

Jesika Kustec¹
Universidad de Liubliana
Eslovenia

ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO DE PEDRO SÁNCHEZ EN TORNO AL COVID-19

Resumen

A partir de las orientaciones teórico-metodológicas, que ofrecen la Teoría del análisis crítico del discurso y la Teoría de la argumentación en la pragmática, el presente análisis se centra en determinadas estrategias léxicas (proposicionales) e intencionales (illocutivas) que emplea el actual presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez, durante la pandemia del COVID-19. A base del contexto entendido en el sentido amplio se estudian instancias de *deixis* y conectores retóricos entre argumentos o *topoi*, todos mecanismos lingüísticos de persuasión, que apoyan la legitimación del *yo* político y el establecimiento de relaciones favorables con el público. A través de un *corpus* constituido por transcripciones de comparecencias públicas entre 2020 y 2021, se ha realizado un análisis cualitativo de los mecanismos lingüísticos persuasivo-argumentativos en cuestión.

Palabras clave: análisis crítico del discurso, pragmática, estrategias discursivas, persuasión, pandemia.

CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS OF PEDRO SÁNCHEZ'S COMMUNICATION TO THE PUBLIC DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract

Following the fields of Critical Discourse Analysis and the Theory of Argumentation in pragmatics, this paper focuses on the lexical (propositional) and intentional (illocutive) strategies that Prime Minister Pedro Sánchez uses to build his political persona as well as his rapport with the public during the COVID-19 pandemic. On the basis of a qualitative analysis the objective is to determine how and to what degree a language choice functions as a discursive strategy to obtain specific political effects. The corpus constitutes selected speeches presented between March 2020 and December 2021.

Keywords: critical discourse analysis, pragmatics, discursive strategies, persuasion, pandemic.

¹ jk31012@student.uni-lj.si



Introducción

El artículo se basa en la idea de que el discurso político es uno de los ejemplos lingüísticos más representativos de la dimensión interactiva del lenguaje, que pone a la vista que un sistema lingüístico no sólo sirve para transmitir información, sino también para construir y modificar relaciones entre interlocutores. Se argumenta que la influencia del emisor en el interlocutor es significativa en un contexto político, ya que puede llevarse a cabo siguiendo una determinada ideología. En este sentido, el papel informativo del discurso político pasa a un segundo plano, subordinándose al papel persuasivo. Se estudia la finalidad ilocutiva (el acto o la fuerza *en* decir algo) de los que ejercen el poder político, puesto que aquello que se dice a menudo adquiere un valor adicional, sobre todo, si se basa en las estrategias de la legitimación u otros mecanismos de función apelativa (Gallardo Paúls 2014: 10).

Adoptamos un enfoque pragmalingüístico para el análisis crítico de los discursos, ya que explica mejor el vínculo entre las estrategias argumentativas, el contexto, y el modo de apropiarse de la lengua para usarla retórica y persuasivamente. El estudio parte del contexto de la pandemia del COVID-19 y busca explicar la oratoria de Pedro Sánchez, en cuanto al modo de dirigirse al público y argumentar la legitimidad de las medidas sanitarias. Se trata de discursos argumentativos, con lo cual, la base para comprender plenamente la fuerza ilocutiva de los enunciados y para explicar la manera en la que Sánchez construye su imagen social, es también la Teoría de la *imagen social* de Goffman (Goffman 1967)

El texto se divide en tres partes. La primera fragua las bases teóricas que ofrecen la escuela anglosajona del Análisis crítico del discurso en combinación con la pragmática, con el objetivo de proponer una *pragmática del discurso* (Van Dijk 1981). La segunda, más empírica, da cuenta de los fines comunicativos de instancias de *deixis* personal, tanto como del proceso de asimilación de información a través de las estructuras retórico-persuasivas denominadas *topoi*. La última parte ofrece una breve síntesis del tratamiento de los mecanismos lingüísticos para lograr fines tanto políticos como discursivos.

1. El carácter interdisciplinar del Análisis crítico del discurso

La teoría del Análisis crítico del discurso (en adelante ACD) forma parte de un estudio interdisciplinar del lenguaje que observa cómo las fronteras entre los discursos y las prácticas sociales están en constante movimiento. Fairclough (1989; 1995) y Van Dijk (1998; 2005) de la Escuela del ACD explican que el cambio sociocultural, en ocasiones drástico y profundo, es un proceso continuo, que da como resultado nuevas y complejas

combinaciones de discursos que generan formas y significados aún más heterogéneos. Debido a ello, es imperativo adoptar un enfoque multidisciplinario y considerar un discurso como una forma de práctica social, histórica y cultural. El enfoque de este trabajo está en lo que Fairclough (1995: 4-7) llama la *textura* de los textos, así como su forma y organización interna. Por *textura* se entienden los efectos ideológicos de un texto, que incluyen las diversas interpretaciones que el analista hace.

Un análisis crítico del discurso, según Van Dijk (1993: 249), es un tipo de investigación analítica que se orienta a las relaciones entre discurso, poder, desigualdad social y la posición del analista del discurso en tales relaciones sociales. ACD le añade el componente sociopolítico al análisis general del discurso, que estudia las prácticas de poder social por parte de élites o instituciones. Dicho poder puede dar lugar a la desigualdad social; política, cultural, de clase, étnica, racial y de género (ibid.: 250). Además, revela posibles mensajes ocultos y fácilmente pasados por alto por personas que, en consecuencia, son incapaces de luchar contra ellos. Cabe destacar que, aunque su punto de partida no sea una investigación pormenorizada de elementos lingüísticos específicos, hace falta cierto «rigor lingüístico para seleccionar qué ítems son relevantes para los objetivos específicos de una investigación» (Meyer 2001: 29, apud Gallardo Paúls 2014: 16).

