

El lenguaje político en la aldea global

Marisa Regueiro

La vida política nos sume a menudo en la perplejidad no sólo por la sucesión de acontecimientos inesperados y graves, sino también por la expresión lingüística de sus actores, los de casa y los de la aldea global. Tanto en la campaña electoral como en la actuación cotidiana de gobiernos y partidos, el lenguaje adquiere un protagonismo indiscutible y se constituye en el centro de polémicas y actuaciones que van mucho más allá de su papel de transmisor de la información o de las decisiones adoptadas.

La preocupación por el discurso político no es nueva —ya Aristóteles desveló sus posibilidades y limitaciones, los peligros de su uso demagógico y su manipulación—, ha inspirado múltiples estudios lingüísticos contemporáneos y ha dado lugar a éxitos editoriales como el libro *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*, de George Lakoff, lingüista cognitivo e ideólogo del partido demócrata norteamericano. No es mi intención, ni mucho menos, hacer un análisis exhaustivo del lenguaje de la política, poderosa herramienta de persuasión y de poder, sino tan sólo tratar de acercar al lector a un modo crítico a la comprensión de algunos de sus recursos significativos.

Los actores y la imagen pública

Cuando los miembros del gobierno o los representantes de los partidos de la

oposición hacen uso del lenguaje, necesariamente han de tener en cuenta la peculiaridad de la situación comunicativa. Tratan de mantener una imagen pública que les permita justificar sus acciones o propuestas ante el receptor inmediato —los presentes en el parlamento o en el mitin multitudinario—, y ante la llamada *opinión pública*, designación que abarca al conjunto de los medios de comunicación y de los destinatarios indirectos —no presentes, pero sin duda los más importantes— de la sociedad en su conjunto.

En el acto de habla político el mensaje tiene una fuerza realizativa especial, muy distinta de la que caracteriza a la comunicación informal: la palabra del político —la expresión de las medidas adoptadas, sus promesas, etc.—, es en el acto mismo de enunciación, acción concreta o que esperamos se concrete; y si no fuera así, supondría la deslegitimación política —no lingüística— del enunciadore. La palabra política es acción y gran parte de la política se hace con palabras; aunque con importantes diferencias según el papel desempeñado por el emisor en el escenario político: independientemente de las ideologías, el presidente de gobierno, «como representante de todos, tiende a evitar la polémica»; el líder del partido mayoritario de la oposición «la busca puesto que su objetivo es conseguir el poder que se halla en manos del primero»¹.

Otras condiciones del contexto influyen decisivamente en la comunicación política, ya que para conseguir la reacción social o pública de adhesión en la diversidad de destinatarios, el político seleccionará muy cuidadosamente los recursos que considera más adecuados en cada caso. El discurso electoral *mitinero* prefiere el léxico muy connotado y recursos retóricos como metáforas, imágenes, expresiones coloquiales, símiles y chascarrillos más o menos ingeniosos, etc., que apelan a la parte emocional del auditorio y persiguen objetivos de agitación y seducción irracional. El discurso parlamentario emplea preferentemente —aunque no siempre— estrategias persuasivas dirigidas a la razón, a la parte intelectual del auditorio.

Las diferentes situaciones comunicativas implican una gran heterogeneidad de recursos y registros: vocabulario forjado en moldes léxicos de carácter popular —como la sufijación despectiva *la derechona* por la *derecha*, frases coloquiales como *sin ton ni son*, *a santo de qué*, etc., con las que se refuerza la intensidad emocional del juicio—; tecnicismos que pueden corresponder a una necesidad temática, pero también a un propósito de ampulosa ocultación (*balanza económica*, *cuota de mercado*, el *PIB*, etc.).

En síntesis, el lenguaje de los políticos está fuertemente condicionado por sus

comunicación política I: El discurso del poder, Madrid, 1999, Arco-Libros, p. 29.

¹ M. FERNÁNDEZ LAGUNILLA, *La lengua en la*

objetivos, por la situación y el contexto comunicativo. Tras cada procedimiento expresivo se esconde un propósito, una intencionalidad no siempre clara, forjada en los moldes de algunos de los rasgos generales del discurso político: el doble lenguaje, el carácter polémico y agitativo y el denominado *lenguaje políticamente correcto*.

