

Oralia

Análisis del Discurso Oral

27/2

Diciembre, 2024

**LOS POLÍTICOS Y SU AUDITORIO (I).
DESCRIPCIÓN TEÓRICO-TIPOLOGICA
DE SUS MARCAS**

Luis CORTÉS RODRÍGUEZ

SEPARATA

LOS POLÍTICOS Y SU AUDITORIO (I). DESCRIPCIÓN TEÓRICO-TIPOLOGICA DE SUS MARCAS

Luis Cortés Rodríguez

*Grupo ILSE – CySOC
Universidad de Almería (España)*

RESUMEN

El presente trabajo sigue un método descriptivo con la pretensión de aproximarse a las marcas empleadas por los políticos cuando se dirigen directamente a uno, a varios o a todos los miembros de su auditorio. Se fundamenta en un análisis cualitativo de una muestra de debates parlamentarios, concretamente de catorce intervenciones emitidas en los debates sobre el estado de la nación por los últimos cuatro presidentes del Gobierno de España y líderes de la oposición. La falta de trabajos de este tipo nos exigió la creación de cinco categorías y quince grupos en los que congregar las distintas maneras y marcas con las que los mencionados políticos se dirigían a sus interlocutores. Tras exponer la intención de nuestro trabajo y su metodología, describiremos cada uno de los diferentes grupos que se forman según las diversas marcas consideradas y veremos las cifras de apariciones y de empleo por los oradores que forman nuestro corpus.

PALABRAS CLAVE: *oralidad; discurso político; interlocución; referencias al auditorio; estructura del discurso.*

ABSTRACT

The present work proposes a descriptive method with the aim of approaching the strategies used by politicians when they directly address one, several or all members of their audience. The proposed analysis is based on a qualitative examination of a sample of parliamentary debates, specifically fourteen interventions selected from the debates on the state of the nation (hereinafter, DEN), by the last four presidents of the Government of Spain and leaders of the opposing parties. Due to the lack of studies in this area, the creation of five categories and fifteen groups was required. They gather the different ways and strategies used by the aforementioned politicians to address the audience. After exposing the intention of our work and its methodology, we will describe each of the different groups that are formed according to the various mechanisms considered and we will see their frequencies and distribution within speakers in our corpus.

KEYWORDS: *orality; political discourse; interlocution; references to the audience; discourse structure.*

Fecha de recepción: 09/10/2023

Fecha de aceptación: 25/11/2023

Fecha de la versión definitiva: 27/11/2023

0. INTRODUCCIÓN

La idea de que cualquier acto de habla siempre se dirige a un auditorio (esté presente o no) y de que, por tanto, todo el lenguaje es potencialmente dialógico es algo irrefutable; cuando hablamos siempre es para alguien. Jakobson (1980) ya se pronunciaba, en este sentido, acerca de las funciones «directiva» y «fática»; Halliday (1994) lo hacía aludiendo a la función «interpersonal» o, por referirnos solo a algún otro caso, Brown y Levinson (1987) lo manifestaban a partir de su idea del «*faceword*». Estos y otros muchos términos alusivos a una función del lenguaje están asociados, de un lado, a la interacción, noción relacionada con el papel que en toda manifestación lingüística tiene el receptor, y, de otro lado, a determinado aspecto del metadiscurso, entendido este como el discurso sobre el discurso, o sea, como las realizaciones lingüísticas que están dirigidas no a los aspectos proposicionales de aquel, sino a su organización o a la actitud del hablante/escritor respecto a su auditorio/lectores¹.

Al hablar de metadiscurso, término borroso por polivalente, y al pretender su aplicación al discurso político, más concretamente al discurso parlamentario, lo vamos a hacer vinculando dicho término con señaladas marcas², las cuales han de servir para mostrar su proceder con el auditorio, o sea, las vinculadas con la interacción, en la que aquel tiene un papel esencial. Como toda función apelativa, la que pretendemos analizar en el discurso político se emplea con diferentes intenciones en cuanto a sus posibles efectos en quienes escuchan; de estos se espera, bien una acción verbal o no verbal, bien la posibilidad de conseguir su complicidad, bien su acercamiento al relato, etc. Por tanto, en la interacción adquiere una relevancia especial la función comunicativa más vinculada al receptor. Ahora bien, en el discurso político de los debates sobre el estado de la nación (en adelante, DEN), más que exhortar a algo, como ocurre en la publicidad, o más que reforzar creencias comunes, como sucede en un mitin de una campaña electoral, el orador sabe que los efectos que persigue están más sujetos que en otros géneros y subgéneros a una muy dispar

¹ Podríamos decir, adaptando a nuestro trabajo lo dicho por Dahl (2004: 1811), que tal metadiscurso es una evidente manifestación del reconocimiento del auditorio por parte del orador.

² El término *marca* lo vamos a emplear para aludir al modo propuesto por el orador para expresar, generalmente mediante formas pronominales y verbales, su conexión más directa con el auditorio; se trata, por tanto, de estrategias léxico-predicativas con las que se persigue hacer más eficaz el mensaje.

interpretación por parte de los receptores, condicionada, en especial, por su ideología política afecta o desafecta con tal orador.

La borrosidad y polivalencia del metadiscurso, ya aludidas al inicio, han llevado irremediabilmente a diferentes acepciones y, consecuentemente, a distintos enfoques del término³. Así, se ha hablado, por un lado, de un *enfoque interactivo*, en trabajos de Crismore (1989), Hyland (2005) o Vande Kopple (1985), para quienes el acercamiento a lo metadiscursivo se ha de ocupar de aquellas marcas que incidan en el modo en que los escritores/hablantes manifiestan una mayor o menor implicación con sus opiniones, con sus argumentos; por otro lado, estará el *enfoque reflexivo*, que tratará del análisis de las marcas aplicadas para la conexión con el auditorio, enfoque acuñado por Adel y Mauranen (2010). Frente al enfoque interactivo, como ha subrayado recientemente Kashiha (2022: 61), «the reflexive one is supposed to take into account the ‘meta’ features of language use».

Son escasas las aportaciones sobre esta cuestión aplicadas a discursos orales, puesto que, generalmente, han sido los textos escritos de los que se ha partido para el análisis. De hecho, en los pocos casos en que se ha considerado la oralidad en términos de prácticas metadiscursivas, lo ha sido en contraste con lo escrito: Ädel (2010, 2012), Lee y Subtirelu (2015), Mauranen (2010, 2012), o Thompson (2003). Más recientemente, Kashiha (2022) ha dado un paso más en el estudio de la oralidad y ha comparado el comportamiento de marcadores que funcionan como señales dirigidas al auditorio en dos campos de acción diferentes: el académico y el político⁴.

