



Discurso & Sociedad

Copyright © 2020
ISSN 1887-4606
Vol. 14(3) 707-731
www.dissoc.org

Artículo

Indefinición y oscilación ideológica en la identidad política: un análisis comparativo de las estrategias argumentativas de Rivera (Ciudadanos) y di Maio (Movimento 5 Stelle)

*Ideological indefiniteness and oscillation in
political identity: a comparative analysis of Rivera
(Ciudadanos) and di Maio (Movimento 5 Stelle)'s
argumentative strategies*

Eliseo Antonio Nardaccio
Universidad de Sevilla (España)

Resumen

El presente artículo pretende investigar sobre la construcción de la identidad en el discurso político. A tal efecto, se han empleado como base del análisis cualitativo una selección de intervenciones de dos líderes políticos, Albert Rivera del partido español Ciudadanos, y Luigi di Maio del partido italiano Movimento 5 Stelle. Para la obtención de resultados contrastivos útiles, se han incluido en el corpus discursos de diferente naturaleza y tipología (públicos, televisados y virtuales) y emitidos en momentos distintos (de 2015 hasta 2019). Primero se describen las distintas estrategias y recursos lingüístico-discursivos de que se han servido para construir la propia identidad con una misma intencionalidad, valiéndose de una cierta indefinición ideológica, y posteriormente de qué manera esta construcción se ha enfrentado al contexto sociopolítico manteniendo un juego de estratégica oscilación. Por último, se demuestra que la estabilidad estructural de esta configuración es peligrosamente precaria y puede fácilmente mostrarse invalidada frente al juicio de los votantes.

Palabras clave: Análisis del discurso político, identidad política, ideología, oscilación, Ciudadanos, Albert Rivera, Luigi di Maio, Movimento 5 Stelle.

Abstract

This article intends to investigate identity's construction in political discourse. For this purpose, a selection of interventions by Albert Rivera (from the Spanish party Ciudadanos) and Luigi di Maio (from the Italian party Movimento 5 Stelle) has been used as the basis for the qualitative analysis. To meet this goal and obtain useful contrastive results, the corpus includes discourses of different type (public, televised and virtual) and given at different times (from 2015 to 2019). First, we describe the different discursive strategies that have been used to build their identity, exploiting ideological indefiniteness, and then how these constructions have faced the socio-political context through strategic oscillation. Finally, it is shown that this configuration's structural stability is dangerously precarious and can easily be invalidated in the face of the voters' judgment.

Keywords: political discourse analysis, political identity, ideology, oscillation, Ciudadanos, Albert Rivera, Luigi di Maio, Movimento 5 Stelle

Introducción

Este artículo propone un análisis crítico de las estrategias y de los recursos discursivos que fundamentan la peculiar construcción identitaria de dos líderes políticos, Albert Rivera, del partido español Ciudadanos, y Luigi di Maio, del partido italiano Movimento 5 Stelle. Se pretende evidenciar cuáles son las estrategias que sustentan sus identidades políticas, cómo estas han ido evolucionando en el tiempo, y cómo de eficaces resultan tales construcciones dentro del contexto sociopolítico en el que se inscriben.

Se emplea como aproximación teórica principal la lingüística pragmática (Fuentes Rodríguez 2017[2000]) y su aplicación al análisis del discurso político (Fuentes Rodríguez 2016 ed.) y a la construcción y gestión de la identidad política, con un enfoque descriptivo y retórico. La investigación nace de la observación y constatación de un particular comportamiento político y lingüístico en los representantes de Ciudadanos y Movimento 5 Stelle, dos partidos relativamente nuevos en sus respectivos escenarios políticos nacionales. A pesar de las diferencias en historia, trayectoria, posición actual y situación política nacional, ambos partidos han ido construyendo a través de sus discursos una identidad política similar, huyendo de un posicionamiento ideológico claro y definido dentro del espectro político tradicional. El resultado es un juego de indefinición y oscilación ideológica que se ha llevado a cabo a través de modalidades lingüístico-discursivas paralelas.

Por su relevancia en los procesos que involucran la identidad política, se procede de entrada con una contextualización político-social, para luego presentar brevemente las bases teóricas y metodológicas. El análisis se compone de dos partes: la primera muestra las estrategias de configuración de la identidad política en una fase inicial, que coincide con los primeros años de experiencia política en el ámbito nacional, durante la cual se constituye un patrón de actitud general. Son estas estrategias las que muestran un cierto nivel de indefinición ideológica.

Al contrario, la segunda parte examina las estrategias en situaciones conflictivas, es decir, de enfrentamiento con la realidad política, durante las cuales se revela una cierta oscilación frente a la necesidad particular de mantener la integridad de lo que se ha construido anteriormente. En las conclusiones se confrontan y comentan los resultados obtenidos.

Breve contextualización político-social

Ciudadanos nace en 2005 como plataforma civil y cultural con la intención de configurarse como alternativa política a las instancias independentistas en Cataluña. Albert Rivera, joven abogado elegido presidente del partido, demuestra inmediatamente habilidad comunicativa, explotando la viralidad y la sobreexposición mediática: pasa de los tres escaños en el *Parlament de Catalunya* a los 40 en el Congreso nacional, consiguiendo la más rápida expansión política nacional (Mateo, 2015).

El partido no sigue una línea establecida en la política de pactos: después de apoyar al ejecutivo del Partido Popular en cuatro comunidades, en el Congreso llega, primero, a un acuerdo con el líder del Partido Socialista Pedro Sánchez, para luego, a la vuelta electoral, sostener nuevamente al presidente del Partido Popular Mariano Rajoy. La relación de mutuo apoyo entre PP y Ciudadanos se mantiene estable hasta evolucionar con ocasión de las elecciones autonómicas de Andalucía en diciembre de 2018, cuando se une a ellos el partido ultraconservador Vox.

La fórmula del acuerdo andaluz se repite para el Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid, en las últimas elecciones de 2019. Es Manuel Valls, ex premier francés afiliado a Ciudadanos, a desatar la polémica expresando desacuerdo con la línea de Rivera. El francés critica el partido de traición de la trayectoria inicial, en un intento de encabezar la derecha nacional (Casanova & Pantaleoni, 2019). La crisis interna que sufre el partido y que Valls verbaliza se confirma por una serie de abandonos de parte de los fundadores del partido: entre ellos, Arcadi Espada, Francesc de Carreras, Francisco de la Torre.