El doble lenguaje

Cuando los nacionalistas hablan de *autodeterminación*, *autogobierno*, de la *nación catalana*, *gallega* o *vasca*, o se afirma que el concepto de *nación* «es discutido y discutible» para referirse al espinoso asunto de la organización del Estado, están utilizando la vaguedad semántica para evitar el compromiso ante un tema delicado por diversos intereses políticos, entre ellos, el de eludir la confrontación con el potencial aliado. La ambivalencia, la ambigüedad, la opacidad, son características generales del lenguaje político.

La elección nunca es inocente y la diferencia entre el uso legítimo —que persigue el interés general— y el abuso —manipulación demagógica— depende del grado y de la calidad, del medio y del fin. La ambigüedad se consigue con eufemismos, metáforas y símiles que contribuyen a la desesemantización, esto es, al desdibujamiento o anulación del significado lingüístico del término empleado, lo que puede llevar a una percepción

del *todo vale* en lo moral a partir del *todo vale* en el lenguaje.

La palabra —el habla— es la casa del ser. En su morada habita el hombre, dijo Heidegger; y el acuerdo social que implica la lengua que compartimos, en este caso se rompe en aras de un relativismo que lleva primero a la confusión del destinatario, y después al abandono del propósito de análisis y comprensión racional. La confusión del receptor resulta muy rentable en términos políticos, porque puede despertar una adhesión puramente emocional.

Las metáforas, muy presentes en el lenguaje político, contribuyen a la ambigüedad del mensaje. Algunas parecen construidas sobre la afirmación de Humpty Dumpty en *Alicia en el país de las maravillas*: «Las palabras significan lo que quien manda quiere que signifiquen». Existen metáforas genéricas como el viaje, el juego y el deporte, el espectáculo, la guerra, la misión, la comida, la práctica médica y los negocios: políticos de una y otra tendencia nos hablan del *viaje al centro*, del *tahur del Misissipi*, de la *champion league* que ganará nuestra economía, de *los actores de nuestra economía*, de *la explosión de la burbuja inmobiliaria*, de la *misión del FMI*, de la corrupción como *enfermedad* o *virus del cuerpo social*, de la *cultura del pelotazo*, o de la *difícil digestión de los índices bursátiles*.

Una de las metáforas más viejas y de más tradición es la marinera (el Estado como una nave), empleada tanto

por Mao, *el Gran Timonel*, como por los políticos de hoy, por ejemplo cuando se refieren al *rumbo de la economía que pone proa hacia el buen puerto* en boca del responsable económico, o cuando la oposición acusa al gobierno de *llevar el país a la deriva*. El mito del país como un edificio, tam-

nes se alían son las personas, no las civilizaciones, por lo que la expresión desplaza el valor de los individuos hacia los colectivos; pero *alianza* es una palabra de connotación positiva que elude cualquier implicación negativa, cualquier limitación, y de tanto prestigio como las permanentemente evocadas de *paz, libertad, tolerancia, talante*, verdaderos términos talismán.

*el lenguaje políticamente
correcto se puede definir
como la adecuación de las
palabras empleadas con los
valores sociales imperantes
en el seno de una sociedad*

El lenguaje *políticamente correcto*

Aristóteles, al referirse en la *Retórica* al discurso argumentativo político, ya señalaba la importancia de conseguir la adhesión del destinatario, para lo cual recomendaba conocer sus intereses, sus gustos, sus deseos y sus debilidades. En el discurso político actual, se percibe que esta recomendación juega un papel determinante para la seducción, que apela a la emoción y a los sentimientos del destinatario; y la persuasión, a su intelecto. El LPC, *lenguaje políticamente correcto* —expresión eufemística, por cierto—, persigue ambos objetivos. Se puede definir como «la adecuación de las palabras empleadas con los valores sociales imperantes en el seno de una sociedad, o lo que es lo mismo, la corrección de la lengua a una forma cortés y aséptica del significado tanto positivo como negativo de algunos términos»³.

bién frecuente en la *aldea global*, inspira metáforas como *los pilares del Estado, el edificio de protección social que hemos construido, el muro del miedo*.

