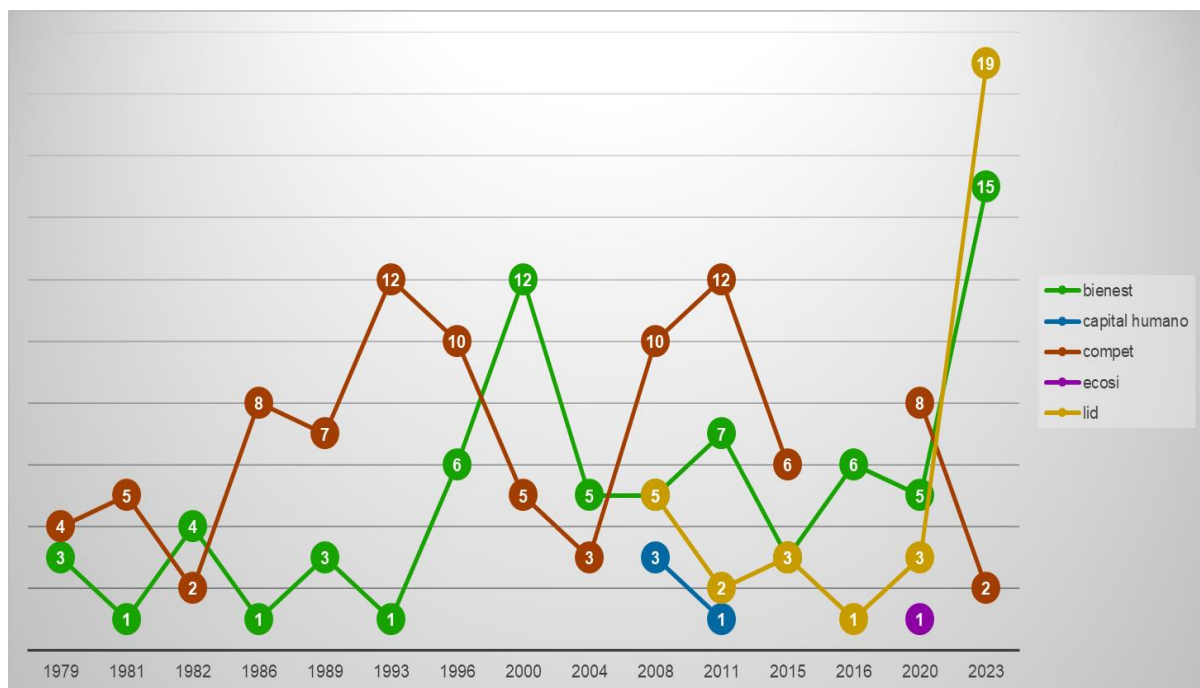


Figura 4: mostra gràfica de l'ús dels mots detallats als exemples al llarg de la seqüència cronològica (font: elaboració pròpia).

6.4.1 – Capital humano

Leary (2018:XXVIII) descriu el terme *human capital* com a originàriament relacionat amb l'esclavitud i oposat a la idea de dignitat, que progressivament s'ha tergiversat fins a esdevenir un terme que denota inversió en matèria humana, sigui de cares a mà d'obra o en el marc d'aptituds, coneixements o especialitzacions.

Para que la economía española gane competitividad frene al exterior, una de las piezas claves es la capacitación y cualificación del mejor de los recursos que tenemos en nuestro país para crear riqueza: nuestro capital humano. (Rajoy, 2011)

El primero de los retos, porque es el primero de los recursos disponibles para ganar el futuro, es el aprovechamiento del talento personal y el atesoramiento del capital humano. (Zapatero, 2008)

Presidents d'ambdós bàndols empren aquesta expressió en el marc d'aquest últim significat; tot i així, no deixa de ser, des d'una perspectiva humanista, un terme despersonalitzador, que relega els individus a la categoria de capital, de bé, possessió o mercaderia. Rajoy el menciona en un context de creació de riquesa i creixement econòmic, Zapatero empra un estil només indirectament relacionat amb l'economia, i li dóna un caire més idealista o "humà". Ambdós, emperò, assumeixen els ciutadans i les seves aptituds en termes de recurs econòmic, susceptible de generar un benefici futur per a la nació.

El terme *capital humano* només apareix en discursos dels últims vint anys (vegeu figura 4), tot i ser una expressió que no s'empra habitualment, i si s'empra, és en un context particular. D'una forma que pot semblar prou òbvia, els termes manllevats del vocabulari anglès (no confondre amb anglicismes) com *resiliencia*, *empoderamiento*, *liderar* (junt amb *liderazgo*, *líder*, etc.) o l'exemple que ens ocupa, es presenten aglutinats en els discursos més recents. Tal fet pot interpretar-se senzillament com una major influència de l'anglès en la parla espanyola, però resulta molt més útil preguntar-se com, de quina manera, i a través de quins mitjans aquests termes han viatjat de l'argot neoliberal al llenguatge polític convencional espanyol: heus ací un exemple que reforça els arguments proposats més amunt pel que fa no només a la recontextualització d'expressions (vegeu Bourdieu i Wacquant, 2001:3), sinó també a la permeabilitat de l'esfera política enfront del fenomen neocapitalista pel que fa a llenguatge i ideologia.

6.4.2 – Bienestar

Leary (2018:XLVIII) defineix el benestar (*wellness*) com a indirectament relacionat amb el glossari econòmic, popularitzat a partir de la dècada dels setanta com a "retorn" a un estat físic i anímic òptim, que s'ha incorporat progressivament en l'argot del lloc de treball fent referència a les condicions ideals, tant corporals com psicològiques, que un individu ha de tenir com a objectiu en ares d'una major productivitat, millor balanç entre feina i oci, i major felicitat. La traducció al castellà és *bienestar*, que en aquesta llengua adquireix múltiples connotacions i significats que manquen en l'anglès (conjunt d'elements clau per a una vida còmoda; confort, riquesa, placidesa, abundància, conveniència, etcètera). Tot i així, l'anàlisi MCC mostra un augment constant en l'ús d'aquest terme al llarg de l'eix cronològic, i un recorregut exhaustiu dels contextos específics en què apareix mostra que els presidents no necessàriament l'empren amb el mateix significat.

Nos importa afianzar una sociedad de ciudadanos libres, mejorando su bienestar y haciendo posible una generación de españoles regidos por la ética y por la solidaridad y no por un sistema de controles rigurosos. (González, 1982)

Que a nadie le quepa duda: un crecimiento económico sólido y sostenido es exigencia ineludible para la mejora y consolidación del bienestar general de los españoles (...) (Aznar, 1996)

Tant González com Aznar fan servir el benestar en el que podríem entendre com a “sentit ordinari” del terme, al menys dins l’àmbit polític: referent a la qualitat de vida dels ciutadans, especialment en l’àmbit econòmic i comunitari.

La tercera prioridad en la acción del Gobierno es la modernización e impulso de nuestra economía para que el bienestar llegue a todos, para que todos vean que es posible combinar crecimiento y bienestar social, para que obtengamos recursos suficientes para desarrollar nuestro sistema de bienestar. (Zapatero, 2004)

Nuestros ciudadanos tienen, pues, el derecho, que es nuestro deber, a exigir que no seamos nosotros, sus representantes, los responsables de su bienestar, quienes malogremos los frutos de su esfuerzo. (Rajoy, 2016)

Zapatero repeteix el mateix mot tres vegades en la mateixa frase, al·ludint a tres significats diferents: *bienestar* com a qualitat (rellevant en diferents àmbits), *bienestar* com a element social positiu (que separa del creixement econòmic), i *bienestar* com a sistema, remarcant una institucionalització del concepte en què adquireix un significat propi. Rajoy, per la seva banda, recupera el terme en un àmbit més global, similar als dos primers, en què *bienestar* és un conjunt de característiques positives de que poden gaudir els individus en un marc social concret.