1.1. El interfaz entre el ACD y la Pragmática. La pragmática del discurso

Puesto que se pretende dar cabida a los indicios del contexto que Pedro Sánchez aprovecha para sugerir una interpretación específica de lo que expresa, no partimos únicamente de los rasgos lingüísticos formales, sino en función de lo que precede y sigue en el texto, a saber, el contexto textual y situacional (Fairclough 1989: 156), inherentes al campo de la pragmática. Para ello utilizamos el término *pragmática del discurso* (Van Dijk 1981). La combinación de las disciplinas permite analizar el significado de los enunciados expresados por un hablante y comprendidos por un oyente. Dentro de la pragmática, el significado es menos estable que los elementos lingüísticos aislados, sin embargo, según Verschueren (1999: 11), el significado se vuelve dinámico a lo largo del empleo de la lengua, en un contexto social específico, en el que los enunciados, junto con lo que transmiten, varían en función del contexto.

Cabe destacar dos nociones: *intención* y *contexto*. En primer lugar, las intenciones del hablante, aunque no siempre concretadas o evidentes, son imprescindibles para la interpretación global del mensaje. Para ello, se examinan el contexto (en su realidad espaciotemporal) y los interlocutores. Basándose en esta contextualización del discurso, Fuentes Rodríguez (2016: 18) distingue 4 niveles pragmalingüísticos que crea el hablante: i) cómo organiza su discurso; ii) cómo manifiesta su subjetividad; iii) cómo se dirige al interlocutor; iv) y cómo estructura la información y todo el material lingüístico

con un fin persuasivo. Estos niveles nos permiten entender un enunciado como argumento, conclusión, amenaza, entre otros (ibid.). Como resultado, la pragmática del discurso nos permite un análisis más extenso, ya que posibilita combinar los objetivos y la ideología del hablante (político), tanto con la situación social actual, como con la propia construcción del discurso. Por ejemplo, para persuadir al público, que presenta el paso previo al ejercicio del poder, el político llegará a diferentes extremos y puede hacerlo mediante la argumentación (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1989: 65-67). Al mismo tiempo, existe un trasfondo ideológico en el que conviven creencias, estereotipos y tópicos (*topoi*) para que el oyente infiera lo que el político comunica. Fuentes Rodríguez (2016: 22) concreta 4 estrategias de argumentación que el hablante puede considerar: i) la fuerza de los argumentos, ii) la cohesión entre argumentos y conclusiones, iii) la existencia de unos *topoi* (Anscombe y Ducrot 1983), que establezcan una comunidad de ideas con el receptor, de modo que el político hace ver al ciudadano las cosas desde su perspectiva, y las hace asumir como algo incontestable, y iv) la empatía con el receptor: el político busca implicar al receptor e intenta conocer sus intereses con él (*captatio benevolentiae*, empatía, emoción y halago a su imagen).

En relación con este último, la pragmática del discurso considera la imagen social del hablante (Goffman 1967: 213), ya que es inherente a la identidad que construye el emisor. El análisis de la imagen social se centra en cómo el hablante se presenta a sí mismo y su actividad a los demás, y cómo gestiona su apariencia para proyectar una impresión deseada en las interacciones sociales (Goffman 1959: 1). Además, no sirve únicamente para conseguir persuadir a los ciudadanos, sino permite activar estrategias de la legitimación del Yo y la deslegitimación del Otro (Van Dijk 2002, apud Fuentes Rodríguez 2016: 24), como mostramos a continuación. En este respecto, Santiago Guervós (2005: 28) afirma que se intenta «conservar y estimular la propia imagen para mantener los vínculos con el grupo exitoso». Así pues, el papel del emisor en la pragmática es, aparte de transmitir un mensaje al destinatario, actuar con una determinada intención, cuya importancia subyace en el hecho de que el emisor «siempre elige al destinatario» (Escandell Vidal 2020: 29) y construye un mensaje específicamente para él. Tanto la identidad, como la imagen social, están estrechamente relacionadas por su papel que desempeñan en el discurso: el de representar al político. Fuentes Rodríguez (2016: 26) sostiene que el factor lingüístico, especialmente las características retóricas y argumentativas, desempeña un papel decisivo en la determinación de la identidad del hablante. Nuestro análisis, basado en un modelo analítico tridimensional, permitirá la interpretación de dichos procesos de argumentación y su vinculación al contexto social de la pandemia.



