

Demkina A.

Patriotismo y crisis territorial española en el discurso de Podemos

Anastasia Demkina, Doctoranda,
Universidad MGIMO, Moscú, Rusia.
a.v.dyomkina@yandex.ru

Resumen. Este artículo tiene como fin estudiar de una manera integral el enfoque con que el discurso político del partido español Podemos trata los conceptos de patriotismo y nacionalismo. El estudio determina qué lugar desde la perspectiva de la lingüística cognitiva ocupan en la retórica de la institución política los conceptos de “patria”, “patriotismo”, “patriota”, “Estado”, “bandera nacional”. El presente análisis revela la actitud del partido al problema del independentismo catalán desde el plan discursivo y pone de manifiesto las debilidades de la estrategia de comunicación del partido morado al respecto. El estudio se realiza a base de discursos pronunciados por los líderes de Podemos en el Parlamento, artículos de relevancia, así como los tuits emitidos por los portavoces del partido desde 2014 hasta principios de 2018. La metodología aplicada incluye la aproximación discursiva, el método de análisis de contenido, el análisis de marcos.

En el transcurso del trabajo se establece que el partido Podemos desarrolla una interpretación única del fenómeno “patriotismo” en el marco del contexto social y cultural de España. A diferencia de otros políticos de la historia española, los ideólogos de Podemos fueron los primeros en conectar el concepto de “patriotismo” con la posibilidad de que los representantes de tal o cual nacionalidad puedan aprovechar las libertades civiles y los beneficios sociales de su país.

Palabras clave: discurso político, pragmatolingüística, lingüística cognitiva, patriotismo, Podemos, comunicación política.

Anastasia Demkina

Patriotism and the Spanish territorial crisis in the discourse of Podemos

Abstract. This article aims to study, in an integrated way, how the Spanish party Podemos deals with the concepts of patriotism and nationalism in the sphere of the political discourse. The study examines what place in terms of cognitive linguistics the concepts of “homeland”, “patriotism”, “patriot”, “State”, “national flag” occupy in the rhetoric of the present political institution. The analysis reveals how the party has dealt with the problem of the Catalan independence movement applying the discursive theory and highlights the weaknesses of the Podemos communication strategy in this regard. The study is conducted on the basis of remarks made by the leaders of Podemos in Parliament, articles of relevance, as well as tweets issued by party spokesmen from 2014 to the beginning of 2018. The research methodology includes the discursive approach, the method of content analysis, the analysis of frames.

The investigation comes to the conclusion that Podemos develops a unique interpretation of the phenomenon “patriotism” in the Spanish social and cultural context. Podemos has been the first to connect the concept of “patriotism” with the

possibility that citizens can take advantage of civil liberties and public service of their country.

Keywords: political discourse, pragmalinguistics, cognitive linguistics, patriotism, Podemos, political communication.

Анастасия Дёмкина

Патриотизм и испанский территориальный кризис в дискурсе «Подemos»

Аннотация. Статья представляет собой интегрированное исследование концептов патриотизма и национализма в политическом дискурсе испанской партии «Подemos». С позиции когнитивной лингвистики в дискурсе политической организации анализируется роль таких понятий, как «родина», «патриотизм», «патриот», «государство», «государственный флаг». В результате проведенного анализа автор приходит к выводу о том, что «Подemos» использовала теорию дискурса для преодоления проблемы стремления Каталонии к независимости. Помимо этого, указывается на то, какие просчеты были допущены в каталонской коммуникационной кампании. Материалом для исследования послужили выступления лидеров «Подemos» в Парламенте, тематические статьи, а также твиты официальных представителей партии с 2014 г. по начало 2018 г. Методология включает в себя дискурсивный подход, метод контент-анализа, а также фрейм-анализа.

В конечном счете автор приходит к заключению о том, что «Подemos» удалось развить уникальную интерпретацию феномена «патриотизма» в испанском социальном и культурном контекстах. «Подemos» стала первой испанской партией, которая увязала концепт «патриотизма» с возможностью населения активно пользоваться гражданскими правами и свободами, как и услугами системы социального обеспечения.