También el Movimento 5 Stelle nace en 2005, de la actividad de éxito del blog del emprendedor Gianroberto Casaleggio y de Beppe Grillo, humorista y personaje televisivo. Los encuentros entre los usuarios se convierten pronto en mítines políticos. Los primeros importantes resultados llegan en 2013 cuando consiguen casi 9 millones de votos y se configuran como primer partido nacional. Aunque se quedan fuera del ejecutivo, se le conceden unas cargas importantes: Luigi di Maio, joven diputado del Movimento, consigue la posición de vicepresidente de la Cámara, y en 2017 se hace con el liderazgo del partido.

Las generales de 2018 confirman el Movimento como primer partido nacional, esta vez en las condiciones ideales para la formación de un ejecutivo:

di Maio rechaza el acuerdo con la centroizquierda, representado por el Partido Democrático, para aliarse con el principal partido de la derecha, la Lega de Matteo Salvini. Sin embargo, la relación entre las dos fuerzas es tensa: Salvini en pocos meses consigue hacerse con una posición fuerte dentro del gobierno, respaldado ulteriormente por los resultados en las elecciones europeas. La Lega se convierte en el partido más votado y el M5S reduce a la mitad sus votos. A pesar del intento de Salvini de forzar unas elecciones con una moción de censura, el Movimento consigue mantenerse al gobierno tras una reformulación de la mayoría parlamentaria y la formación de un nuevo directivo con el Partido Democrático, en septiembre 2019.

Marco teórico

La relevancia del análisis del discurso político reside en el propósito de relacionar las particularidades del comportamiento lingüístico con el comportamiento político (Chilton & Schäffner, 1997: 304). Teun van Dijk, responsable de la definición y del desarrollo del Análisis Crítico del Discurso (ACD), remarcó la necesidad de investigar sobre la realidad del poder en su complejidad, con una perspectiva interdisciplinar y siguiendo las vertientes del lenguaje y de la acción, en estricta relación con ello (Charaudeau, 2002: 122-123). La conexión entre poder, acción política y lenguaje que el análisis del discurso persigue se hace evidente en todo tipo de producción lingüístico-discursiva por parte de los encargados de la gestión pública. El discurso político es expresión verbal del poder que esta clase detenta y, a la vez, instrumento de su acción político-social para la obtención o el mantenimiento de dicho poder (Foucault, 1980; Lopez Eire & Guervós, 2000: 33).

Al mismo tiempo, es el apoyo de la ciudadanía lo que le proporciona solidez: a través de un lenguaje intrínsecamente persuasivo el agente político busca legitimidad y validación constante (Charaudeau, 2009) y por ello articula un mensaje con el fin de mover las convicciones de sus receptores ideales, los votantes (Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara, 2002, 2007; Fuentes Rodríguez, 2016 ed.).

En la construcción del discurso subyace una mecánica argumentativa estratégica. A través de la argumentación, macroacto de habla y procedimiento lógico-discursivo, se proponen una serie de argumentos, enunciados con una finalidad persuasiva, estratégicamente elegidos, y finalmente dirigidos hacia el

receptor, para llevarlo a una conclusión y obtener un determinado efecto en él, en su pensamiento, en su opinión (Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara, 2002, 2007).

Sin embargo, participa e influye en la efectividad de este procedimiento la percepción que el agente comunicativo, el locutor de este articulado mensaje, da a sus receptores ideales, los ciudadanos. Ya el sociólogo Erving Goffman, en su obra *Interaction ritual. Essay on face-to-face behaviour* de 1967, investigó el tema, y especificó que en cualquier situación comunicativa el hablante se desdobra proyectando una representación virtual de sí mismo, una construcción que define como imagen social (*face*), y que funciona como un papel (*role*) que el locutor intencionalmente desempeña en el acto comunicativo, y se va construyendo y modificando a lo largo del mismo (Fuentes Rodríguez, 2013).

Los confines definitorios de esta noción han ido con los años haciéndose más borrosos y han encontrado nuevas y distintas evoluciones teóricas. Sin embargo, se mantienen como base constituyente de cualquier investigación lingüística y sociopragmática.

Un concepto de equívoca definición y procedente de la misma rama de estudios es el de identidad: para Bucholtz-Hall (2005, p. 592) es la proyección virtualmente más social de la interacción, diferenciándose de la imagen y de la actividad de imagen, que se consideraban en la perspectiva de la individualidad en Brown-Levinson y de la dualidad y relacionalidad en Arundale (2006) y Spencer-Oatey (2007). Otra forma, sin embargo, paralela asume en Abrams (1999), donde se distingue entre *personal self* y *generalized collective self*: el primero es individual y privado, mientras el segundo es colectivo y grupal.

En el caso del discurso político, el agente es responsable de la creación, configuración y fijación de una identidad de este último tipo –grupal y con proyección social– para enfrentarse a sus receptores. Emplea una serie de estrategias discursivas para hacerse con la simpatía del electorado, participando en un juego de percepciones con la opinión pública, los otros actores políticos y las ideas (Charaudeau, 2009: 283).

El político forja una *persona* (del latín, máscara), y le asigna rasgos característicos, una cara y una voz, firmes y constantes, para expresarse frente a la colectividad de los votantes, para transmitir el propio mensaje de forma atractiva, y para destacar frente a los adversarios. El foco está en la reiteración y en la constancia de estos rasgos, ya que en ellos se fundan las expectativas del votante. El exponente político es, en suma, un personaje construido, un

estereotipo viviente, y la identidad política nada más que una figura discursiva, cuyos rasgos se moldean según determinados elementos de identificación con el usuario para conseguir la afiliación grupal, explotando la presentación de una imagen complaciente frente a ellos (Fuentes Rodríguez, 2013; Lopez Eire & Guervós, 2000).

Este proceso resulta todavía más amplificado en el caso del líder del partido, exponente seleccionado por el grupo mismo para encargarse de su dirección y ser su reflejo físico y tangente, imagen tipificada de la entidad grupal con un objetivo compartido, el de atraer seguidores y reunirlos alrededor de su figura (Delgado, 2004).

A la construcción identitaria subyace un trasfondo ideológico. Se entiende por ideología el fundamento de las creencias, las representaciones sociales compartidas por un grupo social, incluidas las propiedades distintivas, los criterios de asociación, las acciones típicas, los objetivos, las normas, los valores, las referencias, los recursos y los intereses (Van Dijk, 2005, p. 20). Por estas razones, el sustrato ideológico representa un nivel constituyente de la identidad social (van Dijk, 2005). En el discurso político se activan las creencias del endogrupo y se busca que el receptor elabore una serie de inferencias para sostener lo que el político quiere argumentar (Fuentes Rodríguez, 2016, p. 20).

El político es el campo social ideológico por excelencia, al ser lugar de encuentro y desencuentro entre grupos, en lucha constante y con intereses diferentes, para conseguir el poder. En este juego competitivo los grupos se marcan ideológicamente y el sistema de organización político-social, con todos sus actos, prácticas y procesos, se funda en las semejanzas y las diferencias ideológicas. Y es precisamente en los discursos políticos y sus unidades constituyentes donde se hace observable, en grado variable, la ideología de cada uno.