Mucho se ha escrito respecto de la expresión *alianza de civilizaciones*, una bella metáfora que desdibuja, en aras de un posibilismo de amplias y esperanzadoras miras, el significado lingüístico de *civilización* («estadio cultural propio de las sociedades humanas más avanzadas por el nivel de su ciencia, artes, ideas y costumbres», según el DRAE)². En sentido estricto, quie-

² RAE: *Diccionario de la lengua española*, Madrid, 2001, Espasa, 22.^a ed.

³ F. COLLADO CAMPAÑA, «La contaminación política del lenguaje: el eufemismo, el disfe-

Pero cuando las palabras se modifican para presentarlas de un modo aséptico que no se corresponde con su significado lingüístico, no permiten diferenciar lo positivo de lo negativo. Esta tendencia de origen norteamericano, que se ha consolidado en el lenguaje político español en los últimos años y ha penetrado el administrativo y el periodístico, tiende a mantener un diálogo simultáneo con los distintos grupos de la sociedad. Se la ha vinculado a la Escuela de Frankfurt y a la ampliación de la hipótesis Sapir-Whorf que afirma, en el marco de la Asociación Americana de Antropología, que toda lengua conlleva una determinada visión de la realidad de los hablantes. La interpretación interesada de esta teoría lingüístico-antropológica —cuyos creadores jamás imaginaron aplicada al ámbito político— supone que, si el lenguaje condiciona la percepción de la realidad, también se puede cambiar el pensamiento y la realidad misma por medio del lenguaje.

Según José Antonio Martínez, la *corrección política* se concreta en «la actitud orientada a lograr cierta igualdad entre diversas minorías que componen una sociedad multicultural y multiétnica; pero revirtiendo el equilibrio de poder —lo que se llama *discriminación positiva*— a favor de las

mismo y lo políticamente correcto», en *Gibralfaro, Aula del Español Correcto*, julio-agosto 2007, n.º 50, p. 11. http://www.gibralfaro.uma.es/estilo/pag_1388.htm [en línea, 10/10/2008].

autodefinidas como *minorías oprimidas*: negros, mujeres, homosexuales, emigrantes, etc.»⁴.

En el contexto norteamericano, la denominación de *nigger* fue sustituida primero por *black* y luego por *Afro-American*, porque implicaba una limitación a sus derechos civiles. En la esfera del LPC, lo que se ha dado en llamar *política de género y lenguaje no sexista* afecta a aspectos básicos del sistema lingüístico como el género gramatical —identificado erróneamente con el sexo—, obligando a expresiones como la siguiente, con la que el político de turno abre su discurso: «*Señoras y señores, profesoras y profesores, alumnas y alumnos, amigas y amigos: Buenos días a todas y todos*».

Tachar de sexista al masculino genérico que abarca en nuestra lengua al femenino como en *El hombre es un lobo para el hombre*, o proponer la feminización de sustantivos como *miembro*, no ayudará a que la mujer alcance los puestos más altos en su profesión, pero sirve para sugerir cierta percepción de un interés reivindicativo en su favor por parte del emisor, amén de otras motivaciones relacionadas con el interés agitativo del mensaje político.

El **eufemismo** es uno de los recursos preferidos del LPC, porque como lo define el *DRAE*, es «una manifesta-

⁴ J. A. MARTÍNEZ, «El lenguaje (políticamente) correcto». Lección inaugural del Curso 2006-2007 de la Universidad de Oviedo.

ción suave o decorosa cuya recta y franca expresión sería dura o malsonante». La capacidad ocultadora del eufemismo hurta la información real y maquilla la cara más dura de la realidad. Como en el lenguaje periodístico que le sirve de correa de transmisión y de refuerzo del mensaje, los eufemismos son omnipresentes para referirse a las decisiones más polémicas: se habla de *recalificación del suelo* (en realidad, venta con la que se benefician promotores inmobiliarios y ayuntamientos), de *reconversión industrial* o *reestructuración empresarial* (cuando se designa un doloroso proceso de pérdida de empleo), de *agilizar el mercado* (para referirse a recortes en los derechos de los trabajadores); de *reajuste presupuestario* (sólo cuando el presupuesto va a la baja); de *interrupción voluntaria del embarazo* (cuando no se quiere decir *aborto*).

