



# **Nuevas connotaciones, nuevos partidos políticos**

## **Trabajo de Fin de Grado**

Alumna

**María Alarcón García del Real**

Director

**D. José María Marco Tobarra**

15 de junio de 2015

Curso 2014-2015

Doble Grado en Relaciones Internacionales y Traducción e Interpretación

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Universidad Pontificia Comillas

*El lenguaje político está diseñado para hacer que las mentiras suenen confiables y el asesinato, respetable; y para darle la apariencia de solidez al mero viento.*

George Orwell, 1984

## ÍNDICE

<b>I.</b>	<b>Introducción, finalidad y motivos</b> .....	2
<b>II.</b>	<b>Marco teórico</b> .....	4
	<b>a) Definición del lenguaje político</b> .....	4
	<b>b) Características del lenguaje político</b> .....	9
	<b>i. La conceptualización del léxico político.</b> .....	9
	<b>ii. Características del lenguaje político en España</b> .....	11
<b>III.</b>	<b>Metodología y objetivos</b> .....	16
<b>IV.</b>	<b>Introducción a Podemos</b> .....	18
	<b>a) El populismo de Podemos como influencia en su lenguaje político</b> .....	18
	<b>b) El lenguaje de Podemos desde la lingüística sociocognitiva</b> .....	22
<b>V.</b>	<b>Análisis y discusión</b> .....	25
	<b>a) El discurso de Mariano Rajoy</b> .....	25
	<b>b) El discurso de Pedro Sánchez</b> .....	27
	<b>c) El “otro” debate sobre el estado de la nación, de Pablo Iglesias</b> .....	30
<b>VI.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	33
<b>VII.</b>	<b>Bibliografía</b> .....	36

## I. Introducción

Este Trabajo de Fin de Grado, titulado *Nuevas connotaciones, nuevos partidos políticos*, constituye un proyecto de investigación que analiza el auge de nuevos partidos políticos, principalmente el de Podemos, mediante el uso de ciertas palabras y sus distintos significados en comparación con los dos partidos característicos del bipartidismo español, el Partido Popular (PP) y el Partido Socialista Obrero Español (PSOE). Se trata de un tema de actualidad, puesto que Podemos, partido de reciente creación, se sitúa ya entre las primeras fuerzas políticas según las encuestas y las recientes elecciones. Este hecho nos lleva a preguntarnos qué hace que Podemos sea un partido diferente. En España, hay numerosos partidos de reciente creación con más o menos novedosas ideas, pero que no alcanzan la importancia ni experimentan un crecimiento tan rápido como el del partido encabezado por Pablo Iglesias. De esta manera, se ha decidido abordar el tema desde un punto de vista lingüístico. No obstante, la inmensidad que representa el campo del lenguaje nos ha conducido a acotarlo dentro del campo léxico de la política.

De este modo, la investigación se divide en diferentes temas, que nos servirán paulatinamente para responder a estas cuestiones. Para empezar, es necesario adentrarnos en el campo del lenguaje político desde un punto de vista teórico. Es necesario preguntarse si existe de verdad un lenguaje propio del mundo de la política y que características tiene. Para ello, nos centraremos en grandes autores expertos en la temática como, por ejemplo, Amando de Miguel o Mariana Fernández Lagunilla. De este modo, con el fin de definir el lenguaje político, entraremos en el debate de si es un argot, una jerga o un lenguaje especial. Tras proporcionar una definición del lenguaje político, procederemos a identificar las características generales del discurso político. Hemos de comprender que el mundo de la política es un ámbito abstracto, puesto que todo el mundo puede hablar con términos políticos u opinar sobre diferentes hechos políticos. Sin embargo, hay ciertas características propias del lenguaje político, como el recurso a la metáfora o la sufijación, que aplican todas las personas relacionadas con este campo.

Así pues, una vez comprendida la teoría en la que se enmarca nuestra investigación, se continuará realizando una introducción al partido central de esta, Podemos. Podemos es un partido de reciente creación que está en boca de todos. Su ascenso repentino al primer plano del debate político ha causado tanto asombro como miedo. Por esto, no se

explicará Podemos desde un punto de vista teórico, puesto que su “juventud” como partido y otros factores provocan que Podemos sea un partido aún con un debate interno bastante grande sobre cómo se debería estructurar el partido y sus programas electorales son variables. De este modo, se analizará si Podemos es un partido populista y la influencia que esto tiene en el lenguaje. Como veremos, el populismo se caracteriza por una serie de factores que buscan atraer a un público más amplio y variopinto. Asimismo, es necesario analizar el discurso de Podemos desde un punto de vista sociocognitivo, es decir, sobre cómo Podemos y su lenguaje interactúa e influye en la población.

Estos puntos, tanto el populismo como la lingüística sociocognitiva, nos servirán de ayuda para analizar el lenguaje de los tres principales partidos políticos (PP, PSOE y Podemos). Sin embargo, llegado este punto de la investigación, nos volvemos a ver obligados a acotar el campo, puesto que la política de hoy en día se caracteriza por una gran presencia en los medios periodísticos. Por tanto, la investigación se centrará en los discursos pronunciados en el Debate sobre el Estado de la Nación celebrados en el mes de febrero de 2015. Mediante este análisis comprobaremos si la innovación léxica es el principal causante del éxito de la formación encabezada por Pablo Iglesias.

La investigación concluye presentando a Podemos como un partido esencialmente populista. Esto se comprueba tanto a través de su lenguaje como en declaraciones de los miembros del partido. El populismo influye claramente en la incidencia y la influencia de Podemos con la población española. De este modo, se concluirá la investigación estableciendo que el léxico de Podemos, aunque innovador, no es uno de sus elementos principales. En el éxito de Podemos, influyen otras características como la oratoria o la presencia en debates televisivos, aunque hemos de reconocer que las nuevas connotaciones léxicas y el populismo se enlazan a la perfección para garantizar el éxito de la formación.

## **II. Marco teórico**

Antes de comenzar a adentrarnos en el mundo de la comunicación política, es preciso atender a ciertos debates que han surgido en torno al lenguaje político. Para empezar es necesario esclarecer que se entiende por lenguaje político. Esta introducción teórica la haremos de la mano de especialistas en comunicación y lenguaje político como Marina Fernández Lagunilla, Emilio Núñez Cabezas o Susana Guerrero Salazar. El debate de a qué corresponde el lenguaje propio de los políticos es esencial para esta investigación, ya que nos ayudará a sentar las bases para poder comprender el análisis práctico. Una vez definido este término, nos adentraremos en las principales características. Comprobaremos, entonces, que hay elementos comunes en el habla de los políticos sin importar su ideología, pero que también hay marcas y características ideológicas propias. Para finalizar, deberemos adaptar todo lo aprendido al lenguaje español, es decir, cuáles son las principales características del lenguaje español durante la etapa democrática, de manera que, a través de este trabajo, podamos comprobar los principales cambios y novedades.

### **a) Definición del lenguaje político**

La definición de lenguaje político ocasiona ciertas disyuntivas a los lingüistas a la hora de clasificarlo, puesto que este, según su finalidad, podría no considerarse un lenguaje propio de un cambio. En general, se entiende que la finalidad del lenguaje político es transmitir un mensaje que sea entendible para los oyentes. Sin embargo, en muchas ocasiones, este mensaje ocasiona algunos problemas de comprensión. Por este motivo, se puede decir que en el lenguaje político existe una cierta especialización. De este modo, muchos lingüistas han participado en el debate de en qué tipo de lenguaje se clasifica al lenguaje político. Emilio Núñez Cabezas recomienda aclarar unas cuestiones básicas antes de poder definirlo. Según este autor, el lenguaje político se ha enmarcado en categorías como jerga, argot, lenguaje especial, lenguaje sectorial, etc. (Núñez Cabezas & Guerrero Salazar, 2002) Ellos dos se basan en las definiciones proporcionadas por el DEA (Diccionario del Español Actual) de Manuel Seco, Olimpia Andrés y Gabino Ramos. En este caso, analizando tanto jerga como argot, encontramos que son sinónimos tanto para el DEA como para el DRAE (Diccionario de la Real Academia). En este caso tanto jerga como argot significan, según la Real Academia, el «lenguaje especial y familiar que usan entre sí los individuos de ciertas profesiones y oficios, como los toreros, los estudiantes, etc.» Al tratarse de un lenguaje propio y

especial de individuos de ciertas profesiones, ya se podría considerar que el lenguaje político es una jerga o un argot, usados indistintamente. Además, Álex Grijelmo nos apunta que, basándose en acontecimientos históricos, «el nacimiento y desarrollo de una nueva jerga precede a las fórmulas para una toma del poder [...]» (Grijelmo, 2014)

Asimismo, Amando de Miguel en su obra, *La perversión del lenguaje*, también trata el tema del lenguaje político y las jergas. Para él, la jerga es «la terminología cuando llega al profano» (Miguel, Jergas y jerigonzas, 1985). Amando de Miguel cree que existe un problema cuando la transmisión de una terminología específica de unos emisores concretos llega a unos receptores de otra terminología distinta. Se produciría un problema de comprensión. Amando de Miguel, que toma de ejemplo la jerga de los políticos o el *politiqués* como lo denomina, cree que la función de toda jerga es «confundir a los iniciados y confundir a los extraños.» Además, en relación con el lenguaje político, establece que «la jerga de los políticos es doblemente confusa porque formalmente se propone servir al público, hacerle sencillas las cosas que de suyo son más complicadas.» (Miguel, Jergas y jerigonzas, 1985)

Por último, hemos de tener en cuenta que el lenguaje político es un lenguaje especial. Una jerga o argot constituye ya de por sí un lenguaje especial, puesto que se entiende que éste está constituido por unos rasgos característicos dentro de la lengua común. Sin embargo, hay autores como Bonifacio Rodríguez Díez, Jacinto Martín, Reyes Ruiz, Juan Santaella y José Escánez que consideran que la finalidad de la jerga es «no ser comprendido por las personas que no pertenecen a ese grupo» (Martín, Ruiz, Santaella, & Escánez, 1996), es decir, que tiene una finalidad críptica. De este modo, Bonifacio Rodríguez Díez establece la siguiente clasificación de lenguajes especiales. Por un lado, encontramos la ya explicada jerga o argot. Por otro lado, el lenguaje sectorial es aquel que corresponde a las actividades o profesiones, y no consta de finalidad críptica alguna. Por último, Rodríguez Díez propone el lenguaje científico-técnico, como aquel que no tiene finalidad críptica pero es incomprensible para aquel que no está familiarizado con la terminología.

