

Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación

ISSN: 1576-4737

 EDICIONES
COMPLUTENSE<https://dx.doi.org/10.5209/clac.70608>

La argumentación en los discursos de Pedro Sánchez y Pablo Casado en el debate de investidura (España, 4 de enero de 2020)

Teresa Fernández Ulloa¹; María del Carmen López Ruiz²

Recibido: 9 de septiembre de 2020 / Aceptado: 5 de abril de 2021

Resumen. En este artículo se analiza el discurso pronunciado por Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español) y Pablo Casado (Partido Popular) con motivo del debate de investidura que tuvo lugar en España el pasado 4 de enero de 2020. Los políticos se reunieron en el Congreso de los Diputados (Madrid) para debatir acuerdos entre los distintos partidos para solucionar la situación en la que España se encontraba en aquel entonces, dado que ningún partido alcanzó la mayoría absoluta para gobernar después de que se convocaran elecciones generales hasta en tres ocasiones diferentes. En plena situación de agitación política, los representantes de los partidos con más apoyos intentan construir argumentos atractivos para convencer y persuadir a los ciudadanos. Para comprender el alcance real de estos discursos, es necesario proceder a un análisis con una metodología interdisciplinar. Por ello, se tienen en cuenta aportes que parten de la Nueva Retórica (Toulmin), las ciencias de la comunicación (tipos de proposición empleados, según respondan a una pregunta de hecho, de valor o de política) y la psicología social (considerando los efectos de primacía y recencia y los cinco pasos de la secuencia motivadora de Monroe).

Palabras clave: persuasión; argumentación; discurso político; debate de investidura; retórica; psicología social

[en] The argumentation in the investiture debate's speeches of Pedro Sánchez and Pablo Casado (Spain, January 4th, 2020)

Abstract. The aim of this article is to analyze the political speeches pronounced by Pedro Sánchez (Spanish Socialist Party, PSOE) and Pablo Casado (Spanish Popular Party, PP) during the investiture debate which took place in Spain on January 4th, 2020. Politicians gathered together in the Spanish Congress of Deputies (Madrid) in order to discuss agreements amongst different political parties to solve the situation Spain was passing through back in that moment, since no party reached an absolute majority to rule after general elections were called on up to three different occasions. In a situation of political turmoil, the representatives of the main political forces try to build attractive arguments in order to convince and persuade people. To understand the real scope of these discourses, it is necessary to proceed to an analysis with an interdisciplinary methodology. Therefore, contributions from the New Rhetoric are considered (Toulmin), also some from the communication sciences (types of proposition used, depending on whether they respond to a question of fact, value or politics) and social psychology (considering the primacy and recency effects, and the five steps of Monroe's motivated sequence).

Key words: persuasion; arguments; political discourse; investiture debate; rhetoric; social psychology

Cómo citar: Fernández Ulloa, T. y M. C. López Ruiz (2020). La argumentación en los discursos de Pedro Sánchez y Pablo Casado en el debate de investidura (España, 4 de enero de 2020). *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 86, 199-212, <https://dx.doi.org/10.5209/clac.70608>.

Índice. 1. Introducción: de la Retórica a la Psicología Social. 2. Objetivos y metodología de trabajo. 3. Análisis. 3.1. Tipo de argumento. 3.2. Partes del discurso persuasivo. Categorías de Toulmin. 3.2.1. Aserción o premisa. 3.2.2. Evidencia. 3.2.3. Garantía. 3.2.4. Respaldo. 3.2.5. Contraargumento. 3.2.6. Marcadores modales. 3.3. Organización del discurso persuasivo. 3.3.1. Primacía y recencia. 3.3.2. Secuencia motivadora de Monroe. 3.3.2.1. Pablo Casado. 3.3.2.2. Pedro Sánchez. 4. Conclusiones. Referencias

1. Introducción: de la Retórica a la Psicología Social

Ya en la Edad Antigua, los intelectuales de la época eran conscientes de que, para poder convencer al auditorio, un buen orador debía dirigir sus argumentos a la razón y a los sentimientos. Aristóteles consideraba que no podían existir argumentos válidos si no tenían un mínimo de credibilidad, si no estaban basados en hechos lógicos y si no conseguían conmover al auditorio. Para llevar a cabo estas acciones, el orador debía tener presente en todo discurso tres técnicas muy diferenciadas, cada una de ellas dedicadas a un objetivo distinto: *docere, delectare y movere*, lo

¹ California State University, Bakersfield (Estados Unidos). Email: tfernandez_ulloa@csub.edu

² Universidad de Córdoba (España). Email: maricarmen.lopezruiz@uco.es

que se traduce por “enseñar”, “deleitar” y “conmover”. Cada una de estas acciones debía asociarse a un elemento, todos ellos definidos por Aristóteles en su *Retórica*: el *ethos*, el *logos* y el *pathos*. El *ethos* se refiere a la confianza y credibilidad que el orador debe mostrar al auditorio para conseguir su cordialidad. El *logos* hace alusión a los argumentos racionales y lógicos que forman la base de toda buena argumentación. Por último, el *pathos* hace referencia a las emociones y pasiones que debe despertar sobre el auditorio el discurso.

Hoy en día, las ciencias que se encargan del estudio del discurso ya no trabajan desde el punto de vista de la retórica únicamente, y tampoco se consolida esta como la principal carrera universitaria ni como el gran fin del hombre virtuoso. En cambio, se estudian aspectos que advierten de los rasgos psicológicos que debe tener el orador y cómo ha de cultivar la credibilidad, trabajando en la veracidad de sus argumentos y en sus dotes comunicativas. Este cambio se ha producido gracias al avance de las Ciencias de la Comunicación y de la Psicología Social, las cuales se encargan de estudiar, entre otros aspectos, los mecanismos lingüísticos racionales, pero también emotivos, mediante los cuales se favorece el intercambio de información en situaciones concretas, así como la forma en que el orador consigue que la ciudadanía adquiera unas actitudes, pensamientos o comportamientos concretos, que él defiende como “los mejores” y “los más apropiados” para el bien común.

La Psicología Social, que se remonta a la segunda mitad del siglo XIX, aparte de analizar los mecanismos por medio de los cuales se produce la persuasión, también se encarga de estudiar otros fenómenos interpersonales tales como la cognición social, las dinámicas de grupo, el liderazgo, la socialización, la obediencia, la ética y los valores. Autores como Van Dijk (1993, 1996, 2003 [1997], 2005, 2009) o Wodak (1984, 1987) han desarrollado trabajos al respecto, que tienen en común que en ellos el centro es el argumento que emplea cada orador para lograr convencer, pues a partir de este consigue ver cumplidos sus objetivos (alcanzar el poder, en el caso del político). Otros autores que se han detenido también en la argumentación son Toulmin (2003) [1958], Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989), Plantin (1990), Van Eemeren *et al.* (1992), Anscombe y Ducrot (1994), Charaudeau (2000), Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2007) o Gallardo Paúls (2014).

Centrándonos en la argumentación, se tendrá en cuenta en este análisis, en primer lugar, el tipo de proposición o argumento presentado (de hecho, de valor o de política); a continuación, se seguirá el modelo de Toulmin a la hora de analizar las diferentes partes en que se divide el argumento (aserción o premisa, evidencia, garantía, respaldo, contraargumento y, también, los marcadores modales, que indican el grado de certeza del argumento). Además, se analizará la organización del discurso (considerando el efecto de primacía y el de recencia, según se han estudiado en psicología social, y se verá la *secuencia motivacional o motivadora de Monroe* de cinco pasos).

Los ejemplos se extraerán de dos discursos pronunciados por los líderes políticos españoles Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español) y Pablo Casado (Partido Popular), respectivamente, con motivo del debate de investidura que tuvo lugar en España el 4 de enero de 2020, el primero con unas 14 000 palabras y el segundo con casi 6000. Los políticos se reunieron en el Congreso de los Diputados (Madrid) para debatir acuerdos entre los distintos partidos y así solucionar la situación en la que España se encontraba en aquel entonces, dado que ningún partido alcanzó la mayoría absoluta para gobernar después de que se convocaran elecciones generales hasta en tres ocasiones diferentes. En plena situación de agitación política, los representantes de los partidos con más apoyos intentan construir argumentos atractivos para convencer y persuadir a los ciudadanos.