Ciertos eufemismos resultan escalofriantes en cuanto se los enfrenta al referente real, como *daños colaterales* que designa la matanza de miles de civiles inocentes en los *conflictos bélicos*, expresión esta que desdibuja el horror de la guerra; o los *ataques selectivos con bombas inteligentes* y la *limpieza étnica* que escamotean la cruda realidad del genocidio criminal.

La ambivalencia de la alusión eufemística, presente en la reticencia a nombrar la palabra *crisis*, convertida en *tabú* y sustituida por giros como *una leve y transitoria desaceleración*, un *ligero frenazo de la actividad económica*,

constituyen subterfugios paradigmáticos en el lenguaje político que pueden suponer una pérdida de credibilidad, pero, según el momento de la enunciación, también proporcionar un rédito electoral buscado.

Manifestar una actitud optimista respecto del futuro y ocultar a los electores los peores presagios y hasta los datos y hechos negativos confirmados —que preferimos no conocer, como una forma mítica de conjurarlos—, alimenta la confianza y despierta adhesiones. De ahí que también las voces que exageran las dificultades, los datos negativos, cuenten siempre con menos oídos dispuestos a escuchar, aunque la realidad se muestre tozuda al respecto. Son algunos de los efectos del LPC.

El carácter polémico y la intención agitativa

El discurso político es inseparable de la *construcción del adversario*, porque todo acto de enunciación política es y supone réplica. Como dice Rebollo, «en política, si no existe un adversario, hay que fabricarlo»⁵. Es más, el *adversario* se constituye en un recurso muy explotado por las dictaduras. La ironía, la adjetivación connotativa y valorativa, la negación fuertemente expre-

⁵ M. A. REBOLLO TORIO, «Filología parlamentaria», en *Jornadas de política y opinión pública*, Cáceres, 1993, Asamblea de Extremadura, p. 28.

siva en la reproducción de las manifestaciones del contrario tienen un efecto intenso de oposición, buscado, unas veces de forma educada y otras llegando al insulto, como demuestran ciertas manifestaciones de Hugo Chávez respecto de Estados Unidos, blanco preferido de sus diatribas incendiarias. Los calificativos de *irresponsable, ridícula, gratuita, hipócrita*, pueden ser reforzados con adverbios de fuerza hiperbólica: *decididamente irresponsable, falso de toda falsedad*.

La descalificación del adversario político también apela al uso lingüístico de las nominalizaciones o su negación a través de la pasiva refleja o de la frase impersonal: *el antipatriotismo de los que dicen que hay crisis, se puede pensar que la crisis está aquí, entonces se alzaban voces de incredulidad*, etc., anulan a la vez que acusan al contrincante. Esta característica lleva a otras, como el refuerzo dialéctico de los opuestos mediante la explicitación de los participantes: el *yo* se manifiesta para *decir, resaltar, querer transmitir*, y garantizar el enunciado; al tiempo que se opone al *usted* que *cree, piensa, está equivocado* o *miente*.

El compromiso del *yo* puede ocultarse con la forma del plural *nosotros, nuestro partido*, y se identifica con sus representados mediante *nosotros los ciudadanos, los demócratas que creemos*, para reforzar con más efectividad el enfrentamiento con *ustedes, los agoreros, los antipatriotas*. Basta con asistir a las sesiones parlamentarias para en-

contrar más de una muestra significativa de estos recursos.