En poco difiere el panorama de los estudios metadiscursivos aplicados al español, al menos durante un largo tiempo. Beke (2005), en su estado de la cuestión, no cita trabajo alguno de enfoque reflexivo relacionado con la oralidad; por el contrario, los aludidos por ella son aproximaciones a partir de textos escritos del ámbito científico: jerarquización de la información en las reseñas literarias (Ferrari 1999), la modalidad epistémica en los textos periodísticos sobre la ciencia (Gallardo 1999) o los resúmenes en revistas de medicina (Ciapuscio 1998). A los anotados por Beke, podemos añadir, por un lado, algunos relacionados con lo digital, como el análisis de la persuasión a través del metadiscurso personal en el género página web (Suau, 2011) o en los periódicos digitales (González Arias 2014), y, por otro, algunos más recientes aplicados, dentro del enfoque reflexivo, a situaciones de oralidad: el estudio de Falusi (2021) sobre el marcador *cierto*,

³ Entre las acepciones divergentes, está la mantenida por estudiosos del Análisis crítico del discurso, como Fairclough (1992: 122), para quien el metadiscurso es un aspecto lingüístico que se emplea cuando el hablante/escritor está situado por encima y fuera de su propio discurso y está en una posición de controlarlo y manipularlo. Evidentemente, esta no será nuestra idea.

⁴ El análisis se basó en un corpus de veinte conferencias académicas y veinte discursos políticos y siguió para su análisis la taxonomía del metadiscurso propuesta doce años antes por la lingüista sueca Ädel (2010). Tal taxonomía consta de cuatro categorías: «*Metalinguistic comments, Discourse organisation, Speech act labels and References to the Audience*» (2010: 69).

el de Suau *et alii*, (2021) acerca de la interpersonalidad discursiva como alternativa al metadiscurso interpersonal o la aportación, años antes, de Hidalgo (2016) sobre prosodia y marcadores metadiscursivos.

1. NUESTRO TRABAJO

1.1 *Subgénero y corpus*

Queremos ocuparnos de los discursos de nuestros políticos con la idea de acercarnos a las marcas que emplean en cada caso para mostrar su contacto mayor o menor con el auditorio, o sea, el compromiso explícito o implícito del político con dicho auditorio⁵. Ahora bien, con objeto de constreñir en lo posible los condicionantes de nuestro corpus, nos ceñiremos a los discursos iniciales emitidos en los DEN por los cuatro últimos presidentes del Gobierno de España y por los líderes de la oposición. Por tanto, analizaremos discursos parlamentarios.

La selección de este tipo de subgénero⁶ nos podría hacer pensar que, al estar compuesto de textos escritos para ser oralizados, las alusiones al auditorio serían escasas al no requerirse de su ayuda para la construcción del discurso; también, consecuentemente, se podría suponer que el empleo de marcas reflexivas sería muy inferior al que podría darse en otros géneros o subgéneros de la oralidad (una rueda de prensa, una conferencia, una clase, una entrevista, etc.)⁷. Aunque esta segunda suposición sí se presupone que sea cierta, no lo fue, en cambio, la primera, pues los resultados nos mostraron una alta frecuencia de tales alusiones a los diputados; estas, además, presentaron rasgos distintos según los casos: los presidentes del Gobierno se dirigieron, mayoritariamente, a toda la Cámara (sus señorías), en tanto que los líderes de la oposición lo hicieron a sus principales oponentes políticos (los presidentes del Gobierno).

Consideramos, por otra parte, que las respuestas a preguntas tales como ¿cuál será la frecuencia y distribución de las marcas discursivas orientadas al auditorio entre nuestros políticos? o ¿cómo estos usan de manera diferente las funciones del metadiscurso para relacionarse con la asistencia e involucrarla en sus argumentos? solo pueden tener unos resultados coherentes si los textos analizados se equiparan en un mismo registro, en una misma situación, en un mismo subgénero. Solo cuando las diferencias

⁵ Es evidente que la utilización de tales marcas es necesaria para lograr una comunicación oral satisfactoria.

⁶ El discurso parlamentario será un subgénero del género *discurso* y este un género más (como la lección, el mitin, etc.) del macrogénero *alocución*.

⁷ Sea cual sea el género o subgénero analizado es fundamental la función que siempre va a adquirir el destinatario (clase, auditorio, tribunal, etc.) en el buen desarrollo de lo que Albadalejo (1990) denominó «hecho retórico», es decir, un cúmulo de circunstancias que, conjuntamente con la emisión del orador, conforman la emisión del mismo.

debidas a tales condicionantes sean mínimas, si no inexistentes, se podrá hablar de un cotejo más estricto, con resultados más ajustados. De ahí, la selección de una muestra perteneciente al mismo subgénero: el discurso parlamentario.

El presente estudio se fundamenta en un análisis cualitativo de una muestra de catorce intervenciones emitidas, en los DEN, por los últimos cuatro presidentes del Gobierno de España: José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero, Mariano Rajoy y Pedro Sánchez. De ellas, siete se llevaron a cabo cuando ejercían la presidencia (en general, con un discurso elaborado como acto iniciativo y más dado al acercamiento y atenuación), en tanto que las siete restantes pertenecían a su período de líderes de la oposición (normalmente, con un discurso elaborado como acto reactivo y más próximo a la confrontación o, cuando menos, al distanciamiento). De los tres primeros, se han elegido, de una parte, sus iniciales intervenciones tanto en su función de líderes de la oposición como cuando ejercieron de presidentes del Gobierno; de otra parte, se seleccionaron sus últimas actuaciones, también, en una y otra función. En el caso de Pedro Sánchez, actual presidente, dada su menos extensa presencia en estos menesteres, solo hemos podido disponer de una actuación como líder de la oposición y de otra como presidente. En las dos tablas siguientes se muestran los datos de ambos tipos de políticos intervinientes:

TABLA 1. *Corpus de intervenciones de presidentes en los DEN*

PRESIDENTE	N.º Y AÑO	TIEMPO	PALABRAS	% TOTAL	TEXTO COMPLETO	VÍDEO
AZNAR-P-1	1.-11/6/1997	1h8m22s	10135	15.9	https://n9.cl/0cm7s	https://n9.cl/x86rd
AZNAR-P-2	2.-30/6/2003	57m59s	7899		https://n9.cl/btqqx	https://n9.cl/q7g7w
ZAPATERO-P-1	1.-11/5/2005	1h32m40s	10651	17.2	https://n9.cl/46bc3	https://n9.cl/kokyg
ZAPATERO-P-2	2.-28/6/2011	1h6m15s	8902		https://n9.cl/bo1y0	https://n9.cl/exl6g
RAJOY-P-1	1.-20/2/2013	1h31m27s	12071	20.6	https://n9.cl/56beo	https://n9.cl/mxeh5
RAJOY-P-2	2.-24/2/2015	1h30m32s	11320		https://n9.cl/m3aig	https://n9.cl/q7g7w
SÁNCHEZ-P-1	1.-12/7/2022	1h19min38s	12418	11.0	https://n9.cl/x8ndi	https://n9.cl/bqk2h
TOTAL		9h7m28s	73396/	64.7		

TABLA 2. *Corpus de intervenciones de líderes de la oposición en los DEN*

LÍDER OPOSIC.	N.º Y AÑO	TIEMPO	PALABRAS	% TOTAL	TEXTO COMPLETO	VÍDEO
AZNAR-LO1	1.-10/3/1991	44m07s	6009	10.1	https://n9.cl/iryj	https://n9.cl/84vwa ⁸
AZNAR-LO2	2.-8/2/1995	39m15s ⁹	5425		https://n9.cl/fdill	https://n9.cl/19e4hk
ZAPATERO-LO1	1.-26/6/2001	44m34s	5917	10.1	https://n9.cl/dyydg	https://n9.cl/12fyb
ZAPATERO-LO2	2.-30/6/2003	42m47s	5518		https://n9.cl/btqqx	https://n9.cl/q7g7w
RAJOY-LO1	1.-11/5/2005	45m54s	6224	9.6	https://n9.cl/46bc3	https://n9.cl/kokyg
RAJOY-LO2	2.-28/6/2011	34m10s	4659		https://n9.cl/boly0	https://n9.cl/exl6g
SÁNCHEZ-LO1	1.-24/2/2015	40m05s	6278	5.5	https://n9.cl/m3aig	https://n9.cl/0fo19
TOTAL		4h51m12s	40030	35.3		

En total, el corpus tiene una duración de 13h58m40s, tiempo en el que se emitieron 113 426 palabras. Se extiende desde 1991, primera intervención de Aznar como líder de la oposición (AZNAR LO1), hasta 2022, única de Sánchez como presidente del Gobierno de España (SÁNCHEZ P1).