Ключевые слова: политический дискурс, прагматическая лингвистика, когнитивная лингвистика, патриотизм, «Подemos», политическая коммуникация.

En el discurso del partido Podemos, desde que esta formación apareció en la escena política española se presta mucha atención a los temas “patria”, “patriotismo”, “Estado”. El partido izquierdista de Pablo Iglesias se involucró en una dura lucha con las fuerzas de la derecha por la oportunidad de proporcionar a los votantes su propia interpretación del concepto “patria”. A primera vista esto parece paradójico, dado que Podemos es de la izquierda, y en la tradición política española la retórica de patriotismo es más frecuente entre las fuerzas de la derecha. El patriotismo fue una parte integral de la ideología de la derecha española en la época del dictador Francisco Franco. Los partidos de la izquierda española, los comunistas y socialistas, aunque se esforzaban en promover su propio concepto del patriotismo, nunca eran capaces de alcanzar las alturas de la derecha en esta carrera. La izquierda perdió la iniciativa después de sufrir la derrota en la Guerra Civil española (1936–1939), cuando la victoria de los franquistas contra los republicanos legitimó que se hubiera establecido la doctrina de nacionalcatolicismo. A pesar de que la izquierda también hacía hincapié en la importancia del concepto “patria” para sus electores, era difícil para ellos promover un concepto positivo del nacionalismo porque cualquier manifestación del patriotismo o nacionalismo se percibía por la sociedad como retorno a la retórica del franquismo [3].

Por lo tanto, durante el siglo XX la izquierda española trató de repudiar cualquier vínculo con el patriotismo, recurriendo a tales consignas como: “Lucha por tu clase, y no por tu país”, “ni Dios, ni patria, ni rey” o incluso “un patriota, un idiota”. Intentaron abstenerse de cualquier mención en su retórica de las palabras “patria”, “mi país”, “patriotismo”. A pesar de esto, los representantes de las fuerzas de izquierda en sus discusiones reiteraron la necesidad de recuperar el valor del patriotismo para la izquierda, atribuir a dichos conceptos un significado particular e importante en su retórica. Los ideólogos del comunismo no sólo en España, sino en otros países, coincidían en la opinión de que la promoción del cosmopolitismo de Marx y Engels, así como de los comunistas soviéticos en la etapa inicial, había fallado en recibir una respuesta adecuada en el corazón del votante, mientras que las imágenes cálidas de la vida familiar, del país de origen podían hacerlo. Por lo tanto, llegaron a la conclusión de que sería necesario ofrecer a los

votes un concepto de patriotismo propio de izquierda, basado en los valores correspondientes [9]. De esta manera, entre los políticos de la izquierda ganaron la popularidad tales teorías, como el nacionalismo constitucional [1; 2] o el patriotismo constitucional [10; 18; 22], el nacionalismo plural [23], patriotismo social o democrático [24], entre otras. Todas estas teorías desarrollaron los modelos de nacionalismo alternativo y el patriotismo, basado en los ideales de la clase obrera.

El politólogo Pablo Iglesias antes de arrancar el partido Podemos ha apelado repetidamente a la importancia de que los partidos de izquierda promuevan una nueva interpretación de la actitud hacia la patria. Ha señalado que es imposible dejar a los políticos de derechas, hablando el lenguaje del comunista italiano A. Gramsci, la posibilidad de “hegemonizar” los conceptos “España” y “patria”, y es necesario “arrebatar” estos conceptos [12].