La conflictividad grupal, típica del enfrentamiento político, encuentra reflejo en una estructura ideológica polarizada, determinando una categorización confrontativa entre *Nosotros*, grupo endógeno desde el cual se habla, y *Ellos*, grupo exógeno del cual se toma distancia.

Por otro lado, todo discurso se inscribe dentro de un determinado marco de acción, el marco situacional (Charaudeau, 2002, p. 110) sobre el cual se fundamenta el proyecto comunicativo del hablante. El receptor ideal de tal

proceso interpreta y procede a una construcción del sentido del mensaje, combinando datos del marco situacional mismo.

Van Dijk llega a la misma conclusión en la definición de contexto, entendido como la situación comunicativa de la acción o, más específicamente, la interpretación intersubjetiva que hacen los participantes de la situación misma (Van Dijk, 2013): el contexto es la manera en que el lenguaje y su forma discursiva se insertan en la sociedad, apoyándose en una serie de inferencias compartidas socialmente. Para entender un discurso es necesario entender su contexto, y todo enunciado es, entonces, parcialmente producto de la situación de enunciación: los discursos no son simples “expresiones” de opiniones o hechos, sino jugadas interaccionales de presentación de sí (Martín Criado, 2014: 118) y su validez argumentativa depende del marco comunicacional en el que se inscriben (Charaudeau, 2009: 282).

Metodología y datos de investigación

El análisis se apoya en un conjunto de transcripciones de discursos de diferente fecha y naturaleza. En su selección se ha buscado variedad cronológica y tipológica, para que el corpus resultante fuese lo más completo y coherente posible con la línea de investigación. Por ende, se incluyen intervenciones que van desde el año del salto a la política nacional y de intensificación de la mediatización del mensaje (2015 para Ciudadanos y 2016 para el M5S) hasta llegar a las últimas elecciones europeas de mayo 2019. Común para ambos candidatos es la intervención en entrevistas mediático-televisivas, mientras para los discursos públicos se ha decidido incluir diferentes géneros de intervenciones, la del mitin político para Albert Rivera y la del discurso en vídeo-publicaciones de Facebook para Luigi di Maio. Para su recopilación se ha recurrido a fuentes directas de vídeo, posteriormente reproducidas en textos.

Estrategias en la configuración inicial de la identidad: negación de la identidad ajena como rasgo identitario propio

La necesidad primaria de una formación política de reciente nacimiento es la de diferenciarse de los contrincantes y de esta manera ganarse a sus votantes. En este caso concreto, Ciudadanos y el Movimiento 5 Stelle surgen de un sustrato social que quiere romper con el bipartidismo que ha caracterizado la política

nacional anterior a su debut en la escena política, tanto en el caso español como en el italiano.

El intento de diferenciarse dentro del panorama político existente se manifiesta abiertamente ya desde la elección de los apelativos con que se muestran cara al público. El nombre del partido es una marca, una señal de identificación y diferenciación dentro del mercado (Stanton, Etzel y Walker, 2000) y por eso fundamento de la configuración inicial de la identidad de un partido. Con los nombres *Ciudadanos* y *Movimento 5 Stelle* pretenden romper con la *política de los partidos y de las siglas* e implantar inferencias contrarias a las tradicionales. Sin embargo, es en la autodefinición en la que los dos aplican una misma estrategia de diferenciación para apoderarse de un espacio político propio: marcan distancia, igualan los oponentes, y definen la propia identidad desde la negación de las contrarias.

Cuando Pablo Motos pregunta de manera directa a Albert Rivera, en 2015, si es de izquierda o de derecha, él le contesta:

1) Yo, lo siento mucho, pero soy de centro, y no voy a contentar a los rojos y a los azules. En España tenemos derecho a no ser rojo y azul. (AR1¹)

Ya en este primer extracto se presencia una constante de su discurso, el empleo de las etiquetas *rojos* y *azules* para apodar a sus oponentes. La carga simbólica de estos colores es fuerte: evocan la oposición en bandos que la reconstrucción histórica ha dado de la Guerra Civil Española, el rojo para el bando gubernamental y el azul para el de sublevación militar. Actualmente estos colores persisten en la política nacional, siendo el rojo empleado en la imagen corporativa del PSOE y el azul en la del PP.

La conjunción coordinante y entre “rojos y azules” actúa de nexo cohesivo igualador: con su uso consigue rediseñar el espectro político, colocando en un lado “*los rojos y los azules*”, iguales entre sí, y, en el otro, *Ciudadanos*, la propuesta diferente.

La estrategia de Albert Rivera es, entonces, doblemente eficaz y la construcción lingüística que emplea es argumentativamente densa: a través de esta ulterior reducción simbólica de izquierda y derecha a los colores rojo y azul, deslegitima a sus oponentes describiendo una realidad confrontativa y polarizada, que existía y que sigue existiendo, y, además, los reduce a dos opciones equivalentes. Al mismo tiempo, reafirma su sustracción de esa lógica y la voluntad del partido que representa de romper con este sistema.

La deslegitimación del exogrupo (doblemente articulado) y la legitimación del endogrupo pasa entonces a través de esta estrategia: incluyendo bajo la misma etiqueta a dos opciones ideológicamente diferentes, activando inferencias de homologación e igualación, deslegitima la oposición y se configura como única alternativa válida (Fuentes Rodríguez 2016 ed., Van Dijk 2005).

Se constata un procedimiento paralelo en el discurso de di Maio. Cuando Bruno Vespa le pregunta “¿*Quiénes sois? ¿Qué es el Movimento 5 Stelle?*” en 2016, frente a la desorientación general de los votantes por la ausencia de un posicionamiento político claro, la respuesta del candidato es la siguiente:

2) Luigi di Maio: Secondo me, se si cerca di *incanalare* il Movimento 5 Stelle nel *vecchio schema di destra o sinistra non se ne esce*. [...] In realtà questo movimento non è *né di destra né di sinistra*. (LDM2²)

Di Maio subraya la imposibilidad (*non se ne esce*) de canalizar (*incanalare*) el partido dentro de las direcciones y orientaciones obligadas del viejo esquema derecha-izquierda (*vecchio schema di destra o sinistra*). El valorativo *vieja* deslegitima y crea una comparación tácita en que el Movimento representa la novedad y la alternativa al sistema preexistente. A diferencia de Albert Rivera, la construcción bimembre está en este caso coordinada por *o*, conjunción disyuntiva, pero el efecto igualatorio es el mismo: a pesar de afirmar implícitamente la diferencia entre izquierda y derecha, recoge las dos etiquetas bajo la fórmula de *viejo esquema*.