1.2 Metodología

Los discursos que se integran en nuestro corpus emplean marcas que difieren considerablemente de las apuntadas por Ádel (2010), aplicadas posteriormente por Kashiha (2022), en su considerada función interactiva con el auditorio¹⁰. Tal realidad nos vino a exigir la creación de unas categorías de análisis y de una metodología muy distintas a las aplicadas en

⁸ En este año solo existe el audio, pues será en 1994 cuando se inicien las grabaciones en vídeo de las sesiones.

⁹ Este dato de la duración es obligatoriamente aproximado, pues el video de la sesión, por error, solo recoge la actuación de Aznar desde que dice «Primero, que estamos resolviendo positivamente...», hasta el final; recoge, por consiguiente, solo 2100 palabras que emite en 15m10s. A partir de este dato, hemos hecho la proporción del total de la duración del discurso.

¹⁰ Cuando hablamos de auditorio nos referimos a la parte del hemicycle señalada por el político, tanto si es a la totalidad de la Cámara como a una parte o a un solo individuo. Asimismo, consideraremos en algunas ocasiones referencias a sujetos ausentes (los españoles, ciudadanos y conciudadanos); concretamente, tendremos en cuenta los casos en que se empleen verbos de comunicación y manifestación de información, en especial *decir*, en ejemplos como los siguientes:

- (i) En lo que respecta a la inflación, *me gustaría decirles a nuestros conciudadanos* [Sánchez P1]
- (ii) Señorías, *a los españoles hay que decirles* la verdad, que su bienestar, su Estado del bienestar, su Seguridad Social [Rajoy P2].

los escasos estudios sobre estas cuestiones. Así, el aludido Kashiha (2022), como se adelantó en la nota 4, empleó un corpus de veinte conferencias académicas y veinte discursos políticos a los que aplicó la taxonomía del metadiscurso propuesta doce años antes por la lingüista sueca Annelie Ädel (2010)¹¹. En el apartado cuarto, relacionado con nuestro interés, *References to the Audience*, Kashiha llegó a la conclusión, lógica, de que, debido a su naturaleza dialógica, las conferencias utilizaron con mayor frecuencia los elementos con los que dirigirse a los asistentes, pues los profesores eran más propensos a involucrar a los estudiantes en sus argumentaciones y establecer conexiones pragmáticas con ellos a la hora de presentarles la información. En consecuencia, tampoco era de extrañar que en tal acercamiento el metadiscurso empleara ciertas funciones exclusivas de las conferencias académicas¹².

En síntesis, podemos decir que no favorecía el seguimiento metodológico del aludido trabajo algunos hechos: *a)* el no conocer qué tipo de discurso político era el analizado; *b)* el que de las cinco categorías seguidas, las hubiera que únicamente fueran utilizadas en los discursos académicos y nunca en los políticos, y *c)* la irrelevancia en nuestro corpus de alguna otra de las categorías consideradas como importantes en el citado estudio; es lo que sucede, por ejemplo, con *Managing audience discipline*, tan empleada en discursos académicos, pero escasamente por nuestros políticos en los discursos analizados¹³. Lo apuntado nos exigió la anulación de algún aspecto, así como la creación de otros varios.

Por lo que respecta al desarrollo interaccional del orador con el auditorio, sabemos que este se lleva a cabo mediante unas marcas léxico-predicati-

En realidad, los casos considerados solo son doce: ocho emitidos por los presidentes y cuatro por los líderes de la oposición. No consideraremos, consiguientemente, los fragmentos en que se aluda de otra manera a las categorías citadas:

- (iii) Constituían la mejor garantía para una colaboración leal, fecunda y transparente que permitiera desarrollar, al servicio de los *ciudadanos* (Aznar P1).
- (iv) Hemos pedido muchos esfuerzos a los *españoles* y sé que las clases medias han soportado (Rajoy P2).

¹¹ En efecto, en dicha clasificación, hay que señalar que la cuarta categoría, la función de interacción con el auditorio, que es la que nos ocupa, a su vez, presenta cinco subcategorías: 1. *Managing comprehension/channel*; 2. *Managing audience discipline*; 3. *Anticipating the audience's response*; 4. *Managing the message*; 5. *Imagining scenarios*, si bien algunas de ellas apenas se muestran a lo largo de nuestro corpus.

¹² Las frecuencias de las funciones del metadiscurso de orientación a la concurrencia fueron muy distintas en ambos campos de acción: en tanto que se encontraron 960 referencias en conferencias académicas, solo 133 en discursos políticos. Esto supuso un 8,39 de apariciones por 1000 palabras, en el primer caso y de 1.35, en el segundo.

¹³ Ciertamente que sí se utiliza por parte de la presidencia del Parlamento para llamar la atención, en ocasiones, de los parlamentarios sobre su comportamiento, pero estas intervenciones no fueron analizadas. Fuera de estos casos, en Rajoy hallamos dos ejemplos en los que critica, irónicamente, la conducta en la Cámara de sus oponentes políticos;

- (i) Sí, se lo voy a explicar, estén ustedes tranquilos [Rajoy LO1].
- (ii) Aplaudan esto también, aplaudan esto [Rajoy LO1].

vas con las que se refuerza la configuración informativa. Estas serán el fruto de otras tantas elecciones a través de las cuales el político, en la búsqueda de un mejor resultado para sus intereses comunicativo-interactivos, va a asociar tal interacción con precisas estrategias. De estas, hemos distinguido quince grupos, los cuales dispusimos en estas cinco categorías:

- A. Categoría I. *Interacción asociada con determinados tipos de información: compartida, noticiosa y reproducida.*
- B. Categoría II. *Interacción asociada con la implicación más explícita del orador en el contenido del mensaje.*
- C. Categoría III. *Interacción asociada con ciertos requerimientos del orador al auditorio.*
- D. Categoría IV. *Interacción asociada con el disentimiento del orador.*
- E. Categoría V. *Interacción asociada con las formas de tratamiento, bien mediante vocativos, bien dentro de estructuras predicativas.*

Tanto grupos como categorías recogerán las actuaciones que resultan de unos hablantes concretos (en este caso políticos), en situaciones comunicativas determinadas (discursos parlamentarios en los DEN) y con unas intenciones determinadas (el acercamiento o la confrontación, dependiendo, en especial, del puesto político) y, finalmente, con una pretensión (el conseguir unos objetivos, también previamente determinados).

