

EL LENGUAJE POLÍTICO Y POLITIZADO APLICADO A LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA

Ana Isabel Díaz García
Universidad de Plovdiv “Paisiy Hilendarski”

POLITICS AND POLITICIZED LANGUAGE APPLIED TO TEACHING SPANISH AS A SECOND LANGUAGE

Ana Isabel Díaz García
Paisii Hilendarski University of Plovdiv

This paper constitutes a concise sketch on the concept of communication itself, focusing on the importance of both context and rhetoric in the art of effective or persuasive speaking or writing, offering a brief analysis on how communication and persuasion have been understood throughout history. Moreover, we will try to draw up the concepts of both “politic humor” and “politicized humor” in order to clarify the kind of texts they stand for.

In addition, this work seeks to justify the vast interest of the knowledge and use of humor-based strategies together with political texts while teaching and learning Spanish as a foreign language so that the speakers are able to not only demonstrate their linguistic level of a foreign language but also their social, cultural and historical understanding of the countries where Spanish is spoken.

Key words: politics, humor, foreign language teaching, linguistics, persuasion

I. Introducción

La comunicación es un hecho inherente al ser humano. A lo largo de nuestra vida aprendemos a comunicarnos en diferentes formas, con personas diferentes y aprendemos a adaptarnos al contexto.

En muchas ocasiones, al hablar de comunicación tendemos a pensar únicamente en el lenguaje oral y escrito pero vivimos en un mundo hiperconectado, en el que la comunicación sensorial prima; no debemos olvidar el resto de nuestros sentidos (el olfato, el oído o la vista) de los que, por ejemplo, la publicidad saca una buena tajada. Aún así, no se puede negar que la palabra –y la educación, que diría Nelson Mandela– son las armas más poderosas de las que dispone el ser humano.

Al respecto, es obvio que nosotros, como emisores, cambiamos y evolucionamos desde un lenguaje infantil y primitivo hasta un lenguaje maduro y racionalizado pasando, tal vez, por la utilización de lenguajes más soeces e, incluso, por el uso de jerga juvenil. Al mismo tiempo, todo lo que nos rodea cambia y debemos controlar todas las variables para poder emitir un mensaje adecuado; no nos expresamos de la misma forma cuando estamos entre amigos que cuando nos encontramos ante una entrevista de trabajo, no podemos hablar, vestir y comportarnos de la misma forma en una discoteca que un funeral. He aquí la importancia del contexto y el conocimiento pragmático.

Todo esto lo aprendemos gracias a la experiencia y debemos comprender que conlleva un esfuerzo; por lo tanto, como cualquier habilidad, el arte de hablar y expresarse correctamente a todos los niveles, la magia de la comunicación, se puede y se debe entrenar.

II. De comunicación y lenguaje oral

a. Lingüística: texto y contexto

La comunicación oral es la que nos diferencia a los seres humanos, la que nos caracteriza y ofrece mayores posibilidades de interrelación. Se trata de una forma de expresión dinámica, variable y que puede adaptarse rápidamente a un cambio de contexto o registro (es fácil pasar de un debate a una discusión, por ejemplo, entre amigos o, incluso, en la política). Además, el lenguaje oral se restringe a unos tiempos delimitados que son, a su vez, variables; en la mayoría de los casos no tenemos tiempo para pensar en qué vamos a decir o cómo vamos a decirlo por lo que podemos intuir que hay una mayor improvisación y, por ende, una mayor probabilidad de error que en el lenguaje escrito.

El lenguaje oral es altamente expresivo, ya que jugando con la entonación podemos dotar el enunciado “Ven a casa” de una connotación expresiva (orden, ruego, sugerencia, amenaza, etc.) de la que por escrito carece. Sin embargo, una entonación concreta en un contexto incorrecto nos llevaría a un craso error pragmático.

Hymes propuso su concepto de competencia comunicativa como reacción a Chomsky; mientras que para el segundo y otros lingüistas que siguieron su estela, como Neil Smith, “la lingüística no trata de lenguaje o lenguajes, o al menos este no es su principal foco de interés, trata de las gramáticas” (Smith 1983:4), para el primero la competencia es la habilidad para usar la lengua. En palabras de Hymes la competencia comunicativa se define como “las capacidades de una persona” y “es dependiente del conocimiento y de la habilidad para su uso” (Hymes 1972:282)

De esta forma, el dominio de una lengua no se limita a la adquisición de un repertorio de reglas gramaticales, estructuras lingüísticas y oraciones, sino que pasa también por el dominio en el uso real de dicha lengua. En palabras de Widdowson (1989), debemos distinguir y combinar la habilidad para representar la lengua como sistema (*usage*) y la habilidad para hacer un uso real de ella (*use*).