Junto con la economía y con el empleo, señorías, nuestro segundo gran compromiso va a ser continuar reforzando el Estado del bienestar para mejorar la vida de la gente (...) (Sánchez, 2023)

Finalment, Sánchez l'utilitza en més de la meitat de resultats sota la forma d'*estado del bienestar*. Es defineix l'estat de benestar com a sistema en que l'estat assumeix la responsabilitat del benestar dels ciutadans, i aquests tenen l'expectativa legítima que el govern els recolza i ajuda (Martínez Díaz, 2013:210). El seu homònim anglès és *welfare state*, del que s'ha traduït gairebé literalment. Alguns autors parlen de l'estat de benestar com a precursor del neoliberalisme (Fairclough, 2019:322, 200:147), com a política de govern susceptible d'emprar mitjans neoliberals (Garland, 2015:328), o com a quelcom d'oposat al neoliberalisme, que aquest tracta de reduir o eliminar progressivament (Várszegi, 2022:33). en qualsevol cas, és un terme que tradicionalment associem més aviat a la banda esquerra de l'espectre polític, i Sánchez fa servir l'expressió notablement, com a consigna positiva o eslògan ideològic en oposició a la dreta i en favor de les polítiques socials.

Les instàncies creixents d'aquest terme en la nostra anàlisi no necessàriament corresponen a la definició canònica de Leary, i en alguns casos se n'allunyen. No obstant, la política estén la seva ideologia explotant les possibilitats que ofereix la polisèmia inherent en el llenguatge corrent, on un mateix terme ofereix una multitud de significats, sovint antagònics (Bourdieu, 1991:40). Tal afirmació, així, no rebut la hipòtesi proposada, ans al contrari: el fet que aquesta expressió s'utilitzi també “de forma no-neoliberal” no resta al fet que s'empra cada cop més, posant en evidència que és el vocabulari, l'argot, el que guanya terreny, en un procés que ja hem descrit més amunt. La generació d'un llenguatge únic, estandarditzat, és només una faceta més de la homogeneïtzació a nivell econòmic i a nivell de producció i circulació cultural (*idem*, 1991:50).

6.4.3 – Líder, liderazgo, liderar

El concepte de líder, i de lideratge, es fa sentir cada cop més en diversos àmbits, però té un ressò especial en l'àmbit laboral modern, en oposició a les expressions tradicionals de “manar”, “cap”, “*quefe*” i altres. Leary (2018:XXX) en remarca els aspectes considerats positius a dia d'avui, com decisió, capacitat, emprenedoria, i la crida instintiva que pateixen els mascles de qualsevol espècie de voler ser al capdavant a tot preu. En denota també la mal·leabilitat: és un terme que diu molt i que significa poc, que pot fer-se servir com a crossa en instàncies molt variades i que evoca immediatament un ideal d'autodeterminació i de potencial. Els exemples seleccionats dins el corpus no difereixen gaire d'aquesta definició, i els mots derivats es troben completament absents en discursos d'investidura anteriors al del 2008 (vegeu figura 4).

Los españoles podemos aspirar a estar entre quienes afrontan y lideran los cambios sociales, económicos y medioambientales. (Zapatero, 2008)

Tenemos que adaptarnos a los cambios tecnológicos, pero también ser capaces de liderarlos, porque la innovación y la investigación son las claves, en definitiva, para un crecimiento sólido y solvente. (Rajoy, 2015)

(...) porque el liderazgo activo y constructivo de España en todos estos debates globales y con un fuerte impacto social en el día a día de las gentes a las que representamos, pues demuestra que nuestro país, que España ha ido recuperando poco a poco ese peso internacional que durante estos últimos años no teníamos. (Sánchez, 2023)

Altre exemple flagrant de manllevat a l'anglès, tots tres exemples empen el terme en el mateix sentit: trobar-se al capdavant, ser punters, prendre les decisions, mostrar exemple, obrar el bé, etcètera. Una cerca ràpida als subcorpus més antics (1977-2004) mostra que altres expressions, com ara *dirigir* o *governar*, s'empen en contextos que més endavant empen *liderar*. La substitució de termes més oficials (per exemple els relatius al *gobierno* com a verb i no com a substantiu) per un terme més actual, amb menys connotacions institucionals, i més inclusiu, pot o no rellevar d'una voluntat de presentar una institució governamental com a un “afer de tots”, en virtut de les connotacions positives que *liderar* i *líder* han adquirit al llarg de les últimes dècades. En qualsevol cas, sigui voluntari o involuntari, podem traçar una relació entre les connotacions del terme descrites per Leary i les que s'aprecien en context dins els exemples: determinació, inclusivitat, aire contemporani, progrés i altres.

6.4.4 – Ecosistema

La única menció d'aquesta paraula en la totalitat del corpus que hem treballat es troba en un dels discursos més recents. Segons la definició de Leary (2018:XVII), *ecosistema* refereix a una xarxa de negocis en un context particular (localitat, camp d'actuació o cadena de producció), i és hereu de la percepció del món dels negocis com a anàleg al món biològic, amb els seus equilibris, cadenes tròfiques, depredadors i depredats. Correspon, de nou, al concepte d'inevitabilitat del sistema com a “únic camí raonable” a través del seu paral·lelisme amb la realitat, i funciona com a metàfora justificativa que assumeix el model econòmic imperant en tant que simple evolució, natural, volguda i desitjable.

Continuaremos fomentando el Ecosistema Español de Innovación, apoyaremos decididamente a las PYMES, y todo ello dentro de la Estrategia España, Nación Emprendedora. (Sánchez, 2020)

Sánchez identifica aquí la part I+D d'Espanya amb un sistema auto-contingut, en essència bo, mitjançant aquest terme que, en la ment popular, es relaciona directament amb trets positius, equilibrats, funcionals, que cal mantenir, preservar i promoure. En l'argot neocapitalista, aquest terme ve efectivament relacionat amb innovació, resiliència, equilibri i altres, però també de competició i creixement (Leary, 2018:XVII). Si es transposa el model econòmic neocapitalista en un terme més culturalment benigne, es compleix la funció alhora de blanquejar-ne els aspectes més negatius i de revestir-lo d'un vel de legitimitat, en virtut dels significats culturals lligats al mot ecosistema. En el context que ens ocupa, però, aquest terme sembla estar enfilat en un conjunt de paraules clau (*innovación, fomentar, estrategia, emprendedora*) destinades a provocar un sentiment d'avenç, esperança, i progrés que, per bé que gairebé clàssic en el seu estil, s'adapta prou bé als discursos motivacionals de l'era contemporània.

6.4.5 – Competitivo, competitividad i altres

Leary (2018:IX) refereix a *competency* i *competent* (traduït en el IATE com a *competencia, competitivo*) per parlar d'aquelles habilitats que poden aplicar-se en diferents circumstàncies, dotades de coneixement, domini i flexibilitat. En destaca l'evolució en el significat, de l'original “mediocre, apte, suficient” a quelcom de transcendent, desitjable i essencial per a forjar amb èxit una carrera, un projecte o una tasca, i en remarca la immaterialitat (*ibidem*).

La creación de empleo estable en una economía mundial cada vez más abierta sólo se puede lograr con un sistema productivo eficaz y competitivo, capaz de adaptarse a las exigencias de los mercados y de las nuevas tecnologías. (Aznar, 1996)

Como hemos señalado, la pérdida de competitividad es uno de los más graves problemas estructurales que nos aquejan. Por ello, pondremos en marcha un conjunto de reformas para mejorar la competitividad del país e impulsar la generación de valor añadido. (Rajoy, 2011)

Deberemos ser aún más exigentes en un nuevo entorno en el que la demanda interna jugará un menor papel y donde los factores de crecimiento dependerán del incremento de la productividad y de nuestra competitividad. (Zapatero, 2008)

Aznar menciona aquest mot (i derivats) una vegada, Zapatero quatre vegades, i Rajoy vuit vegades: en total, aquest terme apareix en noranta-quatre ocasions dins el corpus, clarament un favorit en el discurs polític presidencial.

En la llengua espanyola, però, tendim a emprar aquest terme més aviat en el significat de “capaç de competir”, sigui competir en una carrera metafòrica o real, o simplement en la capacitat d'estar a l'alçada d'altres entitats considerades productives, eficients o encomiables. Els tres exemples proposats mostren tots els trets de l'argot comercial, posant la nació en la categoria de mitjà de producció o de

capital i advocant per una millora del país en pro d'una major producció i productivitat. Tant Aznar com Zapatero mencionen directament o indirectament el mercat global i mencionen la necessitat d'un reajustament dels models econòmics nacionals supeditats al model econòmic internacional. Rajoy menciona el *valor añadido*, introduint-hi un component axial del capitalisme, i tots tres parlen, en termes diferents, de creixement dins el concepte de mercat internacional.