En la conclusión de su intervención, Luigi di Maio proporciona al enunciado aún más énfasis empleando una doble conjunción copulativa negativa (*né di destra né di sinistra*). Como Ciudadanos, el Movimento 5 Stelle, a través de la voz de Luigi di Maio, configura la identidad grupal asumiendo como punto de partida *los demás*, y lo hace con una doble negación de las identidades ajenas; la consideración de un exogrupo doble es una peculiaridad de quien, como ellos, se posiciona en un sistema dual consolidado e intenta legitimar un espacio propio.

Estrategias en la configuración inicial de la identidad: posicionamiento estratégico

La voluntad de mostrarse frente al electorado como únicos ejemplos de ruptura y superación del esquema político convencional se confirma en la manera en que legitiman y explotan sus posicionamientos, estratégicamente elegidos.

El posicionamiento centrista de Albert Rivera juega con la equidistancia de los polos ideológicos de izquierda y derecha: tal posición le permite mantener la necesaria lejanía para que se configuren como exogrupo, pero al mismo tiempo mantiene la cercanía suficiente para aprovecharse de ellos.

- 3) Entiendo que estamos en una etapa de cambio, entiendo que haya mucha gente que no lo comprenda, porque instalados en los rojos y los azules a veces se vive muy cómodo, y tú dices que es más cómodo el centro. *Yo creo que es más cómodo el bando, o contigo o contra mí, o conmigo o contra mí. Yo creo que Ciudadanos representa que no hay bandos.* Que España tiene que avanzar, y cuando uno gobierna no gobierna para los votantes del PP o para los del PSOE, o para los de Ciudadanos, *gobierna para todos.* (AR1)

Rivera proyecta una imagen de ruptura y novedad y, al mismo tiempo, reiterando la fórmula *o contigo o contra mí, o conmigo o contra mí* añade ulteriores inferencias de confrontación y enfrentamiento a la política de sus oponentes. Haciendo manifiesta su exclusión y condena del enfrentamiento entre bandos y rehuyendo de las etiquetas ideológicamente marcadas, se propone como la única alternativa, vía intermedia, mediadora y unificadora, en línea con su afirmación *yo soy de centro*.

Cuando Pablo Motos le pregunta por quién ha votado antes de la formación de Ciudadanos, la respuesta es otra vez evasiva, pero cumple perfectamente sus fines argumentativos.

- 4) Ya lo he dicho alguna vez públicamente, *he votado tanto al Partido Socialista como al Partido Popular, como me he quedado en casa, ¿no?* [...] Me parece que, *como muchos españoles*, sinceramente, si no, no habría una intención de voto de cuatro millones de votos para Ciudadanos... (AR1)

Afirmando haber votado al PP, al PSOE, e incluso no haber votado, el objetivo de Rivera es convencer al electorado de ser representante de todos, incluyendo en su discurso todas las opciones posibles y facilitando, así, la identificación de cualquier ciudadano con su actitud. El foco en *como muchos españoles* se

interpreta como empleo estratégico de la falacia ad *verecundiam*: el argumento de *aceptación de algunos puntos de diferentes partidos* se justifica con la autoridad y multitud de los ciudadanos (Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara, 2002). Además, subrayando los puntos fuertes en que coincide con los adversarios, se está, en verdad, apropiando de ellos: los reúne en su partido y construye, así, la identidad grupal de lo *bueno* y *conocido* ajeno.

Una última significativa legitimación a través de la explotación del concepto de centralidad es la siguiente:

- 5) Es decir, en la transición estaba Suárez, estaba Carrillo, estaba Fraga, estaba Felipe González. Ganó Suárez, pero tuvo que hablar con todos. Entonces yo creo que, desde la centralidad, que es lo que yo defiendo, se puede hablar con todos. Desde los extremos no se puede solucionar nada. (AR1)

Después de haber llevado metafóricamente el discurso al contexto histórico de la Guerra Civil Española, empleando las marcas de *rojo* y *azul* para designar negativamente a sus adversarios políticos, sigue en la misma lógica y se transporta a la Transición Democrática. En un momento caracterizado por la coexistencia de tendencias políticas discordantes y en conflicto, el que *ganó* fue Adolfo Suárez, por el papel que asumió de moderador y moderado: refuerza el valor de la propia centralidad con la asociación implícita a él y a su autoridad, enfatiza aún más el vínculo existente con el parentético aclarativo *que es lo que yo defiendo*, y una vez más evidencia la ventaja unificadora de la propia posición (*se puede hablar con todos*) frente a la polarización dañina de los adversarios (*desde los extremos no se puede solucionar nada*).

Luigi di Maio aclara su posicionamiento dentro del espectro político tradicional en diferentes ocasiones y según modalidades distintas. Una de las primeras declaraciones que se recoge se remonta a 2016, cuando el entrevistador Giovanni Floris le pregunta a quién representan los 5 Stelle. La respuesta es la siguiente:

- 6) Luigi di Maio: Io penso che il Movimento 5 stelle sia l'unica forza politica in questo momento del paese che è veramente *trasversale* un po' a tutte le parti del paese. (LDM1³)

Mientras Rivera explota estratégicamente la centralidad y la equidistancia de los polos, di Maio juega con la lógica de la transversalidad: con este término indica una presencia que recorre en toda su extensión el eje que va de izquierda

a derecha, proponiéndose como alternativa aglutinadora y superación de las posiciones extremas. Siguiendo en la lógica de deslegitimación del viejo sistema, procede con un ataque al exogrupo doble para justificar su posición ideológica:

- 7) Cioè qui c'era un paese che diceva che eri di destra se stavi con gli imprenditori, eri di sinistra se stavi con i lavoratori. Poi quelli di sinistra hanno fatto il Jobs Act e hanno fregato i lavoratori, quelli di destra hanno fatto Equitalia e hanno fregato gli imprenditori, oggi tutti quei cittadini si mettono insieme e provano a cambiare questo paese perché sono disillusi dalle vecchie forze politiche. (LDM1)

Su discurso se caracteriza por el uso estratégico de la polifonía: la voz de otros le permite enfatizar su distanciamiento de los oponentes. Tal posición le permite cuestionarlos, criticarlos, y encasillarlos. Una vez más, la legitimación del propio grupo tiene fundamento en la igualación ideológica de los adversarios y en la implícita deslegitimación ajena, lo que permite la consiguiente construcción de un endogrupo que se valida por su inclusividad y fuerza de renovación.