1.2. Discurso político en torno al COVID-19

El papel del discurso político, como unidad básica de las interacciones comunicativas, es expresar, difundir y adquirir ideología (Van Dijk 2016: 205). Este papel ha sido fundamental en el periodo de la pandemia entre 2020 y 2022, ya que se intentaba entender y explicar los acontecimientos socio-sanitarios que para el público «carecía de referentes personales o sociales» (Paredes García y Borja 2021: 97). Los políticos acudían a estrategias pragmatolingüísticas que bien convertían sus discursos en portadoras de soluciones concretas bien ofrecían políticas abstractas. Actualmente, Orts Llopis y Vargas Sierra (2023: 111) y Paredes García y Borja (2021: 97-98) señalan que el discurso en torno al COVID-19 obtuvo varias direcciones guiadas por la victimización y la vehemencia discursiva. Las direcciones más relevantes para nuestro estudio son *la humanización del virus* y *la apelación a la libertad*, ambas muestras del intento de llegar a un consenso e influir en la voluntad de los ciudadanos. Como veremos, se combinan con el efecto de la apelación a las emociones, la persuasión y manipulación. Prueba de ello serán, por ejemplo, los elementos deícticos (pronombres) que transmiten la idea de que los ciudadanos deben confiar en los que ejercen el poder, aunque ellos todavía no tengan las medidas suficientemente fuertes para frenar al virus.

Para reforzar la línea argumentativa, se establecen valores compartidos con la incitación del compromiso prosocial, a través de la emoción y persuasión (Llopis y Sierra 2023: 112). La materia de nuestro trabajo es precisamente analizar la forma en la que Pedro Sánchez apela a los ciudadanos para que se identifiquen en un colectivo más amplio y, lo que es fundamental, cómo establece la noción de igualdad frente a la alteridad.

2. Metodología. El modelo analítico tridimensional de Norman Fairclough

La metodología de este trabajo es de base cualitativa y se centra en el modelo tridimensional de Norman Fairclough (1995: 98 y 1989: 110-112), que representa la combinación de tres dimensiones analíticas: i) un análisis textual (microlingüístico); ii) un análisis interpretativo (macrolingüístico), que entiende el texto como práctica discursiva; y iii) un análisis macrosocial del discurso, como práctica social. El modelo da a conocer tres etapas analíticas (subapartados 2.1., 2.2. y 2.3) que guían al analista en la descripción de los discursos. El análisis considera el aspecto persuasivo-argumentativo del empleo de la deixis y el uso de *topoi* como estrategias retórico-discursivas. El fin último es determinar cómo ambos influyen en la construcción del *Yo político* y qué efectos comunicativos aportan. Se hizo un vaciado de tres transcripciones de

comparecencias dadas a conocer entre marzo del 2020 y diciembre del 2021². Ascienden a 12.460 palabras y se descargaron del portal electrónico oficial del Gobierno³. El criterio de selección ha sido la cronología de la actuación de la Organización Mundial de la Salud: la caracterización oficial del COVID-19 como una pandemia (marzo de 2020), la aceptación de la primera versión de la vacuna (diciembre de 2020) y la aparición de la dosis de refuerzo (diciembre de 2021). Nos proponemos dar respuestas a preguntas de investigación, a saber, ¿de qué manera se emplea la categoría relacional de la *deixis* en función de reafirmar la presencia del hablante en el enunciado? y ¿cómo se alcanza la activación de los *topoi* en función de la presentación positiva de la imagen propia y la presentación negativa de otros participantes del discurso?

2.1. Etapa I: la descripción lingüística del texto

El primer nivel del análisis, *la descripción lingüística del texto*, se basa en una interfaz entre el vocabulario, la sintaxis y la cohesión. Esta fase de la investigación no tiene un modelo de referencia predeterminado, ya que los distintos tipos de discurso requieren criterios analíticos distintos. Para Fairclough (1995: 133), la combinación del vocabulario y la sintaxis produce significados ideacionales, interpersonales y textuales, que después adquieren mayor valor en la segunda etapa del análisis, la interpretación. Nuestro papel de analistas, pues, es observar la correlación léxico-sintáctica (vocabulario relacionado con diferentes instituciones, diferentes tipos de oraciones) y cohesiva (herramientas de referencia como la *deixis*) de los textos para determinar cómo construyen los emisores su identidad relacionada con sus creencias e ideologías. En definitiva, este nivel de análisis demuestra que las selecciones lingüísticas no son tomadas al azar, sino son motivadas social e ideológicamente.

2.2. Etapa II: la interpretación del texto como práctica discursiva

El segundo nivel, denominado *la interpretación del texto como práctica discursiva*, parte de la premisa de que la interpretación de los elementos recogidos, tras completar el primer nivel del análisis, depende del contexto social. Esta dimensión, que presenta el mayor enfoque del estudio, hace hincapié en la correlación entre las selecciones lingüísticas y un particular tipo de actividad social, como lo es la política en tiempos de crisis. El objetivo es señalar al uso que se hace de instancias de *deixis*, en concreto el empleo de los pronombres de la primera persona singular y plural, asimismo que del

² En el análisis los ejemplos tomados del primer discurso (13 de marzo de 2020) se marcan con *Discurso 1*, del segundo (16 de diciembre de 2020) con *Discurso 2*, y el tercer (27 de diciembre de 2021) con *Discurso 3*. Se encuentra la fuente de cada comparecencia en la sección bibliográfica.

³ <https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/intervenciones/Paginas/index.aspx> [Acceso 20 de abril de 2022]

pronombre posesivo *nuestro*, y evidenciar su función pragmático-referencial en el proceso de la persuasión. Es esta dimensión que explica la fuerza ilocutiva de la emisión, en ocasiones encubierta por recursos pragmáticos, como «presuposiciones, tropos lexicalizados, implicaturas y sobreentendidos» (Gallardo Paúls 2014: 29).