Por eso los líderes de Podemos más de una vez llamaron la atención a la importancia que atribuían en su retórica al tema del patriotismo. Inicialmente, Podemos se posicionó como un partido “transversal”, en otras palabras, sus representantes evitaron obstinadamente reconocer su pertinencia a cualquier sector del espectro ideológico. Esto se hizo principalmente para maximizar la base electoral, atrayendo a los simpatizantes, sin importar su postura política [20, p. 312]. Por lo tanto, hasta cierto punto se puede afirmar que, apelando al tema del patriotismo, tan poco característico para los partidos de izquierda, Podemos tenía como fin diversificar al máximo su estrategia de comunicación, para fortalecer la fuerza de su impacto.

Es importante destacar que el partido Podemos fue el primero en proponer una interpretación única del fenómeno “patriotismo” en el contexto sociocultural español. Para confirmar este hecho, prestemos atención a la definición del patriotismo que ofrece el Diccionario de la RAE: Patriotismo: 1. m. Amor a la patria 2. m. Sentimiento y conducta propia del patriota [5]. En otras palabras, la interpretación tradicional del patriotismo, trata principalmente de un sentimiento exaltado: amor a la patria, y solo por otro lado, de un cierto carácter de comportamiento. Sin embargo, los ideólogos de Podemos en su discurso han vinculado firmemente el concepto de “patriotismo” con el compromiso cívico y la posibilidad de aprovechar las libertades civiles y los servicios públicos en su propia tierra. En este caso hay un cambio axiológico profundo en la comprensión de “lo que significa ser un patriota”, y se hace evidente que Podemos sostiene el concepto del “patriotismo constructivo”, presentado por los investigadores R. Shatz, E. Staub y H. Lavin como contraste al “patriotismo ciego”. Estos científicos, buscando un vínculo entre el nacionalismo y el patriotismo, aclararon la diferencia entre las dos formas del patriotismo: el “ciego” y el “constructivo”. Su investigación confirmó que el nacionalismo se correlaciona positivamente con el patriotismo “ciego”: un amor incondicional y excesivo a la patria. Al mismo tiempo, no lograron encontrar correlación alguna entre el nacionalismo y el patriotismo constructivo [26].

Además, R. Shatz y H. Lavin [25], comprobaron cómo diversos factores afectan a las dos formas de la experiencia de pertenecer a un específico grupo nacional. Se observó que “la implicación simbólica” (“symbolic involvement”), es inseparable de la importancia de los símbolos nacionales, rituales y ceremonias, mientras que la “implicación instrumental” (“instrumental involvement”), atribuye prioridad al funcionamiento eficaz de las instituciones nacionales, al hecho de cómo ellas en realidad pueden aportar beneficios palpables a los ciudadanos. Las encuestas realizadas por los investigadores confirmaron que “la implicación simbólica” favorece el nacionalismo. El análisis del discurso de la retórica de Podemos hizo posible constatar que esta organización política propuso por primera vez una interpretación peculiar de “lo que significa ser un patriota”, y esto refleja que Podemos se ha comprometido con el concepto del “patriotismo constructivo” y “la implicación instrumental”.

El núcleo del concepto del patriotismo de Podemos lo forman principalmente las ideas de la soberanía nacional y el estado de bienestar. Por lo tanto, se puede admitir que los podemitas promueven un modelo poco etnocéntrico que se diferencia de la percepción tradicional de patriotismo en España. Ser patriota, según el discurso de Podemos, significa actuar, pagar los impuestos, ser un ciudadano entusiasta. El sentimiento de patriotismo deja de ser solo un amor exaltado a la patria y se convierte en una actitud enérgica y activa. Podemos busca ofrecer otro modelo del patriotismo, una alternativa a la idea históricamente propagada por las fuerzas españolas de derechas.

Dado el compromiso de los líderes de Podemos con la teoría discursiva de Laclau y Mouffe que retrata el discurso como una herramienta que permite construir el mundo social a través del proceso de la distribución de los significados y la descripción de los acontecimientos con un lenguaje específico [19], queda claro por qué los representantes de este partido se compiten de manera feroz en el tablero político español por promover sus propias interpretaciones a los conceptos “España”, “patria”, “patriotismo”. Aprovechando la gran complejidad y la unidad semántica de estos conceptos, los representantes de Podemos han tenido éxito en la producción de las múltiples metáforas y la aplicación de otras técnicas pragmatolingüísticas con su participación.