Cuanto se acaba de ver se complementa perfectamente con la autodefinición de partido postideológico, que en el extracto que sigue introduce el entrevistador, Bruno Vespa, pero constituye el lema manifiesto del partido desde su fundación.

- 8) Bruno Vespa: È post-ideologico, nel senso che fate quello che volete!
Luigi di Maio: No, è un movimento post-ideologico e mette al centro i temi e le soluzioni ai problemi dei cittadini. (LDM2)

El concepto de postideología resume perfectamente la búsqueda de muestras de ruptura con la política anterior: el prefijo latino *-post* se añade a la morfología de un término para indicar una continuación en el tiempo, en comparación con algo establecido. Estas formaciones morfológicas han ido con el tiempo asumiendo un significado más amplio de corrupción y superación metafórica del término a la raíz (otros ejemplos serían *posmodernismo* y *posverdad*).

En el caso concreto de di Maio, la etiqueta de postideológico quiere recalcar la perversión y degeneración de las ideologías y así justificar la ausencia de un posicionamiento definido e ideológicamente marcado dentro del espectro político convencional: es postideológico porque no se estanca en

posicionamientos fijos; al contrario, como partido también transversal, aglutina todo el espectro político.

- 9) Quindi secondo me bisogna entrare nell'ottica che il Movimento 5 Stelle *ha superato l'idea degli schemi di destra e di sinistra, ma porta con sé tante idee che erano stati i cavalli di battaglia dei partiti di destra e sinistra.....* perché io non dico che i valori di destra o sinistra non esistano, sono dentro ognuno di noi. C'è chi si rifà ai valori che portava avanti Berlinguer, chi quelli di Almirante, chi quelli dei leader della DC... (LDM2)

Este extracto permite una comparación directa con Albert Rivera, el cual resolvía el juego metafórico de la Guerra Civil y de la Transición Democrática asociándose a Adolfo Suarez y así presentándose como representante de un centrismo necesario y demostradamente efectivo; también Luigi di Maio, para justificar su tendencia al super-partes ideológico y al transversal aglutinador, incluye en su discurso refuerzos argumentativos de autoridad, incluyendo referencias a políticos y partidos, de diferentes ideologías, que han hecho la historia de Italia: Enrico Berlinguer (Partito Comunista Italiano), Almirante (Movimento Sociale di Destra) y la Democrazia Cristiana (partido de centro).

Estrategias en la configuración inicial de la identidad: acercamiento al electorado, autoglorificación nacional y empleo estratégico de la emoción

Ambos partidos presentan una serie de características que pueden leerse en relación con un modus operandi populista. El concepto de populismo, aunque presenta una heterogeneidad de definiciones y empleos, puede entenderse como una actitud política que se sirve de un conjunto de operaciones retóricas dirigidas hacia las clases populares. Determinadas estrategias y recursos lingüístico-discursivos empleados por los dos líderes en análisis pueden asimilarse a fines de matriz populista y resultan relevantes al análisis porque son complementarios al proceso de construcción identitaria.

Las estrategias más frecuentes en cuestión buscan el acercamiento al electorado y a la involucración de los votantes, respondiendo a la creciente exigencia de protagonismo que estos piden (Fuentes Rodríguez, 2016 ed.). Con el fin de que puedan creer en la existencia de una mutua identificación entre las dos partes involucradas en este proceso, clase política y votantes, se asiste a un

juego de espejos, realmente escondido dentro de las manipulaciones discursivo-verbales de los actores políticos.

En el caso de Ciudadanos, la modalidad que suele explotar consiste en una igualación del propio perfil identitario con lo nacional y la consiguiente autoglorificación del perfil resultante. Un proceso inferencial de identidades que se reflejan la una en la otra y que se explota hasta en el nombre del partido.

Ejemplos de este proceso se encuentran en el uso de la acumulación, repetición y reiteración del topónimo nacional “España”, sus variantes e inferencias implícitas, además de en la serie de apelaciones a la ciudadanía, también con variedad de manifestaciones (compatriotas, conciudadanos). Estos recursos, de alta economía y efectividad comunicativa, focalizan la atención del oyente y sirven de refuerzo argumentativo.

- 10) *España es una nación. España es un país. España es nuestra tierra. Y yo no voy a gobernar España de la mano de los que quieren romper España como lo hace el Señor Iglesias. Yo no voy a gobernar España con aquellos que no respetan a los que piensa distinto. Yo no voy a gobernar España a cualquier precio. (AR2⁴)*

Se da ulterior énfasis al tópico de la nación explotando la simbología nacional. En los discursos se hace hincapié en símbolos concretos, como pueden ser la bandera y la Constitución, o más abstractos, tales como eventos, episodios, personajes, o cualquier tipo de referencias a la historia del país.

- 11)[...] trabajando a una, por un proyecto común, *bajo una Constitución que nos une, bajo los símbolos que nos unen, bajo lo que ha hecho que nuestros abuelos se dieran la mano y nos reconciliáramos. (AR3⁵)*

La explotación del imaginario y de la simbología nacional no se limita al discurso: Ciudadanos ha hecho de la presencia de la rojigualda y de sus colores una constante de sus eventos públicos y finalmente de su imagen corporativa. Se puede constatar en las imágenes del mitin de 2018, para la presentación de la plataforma cívica “España Ciudadana”, y en los carteles electorales de las últimas generales de 2019.

Sin embargo, en un estado dictatorial como fue la España franquista, la recepción de los símbolos nacionales se ve comprometida por el proceso de artificiosa coincidencia entre nación y régimen (Mendoza, 2012). La reconstrucción de la identidad nacional y la reapropiación de ese imaginario empezó con la transición democrática y sigue todavía en acto: los símbolos

nacionales no han logrado todavía la necesaria ubicuidad y oblicuidad para que se puedan considerar de identificación nacional universal. Al contrario, es la derecha, ideológica e históricamente cercana a las instancias nacionalistas, la que se ha apoderado de ellos. La alineación de Ciudadanos a este patrón representa una debilidad evidente para la proyección supuestamente centrista que ha ido dando al partido.

