

ISSN: 0547-2121

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI "L'ORIENTALE"

Dipartimento di Studi Letterari, Linguistici e Comparati

ANNALI

SEZIONE ROMANZA

Direttore: Augusto Guarino

Comitato scientifico: Maria Teresa Cabré, Anne J. Cruz,
Giovanni Battista De Cesare, Marco Modenesi, Amedeo Quondam,
Augustin Redondo, Claudio Vicentini, Maria Teresa Zanola

Comitato di redazione: Paola Gorla, Lorenzo Mango, Teresa Gil Mendes,
Salvatore Luongo, Encarnación Sánchez García, Carlo Vecce

Segreteria: Jana Altmanova, Giovanni Rotiroti

LVIII, 2

Dicembre 2016

Tutti i contributi sono sottoposti alla doppia revisione anonima tra pari (*double blind peer review*).

Gli studiosi che intendano proporre contributi per l'eventuale pubblicazione sulla Rivista possono inviarli all'indirizzo: annaliromanza@unior.it.

Per ulteriori informazioni si invita a consultare il sito:
www.annaliromanza.unior.it.



UNIVERSITA DEGLI STUDI DI NAPOLI
"L'ORIENTALE"

ANNALI

SEZIONE ROMANZA

LVIII, 2

NAPOLI
2016

INDICE

SAGGI:

Anna Cerbo, <i>Commentaria di Tommaso Campanella ai Poëmata di Maffeo Barberini: un esemplare commento grammaticale e filosofico</i>	pag. 7
Roberta Morosini, <i>Alexandro ch'al mondo brigha diè Alessandro magno da Petrarca alla Difesa (1595) di A. Tassoni</i>	27
Leonardo Mancini, <i>Luigi Rasi e i quattro metalli della voce. Radici di una classificazione nella trattatistica declamatoria ottocentesca</i>	59
José Manuel Herrero Massari, <i>Libros de viajes medievales castellanos</i>	129
Guido M. Cappelli, <i>Por el alma y por el bolsillo. Literatura de viajes y viajes en la literatura en la edad media catalana</i>	159
Jacopo Varchetta, <i>El Método di Marcelo Piñeyro: il sottotitolaggio per il parlato spontaneo e le lingue per usi speciali</i>	183
Maria da Graça Gomes de Pina, <i>Da oralidade ao mito, do mito à escrita</i>	203
Mattia Luigi Pozzi, <i>La metodologia di Marta Petreu nella lettura della storia della Romania interbellica</i>	215
Paolo Vanini, <i>Cioran, l'utopia e il carnevale</i>	237
Giovanni Rotiroti, <i>Benjamin Fondane și Paul Celan: între foc și cenușă, o călătorie spre centrul cuvântului</i>	247
Irma Carannante, <i>La pubblicistica di Eugen Ionescu del 1937. La crisi culturale romena e il Personalismo come possibilità di recupero dello "spirituale"</i>	263
Francesca De Cesare, <i>El fantasma del populismo en la narración periodística</i>	279

NOTE:

Miguel Ángel Gómez Mendoza, <i>Una obra sobre Emil Cioran en lengua española: historia cultural, análisis filosófico y comparatismo</i>	pag. 301
Veronica Bernardini, <i>Las guerras de Concha Alós en un estudio de Amparo Ayora</i>	311
Claudio Salmeri, <i>Uno sguardo sulle traduzioni della letteratura italiana in polonia (fine ottocento - 1989)</i>	319

RECENSIONI:

Maurizio Fabbri, <i>Itinerari narrativi spagnoli inconsueti (Dal Neoclassicismo al Naturalismo)</i> , Panozzo Editore, Rimini 2016, 277 pp. (Giovanni Battista De Cesare)	335
<i>Le nuove frontiere della scuola – Periodico quadrimestrale di cultura, pedagogia e didattica. Numero monografico L'intuizione</i> , n. 42, anno XIII (novembre 2016), Medusa Editrice, Marsala 2016, 160 pp. (Micol Forte)	342
Philippe Gasparini, <i>Poétiques du « je ». Du roman autobiographique à l'autofiction</i> , Presses Universitaires de Lyon, Lyon 2016, 270 pp. (Serafina Germano)	346
Maria Francesca Bonadonna, <i>Le vêtement d'extérieur dans la terminologie française de la mode</i> , L'Harmattan, Paris 2016, 182 pp. (Claudio Grimaldi)	349
Maria Benedetta Collini, <i>Éclats de mythes dans la poésie symbolistes</i> , Mimesis Edizioni, Milan 2016, 252 pp. (Michele Bevilacqua)	351

ABSTRACT DEI SAGGI	355
---------------------------	-----

FRANCESCA DE CESARE

EL FANTASMA DEL POPULISMO EN LA NARRACIÓN PERIODÍSTICA

1. Introducción

Actualmente en Europa han surgido partidos de derecha y de izquierda que los medios de comunicación recogen bajo la etiqueta de populistas: Syriza en Grecia, Podemos en España, el Frente Nacional en Francia, Alternativa en Alemania, el Partido de la Libertad en Holanda, El Partido de la Libertad de Austria, UKIP en Inglaterra y el Movimiento 5 Estrellas y la Liga Norte en Italia. A todos estos partidos, independientemente de su posición ideológica, a veces se los considera populistas y, a veces, estos mismos rechazan esa etiqueta. El principal objetivo de este trabajo es estudiar la manera en que dos de los periódicos digitales más leídos en Italia y en España tratan el fenómeno del populismo en términos léxicos, sintácticos, según conceptos implícitos y metafóricos.