Emilio Núñez Cabezas, basándose en la clasificación de Bonifacio Rodríguez Díez, compara entonces el lenguaje periodístico, que Rodríguez Díez enmarca dentro del lenguaje sectorial, con el lenguaje político. Las similitudes son obvias: es un lenguaje de una profesión, en teoría ha de llegar a todos los ciudadanos y no necesita una formación específica. Estas tres características que aplica Rodríguez Díez al lenguaje periodístico

también se aplican al político. Por estos motivos, podríamos considerar que el lenguaje político es un lenguaje sectorial. Asimismo, puede considerarse que el lenguaje político es un lenguaje sectorial, puesto que se trata del habla común en las instituciones políticas y sus procedimientos.

Sin embargo, también se puede observar el lenguaje político desde una perspectiva puramente funcional. El fin de la política es la persuasión y, por tanto, todo lenguaje que pretenda captar votantes y simpatizantes se enmarca dentro de la acción política. Es lógico que prime la función apelativa, como función esencial para persuadir al público. Cuando nos imaginamos un mitin político, es lógico que aparezca en nuestra mente una persona apelándonos a través de distintos calificativos. El léxico que se utiliza en estos calificativos es un reflejo de la ideología política, como veremos más adelante.

Así pues, tras un análisis exhaustivo, Emilio Núñez Cabezas y Susana Guerrero Salazar concluyen que el lenguaje político es «un tipo de habla especialmente compleja, debido a la propia complejidad que presenta la labor política, desarrollada en muchos frentes y muy diversas circunstancias.» (Núñez Cabezas & Guerrero Salazar, 2002) De este modo, es lógico que encontremos en un discurso político léxico técnico, apelativos al público o expresiones o refranes de uso común. Núñez Cabezas y Guerrero Salazar llegan a la conclusión de que es un lenguaje cambiante, no homogéneo y, por ello, lo clasifican entre discurso político externo e interno. El externo es aquel en el que un político se dirige a los ciudadanos. En el lenguaje externo distinguen a su vez entre lenguaje accesible y ambiguo. El primero es aquel en el que se refiere a elementos favorables para sí mismo o contrarios para sus oponentes, mientras que el segundo es aquel lenguaje de mayor complejidad usado en situaciones más difíciles o adversas. Como es lógico, el lenguaje político interno es aquel lenguaje que se da entre los políticos y que tiene menor trascendencia mediática.

Núñez Cabezas y Guerrero Salazar concluyen su definición de lenguaje político de la siguiente manera:

« [...] el lenguaje político es básicamente un lenguaje especial (en el sentido de lenguaje distintivo de grupo, que se deja de utilizar cuando no se habla en contexto profesional), utilizado por los políticos en el cumplimiento de sus funciones. En este lenguaje especial destaca la función apelativa, y, según el momento y el destinatario del mensaje, adopta las características de las jergas o argots (es decir, cuando se recurre a lo críptico y especialmente a lo ambiguo)

o las características de los lenguajes científico-técnicos (cuando se tratan aspectos puramente profesionales, propios del amplio espectro que abarca la política).» (Núñez Cabezas & Guerrero Salazar, 2002)

De esta manera, el lenguaje político juega con la ambigüedad del mensaje, puesto que, según Alex Grijelmo, el lenguaje político tiene como objetivo reunir al mayor número de receptores de un mensaje en torno a esas ideas o a ese líder. Así, «cuanto más generales las expresiones, más adaptable su percepción por el usuario.» (Grijelmo, 2014)

Para finalizar nuestro acercamiento a qué es el lenguaje político, hemos de conocer el análisis de Marina Fernández Lagunilla. Esta filóloga realiza una investigación desde el punto de vista comunicativo. Al igual que Núñez Cabezas y Guerrero Salazar, Marina Fernández Lagunilla comienza admitiendo la variedad y la heterogeneidad del lenguaje político, reconociendo las múltiples variedades comunicativas que existen y aceptando que el lenguaje político, o los lenguajes políticos como ella cree que es más conveniente, toma elementos prestados tanto de los argots, del lenguaje común y de léxico técnico. Alex Grijelmo argumenta que este uso del lenguaje técnico se lleva a cabo porque en «determinados mundos que, al menos inconscientemente, no tienen muy buena opinión de sí mismos buscan las palabras de campos prestigiosos para así reivindicarse.» (Grijelmo, 2014) En su obra *La lengua en la comunicación política I: el discurso del poder*, Fernández Lagunilla define el lenguaje o discurso político como:

« [...] los enunciados verbales (orales o escritos), producidos por los políticos, que tratan de cuestiones de interés para los ciudadanos como integrantes de una sociedad organizada institucionalmente.» (Lagunilla, 2009)

Sin embargo, de acuerdo con la autora, este significado no incluye a aquellas personas que no formen parte de la clase política. Para ella, cualquier texto puede adquirir un matiz político en el momento en el que trate el interés para los ciudadanos. Dada su amplitud, Fernández Lagunilla decide destacar la importancia de los medios de comunicación en la difusión del lenguaje político. Para Fernández Lagunilla, la difusión del discurso político o del lenguaje político tiene una esencia puramente comunicativa desde el momento en el que intentamos persuadir o desde que un político utiliza un medio de comunicación para transmitir un mensaje.

Además, Fernández Lagunilla también reflexiona sobre la conexión entre el lenguaje político y la lengua común, y entre el lenguaje político y las lenguas especiales. La autora cree que el lenguaje político «no es un lenguaje especial [...], sino un uso especial de la lengua común.» Sin embargo, reconoce que el lenguaje político tiene un léxico propio relativo a las instituciones y a la teoría política. Este léxico propio o esta terminología ha de tener unos significados e inequívocos para considerarse como tal. Un ejemplo de término político sería el significado de democracia o de patriotismo. Como se verá en esta investigación, estos términos no son inequívocos, sino que dependen en gran medida de la connotación y del significado que tenga para cada uno. En cuanto a la relación con otros lenguajes especiales, Fernández Lagunilla concluye que «en el lenguaje político todo el vocabulario puede ser político, tanto si se trata del léxico general como de vocabularios especiales.» (Lagunilla, 2009) De esta manera, el lenguaje político es un lenguaje diverso y plural, que juega entre los significados vacíos y el lenguaje críptico, del mismo modo que puede moverse fácilmente entre un registro coloquial y culto con la intención de «seducir» al ciudadano. Para Fernández Lagunilla la singularidad del lenguaje político radica en la situación, es decir, en el contexto, en el que se desarrolle el acto comunicativo entre el político y el receptor. Por este motivo, la autora prefiere referirse al lenguaje de la comunicación política con el fin de delimitar el campo de investigación.

Desde el punto de vista de investigación, nos centraremos en el léxico del discurso político para analizar las características propias del lenguaje político. Desde el análisis del léxico y la comparación entre distintos partidos políticos, comprobaremos cómo un partido político puede despuntar a través de un uso particular del léxico. Sin embargo, antes de proceder al análisis, es necesario establecer una serie de características que son propias del lenguaje político. Esas características, principalmente léxicas del lenguaje político, servirán como anticipo de la metodología que será utilizada en el análisis; asimismo, nos fijaremos brevemente en el lenguaje político español y sus principales características.

## **b) Características del lenguaje político**

Como ya hemos visto, el lenguaje político abarca un campo muy amplio. Su estudio se puede enfocar desde distintos ámbitos como la comunicación, la lingüística, la oratoria o la retórica. Puesto que esta investigación está centrada en el léxico como forma de innovación de la comunicación política, el trabajo de fin de grado tiene tanto un enfoque lingüístico como comunicativo. Esto se debe a que la principal vía de transmisión del lenguaje político es a través del discurso. Sin embargo, no podemos olvidarnos del léxico. Dada la amplitud del tema, expondremos a continuación únicamente las principales características del léxico político y analizaremos si existe un léxico puramente político más allá de las distinciones entre las distintas ideologías.

### **i. La conceptualización del léxico político.**

Existe un amplio debate sobre la existencia de un único lenguaje político. En el apartado anterior nos planteábamos si existía el lenguaje político como ente propio y lenguaje más o menos diferenciado de otros lenguajes y de la lengua común. Una vez confirmado la afirmación y definición del lenguaje político, es necesario centrarnos en cómo se crea esta variedad lingüística. Por tanto, en este subapartado nos centraremos en la connotación ideológica o la neutralidad del lenguaje político y analizaremos si existe un lenguaje político que esté más allá de la carga ideológica.

Para Marina Fernández Lagunilla, la relación entre el léxico y la ideología es innegable, puesto que «el significado léxico es la zona de contacto con la estructura conceptual y la representación del mundo del individuo como ser social.» (Lagunilla, 2014) Por tanto, se podría concluir que, según esta autora, todo vocablo pronunciado tiene una connotación distinta según la interpretación que le dé un determinado grupo social o ideológico. Fernández Lagunilla continúa defendiendo su apuesta por la determinación ideológica del léxico político, puesto que «[...] la palabra en política nunca es neutra, sino que se halla connotada ideológica o afectivamente.» (Lagunilla, 2014)

Incluso palabras de la lengua común pierden la supuesta neutralidad por carga afectiva o ideológica. Esta pérdida de neutralidad en favor de una carga valorativa del término ha provocado a lo largo de la historia la asociación de palabras con ideologías o partidos políticos. Un ejemplo claro de ello es la asociación del término *proletario* o el referirse a *la lucha de* clases con la ideología marxista. Como vemos, son términos de la lengua común que, tras un uso político y una connotación específica en un determinado

contexto, adquieren un significado político muy fuerte. De esta manera, se constituyen los llamados acervos o lenguajes fascistas, comunista, el lenguaje de la izquierda, etc.

Todas las personas reaccionamos de distinta manera al escuchar un término que, dada nuestra experiencia y nuestro conocimiento, asociamos con un determinado momento o significado, es decir, toda palabra tiene una connotación distinta para cada persona. Alex Grijelmo, en su libro *La seducción de las palabras*, lo establece claramente: «las palabras no sólo significan: también evocan.» (Grijelmo, 2014) De esta manera, según los diferentes significados que cada miembro de la comunidad política o cada partido político den a un determinado término, producirá que el receptor se incline más hacia una ideología concreta. Esto conduce a que no existe un vocabulario neutro en el ámbito de la política.