También el Movimento 5 Stelle busca estratégicamente la cercanía con los votantes optando por una insistente apelación a la ciudadanía y el desarrollo de un proceso de mutua identificación entre aquella y el partido. Sin embargo, coherentemente con su origen e historial, el partido *pentastellato* busca suscitar en el elector un sentimiento de proximidad que no se limita al partido, sino que se extiende al sistema político completo, que se dibuja al alcance de cualquier ciudadano. A tal fin, el discurso se llena de inferencias a la participación y a la intervención activa de los ciudadanos, asumiendo una igualación de niveles entre la clase política y la ciudadanía. Un recurso, la *hipersimplificación* de la complejidad política, que se acompaña de la coloquialización del lenguaje y ausencia de tecnicismos, que a menudo se ha listado dentro de las estrategias características del discurso populista (Tarchi, 2014). Los extractos que siguen sirven de ejemplo:

- 12)...ma lo vedo anche *per strada*, lo vedo incontrando *i cittadini*. (LDM1)
- 13)... oggi *tutti quei cittadini si mettono insieme e provano a cambiare* questo paese perché sono disillusi dalle vecchie forze politiche. (LDM2)
- 14)In questi anni noi ci siamo battuti allo stesso modo, *tutti quanti insieme* per ottenere risultati importanti. (LDM2)
- 15)...la politica si *può fare dal basso con la forza dei cittadini*, perché io questo vi chiedo di fare. (LDM5)

En el último fragmento, especificando la intención de *hacer política desde abajo con la fuerza de los ciudadanos*, di Maio al mismo tiempo rompe con el eje horizontal de izquierda-derecha (donde realmente el M5S no tenía lugar) y se hace creador de una nueva configuración, esta vez en el eje vertical, que ve enfrentados a los ciudadanos con una serie de enemigos ambiguamente trazados. Esta disposición le permite dar ulterior validación a su posicionamiento, colocándose de la parte de los ciudadanos con los cuales se

identifica, y confirma la invalidación de sus adversarios políticos de izquierda y de derecha, juntos en una agrupación que une a todos los enemigos del Estado. Consigue de esta manera suscitar una identificación emocional y así reforzar el sentimiento de cohesión, pertenencia y de mutuo reconocimiento (Charaudeau, 2011).

Estrategias en situaciones de conflicto: la oscilación ideológica

Determinadas situaciones de confrontación con la realidad política pueden comprometer la integridad de la propia imagen identitaria, alterando su recepción en la ciudadanía. Se ha observado en qué manera y explotando qué estrategias, las particulares identidades políticas en análisis se han enfrentado a unos momentos críticos, durante los cuales ha sido necesario un posicionamiento firme, imposibilitando el mantenimiento de la neutralidad super-partes que las caracteriza, actuando entonces con el intento de ocultar incoherencias, defenderse y minimizar los efectos de tal proceso.

Como se mencionaba anteriormente, es reciente el giro a la derecha en la percepción de la trayectoria de Ciudadanos. Una “derechización” (Orriols, 2018) resultante de una serie de factores que, sin embargo, se pueden resumir en uno: la cristalización de la relación de mutuo apoyo con PP y Vox. Esta cercanía factual se refleja en el discurso de Ciudadanos, que intenta adaptar su imagen para que se pueda encontrar lógica y coherencia con su actitud política. Mostramos un discurso de 2018 en el que ya se puede asistir a una reconfiguración importante en el esquema de polarización discursiva:

16) Porque además en el siglo XXI, en el mundo global, *nuestros adversarios ya no son los que están un poquito más a nuestra izquierda o un poquito más a nuestra derecha.* (AR1)

En la nueva articulación, los adversarios no son los que están a la izquierda o a la derecha: el operador atenuante *poquito* reduce la importancia de la distancia y los hace cercanos. En esta alteración de roles se esconde la necesidad de acercarse a los contrincantes con palabras, tal como se ha hecho en la práctica política. Los partidos que anteriormente representaban la alteridad política de los que era necesario distanciarse, empiezan ahora a aparecer con frecuencia en

el discurso de Ciudadanos bajo formas de validación de existencia y de metafórica inclusión.

17) *...hay nuevos partidos como Ciudadanos y Podemos en su día, ahora ha surgido otro partido que es Vox por tanto creo que...* (AR4⁷)

18) *Es decir, creo que este país se tiene que acostumbrar a que han venido formaciones políticas nuevas, que son voluntad de la ciudadanía, que han venido a decir ya no somos rojos o azules, sino que hay matices, y bueno...* (AR4)

19) *Yo no considero un votante del PSOE o del PP un enemigo, considero un compatriota, un ciudadano que tiene inquietudes, que puede compartir cosas contigo.* (AR5⁸)

El proceso lógico-argumentativo es el siguiente: el escenario político, ahora renovado y plural, incluye a Vox, un partido nuevo, tal como lo fueron Ciudadanos y Podemos en su tiempo; todas estas agrupaciones son válidas por ser expresión de una voluntad popular. Rivera explota la situación que describe, reforzando la propia posición: la necesidad de Ciudadanos se hace evidente al ser el único partido que se caracteriza por la capacidad de lidiar con pactos y coaliciones, uniendo instancias aparentemente discordantes bajo el lema del mutuo acuerdo.

En definitiva, los metafóricos enemigos discursivos, cuando es conveniente, se convierten en amigos. La identidad política que se ha ido construyendo posee unos rasgos que permiten un cierto nivel de elasticidad estructural, por la indefinición que la fundamenta: explotando estos rasgos el actor político puede llegar a justificar su conducta y mantener coherencia.

Sin embargo, la progresiva proximidad y el consecuente y necesario acercamiento verbal a los oponentes requiere un acto igual y contrario para que la imagen del partido se mantenga en justo equilibrio. Es decir, se recurre al distanciamiento para que se pueda mantener un espacio propio de autonomía y se perciba una diferenciación de las otras opciones políticas. Por estas razones, Rivera incluye en su discurso señales verbales de distancia de los contrincantes y de diferencia de la propia oferta, de validación de la propia posición frente a la invalidación de la propuesta ajena. En los extractos que siguen, se reitera el concepto explícitamente:

20) ...*somos proyectos distintos*. Yo creo que solo faltaría que fuéramos un partido único todos los españoles, ¿no? Hay varias formaciones políticas, nosotros somos un partido liberal, ellos un partido conservador, *tenemos nuestras diferencias*. (AR5)

21) *Pues, mire, somos partidos distintos, con proyectos distintos*. Yo soy una persona que me considero liberal, progresista, constitucionalista, y Vox un partido ultraconservador, que así se definen ellos mismos, con sus políticas. Por tanto, discrepancias, *¿alguna en común? Sí, hombre, defender la unidad de España, creo que la defendemos muchos españoles, pero hay muchas cosas diferentes*. (AR5)

En el caso del M5S, la crisis institucional que surgió tras las generales de 2018 puso el partido en una posición decisiva para el cierre de un ejecutivo con la coalición de derecha, encabezada por la Lega de Salvini. ¿Cómo justificar, entonces, este necesario acercamiento a los contrincantes, cuando el elemento constitucional del partido había sido, desde su fundación, la lucha contra ellos?