Siguiendo el modelo de competencia comunicativa de Canale y Swain (1980) diseñado para la elaboración de programas curriculares de lengua extranjera, podemos distinguir tres componentes de la competencia pragmática: sociolingüística (incluye conocimientos y habilidades necesarios para producir y entender una expresión de forma apropiada en contextos sociolingüísticos que varían en función de factores contextuales), textual (incorpora los conocimientos y habilidades que permiten al hablante producir un texto coherente y cohesionado) y estratégica (incluye conocimientos y habilidades que permiten al hablante la aplicación de estrategias comunicativas verbales y no verbales).

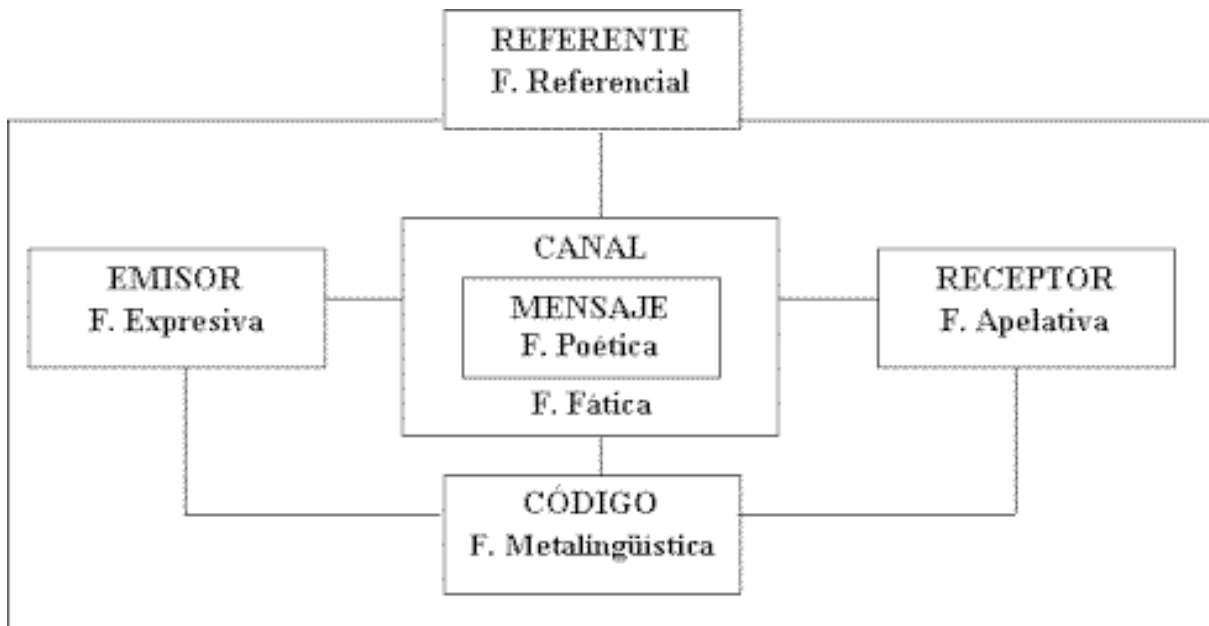
Para Sperber y Wilson (1994: 219) la comunicación verbal implica dos tipos de proceso de comunicación: uno basado en la codificación y decodificación y otro basado en la ostensión y la inferencia. Dichos autores amplían la noción de contexto más allá de la información acerca del entorno físico inmediato o el conocimiento de los enunciados anteriores hasta un conjunto de premisas o suposiciones constituidas por informaciones de todo tipo (creencias, supuestos culturales, conocimientos del mundo compartidos, etc.); por lo tanto, el contexto viene a ser lo que en pragmática se denomina *información compartida* o *saber enciclopédico* (De Santiago Guervós 2005: 12).

b. La comunicación persuasiva

Según Javier de Santiago Guervós (2005: 13), la comunicación no es más que un mecanismo de estímulo y respuesta adecuada ante ese estímulo. Cuando hablamos lo hacemos siempre con un propósito, buscando un objetivo: por un lado, podemos hablar solos para fijar conceptos en nuestra mente, para darnos ánimos, a calmarnos, etc.; por otro lado, podemos hablar con otros y, en este caso, siempre lo hacemos con el propósito de influir en el receptor (queremos informarle, exhortarle, conmoverle, etc.). Basta recordar las funciones del lenguaje enunciadas por Jakobson y recogidas por Bermeosolo (2001):