2. Objetivos y metodología de trabajo

Como se acaba de señalar, los discursos políticos que conforman nuestro corpus de trabajo son los pronunciados el 4 de enero de 2020 por los dos políticos de las dos fuerzas con más número de votos, según el recuento de las últimas elecciones en el momento del debate de investidura. Tras tres intentos fallidos en los que, tras convocar elecciones generales, no hubo ningún partido que consiguiera la mayoría absoluta, así como tampoco ningún acuerdo entre distintos partidos para poder liderar el país, se llevó a cabo dicho debate. En este sentido, los distintos partidos luchaban por conseguir un gobierno en coalición formado por las diferentes fuerzas políticas. El resultado de la votación que tuvo lugar tras el debate de investidura fue muy ajustado, con 167 votos a favor, 165 en contra y 18 abstenciones (cuando la mayoría absoluta se logra con 176 escaños).

El candidato socialista, Pedro Sánchez, propuso una alianza entre PSOE y UP (Unidas Podemos), coalición que consiguió el voto a favor de los grupos PSOE, UP, PNV, Más País, Compromís, Teruel Existe y BNG. Por su parte, el candidato del PP votó en contra de dicha coalición, así como los partidos Ciudadanos, Vox, CUP, Foro Asturias, JxCAT, UPN, Coalición Canaria y el Partido Regionalista de Cantabria. Los partidos EH Bildu y ERC se abstuvieron durante la votación.

Teniendo en cuenta esta situación, se presupone que los discursos pronunciados por los políticos mencionados mostrarán bastantes marcas de persuasión y manipulación, con el fin de asegurar el mayor número de votos posible, exhibiendo múltiples recursos dirigidos tanto al *ethos*, como al *logos* y al *pathos* (como se analiza en Fernández Ulloa y López Ruiz, 2020). Esto es así debido a que, en tales circunstancias, ambos oradores deben mostrar credibilidad y confianza ante el auditorio para ganarse su voto y han de presentar argumentos lógicos, basados en enunciados dirigidos a la razón, para convencer. Finalmente, también deben encontrar los instrumentos que les permitan presentar enunciados dirigidos a los sentimientos, “al corazón”, para persuadir.

En relación con esto, podemos mencionar la teoría de la “posverdad”, que parece ser la que vertebra diversos tipos de discurso, ya sean políticos, publicitarios, etc., en la actualidad. Según indica Aznar Fernández-Montesinos (2018: 50), la idea de posverdad la formuló Steve Tesich en 1992 para indicar que la sociedad “había decidido vivir en un tiempo posterior a la verdad y, por tanto, ajeno a ella. El primer uso del término en España se produce en 2003 de la mano de Luis Verdú en su obra *El prisionero de las 21:30*”.

La posverdad se refiere a circunstancias en que los hechos objetivos tienen menos influencia a la hora de forma a la opinión pública que la emoción y las creencias personales, según define el diccionario Oxford en 2016 (en Wight, 2018: 22). Evidentemente, el problema está en definir qué es un hecho objetivo, dado que los hechos son constructos sociales, como indica el mismo autor. La búsqueda de la verdad ha sido sustituida por la “construcción de la verdad” (p. 27).

Para entender cómo construyen la verdad estos dos políticos en su discurso, comenzaremos estudiando un aspecto que se ha tratado más desde las ciencias de la comunicación: el tipo de proposición, que depende de si responde a una pregunta de hecho, de valor o de política. A continuación, se examinarán dichos argumentos desde la perspectiva de la Nueva Retórica; siguiéndola, Toulmin ha elaborado un modelo de argumentación que pretende dar cuenta del razonamiento cotidiano, aspecto del que se habían alejado los modelos formales de la lógica clásica. Se aproxima así a autores como Perelman o Habermas, al analizar los tipos de argumentación que se realizan de forma cotidiana y en situaciones concretas de la vida diaria, considerando que, en cualquier situación comunicativa que requiere establecer, mantener, renovar o cancelar un acuerdo, se efectúan similares procedimientos, dinámicas y protocolos que en un juicio (Antón, 2006-2007: 2). También, la psicología social nos aporta las teorías de la primacía y la recencia, algo que tiene relación con la organización, es decir, dónde se coloca la información importante, al principio o al final, y cómo afecta esto al receptor, según se estableció en Atkinson y Shiffrin (1968). Se estudia también cómo funcionan en los discursos los cinco pasos de la *secuencia motivacional o motivadora de Monroe*, psicólogo pionero en la disciplina de la comunicación, que se ocupa, además, de los marcadores, en cuanto que indican el grado de certeza de la aserción. El político busca la acción inmediata a través de una estructura determinada en la que se quiere hacer relevante un tópico, usando motivación positiva o negativa.

3. Análisis

3.1. Tipo de argumento

Un discurso persuasivo pertenece, generalmente, a una de tres categorías: proposiciones de hecho, de valor o de política (*fact, value, policy*). Puede tener elementos de cualquiera de las tres, pero, generalmente, habrá una que predomine y que se puede determinar a partir del propósito específico y las declaraciones de tesis.

Las proposiciones de hecho (*fact*) se centran en las creencias y tratan de establecer que algo “es o no es”; presentan un argumento basándose en datos objetivos. Las proposiciones de valor se centran en persuadir a los miembros de la audiencia de que algo es “bueno o malo”, “correcto o incorrecto” o “deseable o indeseable”; básicamente tratan del valor o calidad de una persona, lugar, cosa o idea, por ello apelan más a las emociones de la audiencia y tratan de citar testimonios, no datos. Son opiniones no del todo, o en absoluto, fundadas en hechos. Las propuestas de política (*policy*) defienden que algo “debería o no debería” hacerse, basándose generalmente en investigación, en datos, y el político propone una acción determinada (si es discurso político; si no, puede tratarse de cómo debería comportarse una persona, por ejemplo). Primero se identifica el problema y después se ofrece una propuesta, un cambio; pero ha de demostrarse que este ofrece beneficios.

Ha de tenerse en cuenta que el tipo de proposición cambia la clase de materiales de apoyo que se necesitarán.

Aunque podría parecer que los discursos políticos entran en la categoría de proposiciones de política, en realidad, muchos, entre ellos el de Casado, caen dentro de la categoría de valor, ya que se dedican precisamente a valorar lo que ha hecho el otro partido e incluso la calidad de una persona (como hace Casado en el caso de Sánchez), más que a dar datos fiables para indicar que la política debe cambiar. Suelen confundirse, en ocasiones, la proposición de hecho y la de valor, pues ambas son construidas con relación al verbo “ser”, pero, fijándose mejor, se distinguen porque las de valor tienen en ellas términos de valor (mejor/peor, moral/inmoral, mal/bien, correcto/incorrecto, justo/injusto) que no pueden ser verificados objetivamente y que dependen de los conceptos de los receptores de lo que es válido o no (Rieke, Sillars y Peterson, 2013: 7). Los datos que ofrece Casado sobre el gobierno de Sánchez son pocos y su propuesta es relativamente breve y vaga; se dedica, básicamente, a valorar al otro candidato y partido, hablando de la “moral” de estos y usando los adjetivos “inmoral” y “peor”:

- (1) ¿Qué *inmoral* equidistancia es esa? ¿Qué conflicto es tener que emigrar de tu tierra? ¿Qué conflicto es ir escoltado para que no te agredan los de la kale borroka independentista? ¿Qué eclipse *moral* trae usted a esta cámara? (PP).
- (2) Parafraseando a Galdós, su *moral* política es como una capa con tantos remiendos que no se sabe ya cuál es el paño primitivo. (PP).

- (3) Este no es un conflicto político, sino legal. Esto no es ni un conflicto territorial, sino *moral*. (PP).
- (4) Llevará usted de nuevo a nuestro país al conflicto interno y a la irrelevancia europea. Lo pondrá a la altura *moral* de los *peores*, de los que no saben de lo que hablan, de los que nunca aciertan, de los que siempre nos dejan mucho *peor*. (PP).