El instrumento a que recurrió la dirección del partido fue la introducción del concepto de *contrato de gobierno*, una unidad léxico-lingüística nueva en el discurso político nacional, con el fin de marcar la distinción con un simple acuerdo, pacto o alianza; lo que lo diferencia de ellos, como sugieren las inferencias del término, es la naturaleza episódica, esquemáticamente planeada, y la relación formal entre las partes involucradas.

22) Non possiamo parlare di alleanze, coalizioni... io voglio proporre ai miei interlocutori delle altre forze politiche un contratto di governo, come si fa in Germania. Noi saremo forze politiche, l'una contro l'altro, perché siamo alternative. (LDM3⁹)

De esta manera, di Maio intenta mantener la justa distancia de los adversarios y reajustar esta metafórica imagen de cercanía que está proyectando a los votantes. Además, reafirma una idea de distancia usando el adjetivo *alternativo* para calificar la relación de diferencia existente entre las opciones políticas en juego.

Sin embargo, la posición de subordinación que di Maio y su partido fueron asumiendo durante el gobierno *giallo-verde* empeoró tras los resultados de las elecciones europeas de mayo de 2019, con la reducción a la mitad de los votos para el Movimento. La respuesta fue la búsqueda de un gradual reposicionamiento y la vuelta a una distancia de seguridad, lo que se tradujo en una reconfiguración de la polarización discursiva: di Maio insiste en una

autopresentación positiva propia, explotando aquellas características identitarias originarias y distintivas, frente a la presentación negativa del oponente. Aprovecha cada ocasión para evidenciar, a través de una serie de oposiciones semánticas, el carácter positivo del Movimento frente al negativo del “enemigo” en cuestión, la Lega.

23) Il Movimento 5 stelle farà un gruppo europeo nuovo, con forze politiche nuove e giovani, completamente svincolate dalle ideologie, lontanissime da quelle estrema destra intollerante che cresce, e che, onestamente, mi sta preoccupando. (LDM5)

24)...deve dismettere queste posizioni da ultradestra su cui sta spostando il governo. [...] ...deriva estremista, a volte sono derivate di privilegio, di comportamento da casta, o derivate addirittura legate all'illegalità [...] Le idee di Verona non sono idee di destra, sono idee da Medioevo. (LDM6)

Conclusiones

Lo que se destaca de la investigación es una concordancia en la finalidad de las construcciones identitarias de Ciudadanos y del Movimento 5 Stelle, en el mantenimiento de una indefinición ideológica con fines estratégicos. Sin embargo, se evidencian igualmente diferencias importantes en las formas de realización, actuación y recepción de las mismas.

Ambos consiguen un espacio político propio marcando diferencia con la clase política tradicional. Un proceso de validación que hace de la desigualdad su argumento principal: en ello se legitima la propia existencia marcando como punto de partida la alteridad, y así constituyéndose como su negación y alternativa (*ni rojos ni azules, né sinistra né destra*).

Además, las dos formaciones comparten la voluntad de excluirse del eje polarizado izquierda-derecha, encontrando posicionamientos estratégicos distintos y enfocados al mismo objetivo. Ciudadanos juega con la idea de centralidad, es decir, la equidistancia de los polos ideológicos, proponiéndose como mediador y unificador de las tendencias extremas, con el respaldo argumentativo de las autoridades histórico-nacionales. Y así se acerca a los votantes, infiriendo estratégicamente una coincidencia entre la propia identidad política y la nacional, que además refuerza con un proceso de autoglorificación del perfil resultante.

Al contrario, el Movimento 5 Stelle, declarándose postideológico y transversal, juega con la ambigüedad de esta definición. Es decir, critica los

encasillamientos polarizados y se propone como su superación, con un espíritu aglutinador. No obstante, su colocación tiene rasgos borrosos, siendo al mismo tiempo dentro (trasversal) y fuera (postideológico) del espectro político tradicional, una posición que le permite dureza en la crítica al eje y sus componentes. Crea entonces un eje paralelo, que le permite remarcar la oposición con los adversarios, imprecisamente definidos, y cercanía con la ciudadanía, los italianos, con los cuales se identifica.

Sin embargo, es en las situaciones conflictivas, de enfrentamiento y tensión con la realidad política alrededor, cuando se puede comprobar la estabilidad de sus construcciones identitarias y la conservación de la indefinición que las define y caracteriza. En este contexto se muestra la oscilación ideológica, esto es, un reposicionamiento fluctuante, una manipulación verbal de la distancia según conveniencia que la indefinición de la identidad política les concede en determinado grado.

No obstante, estas variaciones no pasan desapercibidas en la percepción de los votantes, en la de los militantes y tampoco en la de los miembros del partido más comprometidos. Las palabras de Charaudeau (2009) aclaran la cuestión:

“...la validez de una argumentación depende del campo en el que se inscribe; es decir que se relaciona con la situación de comunicación que lo pone en marcha.” (2009: 282)

En nuestro caso, la situación comunicativa se compone del contexto político-social y su acción dentro de ello. Cuando existe disconformidad entre este contexto y lo argumentado, el discurso pierde valor y la construcción identitaria que se sostiene sobre ello colapsa, enseñando las falacias del discurso y el juego meramente estratégico de la oscilación.

A pesar de mantener un perfil ambiguo, la identidad de Ciudadanos ha sufrido las consecuencias de esta estrategia: la posible lectura de incoherencia entre su ser y hacer político, con el abandono de la proclamada imparcialidad, ha comportado una relevante pérdida de vigor y de credibilidad frente a la opinión pública (Lamet, 2019). Una situación parecida ha vivido el Movimiento: la redirección de Di Maio hacia una vuelta a las características de configuración originarias llega tarde y resulta poco eficaz. La construcción identitaria muestra la propia fragilidad por su inhábil gestión, así perdiendo credibilidad.

En suma, una construcción identitaria que se fundamenta en la indefinición ideológica posee una cierta plasticidad estratégicamente útil, como es evidente por la explotación de lo que se apunta como oscilación ideológica. Sin embargo, muestra señales de debilidad estructural y puede fácilmente demostrarse inválida si no va acompañada por una cauta acción política, como exhiben, en distintos grados, Ciudadanos y el Movimento 5 Stelle.

