



Análisis y didáctica del discurso político.

Analysis and didactics of political discourse.

DOI: 10.32870/sincronia.axxv.n80.21b21

Luisa A. Messina Fajardo

Università di Roma Tre. (ITALIA)

CE: lmessinafajardo@uniroma3.it / ID ORCID: 0000-0003-2795-1175

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional

Recibido: 08/09/2020

Revisado: 18/04/2021

Aprobado: 16/06/2021

RESUMEN:

En este estudio nos proponemos analizar fundamentalmente dos aspectos del discurso político: primero, las características del lenguaje empleado por los políticos en sus discursos. En esta ocasión analizaremos los discursos de Cristina Kirchner, José “Pepe” Mujica, Mariano Rajoy, Pablo Iglesias, Jordi Hereu, Felipe VI, Paolino Rivero, Matteo Renzi y Sergio Mattarella. En particular, nos proponemos comprobar el empleo de la metáfora. Las metáforas tienen el mérito de simplificar conceptos, transformándolos en situaciones más asequibles cognoscitivamente, pero también son importantes por la carga argumentativa y valorativa gracias a las asociaciones subjetivas a que dan lugar. En segundo lugar, queremos defender la utilidad del análisis de los discursos políticos en la enseñanza de las lenguas.

Por otro lado, pensamos que, visto que los políticos que hablan la lengua española no son todos españoles –muchos de ellos son latinoamericanos–, el estudio lingüístico se presenta interesante también desde el punto de vista de la variedad. Es importante que el estudiante de español estudie una lengua viva, real, un español auténtico que, a pesar de su



heterogeneidad, posee una fuerte unidad lingüística. Más allá de este aspecto didáctico, el análisis del discurso político es importante por su papel social; se le debe reconocer el de pretender educar al estudiante para que pueda reconocer e interpretar con competencia la realidad pintada por los políticos.

Queremos, en fin, resaltar el valor educativo que representa este género de estudio, y su valor como instrumento útil para reconocer e interpretar con competencia las acciones de hombres y mujeres capaces con sus palabras de cambiar la historia y el destino de la humanidad.

Palabras clave: Lenguaje. Político. Retórica. Metáfora. Poder. Persuasión.

ABSTRACT:

In this study we propose to fundamentally analyze two aspects of political discourse: First, the characteristics of the language used by politicians in their speeches. On this occasion we will analyze the speeches by Cristina Kirchner, José “Pepe” Mujica, Mariano Rajoy, Pablo Iglesias, Jordi Hereu, Felipe VI, Paolino Rivero, Matteo Renzi and Sergio Mattarella. In particular, we propose to test the use of metaphor. Metaphors have the merit of simplifying concepts, transforming them into more cognitively accessible situations, but they are also important due to the argumentative and evaluative load thanks to the subjective associations to which they give rise. Second, we want to defend the usefulness of the analysis of political discourses in the teaching of languages.

On the other hand, we think that, since the politicians who speak the Spanish language are not all Spanish –many of them are Latin American– the linguistic study is also interesting from the point of view of variety. It is important that the student of Spanish study a living, real language, an authentic Spanish that, despite its heterogeneity, has a strong linguistic unity. Beyond this didactic aspect, the analysis of political discourse is important due to its



social role; it must be recognized that it seeks to educate the student so that he can competently recognize and interpret the reality painted by politicians.

Finally, we want to emphasize the educational value that this type of study represents, and its value as a useful instrument to recognize and competently interpret the actions of men and women capable of changing the history and destiny of humanity with their words.

Keywords: Language. Political. Rhetoric. Metaphor. Power. Persuasion.

Introducción

Como podemos observar, los puntos que nos proponemos abordar son fundamentalmente dos. Trataremos, en primer lugar, el tema del análisis del discurso político y las características del lenguaje empleado por los políticos en sus discursos; nos proponemos, además, comprobar el empleo de la metáfora, puesto que esta figura retórica es importante debido a la carga argumentativa y valorativa que posee y también gracias a las asociaciones subjetivas a que da lugar (Fernández, 1999b). Para este trabajo, nuestro corpus lo constituyen nueve discursos emitidos por nueve políticos (cinco españoles, dos latinoamericanos y dos italianos): Kirchner, Mujica, Rajoy, Iglesias, Hereu, Felipe VI, Rivero, Renzi y Mattarella.