2.2.1. El yo, nosotros y lo nuestro. La función pragmático-referencial de la deixis personal en el discurso político

Dentro de la segunda etapa del modelo tridimensional determinamos el valor cohesivo del texto, en particular, a la forma en que el político se refiere a sí mismo, a su público, y también a su oposición. Levinson (1983: 55) posiciona la categoría de la deixis en la pragmática, por influir directamente en la estructura del lenguaje y en el contexto en que aparece. Análogamente, Fairclough (1989: 116) destaca que la redacción de palabras y enunciados, no sólo depende de las relaciones sociales entre los participantes de un discurso, sino ayuda a crearlas. Es en este nivel en el que el hablante normalmente opta por estrategias de evitación para prevenir la reacción negativa del interlocutor (ibid.: 117). Se puede explicar el empleo de la voz personal del *yo* con la característica autorreferencial del lenguaje político (Núñez Cabezas 2000: 34) que, a través de términos como *el gobierno* y *el partido*, y pronombres como *nosotros* y *nuestro*, marca la pertenencia a un grupo o una identidad dentro del grupo (Van Dijk 1993: 278). Por ello, la autorreferencialidad refuerza la ideología dentro de una institución particular. Hacemos hincapié en la complejidad referencial del pronombre *nosotros*: no sólo marca el plural de modestia, sino también lo que Fernández Lagunilla (2009: 53-54) llama la inclusividad o exclusividad del agente (el *nosotros* inclusivo/exclusivo) y el *nosotros* colectivo o nacional, dos funciones frecuentes en los discursos seleccionados. Es compleja, asimismo, la figura del político como hablante, porque abarca tanto al hablante físico (un ser del mundo), como al hablante como ser del discurso (ibid.: 26). Así pues, el presidente representa a los ciudadanos, el Gobierno, y la sociedad organizada institucionalmente.

2.3. Etapa III: el texto como práctica social y espejo de la sociedad

El último nivel o *la explicación del texto como práctica social* reconoce el discurso como parte de las prácticas sociales que le dan sentido. Sin embargo, la clave es destacar que un análisis sociológico detallado de la pandemia del COVID-19 no se encuentra entre nuestros objetivos. Si bien es cierto que un análisis crítico del discurso puede resultar en un estudio sociológico profundo, nuestra intención en este nivel, es dar cuenta de la función de los *topoi* como estrategias retórico-persuasivas, que reflejan las relaciones de poder en la sociedad española. Así pues, las primeras dos fases del análisis

de los recursos gramaticales y pragmáticos culminan en un análisis que atiende a tres elementos de temática social y global, a saber, «la realidad de la vida pública, el partido y el oponente» (Gallardo Paúls 2014: 69).

Con el término *topos* se hace referencia a lo que la Teoría de la argumentación propuesta por Anscombe y Ducrot en 1983 describe como el elemento relacional entre el significado lingüístico y sus correspondientes elementos contextuales y situacionales, dando como resultado el sentido literal del enunciado (Escandell Vidal 2020: 108). Así pues, partimos de la premisa de que los *topoi* dependen del contexto. Según Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2020a: 37), desempeñan el papel de espejo de la sociedad, por lo que «hay casos en que hay que usar *topoi* nuevos, porque ha cambiado la realidad». La relevancia del análisis de diferentes *topoi* se encuentra en que, estos recursos retóricos, pueden ser manifestaciones de la perspectiva, las prioridades y los valores del hablante en el momento de la enunciación. Dicho de otro modo, observamos los supuestos sobre las relaciones sociales, las identidades y el contexto social en general, para ofrecer una clasificación de los *topoi* que nos permite identificar la base de los argumentos y cómo se conectan. La elección de este tipo de análisis se basa también en el hecho de que nos enfrentamos a dos posibles realidades: la que ofrece el político en el momento de la enunciación y la interpretación que lleva a cabo el público, que por efecto de inferencias pueden diferenciarse.

2.3.1. Topos de *Captatio benevolentiae*

Dentro de este nivel, el efecto persuasivo de la técnica retórica denominada *Captatio benevolentiae* es alabar al público y captar su buena voluntad al principio del discurso en el que el público no participa como interlocutor directo y activo. Según Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2020a: 101), su estrategia argumentativa se dirige directamente al papel social de los participantes o a una categoría social diferente y manifiesta su propia utilidad. Cuando el hablante presenta un argumento en un discurso, reafirma su posición en el mismo y ante la audiencia que puede llegar a tener una opinión más favorable del hablante. Dado que el objetivo del *topos* de la *Captatio benevolentiae* es alabar al público, se tiene que hacer explícito, y «se formula bajo formas lingüísticas porque las circunstancias comunicativas y argumentativas así lo requieren» (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2020b: 38). En el caso de que el interlocutor llegue a sospechar que el hablante tiene intenciones ocultas, el efecto persuasivo se debilita o, incluso, invierte.

Situamos los *topos* en proximidad con la investigación sobre el metadiscurso (Hyland 2005; 2019), debido al hecho de que, en el proceso de intentar atraer la atención del público, el político utiliza estrategias metadiscursivas. Por ejemplo, se formulan comentarios sobre su propio discurso para organizar e influir en la opinión del público. Es relevante el análisis de estos marcadores afectivos, porque el hablante los implementa

durante momentos críticos, evitando así posibles objeciones del público y guiándoles hacia interpretaciones específicas. En definitiva, el metadiscurso está directamente asociado con las intenciones del hablante, porque le permite reflejar sus intereses, opiniones y evaluaciones en su discurso, asimismo que refinar sus ideas para evitar posibles reacciones negativas por parte del público (Hyland 2019: 54-63).