El discurso de Sánchez también es de valor, pero no alude a personas concretas, ya que su tono es amable y positivo, puesto que su fin principal es presentar su proyecto. Su propuesta de valor trata de cuál es la España “deseable” y cuál es la postura “buena” y cuál la “mala” (y hasta la “regular”):

- (5) Al concluir estas sesiones de investidura se producirá un voto. Y ese voto expresará tres posturas:
 - De un lado, se perfilará la España que avanza, que trasciende sus diferencias y se une para avanzar formando una coalición de progreso, diálogo y justicia social.
 - En medio, quienes no quieren sumarse a ese avance, pero al menos no lo impiden con su abstención.
 - Y de otro lado, una coalición curiosa y variopinta, en la que figuran desde la derecha hasta la ultraderecha hasta quienes se dicen antisistema y también los nacionalismos más intransigentes de uno u otro signo. Es, en definitiva, la España que bloquea sin alternativa, sin solución, sin horizonte, sin respuesta. Solo “no”. (PSOE).

Sánchez habla en general, aludiendo a cosas buenas y malas que resultan evidentes (y a la vez al bloqueo de la derecha), como expresa en enunciados del tipo:

- (6) Estas serán las señas de identidad de la Coalición Progresista: Valores, progresistas; Actitud, dialogante; Método, activo, ejecutivo y resuelto. (PSOE).
- (7) España necesita que se rompan los bloqueos. España necesita que hagamos cosas que hasta hace poco no éramos capaces de hacer. Y así trataremos de hacerlo desde el Gobierno. No tenemos enemigos personales en esta Cámara, créanme, y nos esforzaremos por dialogar con todos. Evitaremos el insulto y el exabrupto. Creemos que en democracia la palabra es el instrumento de persuasión más poderoso. Nuestros enemigos son la injusticia, el odio y el fanatismo. (PSOE).
- (8) Por tanto, Señora presidenta, Señorías: Valores progresistas; y actitud de diálogo; y en cuanto al método, permítanme que lo resuma en pocas palabras: será un Gobierno activo, ejecutivo y, en consecuencia, resuelto. (PSOE)

3.2. Partes del discurso persuasivo. Categorías de Toulmin

Tras establecer el tipo de proposición, conviene recordar que el discurso persuasivo busca influir en las creencias, actitudes, valores y comportamientos del receptor, construyendo, para ello, argumentos atractivos.

A continuación, se verá cómo los argumentos pueden presentar varias partes, para lo que seguiremos “el modelo Toulmin”, construido por el pensador británico Stephen Toulmin en su trabajo *The Uses of Argument*, 2003 [1958]. En este, se divide el argumento en seis partes: *claim, evidence, warrant, backing, counterargument/rebuttal*. También se ocupa de los *qualifiers of modality*, que apoyan la aserción o proposición (*claim*). Como indica Rodríguez Bello (2004), “el modelo de Toulmin (1958), profundizado en Toulmin, Rieke, and Janik (1984), se relaciona con las reglas de una argumentación en pasos que pueden ser precisados en cualquier tipo de disciplina o espacio abierto a la disertación, al debate”. Además, según la misma autora (*ibid.*):

Toulmin (1958) cree que las argumentaciones cotidianas no siguen el clásico modelo riguroso del silogismo y crea uno adecuado para analizar cualquier tipo de argumentación en el marco de los discursos sociales: conversación, periódico, televisión, radio, prensa escrita, entrevista, interacción docente alumno, médico-paciente, abogado-cliente.

Básicamente, se verá cómo el político, en los casos aquí analizados, formula una aserción o proposición (*claim*) a partir de una evidencia o datos (*evidence*). La garantía (*warrant*) conecta dicha evidencia con la aserción y se ofrece un cimiento, base o respaldo (*backing*), que puede ser una estadística o simplemente una creencia fuertemente arraigada en los oyentes, es decir, puede tener más o menos peso “científico” y/o más o menos peso “emocional” (el populismo explotaría esto último). Los calificadores o marcadores modales (*qualifiers*), que son, generalmente, adverbios que modifican al verbo: *ciertamente, sin duda, seguramente, algunas veces, etc.*, y que indican el grado de certeza o la fuerza de la aserción. La teoría de la argumentación ha proporcionado un potente marco de análisis para el estudio del significado que aportan los marcadores del discurso en los textos, como demuestran obras como las de Martín Zorraquino y Portolés (1999) o Fuentes Rodríguez (2009). A través del estudio de estas unidades se puede

comprobar cuán seguro está (o se atreve a mostrar o fingir que está) el emisor. Por último, se consideran sus posibles objeciones o reservas (*rebuttals*); el emisor ha de anticiparse a los “peros” o dudas que puedan tener sus receptores. Tiene que conocer las debilidades de sus argumentos y datos y prever el rechazo; en este último caso, puede hablar de ello y así convertirlo en una fortaleza, buscando nuevos respaldos o apoyos (Rieke, Sillars y Peterson, 2013: 53-56).

A continuación, se describirán y ejemplificarán cada una de estas categorías (no todas tienen por qué estar de modo explícito en el argumento). Se incluyen en algunos casos, otros nombres que se les han dado, que dependen de si se sigue más o menos la tradición retórico-argumentativa de Aristóteles, como precisa Rodríguez Bello (2004).

3.2.1. Aserción

La aserción o premisa, también llamada pretensión o proposición (*claim*), es la declaración que será respaldada por la evidencia. Suele haber una premisa general y después otras para apoyar la tesis fundamental.

Pongamos como ejemplo el discurso de Casado. Su premisa principal es que Sánchez no debería ser presidente; su presidencia es mostrada como algo “muerto” por medio de una metáfora en la primera página de la transcripción de su discurso:

(9) Este Gobierno *será su epitafio político*. (PP).

Esta premisa general (el mandato de Sánchez se acaba) es indicada de múltiples maneras a lo largo del discurso y al final de este en concreto con:

(10) Pero no podrá arrastrarnos con usted. *Ni a nosotros ni a España*. (PP).

Otras dos premisas fundamentales tienen que ver con que Cataluña no puede independizarse ni han de hacerse pactos con el partido de izquierdas Podemos.

El discurso de Sánchez, en cambio, es de tono positivo y conciliador. En lugar de hablar de lo que han hecho (pues podría, entonces, el receptor pensar en los errores) o tener que aludir a números (quizá no muy buenos), se centra en lo que harán y todo su discurso se basa en la *proposición* de que estamos ante (y ellos lo representan):

(11) (...) un nuevo tiempo para España, en el que *todos los aquí presentes* estamos llamados a participar. (PSOE).

Así, con el lenguaje positivo, va creando la imagen negativa del que no quiera participar, pues estaría en contra de ese nuevo tiempo, que es también un tiempo en Europa:

(12) (...) *una Europa federal y unida*. (PSOE).

Es decir, Sánchez entiende que en España hay diversidad, aludiendo a Cataluña y el País Vasco y sus demandas, pero que eso no significa que no haya unidad, como también se ve en otros modelos europeos.

3.2.2. Evidencia

La evidencia, también llamada base, respalda el reclamo o proposición. Los puntos principales del discurso persuasivo y el material de apoyo que se incluyen sirven como evidencia. Casado apoya su premisa de que el PSOE, sobre todo Sánchez, no debería gobernar dadas sus propuestas, que empieza a desglosar en la página 7:

(13) En materia económica, proponen una subida brutal de impuestos, la derogación de la reforma laboral del PP que creó más de dos millones de empleos, el desvío del déficit, de la deuda y del gasto, lo que causará un paro masivo y quiebra de la seguridad social, como ya consiguió el PSOE de 1996 y 2011 con Sánchez votando los recortes y la congelación de las pensiones, como ahora. (PP)

(14) En materia social pretenden imponer una agenda sectaria en la educación, la sanidad y la política de vivienda, liquidando el derecho a la libertad de elección de las familias y a la propiedad privada. (...) Hemos escuchado un anticlericalismo guerracivilista que llevábamos mucho tiempo sin escuchar en esta cámara. (PP).

(15) En materia institucional, amenazan con nombrar jueces a dedo, con derogar la ley que protege a nuestras Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, y con recuperar la agenda internacional bolivariana en favor de la[s] narcodictaduras de Cuba, Venezuela y sus socios en países como Bolivia. (PP).