Concretamente, se analizan los artículos presentes en dos de los periódicos con mayor número de lectores españoles e italianos en su versión digital: “El País”, “ABC”, “la Repubblica” y el “Corriere della Sera”¹. El corpus está constituido por 309 noticias en lengua española (169 de “El País”, 140 de “ABC”) y 271 noticias en lengua italiana (146 del “Corriere della Sera” y 125 de “la Repubblica”), publicadas entre 2011 y junio de 2017. Para que el corpus sea fiable, se incluyen todos los artículos que el buscador de los periódicos digitales sugiere porque las palabras clave tecleadas “populismo/s” y “populista/s”, con sus traduc-

¹ En las citas de los ejemplos que se presentan, y en la tabla del corpus, se utilizan las siguientes abreviaciones: EP, ABC, IR, CdS.

ciones al italiano, están presentes en los titulares. Se confía en que esta comparación proporcione resultados significativos sobre cómo los nuevos discursos representan el conocimiento social.

Periódico	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	TOT
ABC		1		7	40	64	28	140
EP	1	7	12	31	26	57	35	169
CdS	13	16	21	16	23	28	29	146
IR	8	13	15	13	18	34	24	125

Tabla 1. - Corpus

Aunque en este estudio no se va a realizar una investigación contrastiva, que tenga como objetivo analizar los contenidos ideológicos por parte de los cuatro periódicos, se han elegido estos diarios para minimizar cualquier tipo de parcialidad debido a su pertenencia ideológica y para presentar una más amplia gama de perspectivas. Se han elegido los cuatro periódicos, entre los más leídos en España y en Italia, ya sea porque los diarios tienen la función de difundir conocimientos sociales, ya sea porque tienen una fuerte potencialidad de influenciar al público. A la prensa se le reconoce su función divulgadora de representaciones sociales, pero se le reconoce también la función de influir sobre la toma de decisiones en los procesos políticos a través de la *agenda setting*. El establecimiento de agenda orienta la atención del público hacia temas que se presentan como más relevantes². La selección de los temas, que van Dijk considera evidentemente más “intencional”³, origina visiones filtradas y esto es lo que determina el papel relevante y a veces polémico de los medios de comunicación. El presente trabajo nace gracias a estas observaciones y a la reflexión sobre las responsabilidades que la prensa tiene al moldear la opinión pública con respecto a un tema tan significativo para la vida social y la política actual.

² Con respecto a esto, véase M. McCombs, D. Shaw, *The agenda setting function of mass media*, in “Public Opinion Quarterly”, 36, 2, 1972, pp. 176-187.

³ T. A. van Dijk, *Ideología y análisis del discurso*, in “Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social”, 10, n. 29, 2005, p. 24.

La investigación se ha desarrollado dentro de un marco teórico de tipo pragmático, con una atención particular a los efectos del léxico en el plano inferencial. A tal fin, se hace referencia al “cuadrado ideológico” de van Dijk⁴. En concreto se quiere dejar patente la manera en que dicho término se manifiesta y se distribuye en los artículos, con el objeto de identificar los encuadres adoptados por la prensa para presentarlo en relación con la política actual. Para desvelar la estructura socio-cognitiva que subyace en la producción de los mensajes, y partiendo de la premisa de que el perfil ideológico de los periódicos influye en su práctica informativa, planteamos nuestros interrogantes en los siguientes términos: ¿qué enfoques proporcionan los periódicos analizados? y ¿qué función tienen las metáforas presentes?

A raíz de estas preguntas, por lo que se refiere al análisis propiamente dicho, en primer lugar se va a analizar el léxico con el que se hace referencia al fenómeno del populismo, para averiguar su comportamiento semántico y las connotaciones de las que goza en el cotexto lingüístico. Posteriormente, se proporcionarán algunas observaciones basadas en el análisis de las metáforas asociadas. La investigación se desarrolla dentro de los fundamentos teóricos de la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso⁵ y, también, en los estudios sobre la metáfora⁶.

⁴ «Por razones contextuales obvias, no todo lo que sabemos sobre un acontecimiento necesita ser incluido en el significado de un discurso, de tal modo que los hablantes/escribientes hacen una selección, y es esa selección la que es susceptible de múltiples formas de control ideológico. La restricción general es la relevancia contextual: se expresan aquellas proposiciones que el hablante/escribiente piensa que el receptor debiera saber. Es obvio que esas decisiones sobre relevancia pueden ser en beneficio del hablante/escribiente [...]. Este último principio es parte de una estrategia global de la comunicación ideológica que consta de los siguientes movimientos: 1. Expresar/enfatizar información positiva sobre Nosotros. 2. Expresar/enfatizar información negativa sobre Ellos. 3. Suprimir/des-enfatizar información positiva sobre Ellos. 4. Suprimir/des-enfatizar información negativa sobre Nosotros» (T. A. van Dijk, *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*, Gedisa, Barcelona 1999, p. 333).

⁵ Entre otros: R. Fowler, *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*, Routledge, Abingdon 1991; N. Fairclough, *Media discourse*, Edward Arnold, London 1995; L. Martín Rojo, R. Whittaker (a cura di), *Poder decir o el poder de los discursos*, Arrecife Producciones, Madrid 1998; T. A. van Dijk, *Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico Epistémico del discurso*, in “Revista de Investigación Lingüística”, 13, 2010, pp. 167-215; G. Weiss, R. Wodak (a cura di), *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity*, Palgrave Macmillan UK, Houndsmills 2003; R. Wodak (a cura di), *Critical Discourse Analysis*, SAGE Benchmarks in Language and Linguistics London 2013.

⁶ I. Olza Moreno, *Metáfora y argumentación en el lenguaje político y la prensa españoles*:

La teoría de los encuadres noticiosos⁷ es útil para investigar cómo los medios de comunicación organizan y estructuran las informaciones sobre un determinado asunto desde diferentes enfoques. El proceso de encuadrar conlleva la selección de “algunos aspectos de la realidad percibida, haciéndolos más sobresalientes en el texto comunicativo”⁸.