El segundo tema que queremos abordar está relacionado con la didáctica o enseñanza del lenguaje político. En la actualidad el conocimiento de los idiomas es un factor de promoción seguro para la inserción en el mundo laboral. La gestión de los escenarios internacionales en evolución y expansión constante se facilita precisamente gracias al conocimiento de una o más lenguas extranjeras. La situación de parálisis que enfrentan hoy los sectores económicos requiere el conocimiento de los idiomas, que no solo se traduce en la capacidad de mantener relaciones diplomáticas o conversaciones entretenidas. En el ámbito profesional, hablar una lengua extranjera implica hablar con competencia, empleando un lenguaje técnico correspondiente al propio campo de trabajo. En este estudio nos proponemos defender la didáctica de los lenguajes especiales o sectoriales, en especial nos ocupamos del lenguaje político. Queremos promover la utilidad del análisis de los discursos políticos en la



enseñanza de las lenguas por las siguientes razones: el análisis del discurso político es importante por su papel social; se le debe reconocer el de pretender educar al estudiante para que pueda reconocer e interpretar con competencia la realidad pintada por los políticos. Queremos enfatizar el valor educativo que representa este género de estudio, y su valor como instrumento útil para interpretar con competencia las acciones de hombres y mujeres capaces con sus palabras de cambiar la historia y el destino de la humanidad.

Felipe VI, al hablar del reinado de su padre, acentúa este valor histórico de la política: “Un reinado excepcional pasa hoy a formar parte de nuestra historia con un legado político extraordinario” [...] “Una nación forjada a lo largo de siglos de Historia por el trabajo compartido de millones de personas de todos los lugares” [...] “Apeló a los valores defendidos por mi abuelo, el Conde de Barcelona, y nos convocó a un gran proyecto de concordia nacional que ha dado lugar a los mejores años de nuestra historia contemporánea”. (2014).

También Pablo Iglesias es consciente de ese compromiso con la historia: “Qué bonito es ver a la gente haciendo historia” [...] “A los ciudadanos españoles nos toca ahora ser protagonistas de nuestra historia, y vamos a soñar, pero creyendo seriamente en nuestros sueños” [...] “Nosotros amamos a nuestro país, que hunde sus raíces en una historia de lucha por la dignidad”. (2015).

Paolino Rivero confirma el concepto cuando señala: “La política española está haciendo historia”. (2015).

Por otro lado, hemos de considerar que los políticos que hablan la lengua española no son todos españoles, muchos de ellos son latinoamericanos, por lo cual el estudio lingüístico se presenta interesante, también desde el punto de vista de la variedad lingüística. Es importante que el estudiante de español estudie una lengua viva, real, un español auténtico que, a pesar de su heterogeneidad, posee una fuerte unidad lingüística.



Análisis del discurso político

No todos los estudiosos están de acuerdo en que el lenguaje político sea un “lenguaje especial”. Algunos de ellos piensan que solo existen “usos políticos” del lenguaje y que no existe un verdadero lenguaje político.

Las dudas sobre si existe o no un lenguaje político son muchas, y abarcan investigaciones que se hallan reflejadas en las obras de estudiosos de gran calibre como Eugenio Coseriu (1987), Fernando Lázaro Carreter (1987), Manuel Alvar (1987, 1988, 1989), e, incluso, se manifiestan hasta en publicaciones recientes de investigadores especializados en la materia como Marina Fernández Lagunilla (1999a, 1999b), Miguel Rebollo Torío (2002) o Vincenzo Lo Cascio (1998), entre otros. Lo Cascio, en particular, incluye el lenguaje político en los tipos de lenguajes especiales e identifica su propio léxico y sus propios interlocutores. Nosotros concordamos con él.

A propósito de los interlocutores, generalmente el político, en busca de votos, se dirige a toda la sociedad. Por eso su lenguaje a menudo es ambiguo; su objetivo es el de convencer al mayor número de interlocutores. Se trata de una categoría de personas diferentes que se encuentran en situaciones totalmente disímiles. En el momento en que el político se halla en un ambiente institucional y se dirige directamente a sus colegas, su lenguaje se hace más formal y ritualizado. Desde que los medios de comunicación están presentes en todos los espacios públicos, hasta en el Parlamento, todos los discursos políticos se dirigen también a un destinatario indirecto, o sea, la sociedad.