Como ya se ha explicado con anterioridad, muchos autores están de acuerdo en la existencia de un lenguaje político propio con unas características comunes y ajenas a la ideología. Sin embargo, incluso las palabras puramente políticas como *democracia* o *estado del bienestar* tienen una connotación distinta según el contexto en el que se pronuncia. No tiene el mismo significado hablar de *estado del bienestar* para un socialista que para una persona conservadora, por motivos ideológicos. Por estos motivos, la neutralidad de cierto vocabulario político es relativa.

Para Marina Fernández Lagunilla, existe un tipo concreto de léxico que esta autora denomina *palabras-símbolo*, *palabras-clave* o *palabras-eslogan*. Estos términos se caracterizan por poseer una fuerte emotividad y, según ella, por la falta de definición que supone un uso abusivo y estereotipado del término. Se pueden identificar fácilmente según la frecuencia y las derivaciones que se pueden desprender del término. De esta manera, algunas de estas palabras *comodín* del vocabulario político español son los términos *nación*, *consenso*, *estado*, etc. Según ella, incluso la referencia a España en el campo de la política se puede identificar como palabra-símbolo.

De esta manera, Fernández Lagunilla concluye su análisis del lenguaje político estableciendo que: «cuanto mayor es el componente afectivo mayor es la vaguedad o indefinición del componente nocional o denotativo.» Esto quiere decir que cuanto mayor es la carga apelativa y connotativa, cuanto más significado adquiere un término dentro de una ideología concreta, más se difumina su significado objetivo.

Si estamos de acuerdo con estas afirmaciones de Fernández Lagunilla sería difícil afirmar la existencia del lenguaje político, puesto que el lenguaje político se caracterizaría por la indeterminación y la relatividad. Sin embargo, hay comportamientos léxicos completamente ajenos a la ideología y comunes a la comunidad política. Esto se debe a que la evolución de las palabras en determinados contextos sigue un patrón similar que es, en gran medida, ajeno a las ideologías. Estos son los rasgos comunes del lenguaje político, que se explicarán en el próximo subapartado.

## ii. Características del lenguaje político en España

Según la filóloga Marina Fernández Lagunilla, las características propias de lenguaje político son las siguientes:

- El uso de prefijos y sufijos

La derivación del léxico es según la autora uno de los principales rasgos del lenguaje político. Para Fernández Lagunilla este proceso de sufijación permite que gracias a este «el rasgo valorativo de una palabra se inscriba en la estructura morfológica, es decir, que tenga una representación en el significante de la palabra.» (Lagunilla, 2014). Esta clasifica los sufijos en dos grupos según la procedencia, es decir, si proceden de un léxico común o un léxico más especializado. Un ejemplo de sufijos que se adhieran al primer grupo serían los diminutivos, mientras que en el segundo caso encontraríamos el sufijo *-ismo*, por ejemplo. En el primer caso de sufijación, el efecto que intenta producir en el receptor es de tipo afectivo, puesto que pretende o alabar una gran hazaña o criticar las del oponente. Sin embargo, en el segundo grupo es necesario matizar. En este caso, los emisores pueden utilizarlas para dotar de una connotación científica al discurso o con un carácter peyorativo o burlesco, como puede ser el uso del término *oportunismo* o *populismo*.

Alex Grijelmo también destaca en su obra *La seducción de las palabras*, donde analiza la manipulación del lenguaje, el uso de la sufijación. En este caso, el autor destaca el uso del prefijo *re-*. El efecto de este prefijo en el lector será inmediato y percibirá que es una acción que se repite. Para él, esta acción se puede producir de forma periódica, poniendo el ejemplo de reajustar los impuestos. Este uso de los prefijos también lo señala George Lakoff en su obra *No pienses en un elefante*. Se trata de la manipulación del lenguaje de forma que cuando un político usa términos como *reajustar* o *redistribuir*

lo usa como eufemismo para llevar a cabo otra acción. Por ejemplo, hablar de un reajuste de tarifas, conlleva, según estos autores, un aumento de dichas tarifas.

- Antonimia y sinonimia

Como es obvio el uso de antónimos y sinónimos es fundamental en político. De esta forma permite tanto al emisor como al receptor adherirse a una forma de pensar concreta o rechazarla. Esto es esencial en las connotaciones que cada uno tenemos de una idea concreta, puesto que mediante la antonimia y la sinonimia calificamos tal idea o acción. En el lenguaje político, son relevantes los antónimos formados por sufijación que pertenecen a una misma familia etimológica como *centralizar/descentralizar* o *igualdad/desigualdad*. Sin embargo, también encontramos antónimos que no tienen que pertenecer necesariamente a una misma familia etimológica, puesto que también se consideran antónimos o términos antagónicos la dictadura y la democracia, o el progresismo contra el conservadurismo. El uso de términos antónimos tiene un objetivo claro: el impulso o avance en la intencionalidad del discurso.

La sinonimia también tiene diferentes usos. Hemos de entender en este caso la sinonimia en un concepto amplio, puesto que el uso de sinónimos perfectos es un tema a debate. De este modo, la sinonimia puede ayudar al emisor a reforzar un cierto aspecto a destacar, pero también el uso de ciertos sinónimos por parte del contrario puede resultar en el efecto contrario. Un ejemplo claro, que proponen tanto Alex Grijelmo como Marina Fernández Lagunilla, es el uso del término acuerdo y sus múltiples connotaciones. Dependiendo de su uso, acuerdo puede tener un matiz de entendimiento y diálogo, lo que se traduce en beneficio del partido o político que llega al acuerdo; pero también puede ser usado por la parte contrario para indicar que los otros han buscado su propio beneficio. Esta contraposición de ideas de matiz político conlleva la creación del lenguaje político partidista; de esta manera, lo que para la derecha es liberalizar la economía, para los partidos de izquierda será privatizar lo público. Como vemos, el uso de antónimos y sinónimos está claramente orientado a la manipulación del discurso político.

- El eufemismo político

Marina Fernández Lagunilla también incluye el eufemismo político como rasgo característico de este lenguaje. Para ella, estos eufemismos son sustitutivos emotivos, que buscan provocar el afecto del receptor. Para ella, el término usado se percibe «como

término de valor positivo que sustituye al segundo, cuyo uso se evita dadas las connotaciones negativas que lo impregnan.» (Lagunilla, La lengua en la comunicación política II: La palabra del poder, 2014). También puede buscarse el efecto contrario, y que sea el término negativo, por parte del partido opositor, el que busque el antagonismo. El uso del término malsonante o tabú para un partido se denomina disfemismo. Esto consiste en resaltar la negatividad de un término, como ocurriría en el caso de privatizar y liberalizar. Alex Grijelmo, en su crítica a la manipulación política, considera que este uso eufemístico de las palabras consiste en suplantar ideas o utilizar metáforas mentirosas para así ocultar la realidad, o maquillarla, y poder seducir o manipular a la población. Sin embargo, Marina Fernández Lagunilla también establece que, para ciertas personas, el uso de los eufemismos puede tratarse de un uso cortés del lenguaje, que se representa claramente en la expresión de “lo políticamente correcto”.

- Las metáforas políticas

Las metáforas al igual que la sinonimia y la antonimia se puede usar para cargar el discurso con afectividad o negativismo a través de las relaciones subjetivas que se establecen en una metáfora. Estas se pueden utilizar tanto para deslegitimar o criticar al oponente o como apoyo a las ideas que se están defendiendo. Aunque Grijelmo critica duramente la metáfora como forma de manipulación, Marina Fernández Lagunilla también afirma que hay ciertas metáforas adscritas a un determinado partido político o ideológico, como es el uso de *barones* para referirse a los principales cabezas de lista de un partido político. Por último, también es relevante para este trabajo señalar la alternancia de términos figurados y abstractos (*democracia, patriotismo*) con términos concretos (*demócratas, patriotas*), usados en la forma de metonimia o sinécdoque.

- Frases fijas, clichés y estereotipos

Por otro lado, es necesario conocer que en el lenguaje político existen frases fijas y lexicalizadas. Estas son propias del léxico político y se trata de expresiones o sintagmas como *lucha de clases, estado del bienestar, Estado de Derecho, cohesión social*... Sin embargo, su estabilidad en el tiempo es relativa. Por ejemplo, actualmente es más difícil oír hablar de la lucha de clases como elemento en el discurso político. Para Marina Fernández Lagunilla, la eficacia de estas expresiones «reside más en los aspectos estereotipados y connotativos que en la capacidad para expresar un significado denotativo preciso.» (Lagunilla, 2014) En muchos casos, estas expresiones se formulan

con una finalidad eufemística, es decir, para evitar un término conflictivo a nivel ideológico. Esto es lo que Alex Grijelmo denomina ideas suplantadas. Asimismo, Fernández Lagunilla también asocia estas expresiones con las llamadas frases o palabras eslogan que hemos mencionado con anterioridad.

- Causas de creación léxica

Por último, es preciso prestar atención, siempre que se trate de un análisis del léxico político, a las causas de creación de este léxico. Para Fernández Lagunilla la creación léxica surge en períodos en los que la política tiene una especial relevancia, y este puede ser el caso de nuestros días. Aunque apunta a que cualquier forma de creación léxica de la lengua común es aplicable al lenguaje político, ella señala dos casos de creación léxica: la derivación y los neologismos semánticos.

Con la derivación, nos referimos a producir nuevas palabras, sobre todo a partir de la sufijación. Para la autora, este es el principal mecanismo de creación léxica en la política. También, Alex Grijelmo menciona por encima este apartado hablando de la importancia del prefijo *re-*. Generalmente, la derivación se aplica a palabras claves del léxico político, como nación, nacionalizar, desnacionalizar, nacionalización, etc. Este nuevo léxico surge debido ya sea a la necesidad de mencionar una nueva realidad antepuesta con lo que había anteriormente o bien con el deseo de romper con los adversarios a través de la innovación. Además, la autora apunta a que la derivación se da debido al gusto de los políticos por términos abstractos, como nación, que constituyan palabras largas y sonoras. Asimismo, Amando de Miguel, en su obra *La perversión del lenguaje*, ofrece la siguiente tabla donde explica los mecanismos de sufijación:

Verbo inicial	Sustantivo derivado	Verbo derivado	Adjetivo o sustantivo derivado
Influir	Influencia	*influenciar	¿influenciación?
Proceder	Procedimiento	¿procedimentar?	*procedimental
Poner	Posición	*posicionar	*posicionamiento
Concretar	Concreto	*concretizar	*¿concretización?