Notas

¹ Se citan como AR1 los extractos de la entrevista a Albert Rivera en ‘El Hormiguero 3.0’ (Antena 3) del 30/06/2015. Enlace:

https://www.atresplayer.com/antena3/programas/elhormiguero/temporada-4/capitulo-157-albertrivera_5ab4e336986b2804ed739428

² Se citan como LDM2 los extractos de la entrevista a Luigi di Maio en “Porta A Porta” (Rai 1) del 19/06/2017. Enlace: <https://www.raiplay.it/video/2017/06/Porta-a-Porta-6c337593-95c64ec5-8f5e-801248706309.html>

³ Se citan como LDM1 los extractos de la entrevista a Luigi di Maio en “DiMartedì” (La7) del 08/11/2016. Enlace: <https://youtu.be/I3I9BOier8Q>

⁴ Se citan como AR2 los extractos del mitin de Ciudadanos “#TourNaranja” (Sevilla) del 18/06/2016. Enlace: <https://youtu.be/fS5dCFFgWV>

⁵ Se citan como AR3 los extractos del mitin de Ciudadanos “España Ciudadana” del 20/05/2018. Enlace: <https://youtu.be/RpdMhPyT6tw>

⁶ Se citan como LDM5 los extractos de la publicación video en Facebook del 05/04/19. Enlace: <https://www.facebook.com/LuigiDiMaio/videos/346741569301946>

⁷ Se citan como AR4 los extractos de la entrevista a Albert Rivera en ‘El Hormiguero 3.0’ (Antena 3) del 27/03/2019. Enlace: https://www.antena3.com/programas/el-hormiguero/invitados/videorevive-entrevista-completa-albertrivera_201903275c9bf3bf0cf2d4e388dfc422.html

⁸ Se citan como AR5 los extractos de la entrevista a Albert Rivera en ‘La Sexta Noche’ (La Sexta) del 30/03/2019. Enlace: https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/lasextanoche/temporada-1/30-03-19-albertrivera_5c9e38c47ed1a885bb36ba26/

⁹ Se citan como LDM3 los extractos de la entrevista a Luigi di Maio en “DiMartedì” (La7) del 20/05/2018. Enlace: <https://youtu.be/2mkIuJqNEbA>

Referencias

Abrams, D. (1999). Social identity, social cognition, and the self: the flexibility and stability of selfcategorization. En Abrams D. y Hogg M. A. (eds.), *Social identity and social cognition*. Oxford: Balckwell. pp. 197-229.

- Arundale, R.B. (2006).** Face as a relational and interactional: a communication framework for research on face, facework and politeness. *Journal of Politeness Research*, 2 (2), pp. 193-216.
- Brown, P. y Levinson, S.C. ([1978]1987).** *Politeness. Some Universal in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press
- Bucholtz, M. y Hall, K. (2005).** Identity and interaction: a socio-cultural linguistic approach. *Discourse Studies*, 7 (4-5), pp. 585-614.
- Casanova, G. y Pantaleoni, A. Valls (2019).** Ciudadanos era un partido liberal. Ahora pacta con una formación reaccionaria y antieuropea. Edición digital de *El País*, 19 de junio de 2019. Disponible en https://elpais.com/ccaa/2019/06/19/catalunya/1560927800_910737.html
>
- Charaudeau, P. (2002).** ¿Para qué sirve analizar el discurso político?. *DeSigniS*, (2), pp. 109-124.
- Charaudeau, P. (2009).** La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político. *Haciendo discurso. Homenaje a Adriana Bolívar*, pp. 277-295.
- Charaudeau, P. (2011).** La experiencia emocional y sus razones. *Versión*, 26, junio, pp. 97-118.
- Chilton, P. y Shäffner, Ch. (1997).** Discurso y política. En Van Dijk, T.A. *Discurso y política. El discurso como interacción social*. Barcelona: Editorial Gedisa 2000.
- Delgado Fernández, S. (2004).** Sobre el concepto y el estudio del liderazgo político. Una propuesta de síntesis. *Psicología Política*, 29, pp. 7-29.
- Foucault, M. (1980).** *Historia de la sexualidad 1. La voluntad de saber*. Madrid: Siglo XXI.
- Fuentes Rodríguez, C. (coord.) (2013).** *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez C. (ed.) (2016).** *Estrategias argumentativas y discurso político*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. (2017[2000]).** *Lingüística pragmática y análisis del discurso*, Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. & E. Alcaide Lara (2002).** *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*, Madrid, Arco Libros.

- Fuentes Rodríguez, C., & E. Alcaide Lara (2007).** *La argumentación lingüística y sus medios de expresión* (Vol. 95). Madrid: Arco Libros.
- Goffman, E. (1967).** *Interaction ritual. Essay on face-to-face behaviour*, New York: Doubleday.
- Lamet, J. (2019).** La repetición de elecciones hundiría a Ciudadanos y Vox. Edición digital de *El Mundo* el 30 de junio de 2019. Disponible en <<https://www.elmundo.es/espana/2019/06/30/5d17a044fdddf5e138b4669.html>>
- Lopez Eire, A., & de Santiago Guervós, J. (2000).** *Retórica y comunicación política* (Vol. 56). Madrid: Cátedra.
- Martín Criado, E. (2014).** Mentiras, inconsistencias y ambivalencias. Teoría de la acción y análisis de discurso. *revista internacional de sociología*, 72(1), pp. 115-138.
- Mateo, J.J. (2015).** De Ciutadans a Ciudadanos, los 10 años de historia de un partido político. Edición digital de *El País* el 25 de junio de 2015. Disponible en <https://elpais.com/politica/2015/06/25/actualidad/1435219647_770153.html>
- Mendoza, J. M. (2012).** La construcción política de la identidad española:¿ del nacionalcatolicismo al patriotismo democrático? (Vol. 279). *CIS*.
- Orriols, L. (2018).** ¿Se va Ciudadanos a la derecha? Sí, pero quizás no tanto. *Eldiario.es*, 7 de noviembre de 2018. Disponible en <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/va-Ciudadanos-derecha_6_833326686.html>
- Spencer-Oatey, H. (2007).** Theories of identity and the analysis of face. *Journal of Pragmatics*, 39, pp. 639-656.
- Stanton, W., Etzel, M., y Walker, B. (2000).** *Fundamentos de Marketing* (11.^a Edición). México: McGraw-Hill.
- Tarchi, M. (2014).** Dieci anni dopo. L'Italia populista e il caso Beppe Grillo. *Quaderni di sociologia*, (65), pp. 31-49.
- Van Dijk, T.A. (2005).** Política, ideología y discurso. *Quórum académico*, 2(2), pp. 15-47.

Van Dijk, T. A. (2013). *Discurso y contexto: un enfoque sociocognitivo*.
Barcelona: Gedisa.

Nota biográfica



Eliseo Antonio Nardaccio es graduado en *Lingue, Letterature e Culture dell'Europa e delle Americhe* por la Università degli Studi di Napoli L'Orientale (Italia). Ha cursado el Máster en Estudios Lingüísticos, Literarios y Culturales de la Universidad de Sevilla, terminando con un TFM enfocado en el análisis del discurso político con una perspectiva comparativa entre Italia y España, la cual constituye su principal línea de investigación.

E-mail: eliseoantonio@hotmail.it