También, como indicábamos en el apartado anterior, otras dos premisas fundamentales tenían que ver con que Cataluña no puede independizarse ni han de hacerse pactos con el partido de izquierdas Podemos, lo que se respalda:

(16) [El gobernar] no le va a salir gratis, dependerá de las cesiones *que haga a sus socios*. (PP).

El discurso se dedica a fomentar el miedo a la independencia de Cataluña y la alianza con Podemos. Los catalanes independentistas son representados en su discurso por Oriol Junqueras:

(17) (...) un delincuente encarcelado por un delito tan grave como el de sedición. (PP).

Y Podemos tendría que ver, aunque no lo indique directamente en esta oración, con la pretensión del PSOE de

(18) (...) recuperar la agenda internacional bolivariana en favor de la[s] narcodictaduras de Cuba, Venezuela y sus socios en países como Bolivia. (PP).

En cuanto a Sánchez, la evidencia de que el PSOE es el partido del nuevo tiempo, de la nueva España, es que

(19) (...) es una fuerza política que representa también la historia viva de España. (PSOE).

Sánchez usa los sobreentendidos en su discurso, ya que de lo que dice se desprende que “esa historia viva” es la de ahora, la que pide entender la unidad a partir del reconocimiento de la diversidad y de las diferentes Españas que hay dentro de un mismo país.

(20) Todos tenemos la plena legitimidad democrática. *Estamos aquí por eso*. Con posiciones diferentes, a veces antagónicas. Pero con posiciones, al fin y al cabo, que representan a una parte de la ciudadanía española. (PSOE).

(21) El proceso de descentralización en España es inseparable, incluso en términos históricos, del proyecto de construcción europea. (PSOE).

(22) Y transitan en paralelo como la manifestación de un gran éxito que es patrimonio de toda la sociedad española: una España autonómica, una España descentralizada, una España federal, en una Europa federal y unida. (PSOE).

En otras ocasiones, Sánchez respalda nuevamente esa evidencia de la “historia viva” haciendo alusión a lo que representa la ciudadanía de España en ese momento en particular: el actual, el presente.

(23) Europa es mucho más que un mercado: es una auténtica comunidad de valores humanistas y si abdica de la defensa de estos valores pierde su razón de ser. Esa es la visión con la que España sigue abrazando el ideal europeo. (PSOE).

(24) España tiene la posibilidad real de estar en el grupo de países que lidere la Cuarta Revolución Industrial. Pero para lograrlo debemos acometer reformas y prestar atención especial a algunos de los segmentos que sostienen nuestro tejido productivo, como es la economía social, como son las Pymes y los Autónomos, que representan a más de 3 millones de españoles. (PSOE).

3.2.3. Garantía

La garantía (*warrant*) es la justificación subyacente que conecta la presuposición o premisa y la evidencia. La garantía para la premisa y las evidencias citadas, en el caso del discurso del PP, es que los cambios, los pactos diferentes, etc., no hacen confiable al PSOE ni a su representante. Es un gobierno mentiroso:

(25) (...) ¿Quién es usted realmente? Después de tantas metamorfosis, de tantas máscaras, de tantas mentiras (...). (PP).

Y cita después diversas declaraciones de Sánchez que, según implica, no han sido verdad (todas en relación con los independentistas catalanes y Podemos).

Advirtamos cómo repite palabras relacionadas con la mentira (7 en total) para fijar esa idea en el oyente.

(26) Hoy hemos visto que hablaba de *mentiras*. Decía que este Gobierno va a combatir las *mentiras*. Usted es una *mentira* andante. Habla usted de combatir las *fake news* y usted es un presidente *fake*. ¿Cómo es posible que hable de *falsedades* y de *calumnias*? (PP).

El PSOE no es fiable tampoco porque ya ha cometido errores en el pasado, ya ha causado “paro masivo” y “quiebra en la Seguridad Social” en ocasiones anteriores, por lo tanto, esa es la garantía para la presuposición de que el PSOE no va a ganar: si antes han mentido y han cometido errores, lo volverán a hacer.

En el discurso del PSOE, la garantía que conecta el que este es el partido del nuevo tiempo y su evidencia de que ha sido generalmente el más votado y el que contribuye a mejorar la sociedad (y, se entiende, tendría que ser el más votado de nuevo), es que España es “plural, diversa y democrática”.

- (27) El marco de organización territorial previsto en nuestra Constitución en su título VIII ha permitido que territorios silenciados durante décadas tuvieran al fin una voz clara. Ha permitido el libre desarrollo de las identidades nacionales dentro de nuestro marco constitucional. Ha perfilado España tal y como es, plural, diversa y democrática, completa de matices que nos enriquecen a todos. (PSOE).

También retrotrae la idea de la diversidad y de la unidad que describe en la premisa y la evidencia buscando argumentos que aluden al modelo estatal y que hacen alusión, al tiempo, a ese modelo europeo en el que se basaba su aserción:

- (28) España tal y como es, ese va a ser nuestro proyecto político. Y como ha señalado la Autoridad Fiscal Independiente, contrariamente a ciertas creencias, que se están poniendo en cuestión por parte de la bancada de la derecha, el modelo autonómico ha supuesto una mejora de la distribución territorial de la renta superior a los países de nuestro entorno, por ejemplo Francia, con un Estado centralista. (PSOE).

Los argumentos que respaldan la garantía también aluden al partido contrario durante todo el discurso, con el objetivo de legitimar tanto la premisa como la evidencia que señalaba al inicio, para volver a mencionar esa unión con el momento presente en el que se inserta la sociedad (y a la que representa, se entiende, su partido, como se ha indicado antes), lo que le sirve para subrayar, además, a lo que “no se puede” volver, como sugiere el partido contrario, según explicita él mismo:

- (29) El camino, por tanto, no puede ser el de la involución –como plantean algunos–, sino el de la mejora, la reforma y la actualización de nuestro sistema. Siempre garantizando lógicamente la igualdad entre españoles. (PSOE).

3.2.4. Respaldo

Para que la garantía sea sólida y convincente, requiere que haya un respaldo, que puede ser variado. Generalmente, se trata de estudios hechos por expertos, que aporten datos, pruebas u otros testimonios que validen la garantía. Casado incluye algunos datos del tipo:

- (30) (...) el crecimiento económico ha bajado del 2 % y el déficit ha duplicado lo comprometido. (PP)

Evidentemente, al tratarse de un discurso persuasivo, la información no está para explicar una premisa, sino para dar razones a la audiencia para que apoyen su tesis.

Los respaldos de Sánchez son varios. Por un lado, el PSOE ha ido creciendo y superando malos momentos:

- (31) (...) ha gobernado en España en más de la mitad de las cuatro últimas décadas (...) [cuando] en las elecciones que se celebraron hace 140 años, el PSOE no obtuvo, lógicamente, ningún representante. (PSOE).

El “lógicamente” es una presuposición (basada en un marcador modal) que el oyente tiene que realizar, basada en el hecho de que

- (32) (...) en España solo tenía derecho a votar el 3 % de la población porque para ejercer el derecho se requería en primer lugar ser hombre y en segundo lugar ser una persona pudiente. (PSOE).

- (33) (...) una institución que ha superado desde sus inicios las más diversas situaciones, propicias y también adversas. (...) Es un partido que no se rinde; que no desfallece. Es un partido que ha conocido todo tipo de situaciones y las ha encarado todas con ánimo de superación. (PSOE).

- (34) El PSOE es, como dicen sus siglas y acredita su historia, un partido español formado por compatriotas, que, con aciertos y errores, ha contribuido y contribuye a mejorar la vida de nuestra sociedad. (PSOE).

Otra base o respaldo es una creencia fuertemente arraigada en los oyentes, y que late todo el tiempo en su discurso: la pertenencia de España a Europa, la Europa de los pueblos, como ya se ha indicado.

3.2.5. Contraargumento

También ha sido llamado refutación, objeción, limitación o reserva. Aquí el político habla de posibles objeciones que se le pueden formular, para hacer una defensa anticipada.