Aquests exemples fan ressò de les polítiques de la Unió Europea en matèria de desenvolupament econòmic, on aquests termes apareixen regularment (Fairclough, 2009:327), i són una mostra més de l'estandardització del llenguatge (vegeu Fairclough, 2000:148), i poden relacionar-se fàcilment amb els punts desenvolupats més amunt en els altres exemples i en l'apartat 3.4.

7 – Reflexió i conclusions

Tradicionalment, l'antropologia tendeix a ometre el paper que juguen les empreses i grans corporacions en el modelat de la societat moderna en favor del rol dels governs i governants, en la mesura que el capitalisme es troba dissimulat rere una façana de polítiques de govern en aparença innòcues (Benson i Kirsch, 2010:460). Tot i així, els resultats de les nostres anàlisis suggereixen què existeix un tràfic d'influències entre una esfera i l'altra, i per tant, allò rellevant en l'àmbit econòmic es troba en relació amb l'àmbit polític, i de retruc en les estructures culturals en què es desenvolupen els diversos actors, fenòmens i esdeveniments. Existeix, doncs, un lligam d'influència en el camp cultural que, com a tal, pot ser dut a la llum i observat mitjançant mètodes d'anàlisi antropològica. Per tal de posar peu simultàniament en aquest i en la lingüística, cal tenir en compte tant els trets lingüístics com els contextos d'interacció, etnogràfics i sociopolítics, aquest últim sent cabdal per tal d'entendre la construcció d'estructures socials a gran escala, o "macro", posant així en evidència les particularitats lingüístiques de la construcció del poder (Roth-Gordon, 2020:33-34).

El llenguatge pot ser considerat com un procés sociocultural mitjançant una interacció cara a cara, que modela i és modelat a través d'aquest procés d'interacció social. Com a tal, una comprensió completa de la relació entre el llenguatge i la cultura ha de prioritzar les dades que provenen d'aquest procés cara a cara, en virtut de la seva condició de locus de constitució de processos socials (Philips, 2013:82). Els discursos polítics, en particular els d'investidura, recauen en aquesta categoria (fins i tot obviant-ne la càrrega i implicacions simbòliques i ideològiques), en ser pronunciats davant d'una audiència presencial ampla, i retransmesos a través de mitjans de comunicació a gran part de la població. Dit d'altra manera, allò que ens diuen els presidents en aquell moment té repercussions no només en la forma que en pensem, sinó en la forma en què en pensarem en un futur.

El nostre llenguatge quotidià pateix un procés d'integració constant de significats d'altres parlants d'aquest llenguatge, o "accents socials" (Voloshinov, 1929; en Leary, 2018:I). Reperent els conceptes de poder i influència de Bourdieu, descrits més amunt, aquells que ostenten el poder són susceptibles d'influenciar ideològicament tant en la parla (per mitjà del llenguatge) com en el pensament (per mitjà del significat del llenguatge) d'una gran part d'aquells individus que es troben per sota. Les ideologies deuen les seves estructures i funcions a les seves condicions socials de producció i circulació, que venen a ser la funció que duen a terme per a l'esfera que els produeix, i a la funció que duen a terme per aquells que les reben (Bourdieu, 1991:169).

Les paraules que emprem proporcionen un punt de vista, una manera de reflexionar sobre el món i la naturalesa de la nostra existència (Duranti, 2000:24), i els discursos presidencials no en són una excepció: el fet que l'anàlisi MCC mostra un augment progressiu en l'ús de vocabulari neoliberal denota que aquells que pronuncien o dissenyen els discursos es veuen, com hem dit, influenciats per aquest vocabulari de forma creixent. Percebre (o parlar de) els ciutadans com a capital humà, d'economia

nacional en termes de resiliència, o enfocar el govern d'una nació en termes de lideratge, indica que la nostra comprensió d'aquests fenòmens o accions es veu, al menys parcialment, afectada per una òptica que tendeix a interpretar en base a recursos, riquesa, estratègies i transaccions més que en termes de comunitats, identitats o jerarquies.

Els signes lingüístics, paraules, expressions o vocabularis que emprem són representacions del món, així com connexions amb aquest, i per tant, no són neutrals (*idem*, 2000:24). En el cas del discurs polític, aquest compleix la doble funció informativa d'emetre i de formar una opinió. Les opinions són creences avaluatives, basades en normes i valors; donat que es comparteixen socialment, les creences socials són patrimoni de la majoria d'individus que integren grups i cultures, i per tant influeixen directament les seves creences personals sobre els fenòmens i esdeveniments que experimenten (Van Dijk, 1999:30). Un cop guanyada la capacitat d'influir en les creences socials d'un grup, resulta fàcil controlar indirectament les accions dels seus integrants: aquesta és una de les premisses de la reproducció del poder, en tant que molts individus interpreten el món de la manera en què els que ostenten el poder el presenten, i actuen així en consonància amb la voluntat d'aquest (*idem*, 1999:31).

Tot i així, el llenguatge polític per si mateix no representa res, a nivell sociocultural, si no se'n té en compte el context i els agents en joc. El context s'entén com a l'estructura d'aquelles propietats de la situació social que són rellevants per a la producció i comprensió del discurs (*idem*, 1999:27). El poder intrínsec del discurs polític no és res més que el poder delegat d'aquell que el pronuncia, i la substància del discurs només testimonia d'aquesta delegació que se li ha atorgat: el llenguatge representa, manifesta i simbolitza una autoritat (Bourdieu, 1991:107, 109). Dins l'àmbit de la influència, els discursos especialitzats deriven la seva eficàcia de les relacions ocultes entre l'estructura de l'espai social on es produeixen (esfera política, religiosa, artística, econòmica, etc.) i l'estructura de l'espai social on es troben els receptors del discurs (*idem*, 1991:41). No hi ha un lloc gaire millor, en aquest sentit, que l'estrada des d'on un president recentment investit pronuncia el seu discurs de cares a un ventall de polítics influents i a través del televisor de desenes de milers de ciutadans. Així, quan Sánchez (2023) parla de l'Espanya que *ha de liderar con el ejemplo*, la retòrica emprada causa que aquells que reben el discurs de forma favorable es sentin part d'aquesta iniciativa de lideratge, i les fronteres entre el poder i la multitud es tornen tèrboles, el missatge adquireix inclusivitat i el sentit real de la frase fa un pas enrere per deixar lloc a una consigna que pot o no voler dir allò que sembla dir.

Addicionalment, les condicions socials i econòmiques en què es troben els individus determinen la seva interpretació del llenguatge, especialment el llenguatge polític (Edelman, 1985:12). Des de la perspectiva del "màrqueting polític", no resultaria gaire útil pronunciar un discurs en què gran part dels termes, mots i expressions emprades provenen d'un vocabulari totalment diferent del de l'audiència. El que fa possible un discurs polític ple de termes manllevats al neocapitalisme és precisament el fet que aquests termes són, a dia d'avui, omnipresents, infiltrats en la major part de les nostres estructures socioculturals. Donat que les propietats estructurals dels sistemes socials (i culturals) són, ahora,

condició i resultat de les activitats dutes a terme pels agents que en formen part (Giddens, 1994; en Duranti, 2000:33), posem així en relleu l'existència d'una xarxa d'influència complexa que abasta les diferents àrees de la nostra societat, i de mecanismes de retroalimentació de conceptes i fenòmens culturals, d'origen neoliberal, que viatgen i transpiren a través de diferents facetes de la nostra vida.

Hem dit que una de les estratègies del discurs globalitzador i neoliberal és precisament presentar-se com a inevitable, racional, com a la veu del progrés i del seny. El que realment crea i manté el poder i la influència del discurs és la creença en la legitimitat de les paraules i d'aquells que les pronuncien, no el contingut del discurs en si (Bourdieu, 1991:170), per tant, un dels èxits de la ideologia neoliberal és el fet d'haver sigut adoptada per aquelles esferes de poder que tenen la capacitat de fer-ne promoció i difusió (tenint en compte que, avui en dia, el mercat és potser l'esfera d'influència en si més poderosa que hi ha). Tot i així, aquestes assumpcions universals sobre el comportament econòmic de les nostres societats, provinents d'aquesta ideologia, poden ser demostrades falses a la llum de l'anàlisi antropològica (Clammer, 2017:104). Interpretar tots aquells fenòmens i construccions que relleven d'una relació entre esferes ens pot ajudar no només a entendre el com i el perquè d'aquestes, sinó a exposar aquelles estructures i relacions susceptibles de crear desigualtats i injustícies a nivell sociocultural.