2.3.2. Topos de «Yo positivo» y «Otro negativo»

La interfaz entre la ideología y el discurso nos da a conocer que las estructuras y funciones básicas de las ideologías son, en primer lugar, la autorrepresentación del grupo y la identificación con sus miembros y, en segundo lugar, la organización de sus discursos, de tal manera que, promueve los intereses del grupo con respecto a otros grupos (Van Dijk 2005: 27). La macroestrategia discursiva de la presentación positiva del Yo incluye elementos de legitimación que se refieren al partido político o al país y enfatizan sus logros (Gallardo Paúls 2014: 93). La misma autora sugiere dos subtemas que conlleva el autoelogio: la correlación «eficacia-logro» y la «responsabilidad»; esta última conlleva varias subcategorías como *la urgencia de emplear medidas durante una crisis* y *la superioridad moral* (ibid.).

No obstante, la búsqueda del poder no se lleva a cabo únicamente mediante la autolegitimación del Yo, sino también a través de la deslegitimación del Otro (Van Dijk 2006). Si el Yo o Nosotros se presenta siempre de forma positiva, la presentación del Otro o Ellos es despectiva, ya que se resta el mérito a los aspectos positivos del Otro (Van Dijk 1998: 68). Los sistemas de creencias, que transmiten los políticos, suelen ser el reflejo de sus ideologías, que no son privadas, sino compartidas por los miembros de la colectividad en cuestión. Por ejemplo, Sánchez defiende la identidad social de España y en el proceso de la persuasión del público utiliza diferentes estrategias para presentar negativamente al Otro. Por un lado, se omiten los aspectos positivos del Otro y solo se presentan las del Yo. Por otro lado, se destacan sólo las evaluaciones negativas del Otro.

3. Análisis crítico del discurso a base del modelo analítico tridimensional

A continuación, se analizan los tres mecanismos lingüísticos de argumentación y persuasión descritos anteriormente. El fin último es determinar cómo influyen en la construcción del *Yo político* y qué efectos comunicativos aportan.

3.1. Deixis y argumentación

La observación del uso de formas deícticas en los discursos tiene objetivo doble. En primer lugar, determinamos los valores del pronombre de la primera persona singular *yo* frente a los del pronombre de la primera persona plural *nosotros* y del posesivo *nuestro*. Presentan tres posibilidades para que el político se asocie con el público y reafirme su presencia en el enunciado. En segundo lugar, utilizamos estos datos para explicar las estrategias de persuasión del público: que asocie conceptos positivos con el político (*yo, nosotros*), que se identifique con él y se sienta parte integrante de la sociedad organizada institucionalmente (*nuestro*) (Fernández Lagunilla 2009: 26).

Cabe destacar que, aunque una parte de los discursos es informativa, frecuentemente se apela a la emoción utilizando estructuras de comunicación conativa-afectiva, puesto que se trata de un lenguaje persuasivo que carece casi por completo de elementos narrativos (Núñez Cabezas 2000: 39). En primer lugar, el uso más frecuente del pronombre de la primera persona singular *yo* se registra al mostrar actitud proposicional:

(1) Por tanto, señorías, **yo creo que** podemos sentirnos orgullosos de pertenecer a esta Europa. (Discurso 2)

Este valor del *yo* es un acto de garantía de que el político reafirme su presencia en el discurso y lo revalorice. Además, es una herramienta eficaz para apelar emocionalmente a la audiencia. La presencia del político se manifiesta con enunciados introducidos por un pronombre personal *yo*, al que le sigue una cadena autorreferencial, que le presenta como un ser del mundo con su historia personal. Dicho de otro modo, en la figura del responsable del Gobierno se manifiesta también la identidad individual, fenómeno que Fernández Lagunilla (2009: 41) llama «el emisor político desdoblado»:

(2) Hay una lección que **yo me llevo en lo personal**: [...] una lección que he extraído de **mi** vivencia **personal** y de **mis** conversaciones con los palmeros [...]. **Soy el primero** en ser palmero. Para mí representa primero un espíritu de solidaridad... (Discurso 3)

Asimismo, aunque el político use el pronombre de la primera persona para señalar al emisor del texto, por su naturaleza exofórica, puede resaltar también al receptor y, en ocasiones, su relación social. Dado que el interés del político sigue siendo el de parecer al servicio de los ciudadanos y conseguir el interés del público (Fernández Lagunilla 2009: 42), como en «*La victoria depende de cada uno de **nosotros** [...], solo de **nosotros** depende no abrir la puerta a la tercera ola*» (Discurso 2), no resulta extraño el uso de la primera persona del plural *nosotros* como el pronombre más frecuente. De hecho, lo analizamos en una estrecha relación con el pronombre posesivo *nuestro*, porque tiene el mismo valor argumentativo, que es reducir la distancia entre el político y el público, para reforzar la identidad colectiva y «reafirmar simbólicamente la identificación del

receptor con intereses presuntamente comunes» (Santiago Guervós 2005: 67). Para lograrlo, las instancias del *nosotros* y *nuestro* se centran en producir símbolos (p. ej., la Constitución) con los que el pueblo español pueda identificarse:

(3) El Estado de Alarma es un instrumento de **nuestro** Estado de Derecho, recogido por **nuestra** Constitución [...]. La Constitución vuelve reivindicarse como un marco virtuoso de derechos y libertades, de seguridad y de estabilidad. Un logro más de **nuestra** Constitución. (Discurso 1)

Por último, resaltamos un uso redundante, más retóricamente significativo, del pronombre *nuestro*. Forma parte de un argumento, cuyo valor persuasivo se encuentra en que enfatiza aún más el sufrimiento del *Yo*, en el sentido de «todos sufrimos, pero yo sufro en particular». Se produce una redundancia debido a la estructura lógica del enunciado: la presencia del elemento anterior al pronombre («el mundo») ya da cuenta del número total de actores implicados:

(4) [...] para enfrentar crisis tan extraordinarias como la que desgraciadamente está sufriendo el mundo y *también nuestro país*. (Discurso 1)

3.2. Topos de *Captatio benevolentiae*

Partiendo de la premisa de que el papel del político y el objetivo que se propone van ligados a la presentación de una imagen positiva, el análisis del *topos* de la *Captatio benevolentiae* ha permitido establecer tres categorías lingüísticas en los discursos de Sánchez. Dado que dicho *topos* crea una fuerte relación interpersonal basada primordialmente en el halago, se han analizado instancias de cumplidos al público, apelaciones y vocativos, y marcadores metadiscursivos.

Elemento lingüístico y ejemplos a lo largo de los tres discursos

1. Vocativos, apelaciones (*Señorías; Estimados compatriotas*)
2. Cumplidos y halagos (*Por cierto, ministra, enhorabuena y a los consejeros de educación por el extraordinario desarrollo; Reconozcámoslo, señorías, digamos las cosas positivas de este país*)
3. Marcadores y frases metadiscursivos (*Como saben ustedes señorías; Me vais a permitir; Quiero trasladarles que me siento muy orgulloso; Lo que quiero decir con eso; Quiero también trasladar un mensaje muy especial; Me gustaría apelar directamente a los compatriotas*)

Los dos mecanismos lingüísticos más frecuentes son los vocativos y los marcadores metadiscursivos, que apelan directamente al público para crear un diálogo implícito con él, mediante la alusión a sus posibles actitudes y reacciones de cara al

discurso (Vande Kopple 2002: 93, apud Hyland 2019: 24). Cabe añadir que las estructuras en cuestión contienen un léxico bélico, por ejemplo, *compatriota*, que le otorgan al público un sentimiento de colectividad.

El análisis de la estrategia retórico-persuasiva muestra hasta qué grado se utiliza el halago como un tipo de gestión de la imagen y una táctica persuasiva en el contexto social de la crisis sanitaria. En primer lugar, manifiesta la actitud del político hacia la realidad contextualizada en la que se presenta como figura de autoridad por gobernar un país. En segundo lugar, porque permite observar la manera con la que se introducen y justifican las medidas para enfrentar el COVID-19. La puesta en una realidad contextualizada y el tipo de discurso interaccional permiten un análisis basado en la premisa de que la comunicación es un compromiso social (Hyland 2005: 3), que presenta el intento del hablante a guiar la percepción del interlocutor. Un enfoque crítico nos permite trazar patrones de cómo los políticos organizan el discurso, captan la atención de la audiencia y señalan su actitud hacia sus enunciados con fines específicos. Además, no sólo permite observar la coherencia entre los argumentos, sino también la manera de concederles validez (Fuentes y Alcaide 2020b: 33). Pese a que, por ejemplo, los marcadores y frases metadiscursivos no posean ningún elemento informativo propiamente dicho, le conceden al discurso una dimensión interpersonal que influye sobre cómo el político se involucra en la interacción (Hyland 2005: 9). En definitiva, el efecto persuasivo de la *Captatio benevolentiae* se crea porque se emplean el metadiscurso que conlleva la noción de *coproducción* del texto. Así parece que el público participa activamente cuando se llevan a cabo los objetivos del hablante.

3.3. Topos de «Yo positivo y Otro negativo»

El análisis del *topos* de «Yo positivo» y «Otro negativo» pone a la vista que Sánchez utiliza estrategias de autolegitimación y deslegitimación del Otro, con el fin de construir su identidad política, que posibilita que los ciudadanos se identifiquen con un líder poderoso y compartan su conjunto de normas y valores. Diferenciamos entre *tipos* de contexto en los que se emplean las estrategias de autopresentación positiva (alarde) y la presentación negativa del Otro (detracción). Este ejercicio permite observar lo que Gallardo Paúls (2014: 93-94) denomina *la interpretación global* del discurso en la que ubica la noción de *superioridad moral*.