En el presente artículo, nos limitaremos a dar a conocer esos quince grupos. En trabajos posteriores, que dedicaremos a cada una de las cinco categorías en que se incluyen tales grupos, se podrán analizar las marcas, o sea, las estrategias léxico-predicativas con las que los políticos pretenden rentabilizar su dialéctica, su aparición en los oradores de derecha e izquierda y su distribución y empleo por parte de presidentes y líderes de la oposición. Solo posteriormente, dado que la compleja plurifuncionalidad de muchas de dichas marcas hace menos previsible su función pragmadiscursiva, podremos ocuparnos de construcciones concretas¹⁴ y ver su función estratégica, la fingida atenuación como arma de ataque a la imagen del adversario o el interés de mostrarse próximo a él, la mitigación del autoelogio, etc. Para esta última fase, partiremos de los datos de este corpus y,

¹⁴ Nos referimos a análisis como los llevados a cabo, en español, tanto centrados en determinados grupos verbales, como en posibles construcciones o cuasi-construcciones. Por limitarnos a casos más recientes, entre los primeros cabe citar los trabajos de Soler Bonafont (2002) acerca del funcionamiento pragmático atenuante de la forma performativa del verbo «creer»; Gajardo *et al.* (2022), sobre verbos que expresan duda, o Ridao (2022), quien se ocupó de la frontera entre atenuación e intensificación del verbo «recordar»; entre los segundos, las aportaciones de Albelda (2022) acerca de la construcción «¿No te das cuenta de que me estás molestando?»; Fuentes (2023), sobre «Qué+término malsonante» o Pfadenhauer (2023) al estudiar la construcción «Vamos sazonando poco a poco».

posteriormente, los ampliaremos con otros discursos parlamentarios emitidos en los DEN.

2. TIPOLOGÍA

2.1 *Categoría 1. Interacción asociada con determinados tipos de información: compartida, noticiosa y reproducida*

Esta categoría, incluye, a su vez, tres grupos.

2.1.1 *Grupo 1*

Marcas que emplean los oradores con la intención de dar por compartida cierta información con el auditorio (*saber, conocer, entender, etc.*).

Se trata, por tanto, de saberes supuestamente compartidos por el político y sus concurrentes o parte de estos. Asimismo, por suponerse tema conocido, hay que incluir en este grupo verbos con los que el orador pretende ayudar a los asistentes a recordar algo importante (*recordar/echar la vista atrás, repasar, etc.*):

- (1) En la próxima cumbre, *como saben* sus señorías, el ex presidente brasileño Cardoso presentará una reforma institucional que España ha impulsado [Aznar P2].
- (2) Los créditos se canalizaban en buena medida hacia la inversión en el sector inmobiliario protegido, *como ustedes saben*, de la competencia exterior. [Rajoy P1].
- (3) No abundaré en hechos que ustedes *conocen*; me bastan unos pocos datos para reflejar la situación de esa manera objetiva e incontestable que ofrecen los números [Rajoy P2].
- (4) Es verdad, *lo recordarán* SS. SS. seguramente. [Zapatero LO1].

Los 71 casos hallados para este tipo de marcas, cuya tipología se analizará en otro momento¹⁵, se muestran en la tabla que sigue:

¹⁵ Tanto en el estudio que se ha llevado a cabo para el conjunto de esta categoría como en los ya esbozados para otras, se ha podido percibir el importante papel que tienen algunos condicionantes, especialmente el cargo del político, es decir, si los discursos los emiten los presidentes (iniciativos, atenuantes y menos subjetivos) o si los emiten los líderes de la oposición (más subjetivos, reactivos y de desacuerdo o discrepantes).

TABLA 3. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Saber	-	3	1	2	4	4	9	23	-	5	1	2	1	2	-	11	34
Conocer	-	-	-	-	2	2	3	7	-	2	4	-	-	-	1	7	14
Recordar	-	-	1	-	5	-	4	10	2	1	3	-	1	2	1	10	20
Otros ¹⁶	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	3
TOTAL	3		4		17		17	41	11		11		6		2	30	71

2.1.2 Grupo 2

Marcas que utilizan los oradores con el fin de adelantar determinada información al auditorio o, simplemente, dar información que se considera desconocida (*decir, anunciar, explicar, expresar*, etc.).

En general, con su empleo se pretende resaltar el interés de la noticia-declaración:

- (5) Con la provincia de Soria, y les *anuncio* que el siguiente capítulo de acción especial del Gobierno estará referido a la provincia de Teruel [Zapatero P1].
- (6) Pues bien, hoy les *anuncio* que vamos a dar un paso más allá [Sánchez P1].
- (7) Si bien aún no está decidida la agenda definitiva, *quiero adelantar* a SS.SS. algunos de sus aspectos [Aznar P1].
- (8) Les *anuncio* que aprobaremos el Programa Código Escuela 4.0, para que los casi 6 millones de alumnos... [Sánchez P1].

Dentro de este grupo de adelanto de información hay 65 casos, que ofrecemos en la tabla n.º 4:

¹⁶ Los verbos incluidos en «Otros» fueron ‘entender’, ‘repasar’ y ‘comentar’.

TABLA 4. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Decir	-	-	-	-	3	5	2	10	2	1	6	2	1	-	-	12	22
Anunciar	1	1	5	0	1	1	12	21	-	-	-	-	-	-	-	-	21
Explicar	-	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-	4	-	-	5	6
Otros ¹⁷	4	2	1	2	3	1	2	15	-	-	1	-	-	-	-	1	16
TOTAL	8		8		15		16	47	4		9		5		0	18	65

2.1.3 Grupo 3

Marcas de contenido combinado, pues surgen a partir de información compartida –algo dicho previamente–, sobre la cual se estructura la nueva información (*decir, preguntar, pedir*, etc.).

Se trata de discurso reproducido, el cual puede proceder de lo emitido, previamente, bien por su oponente político, bien por el mismo orador o bien por cualquier institución o medio. Mediante tal tipo de marca, se suele intentar, en el primer caso, rebatir o descalificar algo aportado por el rival; en el segundo caso, se pretenderá recordar lo que se ha cumplido o debería haberse cumplido y, finalmente, cuando se trata de lo dicho por una institución o medio, el argumento posterior podrá ser positivo o negativo, dependiendo de la posición del orador con respecto a la institución o medio. En todas las ocasiones, decíamos, se basarán en ese discurso reproducido para desarrollar su argumentación:

- (9) *Se aseguró* en aquel entonces por el Grupo Parlamentario Popular que las propuestas económicas que presenté generaban, literalmente, muchas incertidumbres [Zapatero P1].
- (10) También lo hizo el señor Rajoy con el pacto antiterrorista, que *dijo* que nos habíamos sacado un conejo de la chistera [Zapatero LO1].
- (11) Hace ahora poco más de tres años, les *dije* lo siguiente: «... un país en el que cada día que pasa se destruyen miles de empleos no puede permitirse vacilaciones a la hora de señalar prioridades [Rajoy P2].
- (12) *Dijeron* [ustedes] que para ello iban a impulsar la liberalización y la competencia económica en nuestro país [Zapatero LO2].