2. El populismo

El diccionario Treccani aclara que el término nace como traducción al inglés del ruso *narodničestvo*. Se trata de un movimiento político y cultural que se desarrolló en Rusia entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Luego, por extensión, se define populismo como una posición ideológica que resalta de forma demagógica al pueblo como detentor de valores totalmente positivos. Con referencia al mundo latinoamericano, el término define la praxis política caracterizada por la relación directa entre un líder carismático y las masas. En ámbito artístico y literario la expresión tiene que ver con la representación idealizada del pueblo, al que se le considera como ejemplo ético y social. La definición que proporciona la RAE, es, a su vez, mucho menos extensa: “1. m. Popularismo (Tendencia o afición a lo popular en formas de vida, arte, literatura, etc.); 2. m. Tendencia política que pretende atraerse a las clases populares. U. m. en sent. despect.”. En la edición de 2001 de María Moliner se lee: “Doctrina política que pretende defender los intereses de la gente corriente, a veces demagógicamente”.

A partir de una acepción neutra, a lo largo del tiempo la palabra se ha ido cargando de connotaciones y queda claro que el concepto se pue-

aproximación a las metáforas relacionadas con el “proceso de paz”, in “Estudios de lingüística: E.L.U.A.”, 22, 2008, pp. 213-242.; J. Charteris-Black, Corpus approaches to critical Metaphor analysis. Palgrave-Macmillan, London 2004; A. Mussolf, Political Metaphor Analysis: Discourse and Scenarios, Bloomsbery Academics, London 2016.

⁷ B. Gallardo Paúls, S. Enguix Oliver, *Estrategias de encuadre discursivo en periodismo político: análisis de un corpus de titulares*, in “Círculo de lingüística aplicada a la comunicación”, 58, 2014, pp. 90-109; T. Sábada, *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires 2001; D. A. Scheufele, *Framing as a Theory of Media Effects*, in “Journal of Communication”, 49, 1, 1999, pp. 103-122.

⁸ R. M. Entman, *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*, in “Journal of Communication”, 43, 4, 1993, p. 52.

de enfocar desde diferentes perspectivas: como ideología, como estrategia lingüística o como “estilo político”, que se realiza y se encarna en diferentes manifestaciones políticas y culturales⁹.

Para averiguar su frecuencia de uso en la prensa española, es útil consultar los recursos online de la RAE. Si efectuamos una búsqueda en el Corpus Diacrónico del Español (CORDE), el corpus textual de la RAE que incluye ejemplos desde los inicios del idioma hasta el año 1974¹⁰, el uso del término en los periódicos no figura. En cambio, el Corpus de Referencia del Español Actual (CREA), el banco de datos de la Academia que va desde 1975 hasta 2004¹¹, registra su uso a partir de 1985, como se ve en la siguiente tabla, que se ha obtenido seleccionando los resultados que aparecen en la prensa española:

Año	%	Casos	País	%	Casos	Tema	%	Casos
1994	16.17	11	ESPAÑA	100.00	72	<i>Política, economía, comercio y finanzas.</i>	66.66	48
1995	13.23	9				<i>Artes.</i>	16.66	12
1996	11.76	8				<i>Ciencias sociales, creencias y pensamiento.</i>	8.33	6
1997	11.76	8				<i>Ocio, vida cotidiana.</i>	8.33	6
2004	10.29	7						
1988	7.35	5						
1989	5.88	4						
1985	4.41	3						
1987	4.41	3						
Otros	14.70	10						

Tabla 2 - CORDE. Estadísticas en la prensa española

⁹ B. Moffit, *The global rise of populism: performance, political style and representation*, Stanford 2016, Stanford University Press.

¹⁰ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Banco de datos (CORDE) [en línea]. Corpus diacrónico del español. <<http://www.rae.es>> [15/05/2017].

¹¹ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Banco de datos (CREA) [en línea]. Corpus de referencia del español actual. <<http://www.rae.es>> [15/05/2017].

Además del simple dato numérico, que atestigua concretamente un incremento del uso de dicho término en los periódicos de lengua española, se muestran también cuáles son los ámbitos temáticos en los que aparece con mayor frecuencia. El ámbito de la política, como era previsible, coincide con la aparición de los gobiernos de perfil populista en Latinoamérica en aquellos años. No se ha considerado el Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES XXI), formado por textos comprendidos en el período 2001 a 2015, porque, por el momento, en internet solo hay disponible una versión provisional y no se le considera una fuente fiable.

Si tecleamos “populismo” en los buscadores de los periódicos contemporáneos, por los miles de resultados, notamos una abundante presencia en su uso descriptivo y valorativo. La fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA), que se ocupa de salvaguardar el uso del español en los medios de comunicación, ha elegido la palabra populismo como palabra del año 2016. Entre las doce candidatas había otras que pertenecían al ámbito de la política (sorpaso, abstenciocracia, posverdad), pero esta fue elegida, ya que, según Lascuráin (coordinador general en Fundéu BBVA) “lleva algún tiempo en el centro del debate político” y “desde el punto de vista lingüístico está viviendo un proceso de ampliación y cambio de significado, cargándose de connotaciones a menudo negativas”¹². Javier de Santiago Guervós, en su estudio sobre la relexicalización de “populismo”, destaca que antes que la definición técnica del término, importa registrar su uso valorativo, que es el que predomina:

Desde el punto de vista del discurso político, importa mucho menos la definición descriptiva, técnica de lo que significa *populismo/populista* (doctores tiene la RAE que seguro que encontrarán el punto justo para describir tal forma de hacer política), que su uso valorativo que, sin lugar a dudas, va a tener mucho mayor protagonismo en la vida política y una frecuencia de uso infinitamente mayor¹³.

¹² <<https://www.fundeu.es/recomendacion/populismo-palabra-del-ano-2016-para-lafundeu-bbva>> [29/09/2017].

¹³ Javier de Santiago Guervós, *La relexicalización en el discurso político actual: el ejemplo de populismo a través de la prensa española*, in “Boletín de la Real Academia Española”, 95, 312, 2015, p. 498.