De esto es consciente el ex-presidente uruguayo José “Pepe” Mujica en su visita de Estado a la Casa Blanca. Al inicio de su discurso dirigido al presidente Obama, Mujica no se olvida del público norteamericano que lo está mirando por televisión: “Nuestro reconocimiento al pueblo norteamericano y a sus instituciones representadas por usted, señor presidente Obama” [...] Pero transmita un abrazo a todos los agricultores de su nación”. (2014).



Ellos saben que toda la población española está escuchando sus discursos, por lo cual se dirigen también a las minorías. Así lo hace el rey Felipe VI durante su coronación y Pablo Iglesias durante la “Marcha del cambio”; saludan y se despiden recurriendo a otros idiomas cooficiales (catalán, gallego y vasco): “Muchas gracias. *Moltes gràcies. Eskerrik asko. Moitas grazas*” (2014) “*Bona tarda. Arratsaldeon. Boas tardes*. Bienvenidos a Madrid”. (2015).

A pesar del carácter oral del discurso, el texto está preparado previamente. Es por eso que en el discurso encontramos una mezcla de aspectos característicos del discurso oral y del escrito.

En cuanto al léxico, hay que distinguir las “palabras-clave” de las “palabras-testigo” (Lázaro Carreter, 1987). A diferencia de las primeras, que son bastante universales, las últimas tienen un significado definido (derivan de un contexto histórico). Debido a la rápida evolución del lenguaje, una palabra-testigo en pocos años puede desaparecer del contexto político, aunque siempre estará atada al ese momento histórico de que ha sido testigo.

Para Fernando Lázaro Carreter (1987, p.34), hay un «núcleo fuerte» (mejor usar las comillas inglesas) y una «periferia» en el lenguaje político. En el núcleo fuerte sitúa el léxico que se establece en el dominio de lo político (como democracia, nación, país, clases sociales). El problema que surge es que dicho léxico no es interpretado de la misma manera, ni por parte de los emisores ni por parte de los destinatarios, y su significado es diferente según el momento histórico; de ahí la ambigüedad y polisemia que caracteriza al lenguaje político. Pensemos en las palabras *democracia* y *república*, y en cómo han cambiado su significado a lo largo de la historia (Rebollo Torío, 2002, p.13); piénsese, además, en las dificultades que entrañan formas como *nación* y *nacionalidad* en la España de hoy.

El núcleo periférico, en cambio, suele estar constituido por una serie de palabras más fugaces, procedentes de la esfera del lenguaje general y que pueden llegar a constituir la clave de un momento histórico determinado. Rebollo Torío (2002, p.17) afirma a este respecto que: “Su adscripción a la esfera de lo político está motivada por varios factores inequívocos: su empleo por locutores políticos en ámbitos políticos con finalidades de significación política”. Rebollo Torío (2002, p.17) propone también algunos ejemplos, a saber: consenso, rodillo, globalización, dedazo.



La adscripción al lenguaje político de dichas palabras está motivada por factores concretos y finalidades bien específicas. Solo por dar un ejemplo, la palabra *globalización* es un término omnipresente en el léxico político que empezó a utilizarse a finales de los años 90. Pensamos que, sin ninguna duda, esta palabra se puede considerar testigo de la época en la que vivimos, puesto que el grado de penetración y el uso del término son bastante elevados. Por otro lado, y aquí pasamos a otro aspecto lingüístico importante, nos referimos a los neologismos, la palabra ha permitido crear términos nuevos como *globalifóbico* para aludir a quien está en contra del FMI y del Banco Mundial. Hoy en día solo hace falta mirar las páginas de cualquier periódico para toparse con la palabra *globalización* u otras relacionadas (mundialización, transnacionalización, multiculturalismo, multimegamuchaglobalización, eurolandia, euroscettico y mcdonaldizzazione). Esto último se justifica por el hecho de que el uso o la creación de palabras largas puede crear en el destinatario la ilusión de la gran sabiduría y de conocimientos profundos del político, de hecho ellos recurren a menudo a esta técnica.

La creación o solamente el uso de neologismos hace que el discurso sea actual y “de moda”. Pablo Iglesias utiliza el término *yayoflautas*, creado en 2012. La palabra aún se asocia al contexto de la *marcha* y de la manifestación política de los jubilados que salen a manifestar a las calles para protestar, no ya por ellos, sino por el futuro de sus hijos y nietos: “Esos abuelos y abuelas incansables a los que llaman “yayoflautas”, que defendiendo su dignidad defienden la de sus hijos y la de sus nietos”. (2015).