(Miguel, 1985)

Por otro lado, encontramos los neologismos semánticos. Este rasgo es interesante, puesto que consiste en dotar de un nuevo significado a un término ya existente, generalmente procedente de la lengua común. Un ejemplo claro de este proceso es el significado actual de *puertas giratorias*, término muy en boga en el último año, que está variando su significado para referirse a las empresas privadas en las que trabajan algunos políticos tras dejar su puesto en el gobierno. Como se puede observar, esta metáfora de las puertas giratorias se da generalmente en los neologismos semánticos. Además, Núñez Cabezas y Guerrero Salazar también destacan la creación léxica por siglación, es decir, el convertir en léxico político siglas determinadas, como *PYMES*.

Existen otros elementos característicos que destacan Alex Grijelmo, Emilio Núñez Cabezas, Susana Guerrero Salazar y Marina Fernández Lagunilla, pero carecen de tanta importancia en materia del léxico político. Alex Grijelmo destaca el uso de posesivos y sobre todo del uso de la primera persona del plural, *nosotros*, en el lenguaje político a la hora de referirse al receptor. Sin embargo, considero que eso es más un elemento de atracción retórica al oyente. Como ya hemos mencionado, el lenguaje político es un campo muy amplio y variado, por eso es necesario delimitar el campo de análisis al léxico político.

Tras esta breve explicación de aquellos rasgos comunes del léxico político como introducción al lenguaje político, nos aventuramos a analizar a la plataforma de Podemos, como partido de reciente creación y con un ascenso inmediato en la opinión pública. De esta manera, en el siguiente capítulo analizaremos el partido político, su lenguaje y la influencia del populismo en el éxito de Podemos, para posteriormente, poder analizar su léxico y el de otros partidos más detalladamente y comprobar si su lenguaje está relacionado con el éxito del partido.

### **III. Metodología y objetivos**

Esta investigación tiene como objeto final analizar el auge de Podemos como una de las fuerzas políticas más importantes en el panorama político actual desde un punto de vista lingüístico. Como hemos podido comprobar a través de las elecciones municipales y autonómicas del pasado 24 de mayo, Podemos se sitúa en muchos casos como segunda y tercera fuerza política. Su rápido crecimiento desde el 2014 hasta nuestros días se debe a una serie de elementos clave, como su presencia en debates televisivos o en las redes sociales. En este sentido, están realizando una buena estrategia comunicativa, pero para ello, el lenguaje es crucial. En este aspecto, es necesario verificar si el discurso de dicho partido es uno de los elementos clave para su éxito. Debido a la variedad temática de la lingüística, ha sido necesario reducir el campo al léxico y sus connotaciones. En definitiva, se intentará responder a si el léxico de Podemos es uno de los elementos fundamentales de su éxito.

Como veremos a lo largo del análisis, cada palabra o expresión tiene una connotación distinta y cada partido político la usa dentro del marco conceptual que ellos han creado. En este sentido, es interesante comprobar las distintas connotaciones de Podemos para poder deducir el público al que se dirige. De ahí, podremos comprobar si tal y como describíamos anteriormente, Podemos es un partido populista que simplemente busca el ganar las elecciones. Para ello, es necesario realizar un análisis y una comparación de las palabras clave de otros partidos y el de Pablo Iglesias. Asimismo, como hoy en día, la presencia en las redes sociales y en los medios es continúa, es preciso acotar el campo de análisis. Por esta razón, he decidido centrar el análisis en los debates sobre el estado de la nación. Como Podemos no tiene representación parlamentaria, este partido contestó a los partidos con representación a través de una conferencia, que se encuentra fácilmente en los medios relacionados con la plataforma.

Por tanto, el análisis se dividirá fundamentalmente en tres partes. La primera consistirá en un breve análisis del discurso del Presidente del Gobierno; la segunda parte será la réplica de Pedro Sánchez, Secretario General del partido socialista, como representante de la segunda fuerza política española; y la tercera parte se fundamentará en el análisis del discurso de Pablo Iglesias.

Para ello, este trabajo se ha servido de una serie de documentos y archivos. Principalmente, es importante reconocer a aquellos expertos lingüistas que nos han acercado al lenguaje político, especialmente a Marina Fernández Lagunilla, Emilio

Cabezas Núñez y Susana Guerrero Salazar por su introducción académica al lenguaje político. No obstante, la parte más analítica de la investigación se ha servido de los documentos proporcionados por Moncloa, el discurso de Mariano Rajoy Brey, por el PSOE, el de Pedro Sánchez, y la conferencia en video de Pablo Iglesias.

Ya presentado y expuesto la teoría relativa al tema que nos incumbe, es necesario aclarar el método que se va a en esta investigación. La respuesta a las cuestiones que pretendemos contestar se fundamentará en un análisis cualitativo, puesto que la realización de un análisis cuantitativo nos conduciría a valorar resultados propios de la política. Las estadísticas de Podemos en su ascenso, además de poco fiables, puesto que encontramos muchas encuestas con resultados distintos, llevarían a valorar sus consecuencias políticas y no tanto el uso léxico. Durante el análisis, nos fijaremos en algunas palabras o expresiones propias de cada partido y repetidas a lo largo del discurso. Cada una de estas palabras o expresiones tiene una connotación distinta y algunos casos encontraremos que parecen conceptos puramente distintos, a pesar de que ni su significado ni su significante varía. Esto es esencial para poder comprender a qué marco conceptual pertenece y cómo el léxico influye en las personas a la hora de alinearse con un partido político o no.

#### **IV. Introducción a Podemos**

Como la mayoría de las personas saben, Podemos es un partido relativamente reciente que ha ido adquiriendo mayor capacidad de influencia en el panorama político español, gracias a su búsqueda de un cambio de escenario político a la vez que criticaba el actual. Como veremos, su base ideológica no está clara, ya que el principal objetivo de Podemos es reunir a la mayor cantidad de españoles posibles para que se sumen a la crítica y manifiesten su hastío político. Por estas razones, es necesario adentrarnos en el populismo para afirmar que Podemos es un partido populista; una vez confirmado este punto, analizaremos las características del lenguaje populista, con la pretensión de reconocer las principales innovaciones de Podemos en el lenguaje de la comunicación política.

##### **a) El populismo de Podemos como influencia en su lenguaje político**

Antes de comenzar a averiguar si Podemos es un partido populista, es preciso proporcionar una definición de este término. Para Flavia Fredenber, «el populismo puede ser entendido como un estilo de liderazgo caracterizado por la relación directa, carismática y paternalista entre líder-seguidor, que no reconoce mediaciones organizativas o institucionales, que habla en nombre del pueblo, potencia la oposición de éste a “los otros”, busca cambiar y refundar el statu quo dominante; donde los seguidores están convencidos de las cualidades extraordinarias del líder y creen que gracias a ellas, a los métodos redistributivos y/o al intercambio clientelar que tienen con el líder (tanto material como simbólico), conseguirán mejorar su situación personal o la de su entorno.» (Torreblanca, 2014) En ese mismo artículo de José Ignacio Torreblanca se proporciona otra definición de populismo de Roberto García Jurado que establece que: «El líder populista no sólo se ofrece al pueblo como símbolo mediante el cual éste pueda imaginarse expresando y ejerciendo poder e influencia de que carece, materializando la voluntad popular». (Torreblanca, 2014) Por esto, se puede concluir que el populismo tiene una relación importante con el apoyo de los ciudadanos a una única figura que se presenta como alternativa política. Para Torreblanca, el populismo se caracteriza por la apelación directa al pueblo, el antielitismo y el *anti-establishment*.

Sin embargo, Eugenio del Río define el populismo como «un modo de hacer política.» (Río, 2015). Establece también unos rasgos distintivos del populismo. De este modo, los principales rasgos populistas son:

En primer lugar, encontramos un liderazgo unipersonal, es decir, el líder o principal dirigente del partido al que nos referíamos con anterioridad. En segundo lugar, se trata de un liderazgo o partido que evita clasificarse en la dicotomía de izquierda y derecha, puesto que se entiende que esta dicotomía está superada. Esto se debe a que, en el caso español, se concibe que los principales partidos tanto de izquierda como de derecha se han asociado tantas veces que han perdido sus principales rasgos ideológicos. Esto sirve al populismo para atraer a personas de diferentes ideologías. Por otro lado, es obvio que el partido que pretende representar a toda la sociedad ha de servirse de las ideas más populares. El cuarto rasgo es, según Eugenio del Río, la repetición de unos mensajes fundamentales. Por último, el populismo también establece una representación social dicotómica, en el que las élites, el poder financiero y las instituciones políticas son una minoría, mientras que el pueblo es la mayoría; de este modo, basa su acción política en la contraposición contra el régimen político actual.

En el caso español, la crisis social, económica y de legitimidad política no resuelta por el caso actual produce una deslegitimización de la clase política de la que el populismo se aprovecha para ejercer la guerra entre *el pueblo, la mayoría contra las élites*.

Una vez comprendido el populismo a grandes rasgos, debemos aplicar estas características a Podemos, para comprobar si se trata de un partido populista. Se ha escrito mucho sobre el tema; por ello, nos basaremos en los artículos que ya han analizado este hecho. Siguiendo con este autor, Eugenio del Río en su artículo *¿Es populista Podemos?* analiza de manera exhaustiva esta hipótesis. Para él, Podemos consta de los principales rasgos populistas. Existe un grupo centrado en la figura de Pablo Iglesias, que tiene como objetivo conquistar las urnas. Sin embargo, establece que hay sectores del partido que tienen un marcado matiz ideológico y que abogan por no centrar la imagen del partido en Pablo Iglesias.

Otro rasgo característico del partido es el hecho de que algunos líderes se enmarquen dentro de la teoría política del comunismo y se hayan identificado como marxistas, pero no enmarquen el partido en esta clasificación. Como hemos visto en los rasgos que identificaba este mismo autor, este es uno de las características del populismo. En este sentido, Eugenio del Río cree que Podemos está bien situado, dentro del populismo, en tres escalas de opinión pública.