Según como se está utilizando actualmente, el término populismo es impreciso, equívoco, debido a su indeterminación y a la vaguedad de la cantidad de significados que se le atribuyen. Ha ido cambiando su significado original al evolucionar y se ha desarrollado a partir de sus primeras manifestaciones, siendo involucrado en la actualidad en los discursos políticos y en los de los medios de comunicación.

3. Populismo y populista

En el caso objeto del presente estudio es difícil definir el significado del término populismo, ya que se verifican variaciones en el uso. Este fenómeno es muy evidente en el corpus en lengua española. Los emisores se ven constantemente en la necesidad de definir de qué tipo de populismo se está hablando, como en los ejemplos del 1 al 10¹⁴:

(1) *El populismo de Iglesias y Le Pen, contra la UE* ("ABC", 15/03/2017)

(2) *El populismo de Donald Trump conquista la Casa Blanca* ("ABC", 09/11/2016)

(3) *El populismo de izquierda tiene elementos democratizadores [...] ¿Qué recetas contra el populismo de derechas?*¹⁵ ("ABC", 29/06/2016)

(4) *El populismo de Virginia Raggi, frente al de Rita Maestre en Madrid* ("ABC", 7/06/2016)

(5) *El populismo de Carmena* ("ABC", 21/08/2015)

(6) *El populismo malo o negativo es el de Berlusconi y demás caudillos afines*¹⁶ (EP, 4/03/2013)

(7) *Marco Rubio surge como alternativa al populismo de Trump y Cruz* ("ABC", 29/06/2016)

(8) *Los grandes partidos alemanes llaman a votar para frenar al populismo xenófobo* ("ABC", 13/03/2016)

(9) *P. ¿Un populismo elitista?/ R. No elitista, sino mainstream*¹⁷ (EP, 9/05/2017)

¹⁴ En los ejemplos presentados se ponen en cursiva todos los títulos de los artículos.

¹⁵ «El populismo de Le Pen es un fascismo disfrazado de democracia».

¹⁶ *Populismos*.

¹⁷ «Macron ha inventado el populismo 'mainstream'».

(10) En Francia, el populismo de extrema derecha y el populismo de extrema izquierda tienen muchos puntos en común¹⁸ (“ABC”, 01/12/2014)

No existe diferencia entre derecha e izquierda, no importa que Iglesias, Trump, Cruz, Raggi, Carmena, Rita Maestre tengan ideas políticas diferentes. Todos los actores políticos se reúnen bajo la etiqueta de populismo. Además de las expresiones presentes en los primeros 10 ejemplos, con función descriptiva, en el mismo corpus aparecen otras que tienen que ver con elementos valorativos (en cursiva en los ejemplos presentados) añadidos por los emisores del mensaje:

(11) Rajoy: «El populismo es demagogia barata, solo crea pobreza y división» (“ABC”, 26/01/2017)

(12) El Papa, al semanal «Die Zeit»: «El populismo es malo y termina mal, como muestra el siglo pasado» (“ABC”, 09/03/2017)

(14) Estas salidas [...] vienen a confirmar la escasa distancia que va del populismo al *idiotismo*¹⁹ (“ABC”, 24/08/2015)

(15) Los *riesgos* más visibles ahora mismo son el populismo y la ola antieuropeísta que recorren buena parte del continente²⁰ (“ABC”, 20/02/2017)

“ABC” lo relaciona a menudo con la demagogia (*El populismo y la demagogia*, «*letales*» para la democracia, “ABC” 09/10/2015; “Pues la demagogia o populismo, tanto de izquierda como de derecha [...]”, “ABC”, 03/01/2017), de la misma forma, lo asocia a los recortes de libertades (“Cien días de populismo y recorte de libertades”, “ABC” 20/09/2015).

En el corpus en lengua italiana, se hace referencia a una variedad inferior de los nuevos populismos. Las que están presentes se refieren a categorías generales (ejemplos: 22 y 23), en algunos casos temporales (ejemplos: 16 y 20) o de posicionamiento ideológico (ejemplos: 18 y 21), en otros casos remiten a ejemplos pertenecientes al ámbito italiano (ejemplos: 17 y 19):

¹⁸ *Populismo sin ideario: de Le Pen a Podemos.*

¹⁹ *Feminismo, populismo, idiotismo.*

²⁰ *España y Francia unen fuerzas para impulsar la UE frente al populismo.*

- (16) Un fenomeno diverso dal populismo classico²¹ (IR, 19/12/13)
 (17) *Reynié: Quello del Front National è un populismo stile Fallaci* (IR, 31/03/2014)
 (18) fronteggiare la vera sfida politica che ha davanti a sé con il nuovo populismo antipolitico²² (IR, 01/04/2014)
 (19) [L'Italia] Poteva passare dal populismo di Berlusconi al populismo di Grillo e invece ha scelto la politica²³ (IR, 27/05/2014)
 (20) *Il populismo di oggi e quello del 1993* (CdS, 28/5/17)
 (21) *I laburisti britannici tra leninismo e populismo* (CdS, 20/04/17)
 (22) *Il populismo del potere* (IR, 06/12/2016)
 (23) [...] bisogna capire se il populismo morbido del presidente del Consiglio è la migliore barriera contro il populismo duro dei lepenisti nostrani²⁴ (IR, 07/12/2015)

Según el uso que se hace en el corpus de prensa analizado, las expresiones “populismo” y “populista” manifiestan una gran variedad de significados. A menudo se las usa para marcar la distancia con el interlocutor, al que se le considera molesto:

- (24) Para la derecha europea es un populista, una amenaza tóxica al sistema²⁵ (ABC, 30/08/2015)
 (25) Se les puede tachar de populistas, de nacionalistas, de extremistas²⁶ (EP, 07/05/2017)
 (26) Gli hanno dato del clown, del provocatore, del populista e del pazzo²⁷ (IR, 22/05/2014)
 (27) *Alla ricerca di un equilibrio migliore tra i tanti elogi e l'accusa di populismo* (CdS, 12/03/2015)

A este propósito, Núñez Cabezas y Guerrero Salazar han clasificado estos términos políticos como expresiones con connotación de insulto, señalando una acepción cargada de un matiz despectivo²⁸.