Los estudiosos del lenguaje político insisten en que la selección léxica es un arma fundamental en la estrategia política y se explica, casi siempre, por la relevancia de lo axiológico en el discurso político. Las marcas axiológicas han sido consideradas como marcas argumentativas; su función consiste en orientar hacia una conclusión favorable o desfavorable (Moeschler en Igualada, 2006, p.1.407). El uso frecuente de algunos términos que expresan juicios de valor, positivos o negativos, ha marcado la transformación de algunas palabras de simple terminología técnica en palabras clave. El uso de las marcas axiológicas para emitir juicios de valor sobre el oponente político con el fin de difamar su imagen y claramente favorecer la propia es, pues, muy frecuente. El



juicio negativo (marcas axiológicas negativas) sobre el oponente se puede expresar de miles de maneras. Una de las que elige la presidenta Kirchner para criticar, no solo a su directo concurrente, sino a los gobiernos, es la pregunta retórica: “¿Quiénes eran los que alimentaban a los opositores y les daban armas y les daban recursos como *Freedom Fighters*, luchadores de la libertad?” (2014).

Este aspecto es más evidente en la afirmación de Pablo Iglesias: “Las políticas del señor Rajoy no crean empleo, reparten miseria, empleos temporales y precarios por sueldos indignos. ¿Esa es su recuperación?, ¿esa es su recuperación?”. (2014).

A ellos les tenemos que sumar cientos de miles de autónomos y de falsos autónomos, de pequeños comerciantes y de empresarios que hacen malabares para llegar a fin de mes. Son los defensores del totalitarismo de los recortes y la austeridad los que están rompiendo España. (2014).

El lenguaje político es muy productivo, también, en cuanto a metáforas, que refuerzan la argumentación, la expresividad y la eficacia persuasiva, a la vez que simplifican la comprensión. Hay metáforas que pertenecen a diferentes campos semánticos; muchas de ellas son clasificadas como “metáforas estructurales” de Lakoff y Johnson (1986).

A continuación proporcionamos algunos ejemplos:

1. **Ámbito de la edificación:**

“construyó los cimientos de un edificio político”; “no se rompan nunca los puentes del entendimiento” (Felipe VI, 2014).

“construir entre todos un futuro mejor” (Iglesias, 2015).

2. **Ámbito militar o de guerra:**

“ganar la batalla por la creación de empleo” (Felipe VI, 2014).

“la lucha contra el cambio climático” (Hereu, 2009)



“luchadores de la libertad”; “se libró una batalla” (Kirchner, 2014)

“En esta batalla por la vida” (Mujica, 2014)

También en italiano: “*arrenderci all'inerzia*”; “*La sfida comincia da noi cittadini*”; “*La lotta alla povertà*”; “*una sfida per tutti*” (Mattarella, 2015).

3. **Ámbito da la anatomía, cuerpo humano y de la salud:**

“heridos en su dignidad” (Felipe VI, 2014)

“Esa gente valiente y humilde está en nuestro ADN” (Iglesias, 2015)

“*che il dialogo produca un contagio positivo*” (Mattarella, 2015)

4. **Ámbito onírico o del sueño:**

“Los sueños hay que empujarlos”; “es un cuento que se ha transformado en pesadilla” (Iglesias, 2015)

5. **Ámbito de la naturaleza:**

“hunde sus raíces” (discurso de Pablo Iglesias al finalizar la “Marcha del cambio” en Madrid, 2015)

“dibujando un panorama”; “no será un camino de rosas” (Rivero, 2015)

“a raíz de la creación de una Unidad Fiscal Especial” (Kirchner)

“*Siamo orgogliosi che la nostra Esposizione sia parte di questa semina. E vogliamo che produca frutti importanti*” (Mattarella, 2015)

6. **Ámbito del viaje:**

“los que se han visto obligados a irse puedan sacar un billete de vuelta” (Iglesias, 2015)

“ante uno de esos cruces de caminos” (Rajoy, 2011)

“llegar a Copenhague” (Hereu, 2009)



“cambiare rotta” (Mattarella, 2015)

7. **Ámbito de la economía:**

*“compren y vendan la dignidad y la belleza”; “compren y vendan las sonrisas”;
“la soberanía no se vende”* (Iglesias, 2015)

“meten la mano en la caja” (Iglesias, 2015)

8. **Ámbito del juego:**

*“nuestro destino se juega en y con Europa”; “donde se jueguen nuestros
intereses”* (Iglesias, 2015)

“In gioco ci sono le nostre responsabilità” (Mattarella, 2015)

El uso de las metáforas es más común entre las oposiciones que entre los presidentes. Es como si la retórica fuera un medio para tratar de alcanzar el poder, y no para preservarlo.