Resulta difícil, en el context antropològic, tan centrat en "localitats", comunitats i particularitats culturals, adquirir una perspectiva prou ampla com per poder analitzar culturalment un fenomen com és el neoliberalisme (Clammer, 2017:109). Hem volgut, a través d'aquest treball, enfocar la mirada en una petita faceta de les manifestacions culturals relatives a la ideologia neocapitalista dins l'esfera política, i traçar-ne correspondències i conclusions a un nivell cultural, possiblement extrapolables a altres àmbits de la cultura, i en qualsevol cas, rellevants en l'àmbit de l'antropologia. Aquestes manifestacions són, alhora, un reflex de la societat i del zeitgeist cultural, i un fenomen que reflecteix en la societat, en tant que els que ostenten el poder tenen una influència innegable, democràticament legitimada, en la societat i la cultura del moment.

En les dues anàlisis lexicomètriques (MCE i MCC) realitzades en la primera meitat d'aquest treball, hem volgut capturar amb dades empíriques, quantitatives, només a nivell de llenguatge, l'abast de la permeació neoliberal dins el discurs polític espanyol. Hem vist, doncs, que en l'anàlisi MCE, existeix una tendència total a la baixa en l'ús de vocabulari considerat "tradicional" de l'àmbit econòmic en els discursos d'investidura al llarg de la cronologia. L'ús d'aquest vocabulari és més habitual, o abundant, en presidents situats a la banda centre-dreta de l'espectre ideològic. La tendència a la baixa també és més pronunciada en els presidents de centre-esquerra.

En canvi, en l'anàlisi MCC, hem observat una tendència total a l'alça en l'ús de vocabulari que relleva de l'esfera neocapitalista recollit per Leary. Aquesta tendència a l'alça és més pronunciada en els discursos dels presidents de centre-dreta que en els presidents de centre-esquerra. Tampoc hi ha una

relació directa remarcable entre la riquesa de vocabulari específic (MCE i MCC) emprat en el discurs de cada president i la llargària del discurs, ni un augment o disminució significatius en aquesta riquesa al llarg de la sèrie cronològica. Addicionalment, el context històric (situació social, política i econòmica en el moment de la investidura, i temes tractats en les campanyes electorals) sembla influir en el contingut del discurs i en l'ús variable de vocabulari rellevant per a les anàlisis efectuades. Ambdues anàlisis són, així mateix, complementàries en els seus resultats, mostrant una disminució d'un determinat vocabulari en favor d'un augment d'un vocabulari diferent.

En la segona part, hem descrit les implicacions d'aquests resultats dins el marc teòric de l'antropologia lingüística i de les vessants de la sociologia i de la lingüística afines a la teoria crítica. Hem interpretat uns pocs exemples seleccionats dins del corpus per tal d'oferir una explicació fonamentada de l'existència de mecanismes amb els que aquestes influències es desenvolupen i interactuen. A llum de les premisses teòriques tractades, els resultats indiquen què els fenòmens del neocapitalisme, neoliberalisme i globalització s'han infiltrat progressivament en l'àmbit del discurs polític espanyol, i que aquesta permeació coincideix amb el creixement i abast d'aquestes ideologies i conceptes arreu del món i a través d'una multiplicitat d'àmbits. Caldria ampliar l'estudi per a investigar el canvi en el llenguatge dels discursos d'investidura en temps recents, per tal de mesurar-hi els efectes de la influència del llenguatge postmodern i les corresponents implicacions ideològiques. De moment, ens és suficient constatar, amb l'ajuda de mètodes d'anàlisi lexicomètrica, que les teories de Bourdieu, Fairclough i Leary troben la seva validesa en una mostra de llenguatge com és el discurs polític, i que els efectes de la globalització i la influència del neocapitalisme són palpables en aquest àmbit.

A grans trets, els resultats de les anàlisis MCE i MCC poden semblar esperables (és *vox populi*, per dir-ho d'alguna manera, que la dreta es troba més ancorada en els aspectes liberals de l'economia, i que l'esquerra es preocupa més de polítiques socials, i és gairebé intuïtiu que el llenguatge evoluciona amb el temps i rep influències d'altres llengües), però compleixen la funció de demostrar empíricament una presumpció, i corroboren els postulats teòrics dels autors que hem tractat al llarg del treball. En aquesta correlació òbvia entre vocabulari neoliberal i discurs polític, cal aprofundir en quins són (i com funcionen) els vincles, els lligams de poder entre una esfera i l'altra, i assumir en aquest procés que els límits entre esferes són fronteres només en concepte: es difuminen, s'encavalquen, s'encreuen i es redibuixen constantment, seguint els fluxos d'intercanvi de relacions i d'influències.

Bibliografia

- La Moncloa. Presidentes del Gobierno desde 1978 [Presidente/Presidentes desde 1978]. (n.d.). Retrieved March 17, 2024, from <https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/presidentes/Paginas/index.aspx>
- Álvarez Esteban, R. (2011). El Discurso De Investidura Como Instrumento De Comunicación Política En España (1979-2008). *ADResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 04(04), 28–48.
- Álvarez Esteban, R., Bécue, M., i Lanero, J. J. (2000). Vocabulary diversity and its variability: A tool for the analysis of discursive strategies. Application to the investiture speeches of the Spanish democracy. *JADT 2000: 5es Journées Internationales d'Analyse Statistique Des Données Textuelles*.
- Anthony, L. (2023). *AntConc (Windows, MacOS, Linux) Build 4.2.4*.
- Benson, P., i Kirsch, S. (2010). Capitalism and the politics of resignation. *Current Anthropology*, 51(4), 459–486.
- Borgstrom, B.-E. (1982). Power Structure and Political Speech. *Man*, 17(2), 313.
- Boroditsky, L. (2011). How language shapes thought. *Scientific American*, 304(2), 62-65.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power* (J.B. Thompson (ed.)). Polity Press, Cambridge.
- Bourdieu, P., i Wacquant, L. (2001). New Liberal Speak: Notes on the new planetary vulgate. *Radical Philosophy*, 5(105), 2–5.
- Bylund, E., & Athanasopoulos, P. (2017). The whorfian time warp: Representing duration through the language hourglass. *Journal of Experimental Psychology: General*, 146(7), 911-916.
- Collado Campaña, F., i Jiménez Díaz, J. F. (2016). Discursos políticos ante la crisis económica: estudio del líder del PSOE. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 14, 41–57.
- Duranti, A. (2000). El ámbito de la Antropología lingüística. In *Antropología lingüística* (pp. 19–46). Cambridge University Press, Cambridge.
- Edelman, M. (1985). Political Language and Political Reality. *PS: Political Science i Politics*, 18(1), 10–19.
- Fairclough, N. (2000). Language and neo-liberalism. *Discourse i Society*, 11(2), 147–148.
- Fairclough, N. (2002). Language in new capitalism. *Discourse i Society*, 13(2), 163–166.
- Fairclough, N. (2009). Language and globalization. *Semiotica*, 2009(173), 317–342.
- Fuchs, C. (2020). Capitalism and Communication. In *Communication and Capitalism* (pp. 110–152). University of Westminster Press, London.