²¹ Lo studioso Yves Mény: *Populismi ed Europa così nasce il disagio*”.

²² *Cambiare per fermare i populismi*.

²³ *Renzi fissa i paletti alla Ue Italia argine contro i populist*.

²⁴ *I nostri populist e il vento d'Oltralpe*.

²⁵ *Populismo Trump*.

²⁶ *La Unión Europea y el populismo*.

²⁷ *Europopulismi: la sorpresa di Farage in Gran Bretagna*.

²⁸ E. A. Núñez Cabezas, S. Guerrero Salazar, *El lenguaje político español*, Cátedra, Madrid 2002, p. 81.

4. El uso de las metáforas

Entre los recursos discursivos que pueden crear percepciones negativas está el uso de la metáfora, cuya función de persuasión es la que se ha subrayado dentro de los estudios sobre la argumentación y el análisis del discurso. Charteris-Black afirma que la posibilidad de persuasión de este recurso reside en la evocación de actitudes, sentimientos y pensamientos humanos²⁹. Los elementos lingüísticos se enriquecen de un significado simbólico que va más allá del simple contenido semántico y que remite a otro sistema conceptual compuesto de experiencias reales y concretas. Todo ello con la función pragmática de crear estructuras argumentativas que guíen las inferencias de los lectores.

A partir de mediados del siglo XX aparecen autores relevantes en el campo de la filosofía y de la lingüística que se ocupan de la metáfora para atribuirle un papel destacado en el estudio del lenguaje. La vieja figura de dicción recobra su prestigio e incluso lo refuerza al ser valorada como un mecanismo cognitivo que nos permite conceptualizar diferentes dominios basados en la experiencia. Nace así lo que se ha llamado teoría de la metáfora conceptual, una corriente iniciada por Lakoff y Johnson³⁰ y continuada por los mismos autores y otros cognitivistas³¹:

We have found, on the contrary, that metaphor is pervasive in everyday life, not just in language but in thought and action. Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature³².

²⁹ J. Charteris-Black, *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*, Palgrave, Macmillan, Basingstoke, New York 2005, p. 41.

³⁰ G. Lakoff, M. Johnson, *Metaphors we live by*, The University of Chicago Press, Chicago y Londres 1980.

³¹ G. Lakoff, *Some empirical results about the nature of concepts*, in "Mind & Language", 4, 1 y 2, 1989, pp. 103- 129; G. Lakoff, M. Turner, *More than cool reason*, University of Chicago Press, Chicago y Londres 1989; M. Johnson, *The body in the mind: the bodily basis of meaning, reason and imagination*, University of Chicago Press, Chicago 1987; J. Grady, *Theories are building revisited*, in "Cognitive Linguistics", 8, 4, 1997, pp. 267-290; G. Lakoff, M. Johnson, *Philosophy in the flesh. The embodied mind and its challenge to western thought*, Basic Books, New York 1999; I. Olza Moreno, *art. cit.*; A. Mussolf, *op. cit.*

³² Lakoff y Johnson, *Metaphors...* *cit.*, p. 3.

En relación al uso de esta herramienta en contextos discursivos del ámbito político se distinguen tres aspectos fundamentales: la importancia de la metáfora como instrumento de procesamiento de información, la metáfora como elemento generador de una relación parte/todo y el carácter persuasivo de la metáfora. Por lo que se refiere a la metáfora como instrumento procesador de información, esta teoría parte de la dificultad del oyente de procesar toda la información recibida y, por consiguiente, la necesidad de utilizar esquemas o gráficos que ayuden a las personas a seleccionar y a elaborar de un modo limitado todo el potencial informativo. Bajo esta óptica, la metáfora transmite de un modo conciso un amplio contenido. El segundo aspecto de la metáfora, como elemento generador de una relación parte/todo, es que las metáforas sencillas hacen comprensibles asuntos complejos y logran que la población se sienta parte del proceso político y apoye las acciones emprendidas por los políticos. Con respecto al tercer aspecto se puede decir que las metáforas conforman nuestras percepciones, afectan a estructuras cognitivas latentes³³, despiertan sentimientos³⁴ y conducen a consecuencias lógicas. Al igual que las metáforas implican soluciones a los problemas, proponen, al mismo tiempo, tipos de actuación. Por ejemplo, si se habla del populismo en términos de lucha (“En la primera batalla, el populismo ha sido abollado, pero no vencido”, EP 17/03/2017) se sugiere la necesidad de acción, unidad y planes estratégicos; además, se considerará a todos los que se identifican con el populismo como enemigos. La metáfora puede influir en nuestras creencias ya que activa asociaciones emocionales que afectan a nuestras escalas de valores. Todo ello se lleva a cabo con la trasposición de asociaciones positivas o negativas presentes en las palabras o verbos que se usan para crear esas nuevas relaciones:

One of the characteristics emerging from metaphor studies of press reporting is that metaphors provide colourful and accessible means of explaining abstract notions. They can also be used

³³ D. Stone, *Policy paradox and political reason*, Scott Foresman, Glenview 1988.