Otros recursos retóricos que se utilizan en discursos políticos son la similitud, la metonimia, la personificación y las paremias. Pareciera que citar datos numéricos, recordar eventos históricos y pronunciar citas de personajes célebres hace al político más culto y educado.

El recurso de la redundancia, la coordinación y la yuxtaposición en el discurso político solo sirven para ornamentar el mismo, puesto que no añaden ninguna información adicional.

La repetición de palabras o conceptos es típica de estos textos del discurso político. Un estudio de Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002) trata de contestar a la pregunta “¿Por qué el político recurre a la redundancia?”. Los estudiosos han individuado tres posibles razones:

- Para extender el discurso, como hace el líder de *Podemos*: “un Gobierno serio, un Gobierno responsable, un Gobierno que trabaja para su pueblo”;
- Para atraer la atención a través de hipérboles. Un ejemplo es el de Felipe VI: “tiempos de tragedia, de silencio y oscuridad”;
- Para utilizar palabras poco frecuentes.



No siempre la repetición alcanza su objetivo. A menudo no crea ningún efecto persuasivo y resulta ser una inútil extensión. Este es lo que ocurre, por ejemplo, cuando Cristina Kirchner repite en el Consejo de las Naciones Unidas: “Con sorpresa realmente, pero no con disgusto, con sorpresa, pero no con disgusto” (Kirchner, 2015).

La coordinación y la yuxtaposición no tienen ninguna finalidad, salvo buscar reacciones emotivas o efectos psicológicos sobre el oyente. A veces los políticos prefieren no ser concisos y directos, porque lo que dicen es algo controvertido, polémico o delicado, o simplemente porque se dan cuenta de que están hablando de algo muy sencillo y necesitan mistificar la realidad. Por eso emplean la estrategia estilística del circunloquio. Los circunloquios crean un efecto ampuloso y formal nominal constituido de sustantivos o pronombres y adjetivos que sustituyen a un único nombre.

Felipe VI se refiere a su padre diciendo: “En la persona del Rey Juan Carlos” (2014).

La misma estrategia se puede utilizar también con función interpeladora.

Marina Fernández Lagunilla (1999a) subraya el hecho de que el estereotipo de la manipulación de la verdad no es exclusivamente típico del lenguaje político. Es una característica que se encuentra en otros lenguajes también, pero en el contexto político la manipulación está dirigida al público más grande de todos, o sea, la sociedad entera.

Si escuchamos el discurso de Matteo Renzi “*sulla fiducia al Senato*” del 25 de febrero de 2014, podemos darnos cuenta de que en él están presentes todas las características antes citadas. En el discurso pronunciado en el Senado italiano, el primer ministro Renzi habla de la necesidad que Italia tiene de salir de la crisis, no solo económica, sino también institucional. Una crisis que ocupa los lugares de la burocracia, lenta y tortuosa; de la lucha entre los partidos políticos; de las reformas que el país tiene que enfrentar. Una crisis que “ha infectado” el sistema. Él en su discurso hace referencia a toda una serie de objetivos que el Gobierno se ha fijado: en la economía, en las finanzas, en el empleo. Por eso Renzi propone que esta sea la última vez que se vote, para que el



“camino” hacia una nueva política pueda realizarse. El discurso se ha pronunciado en el Senado, pero ha sido transmitido también por los medios de telecomunicación, por lo cual Renzi sabe que su auditorio es mucho más amplio.

Didáctica del lenguaje político

Más allá del objetivo general que nos proponemos cuando enseñamos análisis del discurso político, a saber: defender la utilidad del análisis de los discursos políticos por su papel social, o el procurar instruir al alumno para que pueda reconocer e interpretar con competencia la realidad contada por los políticos, queremos destacar el valor didáctico que tiene el poder familiarizar con los lenguajes especiales, con las diferentes variedades lingüísticas del español, con las diferentes normas cultas, dialectales, con las diferentes lenguas (cultas y populares), con los diferentes registros o estilos (formal o informal) gracias al estudio del lenguaje político.