Al ser la oposición, Casado se tiene que mostrar seguro y, por ello, no sugiere nada; pero Sánchez es bien consciente de las acusaciones que se le hacen de falta de patriotismo (por parte de la derecha), al querer hacer pactos con fuerzas independentistas, y también sabe del miedo latente a la ruptura de España. Por ello, sin aludir directamente a las acusaciones, deja caer afirmaciones como:

- (35) Somos una comunidad, no un grupo de personas. En eso consiste el verdadero patriotismo, en el reconocimiento de un bien común y no solo en la identificación con los símbolos de todos. (PSOE).
- (36) Y quienes invocan a cada minuto el patriotismo, deberían prestar más atención a los bienes públicos que nos definen y representan como sociedad. Eso es patriotismo y ese es el patriotismo social en el que se reconoce la Coalición Progresista que quiero encabezar y que comparte la inmensa mayoría de nuestro país. (PSOE).
- (37) He dicho que este Gobierno no tratará a ninguna persona como enemigo y así será. Pero vamos a ser militantes contra la ideología racista, contra la xenofobia, contra la homofobia y contra el machismo. Para este Gobierno patriotismo significa amparar por igual a todos los españoles, también a las minorías y a los más vulnerables. Patriotismo significa exhibir con orgullo nuestros logros en derechos sociales; nuestra condición de pioneros que somos en nuestro país —no hay más que ver lo que está debatiendo ahora Francia sobre la ley integral de Violencia de Género— en libertades civiles. Patriotismo significa desplazar del espacio público los símbolos que evocan un periodo de opresión y dictadura ejercida contra españoles por sus ideas, por su cultura y por su lengua. Y este será un Gobierno que enarbolará y hará honor a nuestra bandera, a nuestras banderas, pero jamás se camuflará tras ellas para herir u oprimir a otros compatriotas. (PSOE).

Y termina:

- (38) Lo único que les pido es que no contribuyamos con nuestras palabras a que la convivencia se resienta. No traslademos desde esta tribuna más división a la calle, más discordia a las empresas, más desencuentro a las familias. Eso, Señorías, también es patriotismo. (PSOE).

3.2.6. Marcadores modales

Puesto que la mayoría de los argumentos no son absolutos por naturaleza, Toulmin introdujo los calificadores (*qualifiers*) en su modelo como una forma de expresar la fuerza relativa de las garantías a la hora de apoyar las conclusiones que justifican. También son conocidos con el nombre de marcadores modales, que se prefiere aquí por considerarse una terminología más clara, o se habla de la modalidad o la matización. La importancia de los marcadores modales viene dada porque su inserción indica el grado de fuerza o de probabilidad de la aserción. Si una garantía nos permite aceptar inequívocamente una aserción o proposición, dados los datos adecuados, podemos calificar la aserción con “definitivamente” o “necesariamente”, por ejemplo. Si existe alguna incertidumbre en torno a la garantía, es posible que nos veamos obligados a calificar la aserción con términos como “probablemente” o “posiblemente”. Por convención, el calificador se considera separado de la garantía.

El líder del PP se muestra seguro de sus aserciones. En las últimas oraciones de su discurso afirma:

- (39) Se ha colocado usted *definitivamente* en el lado equivocado de la historia. (PP).

Y un poco antes:

- (40) *En definitiva*, firma usted la condensación de todo lo que no se debería hacer. (PP).

Aunque dicho marcador, “en definitiva”, es semejante a “en conclusión”, tiene en este caso una fuerza mayor; es concluyente, irrefutable. También emplea el adverbio “siempre” en dos ocasiones, una para referirse a Sánchez y otra a su propio partido, el PP:

- (41) Llevará usted de nuevo a nuestro país al conflicto interno y a la irrelevancia europea. Lo pondrá a la altura moral de los peores, de los que no saben de lo que hablan, de los que nunca aciertan, de los que *siempre* nos dejan mucho peor. (PP).
- (42) El Partido Popular *siempre* ha estado dispuesto a sacrificarse por España pero no a sacrificar a España apoyando a un irresponsable, en su presidencia, como usted. (PP).

La palabra “mayoría”, aun siendo un sustantivo, da, y más al repetirse, idea de cantidad; ni la mayoría de los españoles, ni siquiera la mayoría de los socialistas están con Sánchez, como expresa Casado:

- (43) La *inmensa mayoría* de los españoles se sienten parte de su patria antes que votantes de un partido. (PP).
- (44) También la *mayoría* de los votantes socialistas se sienten antes españoles que ninguna otra cosa, y harán de usted una anécdota en nuestra historia que ha sobrevivido a situaciones peores que esta cuando le retiren su apoyo en las próximas elecciones. (PP).

Por su parte, Sánchez también incluye enunciados que matizan, desde el punto de vista de la modalidad, los argumentos presentados. Mediante el adverbio “lógicamente”, incide sobre el *logos* del discurso, aportando una valoración con la que muestra seguridad y que espera, por otra parte, que todo el mundo comprenda, pues se trata de algo lógico y racional y que, por consiguiente, todos deberían compartir, según explicita:

- (45) El camino, por tanto, no puede ser el de la involución –como plantean algunos–, sino el de la mejora, la reforma y la actualización de nuestro sistema. Siempre garantizando lógicamente la igualdad entre españoles. (PSOE).
- (46) Colaboraremos también con el Gobierno vasco en el cumplimiento de las transferencias pendientes del actual Estatuto, y en la renovación del mismo que quiera hacer el Parlamento vasco, siempre dentro lógicamente de nuestro marco constitucional. (PSOE).
- (47) En las elecciones que se celebraron hace 140 años, el PSOE no obtuvo, lógicamente, ningún representante. Ni uno sólo. Y, sin embargo, un siglo después, al restablecerse la democracia, ha gobernado España en más de la mitad de las últimas cuatro décadas. (PSOE).

En otras ocasiones, el valor marcado por el adverbio de modalidad expresa la actitud del hablante ante el enunciado desde un punto de vista valorativo, mediante el que se dirige, directa o indirectamente, al contrario, acudiendo en algunos casos a suscitar sentimientos o emociones (*pathos* del discurso, un rasgo que comparten ambos políticos):

- (48) Se equivocan muy gravemente quienes, desde los bancos de la derecha, ponen en duda el compromiso de la izquierda con España. (PSOE).
- (49) Lo único que les pido, humildemente, es que piensen en la gente que nos ve desde sus hogares. (PSOE).
- (50) (...) el proyecto de la Coalición Progresista está indisolublemente unido a la libertad. La libertad frente a la intrusión arbitraria de las instituciones públicas y también frente a la interferencia interesada de quienes tienen más poder. (PSOE).

3.3. Organización del discurso persuasivo

La psicología social nos aporta las teorías de la primacía y la recencia, algo que tiene relación con la organización, es decir, dónde se coloca la información importante, al principio o al final, y cómo afecta esto al receptor, según se estableció en Atkinson y Shiffrin (1968). Se estudia aquí también cómo funciona en los discursos la *secuencia motivacional o motivadora de Monroe*, de cinco pasos, quien además se ocupa también de los marcadores, en cuanto que indican el grado de certeza de la aserción. El político busca la acción inmediata a través de una estructura determinada en la que se quiere hacer relevante un tópico, usando motivación positiva o negativa.

3.3.1. Primacía y recencia

Un discurso está formado, en realidad, por pequeños discursos que refuerzan la idea principal; cada uno presenta una idea central o sub-idea en relación con la principal y aporta material de apoyo en relación con la tesis principal.

En el caso del discurso de Casado, se echan en falta dichos materiales. A la hora de elaborar las ideas centrales, es normal usar paralelismos que sirven para estructurar el discurso y como señales para el oyente. El discurso debería estructurarse de forma que cada idea tuviera una pequeña introducción, transiciones entre sus puntos principales y una pequeña conclusión. Bien es cierto que las formas de organización son diversas y pueden variar según el tópico o el tipo de discurso. Tengamos en mente que estos son discursos persuasivos, pero, en cualquier caso, la división ha de ser lógica. También, es sabido que a la gente le gustan los grupos de tres.

Teniendo todo lo anterior en cuenta, hay que considerar, en primer lugar, que el emisor suele (o debería) ordenar las ideas, considerando el efecto de primacía (*primacy*) o el de recencia (*recency*), según se ha estudiado en psicología social. Al respecto pueden verse los estudios de Hewstone, Stroebe y Stephenson (1996) y Pratkanis y

Aronson (1994). Aunque los estudios sobre la primacía comenzaron antes, con ejemplos como los de F. H. Lund (1925).