Suele decirse que en política lo que importa no es el contenido, sino la fuerza de su emisión, para lo cual un recurso muy eficaz es la repetición, que intensifica la fuerza apelativa del mensaje y reviste a la idea expresada de un efecto emocional poderoso contra el contrincante. La repetición de una idea, en muchas ocasiones opaca en su naturaleza semántica, acerca el lenguaje político al publicitario. Tal es el caso de los lemas ambiguos, pero sugerentes, que se reiteran en las campañas electorales, como *Por el cambio, Merecemos una España mejor*. En determinadas ocasiones, una expresión reiterada tiene el carácter de una *mantra* que se dirige a la anulación del rival: ¿quién no recuerda el *Váyase señor González?*

La ironía, que se caracteriza por expresar lingüísticamente lo contrario de lo que se quiere decir, reviste un peligro: el de la interpretación errónea, contraria a la intencionalidad del hablante; por lo que sólo suele utilizarse cuando se tiene la certeza de que el destinatario comparte plenamente la situación comunicativa. Su presencia resulta esencial en mítines y en manifestaciones de determinados *ideólogos* que hablan para un público entregado, sobre todo cuando se acompaña de buenas dosis de humor paródico y crea en el auditorio una atmósfera de deslegitimación burlesca del oponente ausente.

El discurso político posmoderno de Lakoff

El interés que en los círculos *progresistas* —metáfora que los grupos *de izquierda* se han atribuido en el LPC— ha despertado el breve ensayo *No pienses en un elefante* de Lakoff, nos invita a considerar sus principios básicos porque permiten reconocer muchos de los recursos del escamoteo a los que nos tienen acostumbrados los políticos.

En esta especie de catálogo posmoderno de recomendaciones para que los demócratas retomen el poder frente a los republicanos, se plantea la teoría del *marco*, definido como la estructura cognitiva que organiza nuestro modo de ver el mundo. «Los *marcos* de referencia... forman parte de lo que los científicos cognitivos llaman el *inconsciente cognitivo*, estructuras de nuestro cerebro a las que no podemos acceder conscientemente, pero que conocemos por sus consecuencias: nuestro modo de razonar y lo que se entiende por sentido común. También conocemos los marcos a través del lenguaje. Todas las palabras se definen en relación a marcos conceptuales. Cuando se oye una palabra, se activa en el cerebro su marco (o su colección de marcos)».

Como «estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo», definen «las metas que nos proponemos, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello

que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones»⁶.

Algunas afirmaciones son muy reveladoras: *a)* «el lenguaje activa los marcos», por lo que «los nuevos marcos requieren un nuevo lenguaje»; *b)* la gente no vota según sus propios intereses, sino dependiendo de los valores con los que se identifica, los estereotipos culturales que se configuran en y desde los marcos «que están en un nivel tan profundo como el de las sinapsis de nuestro cerebro»; *c)* conocer el funcionamiento de estos modelos cognitivos es capital para el político.

Lakoff analiza dichos marcos, que identifica con la metáfora del país como una familia, presente en el sistema norteamericano: *el marco del padre estricto* determina una actitud conservadora (la de los republicanos), y *el marco de los padres protectores*, una actitud progresista, valores que llevan a una política de protección social, educación universal, igualdad, libertades civiles, justicia económica. De tal modo que, desde esta posición, bastante maniqueísta, para ganar las elecciones —que de eso trata explícitamente su propuesta—, deben adoptarse esos valores, para que activen los respectivos marcos con mensajes simples que, a través de los medios, se absorban y despierten una reacción emocional. Tras su afirmación de que «no es posible que los conservadores sigan ga-

⁶ G. LAKOFF, *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*, Madrid, 2007, Editorial Complutense, p. 17.

El lenguaje político en la *aldea global*

nando siempre», enuncia «once cosas que los progresistas pueden hacer», entre las que destacamos:

No pienses en un elefante⁷, si mantienes su lenguaje y su marco, y te limitas a argumentar en contra, pierdes tú, porque refuerzas su marco».

La verdad, por sí sola, no te hará libre.

Tienes que hablar desde tu perspectiva moral en todo momento.

Entérate de dónde vienen los conservadores... para intentar «predecir lo que dirán».

«Piensa en términos de grandes fines morales».

«Crea iniciativas progresistas a modo de pendientes resbaladizas».

Juega a la ofensiva, no a la defensiva.

Practica el cambio de marco cada día, en cada cuestión importante.

Háblales a las bases progresistas para activar el modelo protector de los votantes indecisos.