En particular, el Secretario General de Podemos Pablo Iglesias desde principios de su carrera política así describió su estrategia para el patriotismo: “Claro que me siento español, y entiendo que hay que arrebatarse el término a los patriotas de pulserita rojigualda que luego venden la soberanía y cierran escuelas y hospitales” [7]. Esta declaración contiene una metáfora básica: “los patriotas de pulserita rojigualda”, que determina la forma de pensar sobre el mundo, marca la pauta de la percepción individual del patriotismo falso. En otras palabras, el autor de la metáfora mencionada implica que usar la pulserita con la bandera de España no significa ser un verdadero patriota porque su comportamiento, las medidas políticas que aplica (“venden la soberanía y cierran escuelas y hospitales”), pueden ser contrarios a su posicionamiento inicial.

Este ejemplo es sólo una de muchas técnicas pragmatolingüísticas utilizadas en el discurso de Podemos para desacreditar algunos símbolos de patriotismo tradicional: la bandera nacional, el Día Nacional de España, las prendas de los colores de la bandera. En particular, el representante de Podemos Iñigo Errejón señaló que “defender un país no es nombrarlo muchas veces, ni la bandera” [7].

Una manifestación elocuente de esta postura en relación con el “patriotismo falso” era la decisión de Pablo Iglesias de no asistir al desfile militar con motivo del Día Nacional de España, que tuvo lugar en el centro de Madrid, el 12 de octubre de 2016. El líder, sin embargo, grabó el mismo día un vídeo especial para sus seguidores, en el que volvió a criticar la actitud del gobierno respecto a los militares y esbozó su comprensión de patriotismo: “Algunos creen que en el año 2016 defender a tu patria, defender a tu país es ir a un desfile. Los desfiles está muy bien pero hay cosas que son más importantes. <...> Los patriotas no tienen cuentas en los paraísos fiscales, ni en Andorra, ni en Suiza, ni en Panamá como el Ministro Soria. Los patriotas trabajan y no tienen para qué involucrarse en las banderas si se levantan temprano para ir a trabajar o buscar el trabajo. Los patriotas de verdad se ocupan de su gente. Los patriotas de verdad no necesitan identificarse necesariamente con los mismos símbolos. Para nosotros la patria es la gente” [15].

Este fragmento pone de relieve como Iglesias, utilizando metáforas — «patriotas de verdad» — y numerosas antítesis contrasta el comportamiento de un patriota y un antipatriota: *ir al desfile, tener cuentas en los paraísos fiscales, llevar las prendas de colores de la bandera nacional* significa ser un antipatriota, mientras que *ir a trabajar, levantarse temprano, buscar el trabajo* significa lo contrario. Además, esta construcción metafórica retrata de forma condensada cómo el personaje negativo, ex-Ministro de la Industria José Manuel Soria, político que se vio obligado a presentar su dimisión en 2016 por la presunta implicación en el escándalo con los papeles de Panamá, fue condenado por haber evadido de impuestos. Cabe señalar que en esta frase el nombre propio — el Ministro Soria — se utiliza como una cita encubierta y adquiere un sentido metafórico: “el Ministro Soria”, en otras palabras, significa “estafador”, “antipatriota”.

En su mensaje con motivo del Día Nacional de España Iglesias también hizo un llamamiento a los latinoamericanos, enfatizando que siente orgullo por su independencia y celebra que los trabajadores latinoamericanos hayan venido a España para trabajar junto con los españoles y construir un nuevo país. Esta declaración se ve bastante inesperada, ya que contradice a la interpretación oficial del festival, según la cual la hispanización de América Latina, no se condena, sino al revés, se posiciona como uno de los más grandes logros históricos del pueblo español. Pero no se puede olvidar que muchos latinos que llegan a España para trabajar, perciben el 12 de octubre de 1492 — que es la fecha oficial del descubrimiento del Nuevo Mundo por Cristóbal Colón — de una manera muy diferente. En la mente de los representantes de América Latina, este día marca el comienzo de la época de la colonización, la pérdida de la independencia, un duro golpe contra su identidad nacional y cultural. Por lo tanto, la postura de Podemos respecto al 12 de octubre, sin duda, es un desafío contra la línea oficial española, pero sobre todo, es una manifestación de un nuevo tipo de patriotismo, que no es “ciego”, sino más bien “constructivo”.