El receptor suele recordar mejor la información que recibe al principio y al final. Las dos deben ser consideradas por el emisor, quien evaluará cuál va mejor según su audiencia y tópico. Según Lund (1925: 190), tendemos a formarnos una opinión la primera vez que aparece un tema, y hay que considerar también el ideal de “consistencia”, ligado a la racionalidad, dadas sus implicaciones lógicas. El comenzar y terminar con ideas parecidas da consistencia al discurso de Casado.

Es evidente que los políticos suelen terminar con su propuesta, pues algo que el receptor debe recordar. Esto ocurre en el discurso del PP, casi al final, cuando señala Casado:

- (51) Señor Sánchez, yo quiero lo contrario de lo que usted presenta hoy en esta cámara. Quiero un proyecto que favorezca el reencuentro y la convivencia. Que refuerce la ley y las instituciones. Un proyecto para el servicio público y no para la ocupación del poder. (...) Yo quiero un proyecto (...). Quiero un proyecto (...). (PP)

Se observan repeticiones para insistir y fijar sus ideas. Lo que llama la atención es que el comienzo y el final del discurso insisten en lo mismo: la calidad humana de Sánchez. Y lo hace con una selección léxica evidente (que hemos marcado en cursiva). Comienza hablando del “pacto” y las “cesiones”:

- (52) Señor Sánchez, ¿usted duerme bien? ¿Usted ha dormido bien esta noche? ¿Ha sido capaz de conciliar el sueño después del espectáculo *bochornoso* que anoche dieron sus propios socios de investidura o le pasa como al 95 % de españoles que usted mismo dijo que no podrían conciliar el sueño si se *perpetrara* el pacto de Gobierno que usted tiene la *desvergüenza* de traer a esta Cámara?
Parece que le interesa el género de lo onírico, y entre colchones e insomnios, nos trae aquí una *pesadilla*, sobre todo para todos los españoles que viven en Cataluña. Pero desengañese, no va a ocurrir lo que sueña, sino lo que teme. Este Gobierno será su epitafio político.
Hoy mismo ha dado la vuelta al reloj de arena y al final no le va a salir gratis, dependerá de las *cesiones* que haga a sus socios con qué rapidez vayan cayendo los granos.
Esta es su 5.^a sesión de investidura y en las 4 anteriores fracasó. De la última a ésta, ha perdido 800.000 votos, 3 escaños, la *dignidad* de presidir un partido constitucionalista, y la *decencia* de no mentir continua e *impudicamente*. (PP).

Y termina de igual forma, aludiendo a la calidad moral de Sánchez y de aquellos con los que quiere pactar, e insiste en la “pesadilla” que es la situación actual. Préstese atención también al uso de verbos que insisten en las acciones del líder del PSOE:

- (53) Nos *aleja* usted del núcleo económico y político del cual tenemos que ser parte esencial.
Y lo hace para satisfacción de los que en estos cuarenta años no han aportado nada, no han sumado nada, no han contribuido en nada, sino todo lo contrario.
Debe de tener usted una idea casi *enfermiza* de su propio valor político si considera que puede pagar un precio tan alto con el patrimonio histórico de todos para lograr su investidura.
Entregándose a los *peores radicales* podrá ser presidente del gobierno pero no podrá gobernar.
Sólo puedo lamentarlo y anunciarle que haremos cuanto esté en nuestra mano para que el tiempo de *pesadilla* en el que ha decidido *sumirnos* sea breve y haga el menor *daño* posible.
Se ha colocado usted definitivamente en el lado equivocado de la historia. Pero no podrá *arrastrarnos* con usted. Ni a nosotros ni España. (PP).

En el discurso de Sánchez se comienza aludiendo al problema y acusación latente: la división de España por los nacionalismos. Repite insistentemente algunas palabras, en las que continuará haciendo hincapié en su discurso:

- (54) Señora Presidenta, señoras y señores diputados. Buenos días. No se va a *romper* España, no se va a *romper* la Constitución. Aquí lo que se va a *romper* es el *bloqueo* al Gobierno progresista democráticamente elegido por los españoles. (PSOE).

Interesan sus párrafos finales por su llamada al diálogo y la convivencia, insistiendo en su respeto por las diferentes opciones políticas:

- (55) Hay grupos de esta Cámara no comparten las ideas que les he expuesto. Soy consciente de ello. Lo mismo sucede en nuestros centros de trabajo, en nuestras familias, en nuestro vecindario. Y eso no impide *dialogar*; *alcanzar acuerdos* y *convivir a diario entre todas y todos*. Por eso, insisto en el *compromiso* de hacer del *diálogo* una herramienta que vuelva a *reconciliar* a la política con la calle. Con una sociedad que ansía de

nosotros *grandes acuerdos, grandes pactos y grandes consensos*. Que vuelva la cultura del acuerdo y se aleje la del enfrentamiento.

En unos minutos abandonaré esta tribuna y después *escucharé con atención* sus intervenciones. *Cada portavoz empleará su tiempo como estime oportuno*.

Lo único que les pido, humildemente, es que piensen en la gente que nos ve desde sus hogares.

Suban a esta tribuna y expongan una visión alternativa al programa que he expuesto. Defiéndanla con la pasión y la convicción que les dicte su conciencia.

Y voten según su criterio. Porque *será un honor escucharles y debatir junto a ustedes*.

Lo único que les pido es que *no contribuyamos con nuestras palabras a que la convivencia se resienta*. *No traslademos desde esta tribuna más división a la calle, más discordia a las empresas, más desencuentro a las familias*.

Eso, Señorías, también es patriotismo. Gracias. (PSOE).

Obsérvese cómo acaba con la palabra “patriotismo” y cómo usa el tricolon o trimembración a menudo, un poderoso recurso retórico que consiste en la repetición de una misma estructura sintáctica tres veces; no se avanza en la idea, solo se insiste en ella: (“Y eso no impide *dialogar, alcanzar acuerdos y convivir*”; “Con una sociedad que ansía de nosotros *grandes acuerdos, grandes pactos y grandes consensos*”; “*No traslademos desde esta tribuna más división a la calle, más discordia a las empresas, más desencuentro a las familias*”).

3.3.2. Secuencia motivadora de Monroe

Puede realizarse un orden de elementos cronológico, espacial, problema-solución, causa-efecto, causa-efecto...; pero, cuando quiere motivarse al oyente a la acción, en el caso de Casado a votar por su partido (o no votar por el PSOE), es frecuente ver la *secuencia motivacional o motivadora de Monroe*, de cinco pasos. Monroe fue un psicólogo con grandes aportaciones en el campo de la comunicación, al estudiar el discurso persuasivo. Según este, se busca la acción inmediata a través de una estructura determinada en la que se quiere hacer relevante un tópico, usando motivación positiva o negativa. Los pasos son: atención, necesidad, satisfacción, visualización y acción (*attention, need, satisfaction, visualization, action*; Monroe y Ehninger, 1964; *A Primer on Communication Studies*, capt. 9). En esta sección vamos a presentar los discursos por separado, puesto que se trata de una secuencia y es más fácil ver la progresión en el hacer relevante el tópico. Veremos, en primer lugar, la secuencia de Pablo Casado y, a continuación, la de Pedro Sánchez.

3.3.2.1. Pablo Casado

La *atención* es el paso que supone atraer al público haciendo el tópico relevante para ellos. Se suele hacer de una forma negativa. Es frecuente citar cifras y estadísticas. También, se puede empezar con una pregunta retórica que requiere una respuesta mental (no del interpelado, en este caso, que es una mera excusa, sino de los posibles votantes). Lo ideal es hacer una pausa tras la pregunta, pues hace pensar a los que escuchan, y más al repetirse tres veces. Esto hace Casado, incluyendo también al receptor como afectado desde el principio:

- (56) Señor Sánchez, *¿usted duerme bien? ¿Usted ha dormido bien esta noche? ¿Ha sido capaz de conciliar el sueño* después del espectáculo bochornoso que anoche dieron sus propios socios de investidura o *le pasa como al 95 % de españoles que usted mismo dijo que no podrían conciliar el sueño si se perpetrara el pacto de Gobierno* que usted tiene la desvergüenza de traer a esta Cámara? (PP).