- Garland, D. (2015). The welfare state: A fundamental dimension of modern government. *Archives Europeennes de Sociologie*, 55(3), 327-364.
- Gray, J. (2010). The branding of english and the culture of the new capitalism: Representations of the world of work in english language textbooks. *Applied Linguistics*, 31(5), 714–733.
- Haidar, J. (2004). *El Campo del Análisis del Discurso. Aportes para el estudio político* (Fundación Global Democracia y Desarrollo Santo Domingo (Ed.)). Ediciones Funglode, Santo Domingo.
- Holborow, M. (2007). Language, ideology and neoliberalism. *Journal of Language and Politics*, 6(1), 51–73.
- Lakoff, G., i Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By* (1st ed.). University of Chicago Press, Chicago.
- Lankshear, C. (1998). Language and the new capitalism. *International Journal of Inclusive Education*, 1(4), 309–321.
- Leary, J. P. (2018). *Keywords, The New Language of Capitalism*. Haymarket Books, Chicago.
- Linz, J., i Montero, J. (1999). *The Party Systems of Spain: Old Cleavages and New Challenges*. Madrid: Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales, Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones.
- Martin, R. (2002). *Financialization Of Daily Life*. Temple University Press, Philadelphia.
- Martínez Díaz, W. A. (2013). Estado de bienestar. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 1(2), 203-229.
- Mayaffre, D. M., i Poudat, C. (2013). Quantitative approaches to political discourse: Corpus linguistics and text statistics. In K. Fløttum (Ed.), *Speaking of Europe. Approaches to complexity in European political discourse* (pp. 65–84). John Benjamins.
- Morales Moreno, A. (2018). Estudi lexicomètric contrastiu dels estatuts d'autonomia de Catalunya de 1932, 1979 i 2006. *Generalitat de Catalunya. Institut d'Estudis de l'Autogovern*.
- Pellandini-Simányi, L. (2020). The financialization of everyday life. *The Routledge Handbook of Critical Finance Studies*, 3, 278–299.
- Philips, S. (2013). Method in anthropological discourse analysis: The comparison of units of interaction. *Journal of Linguistic Anthropology*, 23(1), 82-95.
- Quevedo Redondo, R. (2023). La feminización de la retórica en discursos de investidura: El caso español. *Prisma Social: revista de investigación social*, ISSN-e 1989-3469, No. 40, 2023 (Ejemplar dedicado a: Dissident masculinities in the contemporary Spanish and Latin American audiovisual), págs. 213-237, 40, 213-237.
- Ribera Payá, P. (2018). Measuring Populism in Spain: content and discourse analysis of Spanish Political Parties. *Journal of Contemporary European Studies*, 27(1), 28-60.

- Roth-Gordon, J. (2020). Situating Discourse Analysis in Ethnographic and Sociopolitical Context. *The Cambridge Handbook of Discourse Studies*, 32-51.
- Sennett, R. (1997). The new capitalism. *Social Research*, 64(2), 161-180.
- Shankar, S., i Cavanaugh, J. R. (2012). Language and materiality in global capitalism. *Annual Review of Anthropology*, 41, 355–369.
- Stefanowitsch, A. (2020). Corpus linguistics: A Guide to the methodology. En S. Müller i M. Haspelmath (Ed.), *Textbooks in Language Sciences 7*. Language Science Press, Munich.
- Van Dijk, T. A. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 23-36.
- Van Dijk, T. A., i Mendizábal, I. R. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Quito: ABYA-YALA.
- Várszegi, K. (2022). Neoliberalism and Welfare States. A case study of two EU member states' pension systems [Malmö University].
- Yáñez, C. S., i Schaer, F. (2013). De las metáforas a las escenas: El discurso de asunción de Mariano Rajoy. *Calidoscopio*, 11(3), 270-275.

Annex 1 – taula MCE

ARREL	MOT	1979 Suarez	1981 Calvo-Sotelo	1982 Gonzalez	1986 Gonzalez	1989 Gonzalez	1993 Gonzalez	1996 Aznar	2000 Aznar	2004 Zapatero	2008 Zapatero	2011 Rajoy	2015 Rajoy	2016 Rajoy	2020 Sanchez	2023 Sanchez	Total
acele	acelerada	1					1										2
	aceleradament										1						1
	acelerar	1		1							1	1					4
activ	activa	2		1					1			1					5
	activamente											1					1
	activará														1		1
	activas						1			1		1	1		1		5
	actividad		1	2			4	2	2	1	2	5	3				22
	actividades						1		2		1		1		1	1	7
	activo						1										1
	activos											7					7
actual	actualice						1										1
	actualización									1	2	1			1		5
	actualizándolo							1									1
acum	acumulados										1						1
adapt	adaptable								1								1
	adaptación	1		1	6	1	2	2					1		1		15
	adaptada			1													1
	adaptadas											1					1
	adaptados								1								1
	adaptar				1										2		3
	adaptarlas							1									1
	adaptarnos												2				2
	adaptarse							1									1
	adapte					1											1
adqui	adquisición										1	3	1				5
	adquisitiva				1					1							2
	adquisitivo			3		1		1		1		2	1		1	3	13
agil	ágil	1															1
	ágiles											1					1
	agilice											1					1
	agilidad						1										1
	agilizando		1														1
ajust	ajustada			2													2
	ajustar		1		1												2
	ajustará			1													1
	ajustaremos					1											1
	ajuste		1			1										1	3
	ajustes						2										2
ambic	ambición										1						1
	ambiciono										1						1
	ambiciosa											1			1		2
	ambiciosas							1									1
	ambicioso		1		1				2	2	1				3	1	11
amort	amortiguada										1						1
	amortiguador										1						1
	amortización								1							1	2
	amortizaciones						1										1
asequi	asequible														1	1	2
	asequibles									1						1	2
avan	avance			1	1											2	4
	avances														1	1	1
	avances												1				1
banc	banca			1												1	2
	Bancaria												1				1
	bancario	1										2					3
	bancarios											1					1
	Banco											1				1	2
benef	beneficiados								1								1
	beneficiamos												1				1
	beneficiar										1						1
	beneficiarios	1															1
	beneficiarnos						1										1
	beneficien								1								1
	beneficio	2			1		1			1		1	1				7
	beneficios		1				3	1	2			4	1			1	13
	beneficiosos							1									1
capac	capaces													1			1
	capacidad	3	1	1	5	2		1		1	4	3			2		23
	capacidades								1		1					1	3

capit	capital	1			1	1	1				5	4	2		1		16
	capitales			2			1	1									4
	capitalización										1		1				2
	capitalizando										1						1
centra	centralismo	1															1
comp	compatibilidad											1					1
	compatibilizan											1					1
	compatibilizar												2				2
	compatible							1									1
	compatible													1			1
	compatibles	1			1							1					3
compe	compensado													1			1
	competencia	1	1	1	2	2	1	3	8		3	1	1				24
	competencias												1				1
	competidores											1					1
	competir			1			1					1					3
	competitiva			1			3	2			1	2					9
	competitivas				1			1			1						3
	competitividad			1	2	3	11	2	1	2	5	14	6		3		50
	competitividad													1			1
	competitivo							1				1					2
	competitivos		1														1
consol	consolidación						3				1	1	1		1	2	9
	consolidación													2			2
	consolidado							1									1
	consolidamos						1										1
	consolidar		1					1			1				2	2	7
	consolidar												1				1
	consolidará							1									1
	consolidaremo										1						1
	consolide														1		1
	consolidemos											1					1
	consolidemos												1				1
corpo	Corporaciones														1		1
	corporativa														1		1
	corporativo			1													1
	corporativos										1						1
cost	coste				1			2	1	1	1				2	1	9
	costear														1		1
	costes	2	2	2	1	2	2	2				7				1	21
	costo		1														1
	costosa	1															1
	costoso		1														1
crec	crece											1	3				4
	crece													1			1
	crecer		1									2				2	5
	crecido										1		1			1	3
	creciendo							1				1		1	2		5
	creciendo												1				1
	creciente	1						1						1			3
	crecientemente							1									1
	crecientes		1														1
	crecimiento	6	7	7	15	22	6	4	2	4	13	18	19		8	1	132
	crecimiento													8			8
	crecimos												1				1
	creció											1					1
desarr	desarrolla	1					1										2
	desarrolladas	1															1
	desarrollando					1											1
	desarrollar					2				1	1						4
	desarrollarse	1							1								2
	desarrolle				1												1
	desarrollen							1									1
	desarrollo	3	1	3	6	10	5	2	4	7	6	1	5		4	2	59
	desarrollo													1			1
	desarrollos			1													1
	desarrolladas													1			1
econo	economía	16	11	3	13	7	11	13	6	5	24	19	12		13	10	163
	economías	1	2				1				1				1		6
	economías													1			1
	Economic											1					1
	económica	19	18	10	34	7	31	12	5	1	11	19	12		4	2	185
	económica													7			7
	económicas	4	4	3	6	1	4	4	2		1	1	4		2	4	40
	económico	11	4	8	9	17	10	10	9	4	4	6	10		2	4	108
	económico													4			4
	económicos	5	5	5	1	3	3	6	2	1	5	2	1		2	6	47
	economía													4			4
efica	eficaces		1				1					1					3
	eficacia	3	1	3	2		1	3					1		1		15
	eficaz	2			3		1	1	1	1							9
eficien	eficiencia						1	1	1		4	2	4		3	2	18