³⁴ M. Edelman, *The symbolic uses of politics*, University of Illinois Press, Urbana 1964; M. Edelman, *Politics as symbolic action: mass arousal and quiescence*, Markham, Chicago 1971.

to convey the values of the journalist (or the newspaper for whom they are writing) and thereby influence the reader's interpretation of current political issues. Speakers cannot escape metaphors that have become the established ways of referring to political ideas but these metaphors can be modified to accommodate shifts in political position³⁵. (Charteris, 2005, p. 16)

Uno de los recursos lingüísticos más peculiares de la metáfora, y muy presente en nuestro corpus, es el uso de la personificación. La personificación, que se define como la atribución de aspectos humanos a cosas inanimadas, la encontramos en los periódicos analizados con rasgos más o menos parecidos:

(28) El populismo se está disfrazando ahora de socialdemocracia³⁶ (ABC, 17/06/2016)

(29) [...] el populismo cae³⁷ (ABC, 27/06/2016)

(30) *El populismo sí usa coche oficial* (ABC, 24/05/2016)

(31) *El populismo amordaza la prensa* (ABC, 07/03/2017)

(32) El populismo adormece y corrompe la política³⁸ (ABC, 27/12/2012)

(33) «*El populismo cabalga a lomos de la crisis*» (ABC, 24/06/2016)

(34) *El populismo roba los feudos nacionalistas* (ABC, 28/06/2016)

(35) *El populismo se dispone a zarandear al sistema lo que haga falta* (EP, 08/02/2017)

(36) *De qué se nutre el populismo* (EP, 19/04/2017)

(37) Reduce, limita, quita y manipula derechos, más allá de su retórica acerca del pueblo³⁹ (EP, 18/10/2014)

(38) Il populismo forse ha i piedi d'argilla⁴⁰ (CdS, 31/03/2017)

(39) Il populismo, invece, cavalca lo spaesamento, la confusione e il disagio in cui versa la popolazione⁴¹ (CdS, 30/10/2012)

(40) Il populismo di estrema sinistra sembra riuscire a esercitare

³⁵ Charteris-Black, J., *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*, Palgrave, Macmillan, Basingstoke, New York 2005, p. 16.

³⁶ Francesc de Carreras: «*El populismo cree que el poder de la calle es superior al de la ley o el Derecho*».

³⁷ *Feijóo recupera la mayoría absoluta de diputados mientras el populismo cae*.

³⁸ *Populismo*.

³⁹ *Idem*.

⁴⁰ *Germania verso il voto, le lacrime di Petry, il populismo è in crisi*.

⁴¹ *Il populismo si batte con l'innovazione*.

un suo appeal⁴² (CdS, 20/04/2017)

(41) *Il Papa ai 28 capi di governo Ue «Populismo figlio dell'egoismo»* (CdS, 24/03/2017)

(42) *Ma sia in Usa che in Europa il populismo cresce* (IR, 26/2/17)

(43) *Il populismo chiede una relazione empatica, dunque anche d'istinto*⁴³ (IR, 1/04/2014)

(44) [...] è un populismo che si nutre di tutte le paure collettive⁴⁴ (IR, 07/12/2015)

(45) Si capisce che a questo crocevia tra la solitudine e la ribellione stia accampato il populismo, interessato ad entrambe⁴⁵ (IR, 26/02/2016)

Para el periódico "ABC" (ejemplos del 28 al 34), el populismo se disfraza, cae, usa coches, cabalga, pero también amordaza la prensa, adormece y corrompe la política, roba feudos. Los elementos presentados con términos humanos que se refieren a acciones negativas producen y justifican determinadas acciones en contra de este fenómeno (ejemplos: 32, 34, 37, 39, 41, 44). La personalización es una categoría general que abarca a un amplio número de metáforas, cada una de las cuales selecciona diferentes aspectos de una persona, o diferentes modos de tratarlos⁴⁶. De hecho, en el corpus objeto de estudio, se encuentran diferentes aspectos, basados siempre en una constante interacción con el ambiente físico y cultural:

(46) *Rajoy acusa al populismo de ser el peor enemigo de la economía* (ABC, 04/09/2016)

(47) *Porque ese populismo que hoy amenaza con triunfar en España o Francia, que ya se ha impuesto en Grecia*⁴⁷ (ABC, 16/03/2016)

(48) *Cifuentes: «El populismo ya no es una amenaza, es una realidad dañina»* (ABC, 11/07/2016)

(49) *En la primera batalla, el populismo ha sido abollado, pero no vencido*⁴⁸ (EP, 17/03/2017)

⁴² *I laburisti britannici tra leninismo e populismo.*

⁴³ *Cambiare per fermare i populismi.*

⁴⁴ *I nostri populisti e il vento d'Oltralpe.*

⁴⁵ *Il populismo d'Occidente che cancella i moderati.*

⁴⁶ G. Lakoff, M. Johnson, *Metaphors...* cit.

⁴⁷ *Populismos.*

⁴⁸ *¿Ya es primavera en Europa? Holanda enseña que la batalla contra el populismo puede ganarse.*

- (50) *¿Cómo (no) lidiar con el populismo?* (EP, 25/11/2016)
- (51) *Para desarmar al populismo es preciso un acuerdo entre los partidos que quieren devolver su crédito a la democracia* (EP, 14/07/2016)
- (52) Il populismo emerge come il grande nemico della democrazia⁴⁹ (CdS, 27/03/2017)
- (53) *Il populismo si batte con l'innovazione* (CdS, 30/10/2012)
- (54) Di qui, la chiamata alle armi: «La lotta contro il populismo, dal mio punto di vista, è una missione sia in Italia sia in altri Paesi»⁵⁰ (CdS, 16/10/2013)
- (55) Uno scenario horror che fa capire bene perché vale la pena combattere il populismo⁵¹ (IR, 26/05/2016)
- (56) «È in atto un attacco globale contro i diritti umani: in guardia contro i populismi» (IR, 18/01/2017)
- (57) *La ministra svedese Wallstroem: «Contro i populismi, la sinistra torni alle sue radici»* (IR, 13/12/2016)

En los ejemplos del 46 al 57 al “populismo” se le atribuyen rasgos humanos, pero, esta vez, se le presenta más concretamente como a un enemigo o como una amenaza contra la que hay que luchar. Este recurso retórico permite enmarcar narrativamente las tácticas que los actores sociales quieren llevar a cabo para solucionar el conflicto. La estrategia metafórica de “el populismo es un enemigo” fomenta la acción por parte de quien legitima la propuesta, y establece las relaciones entre los actores sociales, reforzando la cohesión del grupo. Cumple la función de llamar a la unidad y actuar en contra del adversario. El emisor recalca su divergencia con el rival y contemporáneamente manifiesta su lealtad hacia el público de referencia. La intención es infundir empatía con la finalidad de crear unión en contra de un proceso amenazante.