La recomendación n.º 9, *¡Únete! ¡Y coopera!*, resume los temas que se vinculan a los modos de pensar progresista: 1) socioeconómico; 2) de políticas identitarias; 3) ecologista; 4) libertario civil; 5) espiritualista, y 6) antiautoritario.

Sumamente significativas son algunas de las pautas prácticas para su defensa: «Empieza siempre hablando

de los valores, preferentemente de los que todos los americanos comparten, como: seguridad, prosperidad, oportunidades, libertad, etc. (...) Elige un marco en el que tu posición ejemplifique un valor que todo el mundo apoya, como la honestidad (...) No respondas nunca a una pregunta enmarcada desde el punto de vista de tu oponente (...) Busca historias en las que tu marco se construya dentro de la historia (...) Evita los debates a

*toda palabra es, a la vez,
significado lingüístico,
referencia y sentido;
la manipulación política que
supone perversión del lenguaje
modifica estos elementos a su
gusto y, de acuerdo con sus
propios intereses de
pervivencia en el poder, juega
con el sentido escamoteando
el verdadero significado*

gritos... El discurso civilizado es la forma de la moral progresista (...) Mantén la calma (...) Ten buen humor (...) Mantén el tipo. Tanto tu cuerpo como tu voz han de comunicar optimismo (...) Utiliza cuestiones polémicas, de las que funcionan a modo de cuña, casos en los que tu oponente traicionará algunas de sus creencias, diga lo que diga (...) Utiliza tú un lenguaje que describa con

⁷ Conservamos las cursivas del texto original (pp. 58-59).

precisión lo que él está diciendo para enmarcar la discusión a tu manera». No pocas de estas premisas parecen estar en la base de muchas intervenciones políticas españolas actuales.

Regeneración política y regeneración lingüística

En esta ceremonia de la confusión en la que a veces nos sumerge la expresión de los políticos, con sus recursos persuasivos y la repetición de eslóganes y medias verdades, percibimos una concepción de la política muy alejada de la época de predominio de las ideologías. La muerte de éstas ha llevado, con el innegable apoyo de los medios de comunicación, a la política como espectáculo. Con las más variadas estrategias elusivas, el *qué* dicen los políticos puede ser más difícil de captar que el *qué quieren* decirnos.

Tal vez tiene razón Harold Pinter, Premio Nobel de Literatura, cuando afirma con su proverbial escepticismo crítico que: «El lenguaje político, precisamente por ser usado por políticos, no se aventura en ninguno de los terrenos que le corresponderían, ya que la mayoría de los políticos, por las evidencias de que dispone, no están interesados en la verdad, sino en el poder y en la conservación de ese poder».

George Orwell ya anunció en 1946 el peligro de la manipulación política del lenguaje y advirtió de los efectos narcotizantes de las palabras: «tan

pronto se tocan ciertos asuntos, lo concreto se disuelve en lo abstracto y nadie es capaz de emplear giros del lenguaje que no sean trillados». Pero el autor de 1984 también manifestó su convicción de que el caos político está relacionado con la decadencia del lenguaje y que la regeneración moral y social de la política pasa necesariamente por el buen uso lingüístico: «Si nos liberamos de estos hábitos (el mal uso del lenguaje), podemos pensar con más claridad, y pensar con claridad es un primer paso hacia la regeneración política...»⁸.

Toda palabra es, a la vez, significado lingüístico (lo que designa en el sistema de la lengua), referencia (aquella realidad a la que se refiere) y sentido (lo que connota, lo que sugiere). La manipulación política que supone perversión del lenguaje modifica estos elementos a su gusto y de acuerdo con sus propios intereses de pervivencia en el poder o de triunfo electoral, juega con el sentido escamoteando el verdadero significado, en una labor de ocultamiento ante la cual sólo nos cabe una actitud crítica constante para descubrir qué se oculta, qué compromiso se elude o en qué *marcos* pretenden confundirnos con la ambigüedad de un mensaje engañoso. ■

⁸ G. ORWELL, *La política y el lenguaje inglés*. [1946] Palma: Universitat de les Illes Balears [en línea, ref. 11 de octubre de 2008] Disponible <<http://bioinfo.uib.es/^joemiro/teach/material/escritura/Polydres.pdf>>.