	eficiente							1	1		1	1					4
	eficientes								1	1					1		3
empre	emprendedores								1		1	3	3				8
	emprender							1									1
	emprendidas	1															1
	emprendido					1	1										2
	emprendimient												2		2		4
	empresa	2	3	2	1		3	3	3			5					22
	empresarial						2	3			2	2			1		12
	empresariales			1	1	1	1			2	3		1				10
	empresario	1															1
	empresarios	1	3	1			2	2			4		2				15
	empresas	3	8	3	7	2	6	8	8		7	18	3		6	7	86
finan	financiación	2	5	2	4	2	9	7	11		9	5	9		8	2	75
	financiación													2			2
	financiaciones			1													1
	financiada								1								1
	financiándolo			1													1
	financiar							1	2			1					4
	financiarnos															1	1
	financiarse												1				1
	financiera	3		1			3	4			3		1			4	19
	financierament								1								1
	financieras		1	1					1			3					6
	financiero	4	1	2			2	1			1	6			3		20
	financiero													1			1
	financieros	1		1	1	2		1			1	1					8
	finanzas							1	1								2
	financiera													1			1
flexi	flexibilidad				4							3	1				8
	flexibilización							1			1						2
	flexibilizar		1														1
	flexible	1	1				2	2	1			2	1				10
	flexiblemente			1													1
	flexibles		1												1	1	3
	flexiseguridad												1				1
globa	global				2		2		1	1	1	4	1		2	1	15
	globales				1												1
	globalistas															1	1
	globalización						2									1	3
	globalizado									1	1				1		3
indust	industria	2	1	1		1	2		1	1		2	2		3		16
	industrial	3	8			1	6								2	1	21
	industriales	5	1	1		2	1					1			1	1	13
	industrializaci		1														1
	industrializado	1		1													2
	industrias		2	1					1				1			2	7
innov	innova											1					1
	innovación	2				1	1	1	8	2	10	3	5		4	1	38
	innovaciones							1									1
	innovadora											1					1
	innovadores								1								1
inver	inversión	6	7	4	7	1	4	3	1	3	7	5	4		7	1	60
	inversiones	1	2	2	2	1			3	5		4	3				23
	inversiones													1			1
	inversor								1								1
	inversoras	1															1
	inversores		1										1		1	1	4
	invertido											1					1
	invertir		1			1		2									4
libera	liberalización		1		2		1	1	7			2					14
	liberalizar								1								1
macro	macroeconómi						1				1						2
	Macroeconómi											1					1
	macroeconómicos			1			1										2
merca	mercado	4	3	2	9	3	9	1	10		5	5	3		9	5	68
	mercados	2		3		1	3	5	3		2	2	2		1		24
	mercancía									1							1
	mercancías				1												1
	mercantil				1			1	1	1					1		5
moder	moderna	1								1							2
	modernas								1			1					2
	modernidad		1								1						2
	modernización	1			6		2	2	4	2	1	2			2		22
	modernizando															2	2
	modernizar							2	1		1					1	5
	modernizará														1		1
	moderno	1							2								3
ofert	oferta	2	2			2		1	1	1		2			1		12
	ofertas												2				2
poten	potencia										1		1			4	6
	potenciación	2				1				1							4

	potenciadas			1												1	
	potencial	2					1	1			1		1			7	
	potencialidad	1			1										1	2	
	potencialidade				2			1								3	
	potencialmente					1										1	
	potenciando						1									1	
	potenciar	2			2				1			3				8	
	potenciarán													1		1	
	potenciaremos									1	1			1		3	
	potenciarla													1		1	
	potencias				1											1	
	potencien														1	1	
	potente								1							1	
	potentes				1											1	
produ	producción		1	1	1	2					1			1		7	
	producciones		1		3											4	
	producido						1									1	
	producidos			1												1	
	produciendo				1											1	
	producir				1											1	
	producirá				1			1								2	
	productiva	1					1	1		1				1		5	
	productividad		1		1	1	1		1	3				2	1	11	
	productivo	2		1	1	1	2	4	1	3				3	2	20	
	productivos	1				1				1				1	3	7	
	producto		1	2	4		3	1	4		1	1		3	2	22	
	Producto												1			1	
	productos	1			2							3				6	
	produzca				2				1							3	
promo	promoción	1		2	1	1	1			1	1					8	
	promocionará									1						1	
	promocione								1							1	
	promociones										1					1	
	promotores									1						1	
	promover				1		1									2	
	promoverá	1		1				1								3	
	promoverán							1								1	
	Promoveremos						1				3	1		1		6	
	promoviendo							1						1		2	
recurs	recursos	2	6	6	5		4	8	5	3	11	4	2		3	9	68
reest	reestructuració		1									4			1		6
	reestructuracio	1															1
	reestructuramo			1													1
rendi	rendición														1		1
	rendimiento										1						1
renov	renovable													1	2		3
	Renovables									2					4		6
	renovación			1		1		1									3
	renovado								1								1
	renovarse										1						1
renta	renta	2			1	2		4	3		2	2	3		4	1	24
	rentabilidad	1		1			1			1							4
	rentable									1							1
	rentables	1										1					2
	rentas	1		1	1	2	4		1						4	1	15
	rentas													1			1
revalo	Revalorización					1									1	1	3
serv	servicio			1	1			2				4			1		9
	servicios	2		2	3	4	6	3	5		1	4	4				34
sosten	sostenibilidad								1		2	2	2		6	3	16
	sostenible								1	2	3		2		2	1	11
	sostenibles														1		1
	sostenida				3						1						4
	sostenido	1	1		4	4		1				1					12
	sostenimiento	1	1														2
	sostienen													1			1
tecno	tecnología	1			2				3		3		1		2	1	13
	tecnologías	3	1		6	1		2	6	2	5	3			1		30
	tecnológica				1	1	1	1	2	1	2				2		11
	tecnológicas								1								1
	tecnológico			1	2	1					2	2	1		2	1	12
	tecnológicos		2			1					1		1				5
	tecnológicos													1			1
val	valor	3		1	1					1	1	3				1	11
	valoración											2					2
	valoraciones											1					1
	valoran													1			1
	valorando							1									1
	valores	1						1									2
Total		179	141	128	218	133	215	179	177	73	232	280	174	47	174	132	248

Annex 2 – taula MCC

ARREL	MOT	1979 Suarez	1981 Calvo-Sotelo	1982 Gonzalez	1986 Gonzalez	1989 Gonzalez	1993 Gonzalez	1996 Aznar	2000 Aznar	2004 Zapatero	2008 Zapatero	2011 Rajoy	2015 Rajoy	2016 Rajoy	2020 Sanchez	2023 Sanchez	Total
abund	abundancia												1				1
agil	ágil	1			1						5				1		8
	ágiles											1					1
	agilice											1					1
	agilidad						1				1						3
	agilización														1		1
	agilizando		1														1
	agilizar			1				1	1		1	1					5
ajust	ajustada			2	1							1					4
	ajustando	1															1
	ajustar	1	1		1												3
	ajustaremos					1											1
	ajustará			1													1
	ajuste		1			1					1					1	4
	ajusten	1															1
	ajustes						2										2
aport	aporta			1								1					2
	aportaban														1		1
	aportación	2			5	1	2		1		1						12
	aportaciones			1	1			1					1	1		1	6
	aportado										1						1
	aportando										1	1					2
	aportar	2				1							2				5
	aporte														1		1
	aportemos		1														1
	aporten									1					1		2
bienest	bienestar	3	1	4	1	3	1	6	12	5	5	7	3	6	5	15	77
capa	capaces			2	3	1	1		1		3	7	5	7	2	1	33
	capacidad	4		2	6	4	3	1	2	1	6	3	3	3	1		39
	capacidades								1		1					1	3
	capaz	4	2	6	4		2	3	2		1	1	3	4	1	6	39
capital	capitales			2		1	1	1	1				1		2	2	11
	capital	1	1		1	1	1		2		5	4	2		1	1	20
	capitalidad					1											1
	capitalización										1		1				2
	capitalizando										1						1
capital	capital humano										3	1					4
colab	colaboración	1	10	1		1	4	10	8		5	2	4	2	2	1	51
	colaboradores												1				1
	colaboramos								1				1				2
	colaborar		1			1											2
	colaboraremos								1						1		2
	colabore		1														1
	colaboraciones													1			1
compart	comparta									1							1
	compartamos											1					1
	comparte		1												1	1	3
	comparten		1				1							1	1	2	6
	compartida	1							1		1		5	3	1	1	14
	compartidas		1						1						1		3
	compartido	1					1		1	1	1		2	1	1		9
	compartidos						2					2					4
	compartiénd								1								1
	compartimos			1	1	2		1	1		1		2				9
	compartir									1	2	1	1	2	3	2	12
	compartirlas									1							1
	compartirse		1														1
	Comparto					2								1	1	1	5
compet	compensar											1					1
	competencia	1	1	1	1	1	1	4	4		2	2					18
	competencial					1									4		5
	competenciales						1	1							1		3
	competencias	3	3		4	2		3		1	3		1		1	2	23
	competentes								1								1
	competir						1										1
	competitiva			1			3										4
	competitivas				1			1			1						3
	competitividad				2	3	6	1		2	4	8	5		2		33
	competitivo											1					1
	competitivos		1														1