Cualquier metáfora que englobe interacciones competitivas, consta también de metáforas orientacionales. La acción se concibe como un movimiento que se irradia hacia una determinada dirección. La más común en nuestro corpus es la de avance-acercamiento con referencia al populismo, usada en contextos de enfrentamiento. Como en el caso de los ejemplos del 58 al 65:

⁴⁹ *La democrazia può sconfiggere il populismo.*

⁵⁰ *E il premier lancia l'allarme sul populismo.*

⁵¹ *G7 con l'incubo populismi: Obama inseguito dall'ombra di Trump.*

(58) Y como solución a esos «problemas», para la dirigente popular esas opciones moderadas permiten «neutralizar y frenar esa demagogia que promueve, por ejemplo, Unidos Podemos»⁵² (ABC, 11/07/2016)

(59) El presidente del PP en Castellón, Javier Moliner, ha defendido durante el congreso del PP europeo que se ha celebrado en Malta la necesidad de apostar por políticas “que funcionan” y que se centran en el sentido común frente al avance de los populismos⁵³ (ABC, 23/04/2017)

(60) ¿O logrará la recuperación detener el avance de líderes que insisten en proponer soluciones seductoramente simples para problemas realmente complejos?⁵⁴ (EP, 23/04/2017)

(61) *Frenar el avance del populismo* (EP, 11/09/2016)

(62) Sarebbero i grillini quindi, non il Pd a trazione renziana, l'argine alla «deriva populista e nazionalista»⁵⁵ (CdS, 21/03/2017)

(63) [...] un'Europa sempre più spaventata dall'avanzare dei populismi⁵⁶ (CdS, 31/03/2017)

(64) Noi, invece, teniamo botta rispetto al populismo che avanza⁵⁷ (IR, 26/05/2014)

(65) *Renzi fissa i paletti alla Ue. Italia argine contro i populist* (IR, 10/06/2017)

En el caso del ejemplo 58, cabe poner de manifiesto que se recurre también a la función referencial metonímica de la expresión “esa demagogia”. Se enlaza y destaca una particular característica del fenómeno populista para aumentar la fuerza discursiva de la metáfora. Los ejemplos del 58 al 65 muestran cómo el avance se encierra dentro de un marco interpretativo de una fuerza a la que se debe poner freno, y lleva al lector a reconocer estos elementos como fuentes de preocupación y de alarma, asociándolos a inferencias negativas. Un recurso parecido, es el de describir el populismo como una oleada, como un viento fuerte, como un virus, como una enfermedad, en fin, como un peligro que asusta:

⁵² Cifuentes: «El populismo ya no es una amenaza, es una realidad dañina»

⁵³ Moliner defiende el sentido común frente a los populismos durante el congreso del PP europeo.

⁵⁴ *A vueltas con el populismo.*

⁵⁵ Bersani: Cinque Stelle forza di centro. No a larghe intese contro i populist.

⁵⁶ Berlusconi, 20 minuti con Merkel «Io garanzia contro il populismo».

⁵⁷ Europee 2014, Serracchiani: “Sconfitto il populismo, la rabbia non paga”.

(66) La batalla política se hace muy dura en Italia, donde el viento del populismo sopla con fuerza⁵⁸ (ABC, 13/11/2016)

(67) *Rajoy pide defender los logros de la Unión Europea para frenar la oleada de populismos* (ABC, 08/12/2016)

(68) ¿El populismo? La enfermedad senil de las democracias⁵⁹ (EP, 30/12/2016)

(69) Un fantasma recorre Europa: el del populismo⁶⁰ (EP, 22/10/2015)

(70) *Come si può arginare l'ondata di populismo che minaccia di travolgere le due sponde dell'Atlantico?* (CdS, 16/12/2016)

(71) *Perché il Giappone è immune al virus del populismo* (CdS, 01/01/2017)

(72) *Rifondare la sinistra per battere il pericolo populista* (IR, 12/02/2017)

(73) *Il Sì al referendum dei Giovani industriali "Chi dice No diffonde il virus del populismo"* (IR, 22/10/2016)

5. Conclusiones

El populismo es un fenómeno presente en el contexto histórico y político contemporáneo, así como en el discurso público y en los medios de información. La idea del presente estudio nace de la voluntad de investigar las modalidades con las cuales los periódicos analizados han construido el discurso sobre el populismo en el momento actual, para averiguar si hay disconformidades o si existe un enfoque argumentativo constante. El corpus está constituido por 580 noticias (169 de "El País", 140 de "ABC", 146 del "Corriere della Sera" y 125 de "la Repubblica") publicadas entre 2011 y junio de 2017, todas en su versión digital. En concreto, la intención de este trabajo ha sido trazar las coordenadas lingüísticas y las estrategias discursivas que los periódicos analizados han utilizado para describir el populismo contemporáneo. Para responder a nuestros interrogantes (¿Qué enfoques proporcionan los periódicos analizados? y ¿Qué función tienen las metáforas

⁵⁸ Agnese, el arma de Matteo Renzi contra el avance del populismo italiano.

⁵⁹ ¿Qué es el populismo?