¹⁷ Los verbos incluidos en «Otros» fueron ‘enumerar’, ‘adelantar’, ‘informar’, ‘expresar’, ‘manifestar’, ‘transmitir’, ‘trasladar’, ‘proclamar’.

TABLA 5. *Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo*

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Decir	-	-	1	-	1	6	1	9	14	3	5	11	5	3	8	49	58
Preguntar ¹⁸	-	1	-	-	-	-	4	5	1	1	1	-	-	-	1	4	9
Pedir	-	-	-	1	-	-	3	4	-	-	3	1	-	-	-	4	8
Según+	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1	-	2	1	-	2	8	8
Exigir	1	-	-	2	-	-	-	3	-	-	1	-	1	-	1	3	6
Citar	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	1	-	2	-	-	5	5
Otros ¹⁹	1	1	2	2	1	3	-	10	8	4	4	3	4	1	4	28	38
TOTAL	2	-2	3	5	2	9	8	31	27	9	15	17	13	4	16	101	132

2.2 *Categoría 2. Interacción asociada con la implicación más explícita del orador en el contenido del mensaje*²⁰

Comprende, a su vez, dos grupos, 4 y 5.

2.2.1 *Grupo 4*

Marcas mediante las cuales el político, a través de una serie de *verbos doxásticos subjetivizadores*, pretende coparticipar en la construcción de su identidad, tanto en su imagen como en la de su grupo y manifestar al auditorio su posición, sea esta de mayor implicación con lo emitido (*querer, desear, gustar, asegurar, afirmar*, etc.), de menor (*creo, pienso*, etc.) o, incluso, sea solo para expresar conjeturas o dudas a partir de ciertas sospechas (*suspongo imagino, puedo pensar*, etc.):

¹⁸ Como se explicará en el capítulo que dediquemos a este grupo, hemos incluido en él los verbos de demanda o petición: ‘preguntar’, ‘pedir’, ‘exigir’, etc.

¹⁹ En el apartado «Otros» se recogen ejemplos de los verbos ‘hablar’, ‘expresar’, ‘señalar’, ‘enumerar’, ‘(com)prometer’, ‘seguir’, ‘contar’, construcción: ‘como+...’, ‘demandar’, ‘solicitar’ y ‘reclamar’.

²⁰ Preferimos esta clasificación, pues como han señalado Albelda y Briz (2020) no hay elementos atenuados o intensificados en sí mismos; su significado no está codificado en unas formas, sino en sus implicaturas derivadas a partir de los usos en contexto. La gradación de la fuerza ilocutiva de los actos de habla no está exenta de problemas, a algunos de los cuales se han referido, en el trabajo citado, Albelda y Briz 2020: 277 y ss.).

- (13) En segundo lugar, *quiero*²¹ llamar la atención de sus señorías sobre otro asunto [Rajoy P2].
- (14) *Creo que* esa doctrina tiene elementos suficientes para ser adoptada y aceptada por los principales grupos de la Cámara [Aznar P2].
- (15) *Supongo que* aún recuerda a aquellos marineros en las Rías Bajas [Zapatero LO2].
- (16) *Imagino que* se siente como quien debate sobre una incógnita [Rajoy LO1].

Hemos encontrado 88 casos pertenecientes a este Grupo 4, los cuales se ubicaron del siguiente modo:

TABLA 6. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Querer	-	-	2	1	1	2	3	9	2	4	5	1	-	-	-	12	21
Creer	-	1	1	1	-	6	1	10	3	1	3	-	-	-	-	7	17
Asegurar ²²	-	1	-	-	1	1	3	6	-	3	1	-	-	1	1	6	12
Afirmar	1	-	3	-	1	1		6	-	2	-	1	3	-	-	-	11
Gustar	-	-	-	-	-	-	4	4	-	-	-	-	1	-	1	2	6
Insistir	-	-	-	-	4	-	-	4	-	-	-	-	1	-	1	2	6
Otros ²³	-	1	1	1	1	3	-	7	2	-	-	2	3	-	1	8	15
TOTAL	4		10		21	11	46		16		13		9	4	42	88	

2.2.2 Grupo 5

Marcas que funcionan como modalizadores de opinión personal, las cuales no están manifestadas mediante formas verbales, como ocurría en el grupo anterior, sino con clases concretas de marcadores del discurso o construcciones en proceso de fijación con las que el político pretende exponer a la asamblea su posición, sea esta de atenuación de lo dicho (*en mi*

²¹ En cuanto a la construcción ‘quiero+infinitivo’, separaremos aquellos verbos en los que veamos una intención mayor por parte del orador de manifestar el «quiero» y aquellos otros casos que responden, como se indica en la NGLE (2009: 2126), más al significado de «Voy a decirles una cosa» que al sentido de «Albergo el deseo de decirles una cosa». En este grupo consideramos este segundo significado.

²² Se suman dos casos aparecidos de ‘estar+seguro’.

²³ Están en este apartado algún caso de ‘pensar’, ‘necesitar’, ‘señalar’, ‘desear’ y ‘reiterar’.

opinión, a mi entender, a mi juicio, según pienso, etc.) o de intensificación (*sin duda, evidentemente, de ninguna manera, ciertamente, etc.*):

- (17) Señora presidenta, señorías, hasta aquí he querido exponer las que, *desde mi punto de vista*, son las tres grandes tareas nacionales que la sociedad española tiene en el horizonte [Aznar P2].
- (18) Era usted muy joven entonces y *tal vez* no le explicaron que la transición fue un derroche de generosidad y de inteligencia por parte de todos [Rajoy LO1].
- (19) La mejora es, *sin duda alguna*, como bien ha señalado el presidente del Gobierno, gracias a los españoles, a su sacrificio [Sánchez, LO1].
- (20) *Desde ese punto de vista*, señorías, nosotros no tenemos ya nada que demostrar porque es a usted, señor González, y a nadie más que a usted, a quien le corresponde ahora la carga de la prueba [Aznar LO1].

Se han hallado 64 ejemplos de este grupo, cuyo reparto entre presidentes y líderes de la oposición será muy distinto, como se verá en el capítulo correspondiente, según la mayor o menor certeza de los modalizadores. El conjunto puede verse en la tabla que sigue:

TABLA 7. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Desde luego	-	-	-	-	1	1	2	4	1	1	1	1	-	-	1	5	9
Sin duda	-	-	-	1	-	-	-	1	-	2	-	-	3	1	2	8	9
(es) Evidente (que)(mente)	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	1	1	-	2	-	7	7
Tal vez	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	-	-	2	-	-	7	7
Por supuesto	-	-	-	-	-	1	-	1	1	2	1	-	-	-	-	4	5
Naturalmente	-	-	-	1	-	1	-	2	-	2	-	-	-	-	-	2	4
Quizá/s	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	4	4
En mi/ nuestra opinión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	1	-	4	4
Otros ²⁴	-	1	-	1	-	2	-	4	6	2	2	-	1	-	-	11	15
TOTAL	1		3		6	2	12		28		7		14	3	52	64	

²⁴ Las formas agrupadas en «Otros», siempre con tres o menos casos, son las siguientes: ‘desde mi punto de vista’ (1), ‘a mi/nuestro entender’ (2), ‘al parecer’ (1), ‘de ninguna manera’ (2), ‘por lo visto’ (1), ‘a lo mejor’ (2), ‘desde ese punto de vista’ (1), ‘naturalmente’ (1), ‘seguramente’ (2), ‘probablemente’ (1) y ‘ciertamente’ (1).