Es importante que el estudiante del español como L2 estudie una lengua viva, real, un español auténtico que, a pesar de su heterogeneidad, posee una fuerte unidad lingüística.

Desarrollar este tema requiere poner en evidencia unos cuantos puntos fundamentales:

1. Hoy en día no se puede hablar de enseñanza de la lengua española como L2 sin tener claro el modelo de lengua que enseñar.
2. La didáctica de la lengua debe dar prioridad a los aspectos comunicativos y culturales, puesto que hablar es comunicar y comunicar quiere decir servirse de una lengua funcionalmente adecuada, según nos llevan a sostener los estudios actuales de la pragmática de la lengua.
3. Actualmente, las nuevas tecnologías nos permiten poder analizar la lengua más de cerca, la lengua real, auténtica, gracias al desarrollo de la lingüística del corpus. Además, Internet, Facebook, Twitter, y los social net en general, nos acercan cada vez más a la realidad lingüística.

El lenguaje político está también afectado por el fenómeno de la globalización. Sabedores de que vivimos en un mundo globalizado, nuestros dirigentes recurren ahora a medios de comunicación nunca antes utilizados, y ni siquiera imaginados, como son las redes sociales (Twitter y Facebook, Instagram, entre los más conocidos), a fin de hacer llegar a la ciudadanía no solo sus



propuestas y logros, sino también sus insultos y descalificaciones; a veces, curiosamente, esto último sobre todo. Es así como se han venido atesorando nuevas formas de interacción con la audiencia y los espectadores para alcanzar objetivos específicos dentro de un mundo globalizado. Sus discursos ahora pueden llegar a un público mucho más amplio y tener una mayor rapidez de divulgación gracias a estos novedosos medios de comunicación tan poderosos.

Volviendo al asunto de la variación lingüística, es indiscutible que el tema representa una realidad del español. Nuestra lengua está sujeta a condiciones internas y externas que impiden una homogeneidad absoluta. No obstante, debido a su carácter heterogéneo, nuestra lengua goza de un sistema constituido por varios subsistemas con rasgos comunes que permiten hablar de unidad lingüística. Esto es evidente cuando hacemos análisis del lenguaje político.

La elección del modelo de lengua a enseñar depende de las necesidades de los estudiantes. Pero también recordemos que es importante elegir entre un prototipo de lengua funcional en los cursos universitarios.

Conclusión

A la luz de lo que hemos estudiado, y como consecuencia del análisis de estos seis discursos, resulta comprensible el papel fundamental que el lenguaje ha revestido y reviste en el ámbito de la comunicación política. La decisión de tomar en consideración discursos pronunciados por líderes latinoamericanos e italianos se revela importante. Los discursos emplean un lenguaje emotivamente cargado; en ellos se implica a la población, se exalta la identidad, se manifiesta la idea de cambio, de tutela del patrimonio y de las culturas nacionales.

Los líderes se identifican con el pueblo, y por consiguiente utilizan una terminología al alcance de todos; a menudo generalizan, enfatizan y simplifican conceptos más complejos para no perder su influencia, sobre el público y para conseguir mayor consentimiento –sobre todo en el estrato medio–bajo de la población, más fácilmente influenciado por parte de los políticos–. Todo ello hace que esta tipología de análisis motive al estudiante.

Ha emergido de manera bastante evidente la voluntad de los líderes de romper con el



pasado e iniciar, o continuar, un nuevo recorrido para el cambio del *statu quo*. Hemos podido apreciar el efecto que la manipulación del discurso y el empleo enfatizado de determinadas características sintácticas y léxicas –como la metáfora, la personificación, la repetición y la ampulosidad– provocan sobre el oyente.

Para terminar, podemos decir que los líderes latinoamericanos, a diferencia de los europeos, tienen un lenguaje más amigable, popular, simple y directo. En los últimos años, sin embargo, también en Europa están tomando auge partidos y movimientos que se acercan al estilo de los líderes de América Latina, como por ejemplo *Podemos* en España o el *Movimento 5 Stelle* y la *Lega Nord* en Italia.