compro	comprometa														1	1
	compromete							1		1					3	1
	comprometer								1						1	7
	comprometerse								1							2
	comprometi									1						1
	comprometida													1		1
	comprometido								2	1	2			1		7
	comprometidos			1		1				1	1					4
	comprometiéndome										1					1
	comprometiéndonos											1				1
	comprometimos														1	1
	comprometí										1					1
	comprometo											2				2
	compromiso			2			1	7	5	11	6	5	10	7	5	3
	compromisos			1	2	1	2	1	1	1		4	2	7	1	23
conteni	contenidas							1			1				1	4
	contenido	4		2	3	1	2	2				2				16
	contenidos	3		1	2	1	1	1	1	2	1	1	1		1	16
contrata	contrataciones				1											1
	contratación	1	2	1	1	1	2	1		2	1	3	1		2	18
convers	conversaciones						3	2	1							6
crea	crea											2	1	1		4
	creación	5	7	2	1	3	7	2	9	3	2	9	10	7	4	73
	creador			1												1
	creadora	2		1												3
	creadoras			1												1
	creando					1					1	1			1	4
	crear		1			1	1	5	2	1		1	1	1	3	1
	creará														1	1
	crearemos														1	1
	crearía				1											1
	creatividad	2			1				1						1	5
cuot	cuota											1			1	2
	cuotas						1					1			1	3
dat	dato		1							1					1	2
	datos		2	1	1			1				2	2		2	1
diseñ	diseña						1									1
	diseñada							1								1
	diseñado	1								1						2
	diseñados						1		1							2
	diseñar								1		1	1	1			4
	diseñarlas											1				1
	diseño						1	1				1	2	1		6
	diseños					1										1
	diseñan												1			1
disrup	disruptivos														1	1
ecosi	Ecosistema														1	1
eje	eje	2		1					1	1	1				1	7
	ejes	1		1			3	1	2	3	1		2		1	16
ele	elección					1	1	3	1		1				1	8
	elecciones	2	1	3		1	3	3		3		1	9	10	7	3
	electa														1	1
	electorado	1					1									2
	electoral	5		3	4	4	3	2	3	5		1	1	1	2	34
	electorales					1		1	1			2	2	2	2	11
	electores					2		1	1	1			2			6
	electricidad														1	1
	electrónica														1	1
	electrónico										1		1			2
	elegido			1	4					1					1	7
	elegidos												1			1
	elegir	2	3						2		1		1	2	1	8
	escoger		1									1				2
	escogido											1				1
empode	empodera															1
	empoderamiento														1	1
empren	emprendamos											1				1
	emprendan	1														1
	emprendedor								1			1	1			3
	emprendedora											1			1	2
	emprendedores								1		1	3	3			8
	emprendemos									1						1
	emprenden											1				1
	emprender							6								6
	emprenderá			1				1								2
	emprenderemos			1												1
	emprendida											1			1	3
	emprendidas	2														2
	emprendido		1			1	1	1				1				5
	emprendimiento												2		2	4
empresa	empresarial						2	3			2	2	2		1	12

	empresariales			1	1	1	1			2	3		1			10	
	empresario	1														1	
	empresarios	1	3	1			2	2			4		2			15	
excele	excelencia										1	1	1			3	
	excelente								1			1				2	
	excelentemente										1					1	
exit	éxito	1		2		2	1	2	2	1	5	2	2	1	1	23	
	éxitos		2	1								1	1		1	6	
fall	fallar												1			1	
	fallo				1											1	
	fallos			1							2					3	
firm	firma													1		1	
	firmados	1														1	
	firmante				1											1	
	firmantes				1											1	
	firmarse									1						1	
	firme	5	2			1			2	4	1		2		3	21	
	firmemente			1	1		2		1	1	1		1		1	9	
	firmes		1		1					1						3	
	firmeza	1	1				1	2				1				6	
flex	flexibilidad	1			4							3	1			9	
	flexibilización							1			1					2	
	flexibilizando						1									1	
	flexibilizar		1													1	
	flexible	1	1		1		2	2	2			3	1			13	
	flexiblemente			1												1	
	flexibles		1					1						1	2	5	
	flexiseguridad												1			1	
fracas	fracasadas														1	1	
	fracasado							1								1	
	fracaso											1		1	1	3	
	fracasos	1	2									1				4	
innov	innova											1				1	
	innovación	2				1	1	1	8	2	10	3	5		4	38	
	innovaciones							1								1	
	innovadora											1				1	
	innovadoras								1							1	
	innovadores								1							1	
intelige	inteligencia	1						1		1	1				2	2	8
	inteligente															1	1
	inteligentes						2										2
interes	interesada														1		1
	interesadas		1														1
	interesado			1				1									2
	interesados							1									1
	interesan												1				1
	interesante												1				1
	intereses												4				4
	interés												4				4
lib	liberación															1	1
	liberada	1															1
	liberalización		1		2		1		5			2					11
	liberar									1							1
	liberarnos							1									1
	libere										1						1
	libertad	15	5	5	6	1	2	6	3	1	2	2	3		9		60
	libertades	7	2	2	1				5	1			2	1	2	2	25
	libra															1	1
	librado															1	1
	librar			1												1	2
	librarse													1			1
	libre	11		4	1		2			3	1	1		3	4		30
	libremente	1		2	1					1				1			6
	libres	4		1				1		2	2			1			11
	Libro						2						1				3
	libros															1	1
lid	lider										2					10	12
	lideraba															1	1
	liderado														1		1
	lideramos												1	1			2
	lideran										1						1
	liderar															1	1
	liderarlos												1				1
	liderazgo											1	1			2	4
	lidere														1		1
	lideren															1	1
	lideres										2	1			1	4	8
mandat	mandata															1	1
	mandato	4	1	2		1	5	1			2	1	1		5	2	25
marca	marca			1									1				2
	marcada			1						1						1	3
	marcado	2								1		1		1			5

	marcando										1						1
	marcar						1										1
	marcarán								1	1					1		3
	marcas											1					1
	marcan												1				1
merca	mercado	4	3	2	9	3	9	1	10		5	5	3		9	5	68
	mercados	2		3		1	3	6	3		2	2	2		1		25
	mercancía									1							1
	mercancías				1												1
	mercantil				1			1	1	1					1		5
merit	mérito	1						1	1				1		1	1	6
	méritos	1															1
oportun	oportunidad	3		1	5	2	1		4	2	4	2	2	4	2	1	33
	oportunidades	2	1	4		5	5	3	9	1	5	5	3	2	7	7	59
pasio	pasión														1		1
resil	resiliencia															1	1
respons	responsabilidad	10	1	2	2	2	3	5	5			3	8	4	4	2	51
	responsabilidad	1	4	1	1	2	1	2	4		2	2	1	2		1	24
	responsabilizamos										1						1
	responsable	3	1	1	2			2	1		3		1	1		2	17
	responsables	1		2		6		1			3			1		1	15
	responsablemente													1			1
	resultado		1														1
resultad	resultado			2		2		1		2	1		2		3	5	18
	resultados	2		2	1	1		1	4	1	3	5	4		2	1	27
robust	robusta															1	1
	robustecer		2					1									3
	robusto															1	1
	robustos										1						1
rupt	ruptura								1								1
soluc	solución	6	5	3	3	2	2	2	1		2	5	1	2	9	1	44
	solucionar							1									1
	solucionarlo			1													1
	soluciones	5	4	2				1	1	1		1	1	2	1	2	21
sosten	sostendrá				1												1
	sostenemos				1												1
	sostener			1	2	1						2					6
	sostenerse				1												1
	sostengan				1												1
	Sostengo										1						1
	sostenibilidad								1		3	2	2	2	6	3	19
	sostenible								1	3	4	1	3		5	1	18
	sostenibles														1		1
	sostenida				3			1			1		1	1			7
	sostenido	1	1		4	5		1				1			1		14
	sostenimiento	1	1					1							1		4
Total		165	96	107	114	88	120	140	161	93	168	158	176	110	186	153	203