En primer lugar encontramos el binomio izquierda-derecha. Aunque, según el autor, Podemos tiene señas de partido de izquierda, de forma que pueda atraer a la población

que se identifica con estas ideas, el partido evita entrar en este debate. En palabras del propio Pablo Iglesias:

«Nos acusan falsamente de no ser de izquierdas ni de derechas. No, eso no es verdad. Nosotros no hemos dicho eso. Nosotros lo que hemos dicho [...] es cómo pensamos que se puede ganar para hacer un cambio en nuestro país. [...] Tenemos que respetar al pueblo español que tenemos y ese pueblo español no ha sido construido como colectividad a partir de los valores de izquierda.» (Iglesias, 2014)

Esta declaración es obviamente populista: el partido no ha de identificarse con una clasificación ideológica, sino que el fin último es servir y cumplir las ideas del pueblo.

Por otro lado, Eugenio del Río también establece la escala de radicalismo-moderación. Es lógico que en tiempos de crisis económica y social y con la legitimidad de los partidos políticos puesta en duda debido a la corrupción, la población se oriente hacia un mayor radicalismo. Sin embargo, no ha de asociarse el radicalismo con la ideología política, puesto que este es relativamente ajeno a las ideologías. El radicalismo se caracteriza actualmente por el hastío de la población hacia las élites políticas, la corrupción, y el hartazgo de los gobernantes más allá de la izquierda y la derecha. Estos son rasgos propios del partido que representa Pablo Iglesias, ya que contrapone, como veremos a continuación, el binomio *el pueblo-las instituciones políticas*.

Por último, Eugenio del Río sitúa a Podemos en una última escala, crucial para comprender las innovaciones de Podemos. Como ya hemos visto, Podemos critica el actual clima político y habla a menudo de *regeneración democrática*, término que ha sido utilizado por los demás partidos políticos pero que es originario de Podemos. En este contexto político, es lógico que, buscando la regeneración, Podemos se presente como nuevo candidato en oposición a los “viejos” partidos políticos.

Según la escala de Patrick Charaudeau, el populismo « cumple una triple función de ilegitimación de los adversarios, de relegitimación del pueblo y de legitimación del actor político que lo pronuncia.» (Charaudeau, 2009) Esto no hace más que confirmar lo ya expuesto, el hecho de ser el partido legitimado por el pueblo y el presentar a la clase política como enemigo. Según esta definición, Podemos es un partido populista.

De este modo, Eugenio del Río, José Ignacio Torreblanca, Amando de Miguel o Ramón Pérez Maura no dudan en afirmar que Podemos es un partido populista, y esto se ve claramente reflejado en las escalas que establece Eugenio del Río y en las características

que establece José Ignacio Torreblanca. Sin embargo, los mismos líderes de Podemos, en su mayoría intelectuales de las ciencias políticas, reconocen que Podemos es un partido populista, pero evitan asociarse demasiado con este término por la connotación peyorativa. Recordemos que a lo largo de la etapa democrática española los políticos se han recriminado en multitud de ocasiones el ser populista como término de insulto político. Así, Podemos se considera como un partido populista, desde un punto de vista teórico.

Por tanto, es necesario establecer la influencia del populismo en el lenguaje de Podemos, como fin último de esta investigación. El populismo es esencial para poder comprender el lenguaje de Podemos, pero sobre todo el populismo afecta directamente a la oratoria de los líderes. Patrick Charaudeau indica que «debido a que implica actores colectivos, toda palabra que circula en el espacio público está sometida a una exigencia de simplicidad, ya que dirigirse a las masas es dirigirse a un conjunto de individuos heterogéneos desde el punto de vista de su nivel de instrucción, de su posibilidad de comprensión y de su experiencia de la vida colectiva.» (Charaudeau, 2009) Esto conduce a establecer unos bloques esenciales, exentos de matices ideológicos (del binomio izquierda-derecha), para la elaboración del léxico populista. Estos bloques son los siguientes:

En primer lugar, el discurso populista está marcado por una situación de crisis y de victimización, que puede deberse a la situación económica, a una crisis moral o a la victimización de los ciudadanos, como se produce por ejemplo en los casos de desahucios o en los casos de la corrupción que el ciudadano cree que debería ser más punible. Como veremos, estas características se dan en el discurso de Podemos.

En segundo lugar, ha de presentarse una causa del mal, es decir, los culpables de la situación anterior, el enemigo. En el discurso populista, estos generalmente son el aparato político-administrativo, un enemigo interior, como la oligarquía o los partidos ya existentes, y un enemigo exterior, como puede ser el control de Bruselas sobre la deuda.

Además, el populismo exalta los valores como la identidad comunitaria, que Podemos realiza a través de los círculos; la soberanía popular o la identidad nacional. Como veremos en el análisis, Pablo Iglesias se refiere a menudo a la soberanía ciudadana, en este caso, y el eje de su discurso gira en torno al concepto de patriotismo.

En cuanto al lenguaje y la retórica populista, Charaudeau cree en la simplicidad del mensaje, puesto que pretende contraponerse al lenguaje político que conocemos y que hemos explicado anteriormente. Por tanto, «su lenguaje debe ser particularmente simple y comprensible, tanto más cuanto pretende erigirse contra el lenguaje estereotipado.» (Charaudeau, 2009)

Asimismo, Amando de Miguel, en su artículo *Podemos como lenguaje*, resalta el negativismo de Podemos, relacionándolo con el radicalismo antes mencionado. Para Amando de Miguel, el lenguaje de Podemos se parece al lenguaje regeneracionista español de principios del siglo XX, pero también con Primo de Rivera o el mismo Franco. Estos dirigentes proponían un cambio, es decir, una *regeneración* de la sociedad. Para Amando de Miguel, «al igual que el regeneracionismo, Podemos se caracteriza por sus posiciones negativas.» (Miguel, 2014)

A su vez, Nacho Segurado afirma que el lenguaje de Podemos «bebe de la izquierda tradicional y de las nuevas corrientes progresistas nacidas o recuperadas con el nuevo siglo.» (Segurado, 2014) Además, en su artículo introduce una serie de términos claves de Podemos, con carácter populista. Algunos de ellos son: el término *casta*, que ya se había utilizado anteriormente en Italia pero que ha recuperado esta formación; términos como ciudadanía, percibido como el pueblo, aquel que tiene la soberanía. Según Nacho Segurado, el término *ciudadanía* representa «un colectivo de individuos éticamente superior y que en su seno guarda las respuestas de todos los males del país.» (Segurado, 2014); o el uso del verbo *ganar* en el sentido de derrotar al enemigo común.

A través de esta breve explicación, hemos ilustrado el lenguaje populista característico de Podemos. Esto es esencial para esta investigación, puesto que nos proponemos averiguar si Podemos utiliza un lenguaje que ha sido capaz de atraer a muchos votantes y desbancar el bipartidismo. Sin embargo, este cambio no se hubiese podido realizar sin la concepción de la lingüística cognitiva, que se explicará a continuación.

#### **b) El lenguaje de Podemos desde la lingüística sociocognitiva**

Para comprender completamente la novedad que supone este partido político, es necesario conocer lo que hay detrás de su lenguaje, es decir, la lingüística sociocognitiva de Podemos. La lingüística cognitiva en general tiene como objeto investigar la relación entre el conocimiento lingüístico y otros procesos cognitivos de la mente humana. En este caso, creemos que la relación entre Podemos y el lenguaje es

puramente social y que el estudio de la sociedad de Podemos y su uso del lenguaje en este contexto es una de sus principales innovaciones. Por tanto, es necesario relacionar el uso del lenguaje de este partido con la sociología, puesto que están definiendo nuevos ámbitos políticos. Siempre que se habla de lingüística sociocognitiva es obligatorio mencionar a la figura de George Lakoff, experto en la materia. Lakoff ha escrito varias obras sobre la relación entre la lingüística y otras materias, pero para nuestro análisis su obra *No pienses en un elefante* es crucial. Esta obra se centra en el análisis del discurso político en Estados Unidos y cómo los partidos políticos podían utilizar el lenguaje para avanzar hacia el poder.

De este modo, Lakoff trataba el tema de los marcos conceptuales, es decir, un sistema de conceptos, connotaciones e ideas que inciden en nuestro pensamiento y en nuestra forma de actuar. La modificación de estos marcos en el discurso político puede cambiar nuestra percepción sobre un determinado asunto. En esta obra, Lakoff habla claramente del uso del término “alivio fiscal”, cuando en realidad esto suponía una subida de impuestos; de este modo, el gobierno republicano utilizaba este término para dar la impresión contraria y cambiar la percepción del público hacia algo que uno considera beneficioso. A través del análisis de la obra de Lakoff, Jorge Solís asegura que «la batalla de las ideas se disputa en el lenguaje y Podemos es la fuerza que hoy domina el lenguaje que los políticos, periodistas y ciudadanos utilizan para hablar de la realidad social, la herramienta con la que se comprenden los argumentos.» (Solís, 2014)

Asimismo, Lakoff establece que para ser más eficaz que el discurso político del enemigo, se ha de conseguir que éste utilice el mismo marco conceptual. En su obra, Lakoff cree que la referencia a un determinado marco conceptual siempre que se use esa referencia, incluso con la intención de negarlo o contradecirlo, se está evocando a este marco. Si seguimos esta lógica, comprenderemos cómo prácticamente todos los partidos del panorama político actual han abandonado sus propios conceptos para utilizar aquellos introducidos por Podemos, explicados anteriormente. Por ejemplo, cuando un miembro del PP o del PSOE niegan formar parte de la “casta”, entonces están haciendo referencia al término que se asocia con Podemos. Como consecuencia, Podemos adquiere cada vez mayor capacidad de influencia en el panorama político. En resumidas palabras de Jorge Solís, «tener que reconocer que eres algo es asumir que alguien pueda pensar que no lo eres.» (Solís, 2014)

Asimismo, la innovación lingüística en el marco de Podemos ha desbancado al PSOE, ya que, de acuerdo con Lakoff, «cuando piensas que lo único que te falta son palabras, lo que realmente te falta son ideas. » (Lakoff, 2007) Para Lakoff, las ideas están representadas en los marcos. De esta forma, estamos presenciando en los últimos acontecimientos cómo políticamente el partido socialista ha tenido que modificar su discurso y renovar su orientación y estrategia política para poder contrarrestar la presencia de Podemos y adaptarse al marco que Podemos ha impuesto.