¿Qué otras herramientas discursivas utiliza el partido Podemos para promover su propia visión del patriotismo? “La patria es la gente” — esta es la idea principal de la doctrina patriótica de Podemos. Sin embargo, la patria se define a menudo como una acción, como actitud activa: “la patria es defender que haya hospitales públicos, defender que haya escuelas públicas, defender que podamos contar con los mejores servicios”. En este ejemplo, por un lado, se refleja la tendencia de la lengua española a producir las construcciones verbales [17, p. 128–129], y por otro lado, se pone de manifiesto el carácter activo y movilizatorio de la visión de patriotismo, elaborada por los líderes de Podemos.

Además, según Podemos, la activa conducta civil del patriota es mucho más importante que su nacionalidad o el país de origen de la persona. Al contar en una de sus intervenciones la historia de cómo los inmigrantes africanos celebraban en Madrid la victoria de la selección española en el Mundial, paseando por la ciudad envueltos en las banderas nacionales, y sintiéndose al mismo tiempo puros españoles, P. Iglesias llega a la conclusión de que “español es todo aquel que vive y trabaja en España”, mientras que el país de origen, el color de la piel, la lengua materna e incluso la nacionalidad carecen de tanta importancia para la identidad nacional [13].

Paralelamente, la estrategia comunicativa y cognitiva del patriotismo de Podemos, se construye, contrastando los comportamientos de los patriotas y antipatriotas, a través de las diferentes oposiciones metafóricas: “Queremos explicarles a los ricos el significado de la palabra patriotismo que no tiene que ver con pagar la entrada muy cara para ver un partido de fútbol de la selección. Tiene que ver con pagar los impuestos en España, como hace todo el mundo” [16].

El antagonismo discursivo del patriotismo y antipatriotismo se manifiesta también en las discusiones que lleva Podemos en el Parlamento. En particular, en uno de los “vídeoinformes” sobre el trabajo del partido en el órgano legislativo el diputado de Podemos J.A.Delgado habla de cómo su partido, a pesar de la fuerte oposición a la propuesta planteada por el Partido Popular, los Ciudadanos, el PSOE, logró aprobar la ley sobre el empleo obligatorio de los militares que se han retirado a la edad de 45 años. J.A.Delgado concluye su discurso, constatando que “ser patriota no es asistir una vez al año al desfile de las Fuerzas Armadas. Ser patriota es poner por delante a la gente y solucionar sus problemas” [4]. Este ejemplo muestra claramente cómo J.A.Delgado choca entre sí las metáforas sobre el patriotismo verdadero y el patriotismo falso. El diputado no se limita solamente a declarar lo que significa ser patriota para Podemos, sino lo explica recurriendo al uso de los medios verbales y no verbales: metáforas fuertes a la par con la infografía y las estadísticas, que demuestran lo que es patriótico y lo que no lo es, invitando de esa forma, a los votantes a elegir por su cuenta un modelo de comportamiento correcto.

En este y en otros casos, Podemos da una definición de patriotismo verdadero, describiendo su alterativa. Son diferentes las técnicas pragmatolingüísticas que se aplican para este fin, no obstante, en muchos contextos se opta por las metáforas: “vendepatrias”, “los falsos patriotas que se envuelven en banderas”, “los patriotas de la cartera”, “en el año 2016 hay que pensar una patria más moderna que se parezca un poquito más a la gente y un poquito menos a las élites”.