Annex 3 – correspondències del glossari de Leary

Glossari Leary	Traducció pròpia	Traducció IATE	Domain	Domain code	CORRESPONDÈNCIA	COUNT
Nimble (adj.)	Ágil (adj.)	No trobat	No trobat		agil-, ágil-	20
Lean (adj., n.)	Flexible (adj.), flexibilidad (s.)	Ajustado/a, sin pérdidas	PRODUCTION, BUSINESS	64, 40	ajust-	17
Artisanal (Adj.); artisan (n.)	Artesanal (adj.), artesano/a (s.)	No trobat	No trobat		artes-	0
Wellness (n.)	Bienestar (s.)	Bienestar	PRODUCTION	64	bienest-	71
Competency (n.); competencies (n. pl.)	Competencia (s.), capacidad (s.), oportunidad (s.)	Competitividad, competencias	ECONOMICS, FINANCE	16, 24	capa-, compet-, oportuni-	100
Human capital (n.)	Capital humano (s.)	Capital humano	ECONOMICS	16	capital humano, capita-	4
DIY [Do-it-yourself] (adj.)	Casero/a (adj.), bricolaje (s.)	No trobat	No trobat		caser-, brico-	0
Collaboration (n.)	Colaboración (s.)	Colaboración	PRODUCTION, ECONOMICS	64, 16	colab-	57
Share (v.); sharing (adj.)	Cuota (s.), aportación (s.), compartir (v.), aportar (v.), compartido (adj.), aportado (adj.)	Acción, compartir, reparto	FINANCE, ECONOMICS, BUSINESS	24, 16, 40	compart-, cuot-, aport-	99
Engagement (n.)	Compromiso (s.)	Mandato, contratación	ECONOMICS, BUSINESS	16, 40	Comprom-, contrata-, mandat-	100
Content (n.)	Contenido (s.)	No trobat	No trobat		conteni-	36
Conversation (n.)	Conversación (s.)	No trobat	No trobat		conversa-	6
Maker (n.)	Creador (s., adj.)	Creador	ECONOMICS, FINANCE	16, 24	crea-	104
Creative (adj., n.); creativity (n.)	Creativo/a (adj.), creatividad (s.)	Creación, creativo	PRODUCTION, ECONOMICS	64, 16	crea-	104
Curator (n.); curate (v.)	Curador (s.), curar (v.)	No trobat	No trobat		cur-	0
Data (n.)	Datos (s.)	Dato	ECONOMICS, PRODUCTION	16, 64	dat-	17
Design (n.)	Diseño (s.)	Diseño	PRODUCTION, FINANCE, TRADE, ECONOMICS	64, 24, 20, 16	diseñ-	18
Ecosystem (n.)	Ecosistema (s.)	Ecosistema	ECONOMICS, PRODUCTION	16, 64	ecosi-	1
Pivot (n., v.)	Pivote (s.), pivotar (v.), eje (s.)	Pivote, referencia	FINANCE, PRODUCTION	24, 64	eje-,	23
Choice (n.)	Elección (s.), escoger (v.)	Elección	TRADE, FINANCE, ECONOMICS	20, 24, 16	ele-,	130
Empowerment (n.); empower (v.)	Empoderamiento (s.), empoderar (v.)	Empoderamiento, empoderar	ECONOMICS, FINANCE	16, 24	empode-	2
Entrepreneur; entrepreneurship (n.)	Emprendedor/a (s., adj.), emprendimiento (s.)	Emprendedor, empresario, empresarial	BUSINESS, ECONOMICS, FINANCE	40, 16, 24	Empren-, empresar-	40
Coach (n., v.)	Entrenar (v.), entrenador/a (s.)	No trobat	No trobat		entren-	0
Excellence (n.)	Excelencia (s.)	Excelencia	PRODUCTION	64	excele-	6
Outcome (n.)	Resultado (s.), éxito (s.)	Resultado	ECONOMICS, FINANCE	16, 24	éxit-, exit-, resultad-	28
Fail (v., n.); failure (n.)	Fallar (v.), fallo (s.)	Fracaso	FINANCE	24	fall-	5
Grit (n.)	Aguante (s.), firme (adj.), firmeza (s.)	No trobat	No trobat		firm-	44

Flexible (adj.); flexibility (n.)	Flexible (adj.), flexibilidad (s.)	Flexible, flexibilidad	ECONOMICS, FINANCE	16, 24	flex-	33
Thought leader (n.)	Ideólogo (s.), líder de pensamiento (s.)	No trobat	No trobat		ideó-, líder de pen-	0
Innovation (n.)	Innovación (s.)	Innovación	PRODUCTION, FINANCE	64, 24	innov-	43
Smart (adj.)	Inteligente (adj.)	Inteligente	BUSINESS, PRODUCTION, TRADE	40, 64, 20	intelige-	11
Stakeholder (n.)	Interesado/a (s.)	Interesado/a	ECONOMICS, FINANCE	16, 24	interes-	5
Free (adj.)	Libre (adj.)	Franco/a, abundante, libre	FINANCE, TRADE	24, 20	lib-, abund-	157
Leadership (n.)	Liderazgo (s.), Líder (s., adj.)	Liderazgo	ECONOMICS, FINANCE, BUSINESS	16, 24, 40	Lid-, líd-	26
Brand (n., v.)	Marca (s.), marca (v.)	Marca	TRADE, FINANCE	20, 24	marca-	15
Best practices (n. pl.)	Mejores prácticas (s. pl.)	Mejores prácticas	FINANCE, ECONOMICS	16, 24, 64	mejores pr-	0
Market; marketplace (n.)	Mercado (s.)	Mercado	TRADE, ECONOMICS, FINANCE, BUSINESS	20, 16, 24, 40	merca-	100
Meritocracy (n.)	Meritocracia (s.)	No trobat	No trobat		merit-	7
Passion (n.)	Pasión (s.)	No trobat	No trobat		pasió-, pasio-	1
Hack (n., v.); hacker (n.)	Piratero (s.), piratear (v.), pirata (s.)	No trobat	No trobat		pirat-	0
Resilience (n.); resilient (adj.)	Resiliencia (s.), resiliente (adj.)	Resiliencia, resiliente	FINANCE, PRODUCTION, ECONOMICS	24, 64, 16	resil-	1
Accountability (n.); accountable, (adj.)	Responsabilidad (s.), responsable (adj.)	Obligación de rendir cuentas	BUSINESS	40	responsa-	100
Robust (adj.)	Robusto (adj.)	Robusto	ECONOMICS	16	robust-	6
Disruption (n.)	Ruptura (s.)	Ruptura, alteración	FINANCE, TRADE, PRODUCTION	24, 20, 64	rupt-, altera-, disrup-	1
Synergy (n.)	Sinergia (s.)	No trobat	No trobat		siner-	0
Solution (n.)	Solución (s.)	Solución	PRODUCTION, ECONOMICS	64, 16	soluc-	63
Sustainable (adj.); sustainability (n.)	Sostenible (adj.), sostenibilidad (s.)	Sostenible, sostenibilidad	ECONOMICS, BUSINESS, TRADE, FINANCE	16, 40, 20, 24	sosten-	71