2.3 Categoría 3. Interacción asociada con ciertos requerimientos del orador al auditorio

La categoría está formada por cuatro grupos, 6-9.

2.3.1 Grupo 6

Marcas con las que el político pretende captar la atención del auditorio (*mire(n), oiga(n), fíje(n)se, etc.*). También suelen preceder a un tema que se considera de interés, aunque no tenga por qué ser novedoso:

- (21) Si somos capaces –*fíjense*, señorías– de mantener el ritmo de crecimiento y se cumplen los vaticinios de que podemos hacerlo por encima del 2 % anual, bien podemos decir que tenemos un millón de empleos netos al alcance de la mano entre el pasado año y este [Rajoy P2].
- (22) *Fíjense* SS.SS. que no dijo que éste es el país donde se puede crear más riqueza en menos tiempo [Aznar LO1].
- (23) *Miren*, en el año 2012 la caída de 3 puntos del producto interior bruto destruyó 519.000 puestos de trabajo; es decir, un 3 % del total de utilización [Sánchez P1].
- (24) Pues *mire*, pensarán lo mismo que la mayoría de los españoles, señorías del Grupo Parlamentario Popular [Sánchez LO1].

Hallamos 21 casos, que se distribuyeron de este modo:

TABLA 8. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Fíje(n)se	-	-	-	-	-	1	4	5	5	2	3	-	3	1	-	14	19
Mire(n)	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1	2
TOTAL	-	-	-	-	1	5	6	7	7	2	3	-	4	1	15	21	

2.3.2 Grupo 7

Marcas con las que se pretende solicitar figurada y cortésmente al auditorio permiso para decir algo (*permitir, dejar, conceder, autorizar, etc.*):

- (25) Pues bien, señorías, después de analizar tantas desventuras, *permítanme* darles una buena noticia [Rajoy P1].

- (26) *Permítanme*, por tanto, unos minutos sobre esta cuestión [Rajoy P1].
- (27) Pero *permítame* que, antes de entrar en ellas, haga una consideración general sobre el talante de su Gobierno [Zapatero LO1].
- (28) No tengo mucho tiempo para hacerlo, pero *permítanme* unos comentarios [Rajoy LO2].

Se han hallado, tan solo, 17 ejemplos, todos ellos con «permíta(n)me»; se distribuyeron así:

TABLA 9. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Permitir	1	-	-	-	5	1	2	9	3	-	1	-	1	2	1	8	17
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1		-		6		2	9	3		1		3		1	8	17

2.3.3 Grupo 8

Marcas con las que el político se dirige al auditorio para demandarle, bien la conveniencia o necesidad de llevar a cabo una cierta actividad (*deber*+infinitivo, *tener*+infinitivo, *tener*+sustantivo, *haber*+infinitivo, etc.), bien su evitación (*evitar*, *impedir*–*impida*–, *necesitar*–*no necesita*, etc.):

- (29) Ustedes *deberían dedicar* cada año un billón de pesetas más —un punto más de nuestro producto— para alcanzar la media europea [Zapatero LO2].
- (30) Pero *tenemos que saber* y tienen que saber todos los ciudadanos que por cuarto año consecutivo, señor González, la economía española crece menos que la media europea [Aznar LO2].
- (31) *Evitemos*, señorías, que de tanto hablar de los desafíos y de los retos de 1993 se nos conviertan en un tópico manoseado, en un tema recurrente que a nada llama y a nada incita [Aznar LO1].
- (32) Y de eso es de lo que usted *tiene que responder* -entre otras cosas- ante esta Cámara [Aznar LO1].

Los 31 casos hallados en dicho grupo se repartieron del siguiente modo:

TABLA 10. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Deber + infin.	-	-	-	4	2	-	-	6	3	-	1	2	1	-	-	7	13
Tener + infin.	-	-	-	1	-	-	-	1	2	2	-	-	2	-	-	6	7
Necesitar + infin.	-	-	-	2	1	-	3	6	-	1	-	-	-	-	-	1	7
Haber de + infin.	-	-	-	-	-	-	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Otros ^{25*}	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1
TOTAL	-		7		3		6	16	9		3		3		-	15	31

2.3.4 Grupo 9

Marcas con las que el político intenta mediante esta estrategia implicar en la arquitectura del discurso a los presentes, para lo cual considera acertado indicarles aspectos como el momento en que se encuentra la intervención o el paso de unos contenidos a otros:

- (33) Señorías, *paso ahora a revisar* el segundo eje de la política económica frente a la crisis, el de la consolidación fiscal [Zapatero P2].
- (34) *Voy terminando*, señoras y señores diputados. Contemplo a España como un país que hace tres años —que se dice pronto— ocupaba en Europa el rincón que corresponde a los problemas, a las inquietudes y a las molestias [Rajoy P2].
- (35) *Entremos*, señorías, en otras cuestiones, por ejemplo, el balance de situación que usted nos ha presentado, señor González [Aznar LO1].
- (36) *Vuelvo*, señor Presidente, a la cuestión principal [Aznar LO2].

Los 37 ejemplos encontrados se repartieron del siguiente modo:

²⁵ Los cuatro casos hallados fueron: ‘Invitar’ (2 ocurrencias); ‘caber’ (1); ‘evitar’ (1).

TABLA 11. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Terminar	-	-	-	-	1	1	-	2	1	-	-	-	2	1	-	4	6
Verbo+ a continuación	-	-	-	2	-	1	2	5	-	-	-	1	-	-	-	1	6
Comenzar	-	1	-	-	-	1	-	2	-	1	-	-	-	1	-	2	4
Entrar en	-	-	-	-	-	2	-	2	1	-	-	-	1	-	-	2	4
Concluir	-	-	1	2	-	-	-	3	-	1	-	-	-	-	-	1	4
Otros ²⁶	-	-	1	1	2	4	-	8	-	2	-	-	-	2	1	5	13
	1		7		12		2	22	-6		1		7		1	15	37

2.4 Categoría 4. Interacción asociada con el disentimiento del orador

La categoría 4 está formada por los grupos 10 y 11.

2.4.1 Grupo 10

El disentimiento del orador se lleva a cabo mediante marcas indirectas: interrogación y exclamación retóricas²⁷. Es un acto reactivo-provocativo, que apela al interlocutor y lo censura por un hecho, omisión o pensamiento inadecuado a juicio del hablante. Lo normal es que se utilice para presentar de manera enfática un aspecto del rival político, aspecto considerado como negativo por parte del orador. La respuesta, se emita o no, parece estar clara e implícita en quien pronuncia el enunciado:

- (37) ¿Se acuerda, señor Cascos, cuando el fútbol era de interés general? Seguro que se acuerda [Zapatero LO2].
- (38) ¿Le parece a usted serio, señor González, tener que hacer modificaciones presupuestarias por valor de más de medio billón de pesetas veinte días después de aprobar los Presupuestos? (Rumores.) [Aznar LO2].
- (39) Señor Aznar, ¿de verdad valía la pena destruir los ejes de nuestra política exterior a cambio de todo esto? [Zapatero LO2].