Por último, es también una parada obligatoria el reflexionar sobre las palabras de Alex Grijelmo en su obra *La seducción de las palabras*. En este sentido, podemos encontrar que Grijelmo concuerda con Lakoff en que el lenguaje no representa la realidad sino que está forjada por unas representaciones mentales, lo que Lakoff denominaría marcos conceptuales, dependientes de los sujetos que construyen su visión de la realidad. De este modo, el lenguaje es subjetivo. Asimismo, él también confirma la posibilidad de modificar la percepción del receptor con la palabra misma, es decir, el ejemplo del alivio fiscal. Además, cobra especial relevancia en este apartado el uso y poder de la antítesis, figura a la que ya nos hemos referido. Si unimos la creación o modificación que Podemos ha introducido en el lenguaje político, como el uso del término “casta”, junto con el poder de la antítesis, como instrumento de la manipulación política, nos encontraremos al resto de partidos negando estas nuevas modificaciones connotativas.

Gracias a esta breve introducción en el lenguaje político y a la introducción del partido encabezado por Pablo Iglesias, hemos podido comprobar de primera mano uno de los factores del inmenso crecimiento del partido de Pablo Iglesias. Sin embargo, es necesario comprobar la veracidad de sus palabras y preguntarnos si el léxico utilizado por Podemos es en verdad tan eficaz y particular que se diferencia del resto de partidos. Para ello, nos centraremos en un análisis sobre los discursos de Mariano Rajoy y Pedro Sánchez del Debate sobre el Estado de la Nación celebrado en febrero de 2015 y la réplica que realizó Pablo Iglesias en una conferencia titulada “el otro debate de la nación”.

## V. Análisis y discusión

Como ya se ha mencionado, es importante a lo largo del análisis evitar la comparación puramente ideológica. Intentaremos basarnos en un concepto lingüístico, pero debido a lo explicado anteriormente la ideología estará presente. Las palabras del lenguaje político están enmarcadas en un marco conceptual, ideológico principalmente, y, por tanto, fuertemente connotadas. De este modo, se comprobará como la ideología modifica el significado de las palabras según el valor emocional y las connotaciones con que se perciben. Así, comprenderemos cómo el léxico es un instrumento del lenguaje político fundamental para acercarse al público y modificar su forma de pensar. Como diría Alex Grijelmo, el lenguaje político es un instrumento de manipulación muy complejo y poderoso.

Comenzaremos analizando los discursos de Mariano Rajoy y Pedro Sánchez por ser los primeros cronológicamente. Después, analizaremos el discurso de Pablo Iglesias y procederemos a deducir unas conclusiones tras su comparación. Antes de comenzar, es importante tener en cuenta que estos discursos tienen un perfil claramente electoral, puesto que se trata del último Debate sobre el Estado de la Nación de esta legislatura.

### a) El discurso de Mariano Rajoy

El discurso de Mariano Rajoy consiste en una descripción y defensa de las reformas tomadas durante la legislatura. Asimismo, es también el discurso de mayor duración, puesto que se trata de la narración en la que el Presidente del Gobierno relata el estado de la nación actualmente, que otros políticos pueden no conocer al detalle.

El discurso claramente se basa en los contrastes entre el ayer, representado en palabras de mayor dureza, y el hoy, con un matiz más templado. De esta manera, el discurso está formulado con vocablos de mucha dureza en un sentido político. Términos como *amenaza*, *quiebra*, *batalla*, o expresiones como *cruzar el desierto*, consiguen la sensación pretendida de la dureza de la crisis que sufrimos. Por otro lado, el contraste principal a tanta dureza está representado en palabras como *esperanza*, *recuperación*, *abrir las puertas al empleo*, etc. Esta oposición también se refleja mediante dos palabras repetidas a lo largo del discurso en varias ocasiones: *facilidad* y *dificultad*.

El discurso de Mariano Rajoy se caracteriza también por contrastes verbales como el uso de *destruir* y *recuperar*, *renacer*, etc. El uso de este tipo de verbos que comienzan por el prefijo *re-* nos conduce a las palabras de Grijelmo, que afirma que el uso de este

prefijo conlleva a asociar una realidad completamente nueva antepuesta a la pasada, es decir, que el simple uso de este prefijo ya aporta la contraposición deseada, puesto que la oposición o el cambio ya queda reflejado en el prefijo.

Además de esta oposición, el discurso también está marcado por otra serie de términos que forman el marco conceptual del Partido Popular. Estas palabras y sus connotaciones se explicarán a continuación.

En primer lugar, es necesario destacar el uso del término españoles para referirse a la población española. Este término es significativo, puesto que como veremos más adelante otros partidos políticos prefieren referirse a los ciudadanos. En realidad, todos se están refiriendo al público, a los receptores, nacidos en España, los votantes. Como vemos, la referencia a España refleja ya de por sí una connotación y se enmarca dentro de la ideología del partido, es decir, dentro de un marco conceptual. Asimismo, cabe destacar la connotación de creer en un único Estado, de tal manera que rechaza la posibilidad de los movimientos independentistas, figura clave, principalmente el catalán, durante esta legislatura.

En segundo lugar, me gustaría analizar el término competitividad, a pesar de su complejidad. Esta palabra se adquirió de un lenguaje técnico como es el de la economía, pero, sin embargo, se puede enmarcar dentro de un campo ideológico, como es el capitalismo y el liberalismo económico. Sin embargo, es difícil aportar una definición de este término. Se podría decir que «la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.» (Mena, 2005) Como vemos, este concepto es abstracto, no se puede medir y se puede llevar a cabo de diferentes maneras. Según las definiciones que hemos proporcionado en el marco teórico, se trata de un concepto puramente político.

Por otro lado, es necesario destacar el término equidad, que está dentro del marco conceptual del lenguaje popular. Otros partidos utilizan el término igualdad, que parecen correspondientes, pero si nos fijamos en las acepciones del Diccionario de la Real Academia encontramos matices diferentes. En la cuarta acepción de esta palabra, se define como: «disposición del ánimo que mueve a dar a cada uno lo que merece.» Como veremos, esto difiere ligeramente del concepto de igualdad, que está relacionado con el de justicia, mientras que la equidad estaría más relacionada con la igualdad de oportunidades.

Asimismo, el Partido Popular es el único partido que habla de intereses. Esto entra dentro de su marco conceptual, puesto que, según Emilio Campmany:

«No es que la izquierda y la derecha identifiquen diferentes intereses nacionales por proteger. La izquierda cree que la conducta internacional de España no debe estar encaminada a proteger interés alguno, sino que ha de atenerse a dogmas éticos. Y a la derecha le da vergüenza hablar de intereses, con lo que, aun siendo consciente de que son los intereses lo que hay que defender, tiende a protegerlos sólo cuando puede presentar su conducta como moralmente correcta.» (Campmany, 2012)

En este sentido, hay que entender que en un contexto de crisis tanto económica, social como democrática, el Partido Popular pueda referirse con mayor frecuencia a los intereses de España, para poder hablar de un futuro más prospero.

Por último, es necesario analizar la connotación de austeridad de los populares. Estos conciben la austeridad o un régimen austero según las siguientes acepciones del Diccionario de la Real Academia. En primer lugar, la austeridad es el ser «severo, rigurosamente ajustado a las normas de la moral.» y en segundo, «sobrio, morigerado, sencillo, sin ninguna clase de alardes.» De esta manera, el concepto de austeridad para el Partido Popular no tiene una connotación negativa, sino que se interpreta como el camino hacia un futuro mejor. Como veremos, para otros partidos, la austeridad se percibe como un elemento perjudicial para la población.

Estas características nos ayudan a perfilar a gran escala el marco conceptual del Partido Popular. Para el fin de esta investigación, es necesario continuar analizando el discurso de Pedro Sánchez y de Pablo Iglesias.

#### **b) El discurso de Pedro Sánchez**

A continuación analizaremos el discurso de Pedro Sánchez. Este discurso es más breve y se dirige directamente a Mariano Rajoy, ya que pretende mostrar su desacuerdo con la situación que presenta, como principal fuerza opositora. Desde un punto de vista léxico, los lenguajes de Pedro Sánchez y Mariano Rajoy son muy parecidos. Esto, en palabras de George Lakoff se debe a que los dos utilizan el mismo marco conceptual. El discurso consiste en negar lo dicho por Mariano Rajoy y demostrarle cómo lo que él ha hecho en los últimos años no ha conducido a una situación tan beneficiosa como la que presenta el Presidente. De esta manera, Pedro Sánchez utiliza el mismo lenguaje que Mariano Rajoy, es decir, utiliza su marco conceptual para rebatirle las ideas. En su obra, *No*

*pienses en un elefante*, George Lakoff criticaba que el problema de los demócratas en Estados Unidos era que utilizaban los mismos conceptos que el partido republicano y, por esta razón, no ganaban las elecciones. De esta manera, es característico del lenguaje de la oposición utilizar un lenguaje negativo. Así, los verbos que caracterizan el discurso están marcados por el prefijo *-des* (deshacer, dismantelar, destruir, desahuciar) y también por el prefijo *in-*, con claro valor negativo, (incumplir, insensibilización)

Además de estos términos, cabe destacar otros, que caracterizan el marco conceptual del partido socialista. En este sentido, hay términos asociados al PSOE y otros que son términos de moda del panorama político, creados por PSOE.

Uno de estos términos es *dignidad*, término puramente ideológico. Dentro de la base de los derechos humanos, se resalta como principio general la dignidad. Este término es abstracto y muestra, tal y como decía Emilio Campmany, el carácter idealista por el que se basa el partido socialista. Por otro lado, observamos que el PSOE utiliza el término igualdad, en contraposición con la *equidad* utilizada por el PP. Como ya hemos visto estos términos difieren ligeramente. La connotación de igualdad del partido socialista incluye el concepto de uniformidad, es decir, la necesidad de que se correspondan, por ejemplo, los derechos de hombres y mujeres, mientras que la *equidad* ha de merecérselo.

Asimismo, el PSOE hace alusiones a la socialdemocracia. Según Anabel Díez y Jorge Rodríguez «el PSOE ha reivindicado este sábado la socialdemocracia como su ecosistema electoral, político e ideológico frente a partidos como Podemos, que le disputan ese espacio.» (Díez & Rodríguez, 2015) La definición de socialdemocracia es complicada, la RAE cuenta dos acepciones para socialdemocracia que son las siguientes. En primer lugar, define la socialdemocracia como «dissidencia del marxismo, consistente sobre todo en rechazar la orientación revolucionaria de la lucha de clases, y en propugnar una vía democrática hacia el socialismo.; y en segundo lugar, «cada uno de los sistemas derivados del socialismo que, al renunciar a la propiedad pública de los medios de producción, aunque no a su regulación y control, tienden a confundirse con el estado de bienestar capitalista.» Según la teoría mencionada, este término es igual de abstracto que el término de democracia, es decir, es una palabra símbolo, con la que cada uno se identifica de una manera concreta.