En las discusiones sobre el patriotismo, es imposible evitar hablar del problema de la soberanía nacional. Podemos ofrece la siguiente variante de su definición: “Los fundamentos de soberanía son los servicios públicos. Quien privatiza los servicios públicos ataca las bases de soberanía y actúa como un antipatriota” [15]. En este ejemplo otra vez se observa una inversa definición de patriotismo: utilizando las metáforas “privatiza los servicios públicos”, “ataca las bases de soberanía” los antipatriotas se caracterizan como usurpadores de los beneficios sociales. Sin embargo, de esta manera, partiendo del antónimo, Podemos promueve su propia imagen del modelo social para la sociedad, y explica cómo deben comportarse los verdaderos patriotas.

En el discurso de Podemos, el concepto del patriotismo está también interlazado con buscar una solución a la crisis territorial catalana. Desde sus inicios, el partido ha sido partidario de celebrar un “referéndum pactado” sobre el encaje territorial de Cataluña, es decir, que ambas partes, tanto el gobierno central en Madrid, como el gobierno de Cataluña, la Generalitat, deberían acordar los términos de la organización de dicho referéndum. La metáfora de “referéndum pactado” refleja una solución de compromiso con la que Podemos pretende resolver la polémica cuestión territorial, así como el deseo de los morados de atraer al mayor número posible de votantes, que se encuentran divididos por la crisis catalana. Sin embargo, repitiendo esta frase sin parar, y presentándola como una fórmula básica para solucionar la crisis territorial durante varias campañas entre 2014–2017, Podemos no sólo falló en reunir votos de apoyo sobre este tema, sino al contrario, las encuestas de opinión mostraron la desconfianza de los ciudadanos hacia las recetas para Cataluña, propuestas por el partido de Iglesias. Tampoco ganaron más puntos al coquetear con los independentistas, por lo que después del referéndum que se celebró el 1 de octubre de 2017, Podemos optó por repensar su postura y promover el concepto de “plurinacionalidad” [8].

En su discurso oficial dirigido a los catalanes tras el referéndum del 1 de octubre Iglesias, escogió un *abrazo fraterno* como la metáfora central que aplicó refiriéndose a los catalanes, de esa manera confesándoles su apoyo, aunque no fuera abierto: “Un abrazo fraternal para todos los heridos que ha tratado de ejercer su derecho civil”. Iglesias también habló de la fraternidad, exclamando: “¡Viva la fraternidad!” [14]. De este modo, el Secretario General evitó mostrar el apoyo directo al separatismo catalán, pero sí que recurrió a una amplia gama de técnicas discursivas, demostrando la máxima lealtad hacia el independentismo.

Con el fin de transmitir a sus partidarios su postura en relación con el problema territorial catalán y superar la polifonía de las declaraciones hechas por los representantes del partido, la cúpula de Podemos celebró el 30 de octubre de 2017 en Madrid la reunión, titulada “Conectar España: plurinacionalidad, solidaridad, fraternidad”, dedicada a los problemas del patriotismo y la plurinacionalidad [6].

Durante la reunión se podía leer la siguiente consigna en la pantalla: «La bandera de mi patria es la que cuida». Es de destacar que esta idea ha sido bien ilustrada por los métodos pragmáticos no verbales durante el evento. Así, en la gran pantalla detrás del orador, directamente bajo la etiqueta de “La bandera de mi patria es la que cuida” se proyectaban las sombras de las manos que con gran cuidado y atención tratan de

protegerla, apenas tocándola, primero, a la bandera española, y luego a la catalana. Aunque no aparecían amenazas externas explícitas a la bandera en la pantalla, sin embargo, el discurso de Iglesias dejó claro que el peligro se emanaba de los “falsos patriotas”, es decir, de los políticos corruptos que se esconden detrás de la bandera nacional cuando eso les conviene. El Secretario General de Podemos, acusó a los políticos de “envolver” sus tramas de corrupción con los símbolos nacionales: “<...>los que se envuelven en la bandera de todos, tratando de que esa bandera limpie las manchas de su corrupción. Qué no manchen la palabra “España” y la palabra “patria” con sus manos manchadas de crímenes y de corrupción” [6]. En este caso, aparece una metáfora que, a través de comparaciones vívidas, revela las acusaciones de Podemos contra los antipatriotas. Este ejemplo muestra cómo la metáfora a menudo le permite descubrir conceptos políticos complejos, utilizando expresiones semánticamente mejor comprensibles [21].