Así pues, completamos las esferas temáticas del *topos* de «la eficacia propia». Hemos sistematizado tres instancias de uso de esta estrategia en los discursos de Sánchez en las que nos hemos fijado en el mensaje, el léxico y el estilo de la redacción:

(5) Tardaremos semanas, va a ser muy duro y difícil, pero vamos a parar al virus. Eso es seguro. [...] España va a avanzar, como lo ha hecho tantas otras veces, como lo ha demostrado a lo largo de nuestra Historia. [...] Pero también es seguro que lo

conseguiremos antes [...] si lo hacemos unidos y cumpliendo cada cual con nuestro deber. (Discurso 1)

(6) Estamos trabajando ya a pleno rendimiento, como saben ustedes, para que las vacunas se encuentren disponibles cuanto antes. (Discurso 2)

(7) Pero en estas Navidades lo que se decide es si evitamos la tercera ola y entroncamos con la estrategia de vacunación. El mejor regalo que podemos hacer a los familiares, a los amigos, a los compañeros, a nuestros seres queridos, es ofrecerles seguridad. La prioridad es cuidarnos para cuidar a nuestra familia. Cuidarnos es regalar seguridad. Es la forma más sencilla, más eficaz de decirnos en estas Navidades tan distintas que queremos seguir unidos. (Discurso 2)

El contexto prevalente, en el que se encuentra la representación positiva del Yo, es la vacunación, que significa también una alta implicación personal mediante la apelación a la emoción y una retórica potente, construida sobre la base del sacrificio y la solidaridad (ejemplos 5 y 7). De este modo, el contexto de la Navidad (ejemplo 7), por su tradición religiosa y de rituales familiares, le otorga a la argumentación un grado persuasivo más alto, llegando así al objetivo final: enfatizar que la vacuna es igual a solidaridad. La referencia a los lazos familiares durante la Navidad activa el *topos* del Yo positivo, porque el Yo es bueno si es solidario y es solidario si se vacuna para evitar la muerte. Además, al hacer referencia a la tradición de dar y recibir regalos durante la época navideña (ejemplo 7) se crea una serie de metáforas: «regalo = seguridad» y «seguridad = vacuna». Del mismo modo, se destaca la excelencia del país con la premisa de que el Gobierno está trabajando tan duro y rápido como puede, para que las vacunas se encuentren disponibles cuanto antes (ejemplo 6). Así pues, concluimos que la argumentación a favor del Yo apela a los aspectos emocionales, intelectuales y psicológicos de la audiencia y se aproxima a la manipulación de «las angustias, flaquezas, ambiciones, miedos, deseos y frustraciones de cada uno» (Santiago Guervós 2005: 27-28).

En lo referente a la presentación negativa del Otro como parte de la interpretación global del texto, la oratoria de Sánchez focaliza una parte significativa de sus discursos a la deslegitimación del Otro empleando artículos y pronombres indefinidos (*quienes, algunos, otros*), que son los elementos lingüísticos que más manifiestan esta estrategia:

(8) **Quienes** han cuestionado sistemáticamente el instrumento constitucional del Estado de Alarma, tanto en la primera como en la segunda fase, *deberían reconsiderar su postura con honestidad, y arrimar el hombro en favor de la recuperación de su país*. (Discurso 2)

(9) A pesar de la voluntad destructora de **algunos**, que hemos visto durante largos debates parlamentarios a lo largo de este año, hemos conseguido activar la pluralidad de

esta Cámara en una dirección constructiva como respuesta a la emergencia que vivimos. (Discurso 2)

(10) Desplegamos también un escudo social *sin precedentes* para salvar empresas [...]. Por tanto, pasamos del "sálvese quien pueda", como en **otras** ocasiones se usó como grito y como leitmotiv de **otros** gobiernos para gestionar crisis previas, al compromiso de no dejar a nadie atrás por parte del Gobierno de España. (Discurso 2)

Tras una primera valoración de la actitud del oponente, Sánchez continúa sus discursos enfatizando la gestión adecuada de su partido («sin precedentes»), que es un rasgo característico de la construcción de una imagen positiva, basada en la legitimación. El oponente generalmente queda omitido o implícito con la excepción de un caso donde se nombra explícitamente al Partido Popular como oponente político:

(11) Transformaciones, señorías, **desatendidas durante largos años de administración del Partido Popular** y que comenzamos ya a trabajar en 2018 [...] con el gobierno de coalición progresista. (Discurso 2)

En resumen, el denominador común en el uso de la estrategia de deslegitimación es un énfasis inicial en los aspectos negativos del Otro, seguido por la autorrepresentación positiva. La conclusión general de los argumentos de Sánchez es que el Otro negativo es la oposición política española, y es posible trazarla por la inferencia, el contexto y las descripciones del oponente.

4. Conclusiones

El presente trabajo muestra que la combinación del ACD y la pragmática del discurso permite un análisis más profundo del significado de los enunciados en contextos específicos, considerando la intención del hablante y el contexto social. Esto implica analizar la organización del discurso, la manifestación de la subjetividad, la interacción con el interlocutor y la estructura persuasiva del discurso. El análisis también considera la imagen social del hablante y cómo se presenta a sí mismo en las interacciones sociales.

A base de las disciplinas de ACD y de la Teoría de la argumentación, en la pragmática se ha presentado la manera en la cual Pedro Sánchez se dirige al público durante la pandemia del COVID-19. En concreto, el objetivo era determinar qué elementos lingüísticos se emplearon con fines políticos y discursivos, como la persuasión y la legitimación de los reglamentos emprendidos para contener el COVID-19. El modelo tridimensional de Fairclough ha permitido la investigación cualitativa e interpretar el *corpus* a nivel micro y macro. Hemos analizado instancias de: i) deixis



como garantías de la presencia del emisor; ii) *topos* de la *Captatio benevolentiae*; y iii) *topos* de la autorrepresentación positiva y la presentación negativa del oponente.