No obstante, también encontramos palabras relacionadas con el léxico de Podemos, puesto que el PSOE está intentando atraer más votos y continúa siendo uno de los

principales partidos de izquierda. En este sentido, Pedro Sánchez hace referencia a las mareas ciudadanas, a la reconquista de los derechos y libertades, a la regeneración democrática o a la convivencia ciudadana.

El término mareas ciudadanas remite a Podemos, partido que lo creó con el fin de referirse a las manifestaciones y al descontento. Se ha establecido que las mareas ciudadanas surgieron con el movimiento del 15-M para mostrar el hastío político de la ciudadanía. Se agrupan en torno a grupos profesionales y gremios y toman los colores para representarse. Por ejemplo la marea verde se refiere a aquellos que se manifiestan sobre las reformas en educación. Podemos y Eugenio del Río consideran que el 15-M fue el antecesor de Podemos y que posteriormente las ideas de este movimiento desembocan en la creación del partido. Por tanto, esta palabra es una clara referencia al marco conceptual de Podemos, al que el partido socialista está remitiendo.

De igual manera, la expresión regeneración democrática también alude a Podemos, puesto que es uno de los primeros partidos en tratar este tema. El PSOE siempre ha formado parte del actual régimen democrático y ha sido uno de los principales partidos. Sin embargo, actualmente hace alusión a este término, con el fin de seguir la corriente de lo que los ciudadanos consideran, puesto que se considera que existe una crisis de legitimidad política. Sin embargo, este término se refiere a un concepto abstracto, tanto como el mismo término de democracia. Cada partido político tiene su concepto de cómo ha de regenerarse la democracia, por lo que es necesario explicar el concepto y la idea en una propuesta concreta y concisa.

Además, Pedro Sánchez aboga en su discurso por la convivencia pacífica, refiriéndose a la coexistencia pacífica, ante la crisis social y el hastío político en el que vive España. Analizando el término, podemos comprobar que una vez más se usa *ciudadano* como adjetivo, característica esencial de Podemos. Además, también es importante la connotación de convivencia que implica vivir bajo una serie de ideales y principios éticos compartidos y respetados, por lo que está marcada por las ideas más que por el realismo.

Por último, podemos comprobar cómo el partido socialista tiene semejanzas al Partido Popular, puesto que se trata de partidos que durante toda la vida democrática han coexistido dentro de un mismo régimen, pero también tiene semejanzas con Podemos. Se puede deducir que esta dualidad del partido socialista de rejuvenecerse como partido

del lado de Podemos se comprende por la estrategia de cara a las elecciones presidenciales de finales de año.

### c) El “otro” debate sobre el estado de la nación, de Pablo Iglesias

Por último, finalizamos con el análisis del discurso de Pablo Iglesias en su respuesta al debate celebrado en el Congreso de los Diputados. Podemos denominó la conferencia como *el “otro” debate sobre el estado de la nación*, presentándose como segunda fuerza política y como principal interlocutor con el pueblo, como la oposición real. En cuanto a su lenguaje, Podemos utiliza el lenguaje político, en el sentido que hemos explicado anteriormente, es decir, tomando prestado de otros campos léxico que se ajusta al mensaje político, principalmente de la economía y del medio ambiente. Por tanto, se puede concluir que Podemos habla, en palabras de Amando de Miguel, *politiqués*. Sin embargo, sí que utiliza un léxico político renovado en cuanto a las palabras y las connotaciones de estas como veremos a continuación.

El discurso de Pablo Iglesias en esta conferencia gira en torno a un eje: el patriotismo y concretamente en lo que significa ser un buen patriota. Para Pablo Iglesias, y para Podemos, el patriotismo consiste en una serie de deberes y de ejemplaridad. Generalmente, uno entiende el patriotismo con el amor hacia su patria, pero Podemos concibe el patriotismo en el sentido de la conducta de un buen patriota. En este sentido, la patria excluye a aquellas personas corruptas o que no han cumplido con su deber al estado. De esta manera, Podemos utiliza este concepto para descalificar a los otros partidos políticos, pues no cumplen con las responsabilidades de un patriota ni son fieles a sus ciudadanos. En este sentido, Pablo Iglesias declara que «amar a tu país es tributar en tu país.» (Podemos, 2015) El nuevo significado que da Podemos a la palabra *patria*, *patriotismo* y sus derivados es simplemente un reflejo de cómo se modifican las connotaciones de la palabra. Si nos fijamos en los años pasados, el concepto de patria adquiriría un matiz relacionado con los regímenes totalitaristas y se calificaba como *facha*, que según la RAE es un término coloquial y despectivo para fascista. Podemos cambia radicalmente la connotación de esta palabra.

Asimismo, Podemos tiene un particular sentido de la democracia, basada en el populismo. Recordemos que el término democracia es una de esas grandes palabras de la teoría política española pero vacía de significado. Para Podemos, la democracia está relacionada con el pueblo, con la soberanía popular. De hecho, en su discurso, Pablo Iglesias relaciona la patria y la soberanía. Si retomamos su significado de patria, se

puede relacionar directamente con la soberanía, puesto que la patria está formada por los ciudadanos del país y la soberanía pertenece a ellos. En este sentido se elimina el concepto de patria como amor a su país y se basa el poder absoluto de constituir el país en el pueblo. En palabras de Pablo Iglesias, con un matiz claramente populista:

«La soberanía es de los ciudadanos. Son los ciudadanos los que deberán decidir el rumbo que debe seguir España. Algunos creen que la soberanía y la patria son sólo eso, símbolos, significantes muertos, [...] pero la patria no es ningún símbolo ni ninguna marca. España es sus gentes. España es sus ciudadanos. Mi patria no es una bandera, no es un edificio. Mi patria es la gente de mi país. Y a esa gente les digo que sin ellos no hay democracia, saldremos a ganar las elecciones [...]» (Podemos, 2015)

Por tanto, se podría decir que Podemos toma el significado de democracia tal cual lo define la Real Academia, como «la doctrina política favorable a la intervención del pueblo en el gobierno» y como «el predominio del pueblo en el gobierno político de un Estado». Su apuesta por la intervención de los ciudadanos es tal que conduce a un sistema tan complejo que puede resultar insostenible.

Además, en contraposición con el PP y el PSOE, Pablo Iglesias no hace referencia en ningún momento a los españoles, aunque sí lo se refiere a España. En cambio, utiliza el término ciudadanos. Él mismo define el término de ciudadanos como «los depositarios de la soberanía. Ellos son el país del que estoy orgulloso. Ellos y ellas son mi patria.» (Podemos, 2015) De este modo, vemos como Pablo Iglesias relaciona a los ciudadanos, la soberanía y la patria, como un único ente. Además de este concepto, cabe destacar como ya lo hemos avanzado que Podemos se caracteriza por el uso de ciudadano como adjetivo y habla del plan de rescate ciudadano, de participación ciudadana y de soberanía, por supuesto, ciudadana.

Por último, cabe destacar el concepto de austeridad que aporta Podemos, contrapuesto completamente a aquel del Partido Popular. Podemos concibe la austeridad como la causa de los males que ha afectado a los ciudadanos. De este modo, tan populista, el partido de Pablo Iglesias apuesta por dar una connotación negativa al término y, así, conseguir más adeptos. Es pura manipulación política, como diría Alex Grijelmo. Podemos toma la siguiente acepción de la palabra *austero*: retirado, mortificado y penitente. De este modo, las medidas de austeridad del gobierno popular han torturado, figuradamente, al pueblo que él pretende proteger, puesto que es este pueblo el que ha sufrido las consecuencias de la crisis.

Como conclusión, podemos observar como el partido encabezado por Pablo Iglesias está utilizando el léxico de los otros partidos de una manera muy sutil. En su obra, George Lakoff proponía la creación de léxico nuevo para contrarrestar la presencia de los adversarios políticos. Sin embargo, se observa cómo Podemos no ha necesitado nada más que cambiar la connotación de los términos utilizados por los otros partidos políticos para situarse en primera línea electoral. Sin embargo, esto no es únicamente mérito del partido de Pablo Iglesias, que ha sabido aprovechar la situación actual del país, sino que también la población ha encontrado en este partido la forma de reflejar el hartazgo a las instituciones políticas, el hastío de la corrupción y el sufrimiento económico de la crisis.

## VI. Conclusiones

Si comparamos los tres discursos, se podría deducir que encontramos tres partidos completamente diferenciados, y dos extremos. En primer lugar, el discurso de Mariano Rajoy es un discurso conservador dentro de los principios del lenguaje político. Esto es así, ya que utiliza las contraposiciones, metáforas, la sufijación, tal y como hemos visto en el marco teórico, pero también su léxico es determinante. Las referencias a los españoles, a la equidad o a los intereses conllevan al PP a situarse en un extremo del lenguaje político, basado en una concepción realista del mundo y mucho más pragmático. Asimismo, el discurso no es novedoso dentro de la retórica del partido, ya que la contraposición de ideas o medidas con aquellas que tomó el partido socialista ha sido una constante del bipartidismo en la etapa democrática.