A lo largo de su discurso, Iglesias propuso su propia solución al problema catalán que corresponde a los valores de Podemos. Señaló que «hoy hemos demostrado la familia política de fraternidad. No solo que somos alternativa de Gobierno, sino que estamos señalando un futuro de país fraterno. Las alcaldesas de Madrid y Barcelona han demostrado lo que significa la palabra “fraternidad” para construir patria, para construir país. Una patria que cuide, no que agreda” [11]. Las metáforas de “familia” y “fraternidad” se visibilizan muy frecuentemente en el discurso de Podemos cuando se trata de buscar una solución para el problema catalán. Estos modelos metafóricos se basan en la similitud de una serie de características importantes que fueron indicados en el lenguaje real (familia, fraternidad) y la realidad llamada, en otras palabras, las relaciones de vecindad y la unión de beneficio mutuo entre Cataluña y España, y como resultado el remitente crea en la mente del receptor de la información la imagen necesaria del mundo, que corresponde a los intereses del remitente [21].

En resumen, es posible concluir que Podemos a través de una variedad de métodos pragmalingüísticos promueve en el marco de su discurso político un concepto peculiar, poco etnocéntrico del patriotismo que se difiere significativamente de la visión tradicional axiológica sobre la patria en España. Promoviendo su concepto de la “patria”, Podemos verbaliza su estrategia política del patriotismo constructivo y la implicación simbólica, recurriendo a toda una serie de las herramientas cognitivo-lingüísticas.

Es pertinente hacer hincapié en que el discurso complejo de Podemos sobre el patriotismo está saturado de diferentes técnicas pragmalingüísticas: modelos metafóricas, metáforas, antítesis, citas encubiertas, etc. En el discurso político de Podemos las esferas conceptuales más cargadas de la retórica patriótica son: “patriotismo”, “patria”, “España”, “español”, la oposición semántica “patriota” – “antipatriota”. Además, la combinación de medios verbales y no verbales en la campaña de comunicación de Podemos incrementa la efectividad de su impacto. Se trata de una amplia gama de mecanismos cognitivos y lingüísticos utilizados para asegurar una alta eficiencia de declaraciones de los miembros del partido, garantizar su repercusión y divulgación en los medios de comunicación y las redes sociales, así como su alto nivel de percepción por el electorado.

Finalmente, es de destacar que la retórica política de Podemos continúa representando un gran interés para la investigación interdisciplinaria en el campo del discurso político y mediático, la pragmalingüística y la comunicación política. La actual situación política en España, la fuerte competencia con otros partidos insta a que Podemos participen en un proceso incesante de la producción, distribución y aplicación de nuevas herramientas discursivas y pragmáticas en la lucha por la atención de los medios y los electores.

Literatura

1. *Bastida X.* La nación española y el nacionalismo constitucional. — Barcelona: Ariel, 1998.
2. *Bastida X.* La senda constitucional: La nación española y la constitución. Taibo, Carlos (eds.), 2007.
3. *Cañizares E. R.* Cuando la izquierda española fue patriótica, *The Social Science Post*, 5 de noviembre 2015. — URL: <http://thesocialsciencepost.com/es/2015/11/cuando-la-izquierda-espanola-fue-patriotica> [Fecha de consulta: 10 de marzo de 2018].
4. *Delgado J. A.* Si no lo remediamos miles de militares de tropa y marinería irán a la calle, sin alternativa laboral, a los 45 años. — URL: <https://twitter.com/ahorapodemos/status/970333759869538304> [Fecha de consulta: 10 de marzo de 2018].
5. DRAE: Patriotismo. — URL: <http://dle.rae.es/?id=SBbAO70> [Fecha de consulta: 10 de marzo de 2018].
6. El Español, Iglesias, a Felipe VI: “Señor Borbón, ¿acepta que se aplique la ley a su padre”? 30 de octubre de 2017. — URL: https://www.elespanol.com/espana/20171030/258225155_0.html [Fecha de consulta: 10 de marzo de 2018].