Una mirada más atenta a la deixis personal identificó casos en los que el político se presenta como «ser del mundo» en función de responsable del Gobierno. Además, ha hecho hincapié en la función del pronombre que reduce la distancia entre los participantes para crear fuerte relación interpersonal.

El análisis social de los discursos se centró en el modo en que el lenguaje refleja la posición ideológica del político. La *Captatio benevolentiae* implica alta frecuencia del uso de vocativos y marcadores metadiscursivos, con los que se pone a la vista una fuerte relación interpersonal basada en la colectividad y el halago. Concluimos que Sánchez hace mención, tanto implícita, como explícita, de la gestión inadecuada de los gobiernos anteriores. Los resultados del análisis social muestran que el presidente del gobierno ejerce su poder político a base de argumentaciones que priorizan la «estrategia europea de vacunación masiva» (Sánchez, 16-12-2020).

BIBLIOGRAFÍA

- Escandell Vidal, María Victoria. *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Editorial Planeta, 2020. Impreso.
- Fairclough, Norman. *Language and Power*. Londres: Longman, 1989.
- . *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Londres y Nueva York: Longman, 1995.
- Fernández Lagunilla, Marina. *La lengua en la comunicación política I: el discurso del poder*. Madrid: Arco Libros, 2009. Impreso.
- Fuentes Rodríguez, Catalina (Ed.) *Estrategias argumentativas y discurso político*. Madrid: Arco Libros, 2016. Impreso.
- Fuentes Rodríguez, Catalina y Esperanza Alcaide Lara. *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*. Madrid: Arco Libros, 2020a. Impreso.
- . *Mecanismos lingüísticos de la persuasión* (2.^a edición). Madrid: Arco Libros, 2020b. Impreso.
- Gallardo Paúls, Beatriz. *Usos políticos del lenguaje*. Barcelona: Anthropos, 2014. Impreso.
- Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Nueva York: Anchor, 1959. Impreso.
- . *Interactional ritual: Essays face-to-face behaviour*. Nueva York: Pantheon, 1967. Impreso.
- Hyland, Ken. *Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing*. Londres: Continuum, 2005. EBSCOhost. Web. 23 Nov. 2023.
- . *Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing*. Londres: Bloomsbury Publishing, 2019. EBSCOhost. Web. 23 Nov. 2023.

- Levinson, Stephen. *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. Impreso.
- Núñez Cabezas, Emilio Alejandro. *Aproximación al léxico del lenguaje político español*. Universidad de Málaga, tesis de doctorado, 2000. Web. 11 Oct. 2023.
- Orts Llopis, M.^a Ángeles, y Chelo Vargas Sierra. «Análisis crítico del discurso político en inglés y español a través de los medios: un estudio contrastivo de la manipulación y persuasión en tiempos de crisis». *Revista de Llengua i Dret, Journal of Language and Law*, núm. 80, (2023): 109-131. <https://doi.org/10.58992/rld.i80.2023.3995>
- Perelman, Chaim y Lucie Olbrechts-Tyteca. *Tratado de la Argumentación. La Nueva Retórica*. Madrid: Gredos, traducción española por Julia Sevilla Muñoz, 1989. Impreso.
- Santiago Guervós, Javier. *Principios de la comunicación persuasiva*. Madrid: Arco Libros, 2005. Impreso.
- Van Dijk, Teun Adrianus. *Studies in the Pragmatics of Discourse*. Berlin, Nueva York: Mouton de Gruyter, 1981. Impreso.
- . «Principles of Critical Discourse Analysis». *Discourse & Society*, Vol. 4, Núm. 2, (1993): 249-283. Web. 14 Oct. 2023.
- . *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. Londres: Sage, 1998. Impreso.
- . «Ideología y análisis del discurso». *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, Vol. 10, Núm. 29, (2005): 9-36. Web. 21 Nov. 2023.
- . «Ideology and Discourse Analysis». *Journal of Political Ideologies*, Vol. 11, Núm. 2, (2006): 115-140. Web. 3 Dec. 2023
- . «Análisis Crítico del Discurso». *Revista Austral de Ciencias Sociales*, Vol. 30, (2016): 203-222. <http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n30/art10.pdf>. Web. 3 Jun 2024.
- Verschueren, Jeff. *Understanding Pragmatics*. Londres: Arnold, 1999. Impreso.

CORPUS:

- Sánchez, Pedro. «Declaración institucional del presidente del Gobierno anunciando el Estado de Alarma en la crisis del coronavirus». La Moncloa, 13 de marzo de 2020. Intervención principal. <https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/intervenciones/Paginas/2020/prsp-20200313.aspx>
- . «Comparecencia del Presidente del Gobierno en el Congreso de los Diputados para informar de los Consejos Europeos y dar cuenta de la gestión del Estado de Alarma». La Moncloa, 16 de diciembre de 2020. Intervención principal. <https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/intervenciones/Paginas/2020/prsp-16122020.aspx>
- . «Comparecencia del presidente del Gobierno en La Palma». La Moncloa, 27 de diciembre de 2021. Intervención principal.

<https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/intervenciones/Paginas/2021/20211227.aspx>

Fecha de recepción: 16 de febrero de 2024
Fecha de aceptación: 23 de mayo de 2024