²⁶ Las formas agrupadas en «Otros» son ‘al principio’, ‘referir(me)’, ‘pasar a’, ‘acabar’, ‘volver a’, ‘ir a’.

²⁷ Exceptuados siete casos de exclamación, el resto de las incidencias fueron interrogaciones retóricas.

(40) ¡Qué²⁸ cosas decía usted en la oposición, señor Rajoy! [Sánchez LO1].

Los 126 casos hallados para este tipo de marcas de recriminación se muestran en la tabla que sigue, en la que se puede apreciar la mayor frecuencia de uso entre los líderes de la oposición:

TABLA 12. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Preg. retóricas					5	2	1	8	5	33	5	9	19	10	30	111	119
Exclam. Ret.										1	1				5	7	7
TOTAL					7	1	8		39			15			35	118	126

2.4.2 Grupo 11

El disentimiento del orador se lleva a cabo mediante marcas directas: el enunciado asertivo. Con él, el político reprocha la actitud, el compromiso, el comportamiento de sus rivales a partir del referido enunciado asertivo. Aunque algunas construcciones lingüísticas tiendan a especializarse en este valor, como es el tipo de preguntas retóricas del grupo anterior, hay otros modos de expresar la recriminación. Es el contexto particular el que, en última instancia, ayuda a reconocer este valor, tal y como ha indicado Albelda (2022: 11):

- (41) Ineficacia y mentira también es su gestión ferroviaria [Zapatero LO2].
- (42) Señor Rodríguez Zapatero, no tiene usted ni siquiera una cierta idea de España. [Rajoy LO1].
- (43) Éste es precisamente uno de los grandes fracasos de su política [Aznar LO1].
- (44) Como de costumbre, utiliza los argumentos en función de su conveniencia [Aznar LO2].

De los 266 ejemplos hallados, solo uno²⁹ no se dio entre los líderes de la oposición. Son, como sabemos y ocurría en el apartado anterior, los

²⁸ Debe resaltarse que, al igual que en las preguntas verdaderas, en estas la inversión sujeto-verbo es obligatoria.

²⁹ Desde luego necesitamos todos los que ustedes destruyeron y algunos más. (Varios señores diputados: ¡Muy bien! (Aplausos—Rumores) [Rajoy P2].

momentos en los que con más énfasis se muestra la confrontación, el ataque al discurso matinal del presidente del Gobierno o de la política de su Gobierno en general:

TABLA 13. *Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo*

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Recriminación	-	-	-	-	-	1	-	1	14	39	18	16	81	31	66	265	266
TOTAL	-	-	-	-	1	-	-	-	53	34	-	-	112	66	265	266	

2.5 *Categoría 5. Interacción asociada con formas de tratamiento, bien mediante vocativos, bien dentro de estructuras predicativas*

Las expresiones de vocativo, como indica la NGLE (2009: 3200), son pronombres personales o grupos nominales que se usan para dirigirse a alguien, generalmente solicitando una respuesta o una reacción. Algunos casos de estos vocativos se muestran como categorías dentro de las formas de tratamiento cortés, lo que se agranda en el discurso parlamentario dadas sus convenciones: «señorías», «señor presidente», «señoras y señores diputados», «señor González», etcétera). No hemos de olvidar que los vocativos se utilizan, con frecuencia, en este tipo de discurso, para expresar desalineación y desacuerdo, esencialmente en las intervenciones de los líderes de la oposición; en estas, suelen servir no para solicitar una respuesta, que no la va a haber, sino para atacar, una vez más, el discurso matinal del presidente del Gobierno.

Dado que las intenciones de las distintas marcas suelen diferenciarse en algunos aspectos y en específicas ocasiones, se han establecido dentro de dichas marcas cuatro grupos (12-15):

2.5.1 *Grupo 12*

Formas de tratamiento con las que el político pretende, principalmente, mantener el contacto con el auditorio a través de ciertos miembros del Parlamento. Establecemos un primer grupo con todas aquellas formas que estén dirigidas a un mayor número de personas «(Señor presidente), señoras y señores diputados», «(Señor presidente), señorías») o solo se refieran al «señor/a presidente/a» (del Congreso de los diputados):

- (45) *Señor presidente, señoras y señores diputados*, hace ahora un año enumeré los ejes que centrarían la actividad del Gobierno [Zapatero P1].
- (46) *Esa fue la historia, señoras y señores diputados* [Rajoy P1].

- (47) *Señora presidenta*, la Constitución es la forma que los españoles hemos dado a la libertad [Aznar P1].
- (48) *Señor presidente, señorías*, el debate sobre el estado de la Nación surgió para enriquecer la vida parlamentaria con un análisis general de la situación española, una visión panorámica que el día a día no permite [Rajoy LO2].

Los 85 ejemplos hallados se repartieron entre los políticos de manera diferente, con cifras que van de las cuarenta y una ocasiones en que utiliza estas formas Aznar a los dos casos, uno como presidente y otro como líder de la oposición, que lo hizo Pedro Sánchez. A este subgrupo, hemos de añadir un segundo que comprende las ocasiones en las que es el presidente del Congreso de los Diputados quien se dirige, bien al presidente del Gobierno para darle la palabra, para solicitar la conclusión de su intervención, bien a algunos diputados para pedirles que guarden silencio. En este subgrupo, se dieron 79 apariciones, que ubicamos, en la tabla siguiente, en las sesiones en que se manifestaron. Por tanto, el número de casos que analizaremos será de 164:

TABLA 14. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
(SP)+SSD ³⁰	1	2	6	1	11	5	-	26	1	1						2	28
SP+Señorías ³¹	2	5		2	1			10			1		2	1		4	14
SP ³²	13	8	7	1	1	-	1	31	3	5	1	2	-	-	1	12	43
TOTAL	31		17		18		1	67	10		4		3		1	18	85
PRESIDENTE ³³	2	3	4	2	2	3	2	18	4	6	11	21	4	6	9	61	79
TOTAL																	164

2.5.2 Grupo 13

Formas apelativas con las que, mayoritariamente, se persigue atacar al rival político. Sin duda, el procedimiento más empleado fue la construcción «señor+apellido» (Sr. González/Aznar/Rodríguez Zapatero/Rajoy)³⁴.

³⁰ Señor/a presidente/a, señoras y señores diputados.

³¹ Señor/a presidente/a, señorías.

³² El Señor/a presidente/a del Congreso de los Diputados es aludido por los oradores.

³³ El Señor/a presidente/a del Congreso de los Diputados se dirige a los parlamentarios en las sesiones anotadas.