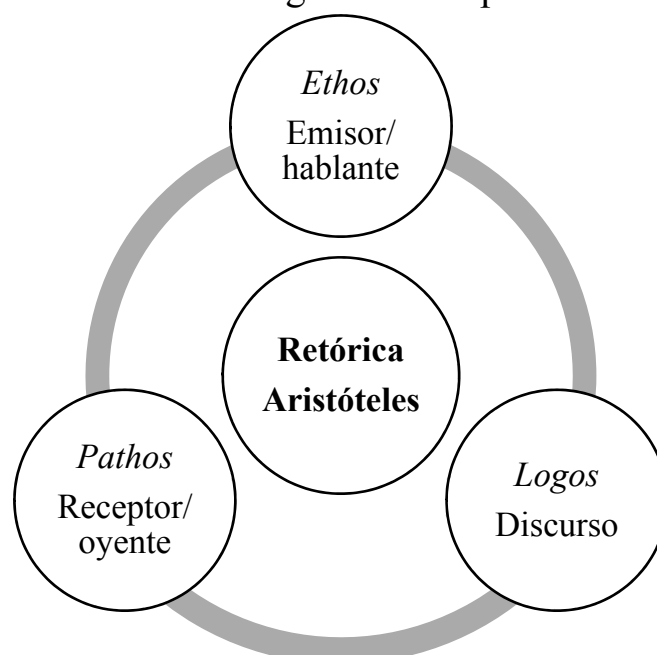
1. Función emotiva: está centrada en el emisor que pone de manifiesto sentimientos, estados de ánimo, emociones, etc.
2. Función conativa: está centrada en el receptor o destinatario del que se pretende que actúe en conformidad con lo solicitado.

3. Función referencial: se centra en el contexto como referente y se trata generalmente de textos informativos, narrativos, etc.
4. Función metalingüística: se utiliza cuando el código sirve para referirse a sí mismo.
5. Función fática: se centra en el canal y trata los recursos que pretenden mantener la interacción.
6. Función poética: se centra en el mensaje y la producción lingüística elegida intenta producir un efecto en el destinatario.



En el caso de la comunicación persuasiva lo que se pretende es inducir al interlocutor a adherirse a las propuestas del emisor (De Santiago Guervós 2005).

Basándonos en la Retórica de Aristóteles y según Álvarez Marañón (2012), en el arte de hablar distinguimos tres pilares de la persuasión:



- Argumentos ligados al *ethos*: se relacionan con el emisor del discurso y apelan a su autoridad y a su honestidad, a su ética, en definitiva, afectan a su credibilidad.
- Argumentos referidos al *pathos*: de orden puramente afectivo y ligados, por lo tanto, al receptor del discurso; buscan la empatía, conectar con él a nivel de sentimientos.
- Argumentos ligados al *logos*: Tienen que ver con el propio discurso y se ciñen al tema. Apoyándose en la dialéctica, se utilizan argumentos lógicos y evidencias sólidas que apelan a la inteligencia de la audiencia.

Al hablar acerca de la influencia sobre el otro, debemos aclarar la diferencia entre persuadir y manipular. Se trata de dos conceptos que habitualmente se utilizan como sinónimos, si bien autores como Taboada Novelo (2005) establecen que “la diferencia radica en los medios que se utilicen y la intención con que se haga una y otra.” Define la persuasión como “preparar a una persona para aceptar un punto de vista alterno o hacer que voluntariamente cambie el curso original de una acción en beneficio suyo y de los demás” mientras que la manipulación consiste en “obligar a una persona a cambiar el curso de una acción con el propósito de beneficiarse uno mismo.”

Es importante destacar que todos intentamos persuadir de alguna forma, no tiene cabida el hablar por hablar, sino que en cada acto comunicativo se pretende conseguir algo; en el arte del habla no hay (o no debería haber) coerción ni violencia, sino libertad de elección. Sin embargo, también es necesario puntualizar que, en ocasiones, la línea que separa la persuasión de la manipulación es muy fina; basta con echar un vistazo a nuestros medios de comunicación y a nuestros políticos.