En la primera página de la transcripción también se encuentra la idea principal, expresada a través de la metáfora de la “muerte” política de Sánchez (“Este gobierno será su epitafio político”), las ideas de los pactos y cesiones, al igual que el establecimiento de la credibilidad y relevancia por parte de lo que el emisor defiende (alude a las decisiones de la Junta Electoral, motivadas por el PP).

El orador describe después la *necesidad* de que el problema planteado se resuelva; cita evidencias relevantes para el receptor para apoyar que lo indicado es un problema.

Casado indica que lo que hay que hacer es eliminar al PSOE del gobierno (aunque no lo dice de modo directo) y sigue atrayendo la atención con cifras negativas:

- (57) Pero desengañese, no va a ocurrir lo que sueña, sino lo que teme. Este Gobierno será su epitafio político.
(...)
Esta es su 5.^a sesión de investidura y en las 4 anteriores fracasó. De la última a ésta, ha perdido 800.000 votos, 3 escaños, la dignidad de presidir un partido constitucionalista, y la decencia de no mentir continua e impudicamente. (PP).

Todo el discurso se dedica, fundamentalmente, a hablar del problema (pactos y alianzas con catalanes separatistas del ERC, el partido de izquierdas Podemos y el PNV en el País Vasco).

La *satisfacción* implica proponer una solución al problema de cara a satisfacer la necesidad. Así, Casado, tras haber mencionado el “pacto” y las “cesiones”, habla de los pasos que se han dado por parte de la Junta Electoral, a instancias del PP:

- (58) La primera, referida al ex Presidente de la Generalitat, al que se le retiró su condición de diputado autonómico, por desobediencia, quedando inhabilitado para ejercer cargo público, incluido el del máximo representante del gobierno catalán, tal y como contempla el mismo Estatut, y en base a la Ley Orgánica de Régimen Electoral. (PP).
- (59) La Junta Electoral Central dijo ayer claramente que impide adquirir la condición de Eurodiputado a Oriol Junqueras como consecuencia de la condena en firme del Tribunal Supremo. (PP).

Por medio de la *visualización*, el orador trata de hacer ver al receptor el resultado positivo, si se siguen sus recomendaciones, o el negativo, si no. Los políticos tienden a usar la motivación negativa, como hace Casado, inspirando miedo al describir una futura situación económica, social e institucional bastante mala, si sigue el PSOE en el poder, como se ha visto.

El emisor pide entonces una *acción* específica o la aprobación del público. Tiene, para ello, que incluir ejemplos: apoyos, estadísticas, explicaciones, ya ejemplificadas anteriormente (véanse 30 y 57, entre otros). En este caso, aunque la acción se espera de los ciudadanos, el discurso no se dirige explícitamente ellos, sino que el “tú” es Sánchez. Es evidente que el receptor implícito está formado por los posibles votantes, representados por la palabra “España”, es decir, quienes no voten al PP son los no españoles, los separatistas, los partidarios de pactos y cesiones:

- (60) Pero no podrá arrastrarnos con usted. Ni a nosotros ni a España. (PP).

3.3.2.2. Pedro Sánchez

Comienza captando la *atención* mencionando también algo negativo. Lo ideal es incluir aquí una llamada a la reflexión, pero él hace una llamada a la acción:

- (61) No se va a romper España, no se va a romper la Constitución. Aquí lo que se va a romper es el bloqueo al Gobierno progresista democráticamente elegido por los españoles.
Comparezco ante este Congreso de los Diputados, en virtud de lo dispuesto en el artículo 99 de la Constitución, al objeto de obtener la confianza mayoritaria de la Cámara para ser investido Presidente del Gobierno.
Antes de exponer el programa de gobierno, quiero hacer dos reflexiones de partida.
Una de carácter personal: el honor que representa para mí, como demócrata, como ciudadano y como español, tener la ocasión de obtener la confianza de la Cámara y de poder dirigirme a la Nación desde esta tribuna.
Otra de carácter político, directamente vinculada a lo que este momento representa: *el punto de partida de un nuevo tiempo para España, en el que todos los aquí presentes estamos llamados a participar.* (PSOE).

La *necesidad* de que el problema se resuelva aparece enseguida; es también la necesidad de que le voten:

- (62) A partir de ahí hemos trabajado para sumar a este acuerdo las fuerzas de otras formaciones hasta alcanzar la cifra crítica que permita la constitución de un gobierno que eche a andar la legislatura. Y en esa situación comparezco ante ustedes para solicitar su apoyo.
Los españoles han votado en uno u otro sentido; pero han votado Gobierno, no han votado bloqueo ni parálisis. Y nuestra obligación es buscar la mejor solución que pueda lograrse aquí y ahora.
Todas las soluciones son respetables. No lo es la falta de solución.
Por eso quiero dejar constancia de mi pesar por la conducta de las fuerzas de la derecha democrática al negarse a prestar la menor contribución a la gobernabilidad de España. (PSOE).

La *satisfacción* o solución al problema es ofrecida por el partido socialista al enumerar Sánchez lo que harán, largamente:

- (63) Me presento ante esta Cámara, por tanto, con un plan de Gobierno progresista que aúna la voluntad de avanzar del PSOE y de Unidas Podemos, pero que está abierto a la colaboración de todas aquellas fuerzas parlamentarias que apuesten por una solución de progreso a los desafíos que tenemos por delante.
Permítanme que describa la Coalición Progresista que me propongo encabezar por sus valores, por su actitud y por su método, para exponer seguidamente su programa de Gobierno. (PSOE).

Se encuentra la *visualización* justo a continuación, cuando expresa las cosas positivas que sucederán si se siguen sus recomendaciones (haciendo alusión a los males que aquejan al país):

- (64) Comencemos por sus valores. ¿Cuáles son los valores que sustentarán esta Coalición Progresista? En primer lugar, la justicia social, el propósito de recortar las desigualdades lacerantes que sufre buena parte de nuestra sociedad. (PSOE).
- (65) Sabemos que los sentimientos no se imponen ni se prohíben. Y que la *solución* no vendrá de la imposición de una percepción sobre la otra, sino de un cambio de ambas percepciones. (PSOE).
- (66) Nuestra obligación es llenar de *soluciones* a esa España interior que languidece ante la despoblación, el envejecimiento, el desmantelamiento de sus servicios públicos y el empobrecimiento de sus hogares. Y para ello, el Gobierno que aspiro a formar tomará todas las medidas que sean necesarias, como detallaré más adelante. Medidas que lógicamente contribuirán a perfeccionar el mejor modelo territorial de nuestra historia, que es el Estado autonómico. (PSOE).
- (67) Ahora iniciamos 2020, un tiempo donde los desafíos se han vuelto más globales y las soberanías están más compartidas. La desigualdad, el proyecto común europeo, la lucha contra la emergencia climática, la *resolución* del problema de las migraciones, el combate contra el *dumping* y los paraísos fiscales, el combate contra el terrorismo internacional... nos sitúan en la era de la interdependencia. (PSOE).

Seguirá después hablando de la exclusión social, el paro, los servicios públicos, la libertad (de género, sexual, de raza), la cohesión territorial... Como la enumeración es larga, él mismo resume:

- (68) Estos son los 4 valores cardinales que definirán la orientación de la Coalición Progresista: justicia social, defensa de los servicios públicos, libertad y cohesión y diálogo territorial. (PSOE).

Su plan de *acción* comienza al dar las propuestas de su partido, de la Coalición Progresista, distribuidas en diez ejes, y al señalar los cuatro valores cardinales que definen la orientación de dicha Coalición: “justicia social, defensa de los servicios públicos, libertad y cohesión y diálogo territorial”. Comienza en la página 12 de la transcripción del discurso que usamos y sigue hasta la última (la 36).

4. Conclusiones

A pesar de que las posturas ideológicas de ambos oradores son diferentes, las construcciones lingüísticas empleadas, si bien con intencionalidades diferentes (la de defensa en Sánchez, la de ataque en Casado), han resultado ser bastante similares.