No obstante, el discurso de Pedro Sánchez se situaría en medio de estos dos extremos. Como hemos visto, Pedro Sánchez utiliza un léxico conservador en algunos momentos de su discurso, pero también hace alusiones terminológicas a Podemos. En este sentido, hemos visto como Pedro Sánchez se refiere a los ciudadanos y a los españoles, como utiliza términos generalmente asociados a los partidos de izquierda como desigualdad, pero, sobre todo, cabe destacar del PSOE el uso de palabras grandes con significados abstractos como dignidad o socialdemocracia, que denotan que el partido se fundamenta en conceptos puramente ideológicos, es decir, en palabras grandes de teoría política cuyo significado es complejo y abstracto. En este sentido, nos viene a la cabeza la cita de George Lakoff destacada anteriormente que dice que «cuando piensas que lo único que te falta son palabras, lo que realmente te falta son ideas. » (Lakoff, 2007) Este hecho también se aplica al léxico de Pedro Sánchez que está relacionado con Podemos, como lo son las referencias a las mareas ciudadanas o a la regeneración democrática. Se puede deducir que este uso del lenguaje del partido socialista se debe a la estrategia política. Por un lado, el partido socialista no quiere que la población le asocie con los populares, puesto que se relaciona los grandes casos de corrupción y las medidas de austeridad con este partido. Por esta razón, el PSOE toma prestados términos que evocan a Podemos. Sin embargo, el PSOE también “teme” a Podemos en cierto sentido, puesto que, en el momento de este discurso, tiene la sensación a través de las encuestas que Podemos puede quitar votos al partido socialista. De esta manera, el partido socialista se mueve entre los dos marcos conceptuales, terriblemente complejos. Este

hecho, la ambivalencia del partido, denota una falta de perspectiva y objetivo al que dirigirse políticamente.

Por último, el discurso de Pablo Iglesias muestra un marco conceptual totalmente distinto. Si atendemos al discurso, comprobaremos como Pablo Iglesias también habla con términos puramente políticos, como son las referencias a lenguajes técnicos, sobre todo al económico y al medioambiental. Sin embargo, la clave de la innovación de Podemos se encuentra en los cambios de connotaciones y no tanto como decía Lakoff en la creación de un marco conceptual. De este modo, comprobamos como conceptos como patriotismo o soberanía adquieren mucha más fuerza de la mano del populismo utilizado por Podemos. Como hemos visto el lenguaje es puramente populista, puesto que habla de las “gentes”, relaciona directamente al interlocutor o líder de Podemos con el pueblo a través de los pronombres y los verbos en primera persona (“mi gente”, “creo”...). Es preciso tener en cuenta también que, en este discurso, Pablo Iglesias no alude a los términos que hemos descrito anteriormente, como *casta* o *el régimen del 78*.

En este sentido, a la hora de responder a si el léxico utilizado por Podemos es la clave de su éxito, podemos responder con un rotundo no. Aunque el léxico de Podemos es importante e introduce cambios conceptuales muy interesantes, el éxito del partido se debe a un conjunto de factores, como la oratoria, la estrategia en las redes sociales, la aparición en debates televisivos, etc. El léxico es nuevo, pero si analizamos brevemente muchas de estas palabras clave de Podemos, vemos como el léxico no es novedoso. El éxito de Podemos se debe a un conjunto de factores apoyado por el momento idóneo para el auge del partido político. En un contexto diferente, pongamos una crisis económica pero sin hartazgo político, quizá el éxito de Podemos no hubiese sido tan rotundo. De esta manera, concluimos que el léxico de Podemos es un elemento más de todos aquellos que han conducido al auge del partido.

Asimismo, ha quedado claro a lo largo de la investigación que Podemos es obviamente un partido con un matiz populista muy importante. De hecho, hemos comprobado en el análisis como el final del discurso de Pablo Iglesias tiene un matiz populista muy fuerte a través de las referencias a la soberanía popular y a la descripción de lo que es la patria para él. En este sentido, no cabe duda que Podemos es un partido populista, incluso cuando esto es admitido, tal y como hemos visto en palabras de Monedero, por sus dirigentes. El uso de términos populistas en Podemos es claro, las referencias a la patria, al pueblo y sus gentes, y a los ciudadanos. Este hecho nos ayuda a contestar a la tercera

pregunta formulada, que nos lleva a observar el público al que llega el mensaje de Podemos. El léxico populista de Podemos llega más allá de sus ideas para gobernar. El nuevo marco conceptual establecido por Podemos no requiere introducir nuevos vocablos en política, sino dar un nuevo significado a otros. Son estos nuevos conceptos y sus connotaciones los que crean el marco conceptual en el que se mueve Podemos. Como ya hemos visto, Podemos se desmarca de las escalas izquierda y derecha, para enmarcarse en el radicalismo representado por el hartazgo hacia las instituciones políticas y para definirse como el nuevo método de hacer política. De este modo, es necesario comprender que el hastío hacia las instituciones políticas es generalizado a día de hoy. Podemos representa a través de su lenguaje, con carácter puramente ideológico, ese hastío que conduce al radicalismo y hacia la búsqueda de nuevos métodos, puesto que los anteriores han defraudado. De este modo, Pablo Iglesias asocia el concepto país o patria con las ideas de lo que tiene que ser un buen ciudadano. Esto supera con creces la escala izquierda y derecha, característica esencial del populismo. De esta manera, el mensaje que pretende transmitir y la posición en la que se sitúa Podemos llega a un público más amplio y tiene más alcance. No obstante, es necesario recordar que esto no se debe únicamente a su léxico sino a la presencia de Podemos en la sociedad.

No obstante, no se puede separar el populismo que caracteriza a la formación de las nuevas connotaciones léxicas, puesto que, como hemos visto a lo largo del trabajo, Podemos aporta nuevas connotaciones a términos puramente populistas. De esta manera, aunque el léxico de Podemos no tenga tanta repercusión en su éxito, el populismo, como eje del partido, requiere nuevas connotaciones léxicas para asegurar la continuidad, el auge y la victoria de Podemos.

## VII. Bibliografía

- Antón, A. (2015). Sobre el populismo. *Pensamiento Crítico*.
- Cabezas, E. A. (2000). *Aproximación al léxico del lenguaje político español*. Obtenido de Universidad de Málaga:  
<http://www.biblioteca.uma.es/bblldoc/tesisuma/1627684x.pdf>
- Campmany, E. (2012). *La 'nueva' política exterior española*. Obtenido de La ilustración liberal: <http://www.ilustracionliberal.com/52/la-nueva-politica-exterior-espanola-emilio-campmany.html>
- Campus, D. (2010). El lenguaje populista en el poder. *Revista de Sociología*, 151-164.
- Carretero, R. (21 de septiembre de 2014). ¿Qué es el populismo y quién es populista en España? *Huffington Post*.
- Charaudeau, P. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso y Sociedad*.
- Díez, A., & Rodríguez, J. (31 de enero de 2015). *El PSOE reivindica la socialdemocracia frente a Podemos y el PP*. Obtenido de El País:  
[http://politica.elpais.com/politica/2015/01/31/actualidad/1422706586\\_957809.html](http://politica.elpais.com/politica/2015/01/31/actualidad/1422706586_957809.html)
- Dijk, T. v. (2005). Política, ideología y discurso. *Quórum Académico*, 15-47.
- Fernández Lagunilla, M., & Otaola, C. (1984). Aproximación al discurso de la derecha en España. *Revista de Estudios Políticos*, 123-137.
- Gallardo Paúls, B. (2014). *Usos políticos del lenguaje*. Barcelona: Anthropos.
- Grijelmo, Á. (2014). *La seducción de las palabras*. Barcelona: Penguin Random House.
- Iglesias, P. (14 de septiembre de 2014). “El cambio político es posible en España y Podemos será determinante”. (O. Osuna, Entrevistador)

- Lagunilla, M. F. (2009). *La lengua en la comunicación política I: El discurso del poder*. Madrid: Arco Libros.
- Lagunilla, M. F. (2014). *La lengua en la comunicación política II: La palabra del poder*. Madrid: Arco Libros.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante*. Madrid: Editorial Complutense.
- Leicegui, Y. M., & Lugo, J. A. (2011). *Palabra y poder. Manual del discurso político*. México: Grijalbo.
- Lema, C. I. (2012). *El lenguaje político en campaña electoral: del discurso a la pragmática*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Lorenzo, L. A. (2009). Características del discurso populista. *ALICE*.
- Martín, J., Ruiz, R., Santaella, J., & Escáñez, J. (1996). *Los lenguajes especiales*. Granada: Comares.
- Maura, R. P. (1 de diciembre de 2014). Populismo sin ideario: de Le Pen a Podemos. *ABC*.
- Mena, M. B. (septiembre de 2005). *La competitividad después de la devaluación*. Obtenido de Zona económica: <http://www.econlink.com.ar/files/competitividad-devaluacion.pdf>
- Mesa, M. (45-54). Otras formas de cooperar: presión política y educación. *Papeles. Cuestiones Internacionales de Paz, Ecología y Desarrollo*, 1995.
- Miguel, A. d. (1985). Jergas y jerigonzas. En A. d. Miguel, *La perversión del lenguaje*. Madrid: Espasa Calpe.
- Miguel, A. d. (1985). *La perversión de las palabras*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Miguel, A. d. (2009). *La magia de las palabras*. Madrid: Infova Ediciones.
- Miguel, A. d. (19 de Septiembre de 2014). Podemos como lenguaje. *Libertad Digital*.

- Monedero, J. C. (2009). *El gobierno de las palabras*. Madrid: Fondo de cultura económica de España.
- Núñez Cabezas, E., & Guerrero Salazar, S. (2002). *El lenguaje político español*. Madrid: Cátedra.
- Orwell, G. (2009). *1984*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Podemos. (mayo de 2014). *Documento final del Programa Colaborativo*. Obtenido de Podemos: <http://podemos.info/wordpress/wp-content/uploads/2014/05/Programa-Podemos.pdf>
- Podemos. (marzo de 2015). *El cambio empieza en Andalucía*. Obtenido de Podemos: <http://andalucia.podemos.info/programa/>
- Podemos. (25 de febrero de 2015). *El otro estado de la nación. Turno de Pablo Iglesias*. Obtenido de Youtube: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_coIdjH-Ikc](https://www.youtube.com/watch?v=_coIdjH-Ikc)
- Río, E. d. (2015). ¿Es "populista" Podemos? *Página Abierta*.
- Rivero, J. (2014). *Conversación con Pablo Iglesias*. Madrid: Ediciones Turpial.
- Segurado, N. (20 de Octubre de 2014). El diccionario de Podemos: los conceptos fetiche del partido, desde la 'casta' a los 'círculos'. *20 minutos*.
- Solis, J. (20 de Julio de 2014). Podemos instaure sus términos en el lenguaje de los políticos españoles. *Voz Pópuli*.
- Torío, M. A. (2002). *Caracterización del lenguaje político*. Obtenido de Atti del XX Convegno [Associazione Ispanisti Italiani] : [http://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/16/16\\_009.pdf](http://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/16/16_009.pdf)
- Torreblanca, J. I. (19 de mayo de 2014). ¿Es PODEMOS un partido populista? *El País*.