Los objetivos del habla según la antigua retórica deben ser:

1. Docere (informar): ligado al *logos*. Los oyentes esperan aprender algo, saber algo nuevo o sacar algún provecho de lo que escuchan.
2. Delectare (deleitar): ligado al *ethos*. El orador debe evitar aburrir a la audiencia, mantener la atención mediante los signos lingüísticos y extralingüísticos.
3. Movere (conmover): ligado al *pathos*. Llevar emocionalmente a la audiencia a algún lugar, de alguna forma, convencerla.

La retórica es, por tanto, una disciplina transversal.

III. De política y humores

a. El lenguaje político

Un discurso es un conjunto de enunciados que se expresa de forma oral o escrita; concretamente, el discurso político se encuadra en el ámbito de las luchas de poder y tiene algunas características específicas. Dejando aparte las discusiones académicas sobre la existencia o no de un lenguaje político, resulta obvio que se trata de un discurso esencialmente argumentativo que depende tanto del emisor como del tipo de interlocutor o receptor al que se dirige, que persigue un objetivo (mayoritariamente persuasivo) y que se sirve de figuras retóricas (metáforas hipérbolas, paralelismos, etc.) y que es, en algunos casos, performativo.

b. El humor

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua nos remite al término humor o humorismo (del latín: humor, -oris) como un “modo de presentar, enjuiciar o comentar la realidad, resaltando el lado cómico, risueño o ridículo de las cosas.” Por su parte, la ironía (del lat. *ironīa*, y este del gr. εἰρωνεία, *eirōneía*) se define como “burla fina y disimulada” y el sarcasmo (del lat. tardío *sarcasmus*, y este del gr. σαρκασμός, *sarkasmós* como “burla sangrienta, ironía mordaz y cruel con que se ofende o maltrata a alguien o algo”.

Hay diversos tipos de humor (blanco, absurdo, gráfico, negro, etc.) que generalmente se relacionan con las funciones que cumple: en ocasiones surge como una alternativa frente aquello que se piensa, en otras puede utilizarse como un arma para criticar la sociedad o incluso puede utilizarse con el único propósito de divertir y entretener.

La lingüística del humor ha sido ampliamente explotada por la literatura especializada y por ello merece un capítulo aparte en próximas publicaciones; aun así debemos destacar los estudios de Salvatore Attardo (1994) y Leonor Ruiz Gurillo (2012) sobre el tema.

En este breve artículo explicaré concisamente dos conceptos que me resultan útiles e interesantes tanto desde la perspectiva lingüística como desde el punto de vista de la enseñanza: “humor político” y “humor politizado”.

c. ¿Humor político?: aclaraciones

En el análisis de varios corpus he encontrado casos en los que en un contexto serio, el del Congreso de los Diputados de España, se desata la risa en el auditorio. Según mis análisis, en algunas ocasiones la risa es consecuencia de enunciados en los que el hablante no tiene la intención de crear una situación humorística (equivocaciones, repeticiones, etc.); sin embargo, resultan más interesantes aquellos casos en los que el emisor sí tiene una intención clara de provocar la carcajada en su público y lo consi-

que gracias a la utilización de referentes específicos y a través del manejo de recursos retóricos, como metáforas, hipérboles, analogías, etc.

Por lo tanto, se podría decir que el humor tiene cabida no solo en un contexto cómico específico sino también dentro de un discurso que se supone reglado y formal. Es este tipo de casos el que he considerado “humor político” por tratarse de un tipo de humor que aparece con características propias en el contexto político.

d. ¿Humor politizado?: aclaraciones

Según el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, el término “politizar” puede ser definido como “dar orientación o contenido político a acciones, pensamientos, etc., que, corrientemente, no lo tienen” o “inculcar a alguien una formación o conciencia política”. Como “humor politizado” entiendo todo aquel que se vale de los medios de creación lingüística y humorística para llevar a cabo una función política o de creación de conciencia política.

Bajo este concepto tendrían cabida todas aquellas manifestaciones que, a pesar de no haber sido concebidas con un fin estrictamente político, se utilizan para tales medios, a saber: monólogos de humor, viñetas y tiras cómicas, caricaturas, pancartas y rótulos, titulares de prensa, etc.