Para concluir, deseamos dejar abierta una reflexión acerca del segundo tema de este estudio, es decir, la importancia de la didáctica del lenguaje político. Para ello, recurrimos a un pasaje de la presentación del libro del Primer Congreso que reza así:

“Lo studio del linguaggio politico, e dell’analisi dei discorsi politici, rende lo studente (cittadino) capace di cogliere il vero significato dei messaggi trasmessi dai politici; in queste condizioni egli può riscattare la sua libertà di opinione, diventare il vero artefice delle scelte politiche in modo responsabile. Questo è forse l’aspetto sociale e umano più importante di questi studi”.

Referencias

Alvar, M. (1987). *El lenguaje político*, Madrid: Fundación Friedrich Ebert.

Igualada, D. (2006). Marcas Axiológicas en el discurso parlamentario. En Manuel Casado Velarde, Ramón González Ruiz y M. Victoria Romero Gualda (eds.). *Análisis del discurso: lengua, cultura, valores*. Actas del I Congreso Internacional. Madrid: Arco Libros. Vol. II, pp. 1405-1415.

Coseriu, E. (1987). Lenguaje y política. En Alvar, Manuel (Ed.), *El Lenguaje político*, 1987, Madrid: Fundación Friedrich Ebert, Instituto de Cooperación Iberoamericana, pp. 9-31.

Felipe VI (2014). *Discurso de Coronación*, leído en:



http://politica.elpais.com/politica/2014/06/19/actualidad/1403169017_929939.html 19 de junio.

Fernández, M. (1999a). *La lengua en la comunicación política I: el discurso del poder*. España: Arco Libros.

Fernández, M. (1999b). *La lengua en la comunicación política II: la palabra del poder*, España: Arco Libros.

Hereu, J. (2009). *Discurso de Bienvenida. Barcelona Climate Change Talks*. Leído en: <http://www.bcn.cat/climatechange/es/ben-hereu.html>

Iglesias, P. (2015). *Discurso con motivo de la Marcha del Cambio*. Leído en: <http://www.lamarea.com/2015/02/04/discurso-integro-de-pablo-iglesias-en-la-puerta-del-sol> 4 de febrero.

Kirchner, C. (2014). *Discurso ante el Consejo de Seguridad de la ONU*. Leído en: <http://www.cfkargentina.com/discurso-de-cristina-fernandez-de-kirchner-en-el-consejo-de-seguridad-de-la-onu> 24 de septiembre.

Lakoff, G.; Johnson, M. (1991). *Metáforas de la vida cotidiana*. España: Cátedra.

Lázaro, F. (1987). Viejo lenguaje. ¿Nuevas ideas? En Manuel Alvar (coord.), *El lenguaje político* (pp. 33-489). España: Fundación Friedrich Ebert.

Lo Cascio, V. (1998). *Gramática de la argumentación*, España: Alianza Editorial.

Mattarella, S. (2015). *Discurso en la Expo Milán 2015*. Leído en: <http://www.quirinale.it/elementi/Continua.aspx?tipo=Discorso&key=83> 5 de junio.

Messina L. (2016). *El lenguaje político. Características y análisis del discurso político con ejercicios y clave*. Italia: Maggiolo Editore.

Mujica, J. (2014). *Discurso en la Casa Blanca*. Leído en: <http://www.elobservador.com.uy/los-discursos-completos-mujica-y-obama-la-casa-blanca-n278325> 12 de mayo.

Núñez E. A. y Salazar, S. (2002) *El Lenguaje Político Español*, España: Cátedra.

Rajoy, M. (2011). *Mensaje a la Nación*. Leído en: http://politica.elpais.com/politica/2011/11/21/actualidad/1321833683_582220.html 21 de



noviembre.

Rebollo, M. Á. (2002). *Caracterización del lenguaje político*, Universidad de Extremadura. Centro Virtual Cervantes.

Renzi, M. (2014). *Discurso ante el Senado*. Leído en: <https://www.ilfattoquotidiano.it/2014/02/24/governo-renzi-il-discorso-per-la-fiducia-non-avete-avuto-il-coraggio-di-fare-le-riforme/892185/> 25 de febrero.

Rivero, P. (2015). *Canarias va mejor que España*. Leído en: <http://paulinorivero.com/2015/04/23/canarias-va-mejor-que-espana> 23 de abril.