En lo que concierne a la propia argumentación, hemos observado que ambos políticos son conscientes de que han de mostrarse seguros a la hora de presentar sus enunciados ante el auditorio, para conseguir reforzar los lazos de unión con este y salir beneficiados en el debate. De este modo, ambos han presentado diversas proposiciones (*claims*), que se han respaldado por medio de evidencias (*evidences*), conectadas mediante garantías (*warrants*), desde una óptica defensiva y atacante, respectivamente. En el caso del PP, el discurso se dirige directamente al adversario, destacando todos los aspectos que considera negativos, con el objetivo de llamar la atención de su contradestinatario y afianzar el voto de su prodestinatario. Las medidas que presenta se encuentran justo al final del discurso (efecto de recencia), para afianzar las posibles objeciones o contraargumentos que se le pudieran echar en cara por parte del contradestinatario y del Otro. Este mecanismo (*rebuttal*) es empleado, sin embargo, al principio del discurso del PSOE (efecto de primacía), donde de antemano se advierte de que esa acusación “de la bancada de la derecha” sobre Cataluña y la unión de España no es tal. Esto pone de manifiesto la actitud de defensa, conseguida por medio de la modalidad o los *qualifiers*, que recreará a lo largo del discurso, pues inicia este sacando el tema que más le ha criticado el oponente, de modo que se dirige a su pro- y contradestinatario para defender el ataque lanzado por el oponente (la reserva). Ambos acuden a distintas estrategias que sirven de apoyo y respaldo (*backing*) para legitimar el argumento esgrimido, acudiendo para ello a citas literales de artistas, de otros políticos (tanto de su propio partido, como del contrario, según interese para el fin que se persigue) y a datos, fechas y cifras, no para apoyar su autenticidad, sino para convencer del argumento que defienden en ese momento (Fernández Ulloa y López Ruiz, 2020: 203). Este tipo de estrategias también se han puesto de manifiesto por medio de una serie de pasos (*atención, satisfacción, necesidad y visualización* para lograr una *acción* inmediata), una estructura determinada en la que se quiere hacer relevante un tópico, usando motivación positiva o negativa.

Referencias

A Primer on Communication Studies (s.f.). Creative Commons. Disponible en: <https://2012books.lardbucket.org/books/a-primer-on-communication-studies/index.html>.

- Anscombe, J. C. y Ducrot, O. (1994 [1983]). *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos.
- Antón, A. (2006-2007). Análisis del Discurso mediante el modelo de Toulmin. *Fòrum de Recerca* 12, 8 ppp. (Ejemplar dedicado a *XII Jornades de Foment de la Investigació de la Facultat de Ciències Humanes i Socials*). Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78614/forum_2006_20.pdf
- Aristóteles (2013 [s. IV a.C.]). *Retórica*. Madrid: Plutón Ediciones.
- Atkinson, R. C. y Shiffrin, R. M. (1968). Human Memory: A Proposed System and Its Control Processes. En Spence, K. W., y J. T. Spence (eds.), *The Psychology of Learning and Motivation*. Vol. 2. Nueva York: Academic Press, 1968, pp. 89-195.
- Aznar Montesinos, F. (2018). El mundo de la posverdad. *Cuadernos de estrategia* 197, pp. 21-82. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6518645>
- Casado, P. (4 de enero de 2020). Partido Popular (PP). Disponible en: https://ep00.epimg.net/descargables/2020/01/04/b4a15d8bc2753b1afb1e24aa48a796f4.pdf?r_el=listapoyo.
- Charaudeau, P. (2000). Une problématique discursive de l'émotion. À propos des effets de pathémisation à la télévision. En Plantin, C., M. Doty y V. Travers (eds.), *Les émotions dans les interactions*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, pp. 125-155.
- Fernández Ulloa, T. y López Ruiz, M.^a del C. (2020). Análisis de los mecanismos persuasivos del *ethos*, *logos* y *pathos* en los discursos de Pedro Sánchez y Pablo Casado (España, 4 de enero de 2020). *Discurso & Sociedad*, vol. 14(1), pp. 188-226. Disponible en: [http://www.dissoc.org/ediciones/v14n01/DS14\(1\)Fernandez&Lopez.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v14n01/DS14(1)Fernandez&Lopez.pdf).
- Fernández Ulloa, T. y Meléndrez, C. (2019). Populismo, miedo y otras técnicas de persuasión en el discurso político del presidente Hugo Chávez, en *ELiEs*, 40, pp. 47-94.
- Fuentes Rodríguez, C. (2009). *Diccionario de conectores y operadores del español*. Madrid: Arco/Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. y Alcaide Lara, E. (2007). *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*. Madrid: Arco/Libros.
- Gallardo Paúls, B. (2014). *Usos políticos del lenguaje. Un discurso paradójico*. Madrid: Anthropos.
- Hewstone, M., Stroebe, W. y Stephenson, G. M. (1996). *Introduction to Social Psychology*. Londres: Blackwell.
- Lund, F. H. (1925). The Psychology of Belief: IV. The Law of Primacy in Persuasion, en *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 20, pp. 183-191.
- Martín Zorraquino, M.^a A. y J. Portolés (1999). Los marcadores del discurso. En Bosque, I. y V. Demonte (Eds.), *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, pp. 4051-4213.
- Monroe, A. H. y D. Ehninger (1964) [1962]. *Monroe's Principles of Speech*. Chicago, IL: Scott, Foresman and Company.
- Partido Popular (2020). *Intervención de Pablo Casado. Pleno del Debate de Investidura*. Disponible en: https://ep00.epimg.net/descargables/2020/01/04/b4a15d8bc2753b1afb1e24aa48a796f4.pdf?r_el=listapoyo. [Fecha de consulta: 05/01/2020].
- Partido Socialista Obrero Español (2020). *Intervención inicial del candidato socialista, Pedro Sánchez, en la sesión de Investidura*. Disponible en: <https://ep00.epimg.net/descargables/2020/01/04/9ecccc10154837ccf4a85f943b6600c6.pdf>. [Fecha de consulta: 05/01/2020].
- Perelman, C. y Olbrechts-Tyteca, O. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Plantin, Ch. (1990). *Essais sur l'argumentation. Introduction linguistique à l'étude de la parole argumentative*. París: Kimé.
- Pratkanis, A. y Aronson, E. (1994). *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Paidós.
- Rieke, R. D., Sillars, M. O. y Peterson, T. R. (2013). *Argumentation and Critical Decision Making*. Nueva York: Pearson.
- Rodríguez Bello, L. I. (2004). El modelo argumentativo de Toulmin en la escritura de artículos de investigación educativa, en *Revista Digital Universitaria*, 5(1), Disponible en http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art2/ene_art2.pdf.
- Sánchez, P. (4 de enero de 2020). Partido Socialista Obrero Español (PSOE). Disponible en: <https://ep00.epimg.net/descargables/2020/01/04/9ecccc10154837ccf4a85f943b6600c6.pdf>.
- Toulmin, S. (2003) [1958]. *The uses of argument*. Cambridge/Nueva York: Cambridge University Press.
- Van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse and Society*, 4(2), pp. 249-283. Disponible en <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0957926593004002006>
- Van Dijk, T. A. (1996). Discourse, Power and Access, en Caldas-Coulthard, C.R. y M. Coulthard (eds.), *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*, pp. 84-104.
- Van Dijk, T. A. (2003 [1997]). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2005). Discurso, conocimiento e ideología. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, n.º 10, pp. 285-318. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0505110285A>.
- Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y Poder*. Barcelona: Gedisa.
- Wight, C. (2018). Post-Truth, Postmodernism and Alternative Facts. *New Perspectives* 26/3, pp. 17-29. Disponible en <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2336825X1802600302>.
- Wodak, R. (1984). Determination of guilt: Discourse in the courtroom, en C. Krarnarae, M. Schulz y W. M. O'Barr (eds.), *Language and Power*. Beverly Hills, CA: Sage, pp. 89-100.
- Wodak, R. (1987). And Where Is the Lebanon? A Socio-Psycholinguistic Investigation of Comprehension and Intelligibility of News. *Text*, 7(4), pp. 377-410. Disponible en <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/text.1.1987.7.4.377/html>.