IV. De humor y política en la clase de ELE

Entre las ventajas a nivel físico y psicológico el humor tiene múltiples ventajas, pero también en la educación cumple varias funciones: por un lado tiene una función social, ya que ayuda a estrechar lazos entre aquellas personas que, o bien tienen un sentido del humor similar, o bien pueden reírse de y con las mismas cosas; por otro lado, como docentes, puede ayudarnos a tratar temas que, *a priori*, no suelen ser del interés de los estudiantes, por ejemplo, la política. Asimismo, el uso de textos humorísticos puede ayudarnos a romper el hielo y a desarrollar la competencia sociocultural (de qué nos reímos y cómo lo hacemos) al mismo tiempo que favorecemos el debate y el pensamiento crítico (tratando temas culturales, sociales y políticos y explorando los límites del humor).

En definitiva, el uso de textos políticos y politizados humorísticos en el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera tiene innumerables ventajas, entre ellas, podemos destacar:

– Sirven para trabajar diferentes destrezas y desarrollar la comprensión lectora y/o la comprensión auditiva, la producción escrita, la producción oral, la competencia sociocultural o intercultural e incluso la competencia estratégica.

– Se trata de material “auténtico”.

- Son textos provocativos y algunos de ellos pueden dar lugar a debates gracias a sus múltiples interpretaciones.
- Los textos políticos y politizados tienen un gran valor educativo y contribuyen a crear conciencia crítica y a generar pensamiento.
- Supone un aprendizaje interdisciplinar, ya que implica el conocimiento de materias, como historia, política, cultura, etc.

V. Conclusiones

Es indiscutible que la necesidad de comunicación tanto en nuestra lengua materna como en una segunda lengua pasa no solo por el conocimiento de las estructuras lingüísticas y gramaticales, sino también por el conocimiento y el desarrollo de las estrategias pragmáticas y retóricas necesarias para llevar a cabo una comunicación eficiente.

Por ello, resulta interesante visitar los mecanismos de persuasión y manipulación y las estrategias discursivas de los que ya disponemos en nuestra lengua materna a la hora de aprender una segunda lengua con un doble objetivo: el de ser conscientes de los mecanismos que utilizan los demás y el de formar parte de la cadena de persuasión.

En cuanto a la persuasión, destacan los textos pertenecientes al discurso político y al discurso politizado, a través de los cuales el emisor recibe información a diario. El hecho de que este tipo de discursos se encuadren en un marco de seriedad no evita que existan casos humorísticos ni que se empleen recursos retóricos utilizados habitualmente para la creación del humor.

Precisamente gracias a la utilización del humor en este tipo de discursos podemos llevar al aula temas conflictivos o que resultan, *a priori*, de poco interés para los estudiantes de español como lengua extranjera, puesto que el tratar ciertos temas desde un punto de vista humorístico influye positivamente en la motivación de los aprendices.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Attardo 1994: Attardo, S. *Linguistic Theories of Humor*. Berlin: Mouton de Gruyter, 1994.

Álvarez Marañón 2012: Álvarez Marañón, G. *El arte de presentar*. Madrid: Ediciones Gestión, 2012.

Bermeosolo 2001: Bermeosolo, J. *Psicología del Lenguaje: Fundamentos para educadores y estudiantes de Pedagogía*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile, 2001, Cap. III: Funciones del lenguaje.

- Canale y Swain 1980:** Canale, M. y Swain, M. “Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing”. *Applied Linguistics*. Vol 1,1, 1980, 1-47.
- De Santiago Guervós 2005:** De Santiago Guervós, J. *Principos de comunicación persuasiva*. Madrid: Arco Libros, 2005.
- Hymes 1972:** Hymes D. On communicative competence // *Sociolinguistics*, J. B. Pfitz y J. Holmes (comp.). Harmondsworth, Penguin, 1972.
- Ruiz Gurillo 2012:** Ruiz Gurillo, L. *La lingüística del humor en español*. Madrid: Arco Libros, 2012.
- Smith 1983:** Smith, N. V. *Speculative linguistics: An inaugural lecture*. Londres: University College, 1983.
- Sperber y Wilson 1994:** Sperber, D. y Wilson, D. *La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos*. Madrid: Visor, 1994.
- Taboada Novelo 2005:** Taboada Novelo, Á. *Persuasión: El Poder del Líder*. Ciudad de México: Panorama Editorial, 2005.
- Widdowson 2000:** Widdowson. H. G. *Knowledge of Language and Ability for use. // Competencia comunicativa: documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*. Traducción de Javier Lahuerta. Madrid: Edelsa, 2000, 83-90.
- CVC:** Centro Virtual Cervantes. <<https://cvc.cervantes.es/>> (01.10.2018).
- Diccionario de Real Academia Española de la Lengua.** <<https://dle.rae.es/>> (01.10.2018).