7. El País, ¿Qué es ser patriota para Podemos? 24 de junio de 2015. – URL: https://politica.elpais.com/politica/2015/06/24/actualidad/1435174006_888158.html [Fecha de consulta: 10 de marzo de 2018].
8. El Periódico, Los guños al ‘procés’ amenazan el voto obrero de Podem, 08 de agosto de 2017. – URL: <https://www.elperiodico.com/es/politica/20170808/los-guinos-al-proces-amenazan-el-voto-obrero-de-podem-6214118> [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018].
9. *García P.* La patria de podemos. – URL: <https://www.geopolitica.ru/es/article/la-patria-de-podemos> [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018].
10. *Habermas J.* La necesidad de revisión de la izquierda. – Madrid: Tecnos., 1992.
11. *Iglesias P.* Conectar España: plurinacionalidad, solidaridad, fraternidad. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IliIhLvpHK0> [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018].
12. *Iglesias P.* Conferencia en la Universidad de la Coruña “Comunicación contraxemónica”, 2013. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tIdeXX9A0RI> [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018].
13. *Iglesias P.* Español es todo aquel que vive y trabaja en España. – URL: <https://twitter.com/pnique/status/969988662376255489> [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018].
14. *Iglesias P.* La democracia no se defiende a palos ni desde las cloacas. Los demócratas debemos unirnos para echar a Rajoy. – URL: https://twitter.com/Pablo_Iglesias_/status/91456218855247616 [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018].
15. *Iglesias P.* Patriota de verdad es quien defiende a su gente/ – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bHt5xXY84AQ&t=80s> [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018].
16. *Iglesias P.* Queremos explicarle a los ricos el significado de la palabra patriotismo, 25 de abril de 2015/ – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-luBkyWMuu4> [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018].
17. *Иовенко В. А.* Национально-культурное мировидение в переводческом измерении. – М.: МГИМО-Университет, 2013. 218 с.
18. *Laborda J. J.* Patriotas y de izquierdas. Claves de Razón Práctica, 2002, 122 p., p. 47–53.
19. *Laclau E., Mouffe Ch.* Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics. – Verso, London, New York, 1985, 208 p.
20. *Larionova M. V., Demkina A. V.* Nuevas desigualdades socioespaciales a través del discurso de Podemos. Andamios. Ciudad de Mexico. Vol. 16, número 39, enero-abril 2019, pp. 305–328.
21. *Ларионова М. В.* Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции?: монография // МГИМО МИД России, каф. испанского языка. – М.: МГИМО-Университет, 2015. Серия «Научная школа МГИМО». – 327 с.
22. *Müller J.-W.* Constitutional Patriotism. – New Jersey: Princeton University Press, 2007.
23. *Máiz R.* Framing the nation: Three rival versions of contemporary nationalist ideology. Journal of Political Ideologies. – 2003. – No. 8 (3). – P. 251–267. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1356931032000131165> [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018].
24. *Muñoz J.* La construcción política de la identidad española: ¿Del nacional-catolicismo al patriotismo democrático? – Madrid: CIS., 2012.
25. *Schatz R. T., Lavine H.* Waving the flag: National symbolism, social identity and political engagement // Political Psychology. – 2007. – V. 28. – No. 3.
26. *Schatz R. T., Staub E., Lavine H.* On the varieties of national attachment: Blind versus constructive patriotism // Political Psychology. – 1999. – V. 20.