⁶⁰ El fantasma del populismo espanta a la derecha europea. Dirigentes populares de Grecia, Noruega, Italia y España debaten en Madrid sobre el auge de los populistas.

presentes?), en el párrafo 3 se ha observado que, desde un punto de vista léxico, el término se utiliza con connotaciones negativas, elemento este reforzado y convalidado en el párrafo 4 por el análisis del uso de la metáfora en nuestro corpus. La construcción metafórica “el populismo es un enemigo/es un virus/es una oleada...” nos induce a considerar este fenómeno como si estuviera constituido por fuerzas contrarias que nos amenazan y de las cuales tenemos que defendernos. Tales elementos son fuentes de preocupación y peligro, y se relacionan, por tanto, con inferencias negativas. El análisis de tipo cualitativo del corpus objeto de nuestro estudio ha revelado la tendencia común de los cuatro periódicos a utilizar estrategias argumentativas que generan un encuadre negativo.

La connotación polémica con la que se ha utilizado el término, en el discurso periodístico analizado, revela el uso de una etiqueta cuyos perfiles son tan amplios que engloba a movimientos diametralmente opuestos y que justifica la evaluación de la expresión como despectiva, con la que acusar a un adversario político de ser demagogo o antipolítico o de tener vocación autoritaria. La etiqueta de populista se ha aplicado a cosas muy diversas: la popularidad, la demagogia, el éxito electoral, el estilo de protesta, el nacionalismo, el separatismo, la xenofobia contra los inmigrantes, el racismo. Encuadrar el fenómeno, o mejor dicho, las diversas experiencias de este fenómeno como si fuera una plaga creciente parece revelar la intención de una toma de distancia de las responsabilidades por parte de los emisores.

5. Bibliografía

- AA. VV., *Populist communication in Europe*, Routledge Research in communication Studies, New York 2017.
- Charteris-Black J., *Corpus approaches to critical Metaphor analysis*. Palgrave-Macmillan, London 2004.
- Charteris-Black J., *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*, Palgrave, Macmillan, Basingstoke, New York 2005.
- De la Torre C. (a cura di), *The Promise and Perils of Populism: Global Perspectives*, University of Kentucky Press, Lexington 2012.

- Edelman M., *The symbolic uses of politics*, University of Illinois Press, Urbana 1964.
- Edelman M., *Politics as symbolic action: mass arousal and quiescence*, Markham, Chicago 1971.
- Entman R. M., *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*, in "Journal of Communication", 43, 4, 1993, pp. 51-58.
- Fairclough N., *Media discourse*, Edward Arnold, London 1995.
- Fowler R., *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*, Routledge, Abingdon 1991.
- Gallardo Paúls B., Enguix Oliver S., *Estrategias de encuadre discursivo en periodismo político: análisis de un corpus de titulares*, in "Círculo de lingüística aplicada a la comunicación", 58, 2014, pp. 90-109.
- Grady J., *Theories are building revisited*, in "Cognitive Linguistics", 8, 4, 1997, pp. 267-290.
- Johnson M., *The body in the mind: the bodily basis of meaning, reason and imagination*, University of Chicago Press, Chicago 1987.
- Lakoff G., *Some empirical results about the nature of concepts*, in "Mind & Language", 4, 1 y 2, 1989, pp. 103-129.
- Lakoff G., *The contemporary theory of metaphor*, in A. Ortony (a cura di), *Metaphor and thought*, Cambridge University Press, Cambridge 1993, pp. 202-251.
- Lakoff G., Johnson M., *Metaphors we live by*, The University of Chicago Press, Chicago y Londres 1980.
- Lakoff G., Johnson M., *Philosophy in the flesh. The embodied mind and its challenge to western thought*, Basic Books, New York 1999.
- Lakoff G., Turner M., *More than cool reason*, University of Chicago Press, Chicago y Londres 1989.
- Martín Rojo L., Whittaker R. (a cura di), *Poder decir o el poder de los discursos*, Arrecife Producciones, Madrid 1998.
- McCombs M., Shaw D., *The agenda setting function of mass media*, in "Public Opinion Quarterly", 36, 2, 1972, pp. 176-187.
- Moffitt B., *The global rise of populism: performance, political style and representation*, Stanford 2016, Stanford University Press.
- Mussolf A., *Political Metaphor Analysis: Discourse and Scenarios*, Bloomsbury Academics, London 2016.

- Núñez Cabezas E. A., Guerrero Salazar S., *El lenguaje político español*, Cátedra, Madrid 2002.
- Olza Moreno I., *Metáfora y argumentación en el lenguaje político y la prensa españoles: aproximación a las metáforas relacionadas con el "proceso de paz"*, in "Estudios de lingüística: E.L.U.A.", 22, 2008, pp. 213-242.
- Sábada T., *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires 2001.
- Santiago Guervós Javier de, *La relexicalización en el discurso político actual: el ejemplo de populismo a través de la prensa española*, in "Boletín de la Real Academia Española", 95, 312, 2015, pp. 471-500.
- Scheufele D. A., *Framing as a Theory of Media Effects*, in "Journal of Communication", 49, 1, 1999, pp. 103-122.
- Stone D., *Policy paradox and political reason*, Scott Foresman, Glenview 1988.
- van Dijk T. A., *News as Discourse*, Erlbaum, Hillside 1988.
- van Dijk T. A., *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*, Gedisa, Barcelona 1999.
- van Dijk T. A., *Ideología y análisis del discurso*, in "Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social", 10, n.29, 2005, pp. 9-36.
- van Dijk T. A., *Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso*, in "Revista de Investigación Lingüística", 13, 2010, pp. 167-215.
- Watson J., *Representing realities: an overview of news framing*, in "Keio Communication Review", 29, 2007, pp. 107-131.
- Weiss G., Wodak R. (a cura di), *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity*. Palgrave Macmillan UK, Houndsmills 2003.
- Wodak R. (a cura di), *Critical Discourse Analysis, SAGE Benchmarks in Language and Linguistics* London 2013.