³⁴ Como se señala en la NGLE (2009), la marca *señor/a* más nombre de pila y apellido es una manera antigua que actualmente se utiliza solo con un matiz distante e irónico, como se

Asimismo, se utilizó con este tono de confrontación solo la forma de tratamiento «Sr./Sra. presidente/a» (del Gobierno):

- (49) Pues bien, esa ha sido su intervención esta mañana, *señor González*, el discurso de las verdades amputadas [Aznar LO1].
- (50) *Señor Aznar*, usted no ha querido ese acuerdo, y bien que lo lamento [Zapatero LO1].
- (51) *Señor presidente*, y ¿que más ha hecho usted? Un conjunto de frases —eso sí lo hace muy bien—: el ridículo con las viviendas [Rajoy LO1].
- (52) Señorías, este es el último debate de la legislatura y a estas alturas, *señor Rajoy*, usted es heredero de sí mismo [Sánchez LO1].

Se hallaron 280 apariciones de ambas formas, todas ellas, exceptuados dos casos³⁵, a cargo de los líderes de la oposición. Entre estas, destacan las 98 veces en que Sánchez emplea el vocativo «Señor Rajoy» en un solo discurso.

Los datos pueden verse en la tabla que sigue:

TABLA 15. Empleo de estas marcas³⁶ por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Sr. González	-	-	-	-	-	-	-	0	37	36	-	-	-	-	-	73	73
Sr. Aznar	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-	20	21	-	-	-	41	41
Sr. R.Zapatero	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-	-	20	38	-	58	58
Sr. Rajoy	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	90	90	90
Sr. presidente	2	-	-	-	-	-	-	2	3	2	2	-	7	2	-	16	18
TOTAL	2		-		-		-	2	78		43		67		90	278	280

hace en política. Sin embargo, en América, esta marca se utiliza sin ninguna carga negativa: *señor José Palenque Hinojosa*, *señora Elena Lombardi Sánchez*.

³⁵ Curiosamente, Aznar, como presidente del Gobierno, se dirige en dos ocasiones con el vocativo «Sr. presidente» para referirse al presidente anterior, el Sr. González, presente en la Cámara:

- (i) *Señor Presidente*, el problema más importante de la economía española en las últimas décadas ha sido su incapacidad para generar empleo estable y suficiente para todos [Aznar P1].
- (ii) *Señor Presidente*, al mes de su toma de posesión, el Gobierno aprobó el primer paquete de medidas urgentes de reactivación y liberalización de la economía [Aznar P1].

³⁶ No valen casos como los siguientes: «Señor De Guindos, por favor, dígame al señor Rajoy que según el Fondo Monetario Internacional somos el segundo país en deuda externa de todo el mundo. Dígaselo al señor Rajoy, porque no lo sabe»; «Por cierto, señora Báñez —míreme un momento, un segundo solamente— (**Rumores**), corríjale los datos al señor Rajoy, porque no es cierto».

2.5.3 Grupo 14

Abarca las marcas «usted/es». Ambas fueron casi exclusivamente empleadas por los líderes de la oposición, pues de los 530 apariciones, solo 20 –y todas con «ustedes», nunca con «usted»– las emitieron los presidentes. El «usted/ustedes», generalmente, acusador y con el que, una vez más, se pretende atacar al presidente del Gobierno tras su intervención matinal, aparece en 397 ocasiones:

- (53) Aunque haya veces –y yo creo que no se puede negar– que confunden *ustedes* en muchas ocasiones la parte con el todo [Aznar LO1].
- (54) Este último año, cuando ya está al final de su mandato, hemos podido ver que, además de autoritarios y antisociales, *ustedes* son ineficaces y que no tienen reparos en tapar su ineficacia con la mentira y la propaganda [Zapatero LO2].
- (55) Diga que ni *usted*, ni el señor Rato, ni el señor Ruiz-Gallardón, ni la señora Aguirre, ni la señora García Romero, ni el señor Romero de Tejada, ni el señor Bravo, ni el señor Verdes, que ninguno de estos militantes del Partido Popular ni han tenido conocimiento ni han participado en esta trama [Zapatero LO2].
- (56) Y hemos conseguido algo muy importante y que me han escuchado decir cada vez que he tenido ocasión de comparecer ante *ustedes* [Sánchez P1].

Es entre las formas de tratamiento la más empleada en la muestra de los discursos analizados con 530 casos, que se repartieron tal y como se puede ver en esta tabla:

TABLA 16. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Usted	-	-	-	-	-	-	-	-	46	124	12	37	117	2	59	397	397
Ustedes	-	-	1	-	8	5	6	20	14	6	6	30	11	0	46	113	133
TOTAL	-		1		13		6	20	190		87		130		105		530

2.5.4 Grupo 15

Se integran en este grupo las formas de tratamiento «señorías», «SS.SS.», «S.S.» y «(su) señoría». La primera, «señorías», es, con mucho, la más empleada de este grupo: 382 ocasiones de las 432 del total. En un número amplio de tales apariciones, a la función de cortesía, como mostraremos en otro

momento, se añadieron dos funciones más: la de introductor enunciativo y la de anunciador de la llegada de un nuevo tema:

- (57) Fijense SS.SS. que no dijo que éste es el país donde se puede crear más riqueza en menos tiempo [Aznar LO1].
- (58) *Señorías*, España está comprometida con la estabilidad política y la recuperación económica de Iberoamérica [Aznar P2].
- (59) *Señorías*, empecé mi discurso de investidura con un homenaje a las víctimas del atentado que sufrimos hace hoy 14 meses [Zapatero P1].
- (60) Lo más gracioso, *señoría* —si es que algo de esto tiene gracia—, es que con esas melifluas palabras, a las que ya nos vamos acostumbrando, reafirma usted su lealtad en esta Cámara al Pacto por las libertades y contra el terrorismo en el que espera que yo le acompañe [Rajoy LO1].

En ellas, los casos hallados entre los presidentes fueron muy superiores a los hallados en las intervenciones de los líderes de la oposición. Tras el apartado anterior, este es el segundo grupo en cuanto al número de ejemplos aparecidos:

TABLA 17. Empleo de estas marcas por los políticos que forman el corpus, según su cargo

	PRESIDENTES								LÍDERES DE LA OPOSICIÓN								TOTAL
	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	Az1	Az2	Z1	Z2	R1	R2	S1	Total	
Señorías	17	10	27	20	62	85	36	257	15	2	8	7	9	37	47	125	382
Sus señorías-SS.SS.	4	4	2	2	3	1	3	19	-	-	1	-	-	-	1	2	21
Su señoría-S.S. -	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	2	-	7	1	-	15	15
Señoría	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13	1	-	14	14
TOTAL	35		51		151		39	276	22		18		68		48	156	432

En las distintas clases establecidas para la forma de tratamiento, el orador va a emplear mecanismos que generan efectos de cortesía y descortesía en constante desafío³⁷. En su momento, nuestro objetivo será analizar mi-

³⁷ No hemos hallado en nuestro corpus, por ejemplo, ocurrencias con el tratamiento de diputado como los mencionados, aunque en otro tipo de debate parlamentario, por Gelabert-Desnoyer (2009: 81). Se trata tanto de casos de autorreferencia: «Esta diputada que les habla solicitó a la Mesa del Parlamento que se le proporcionara la tan traída y llevada memoria económica cuya existencia ustedes negaban», como de aquellos otros en los que se alude a un rival político: «Yo no sé, señora presidenta, si el señor diputado, por su juventud, no sabe que cuando el PSOE dejó el Gobierno el paro juvenil era el 42 por ciento en este país».

nuciosamente la manera en que se usan tales mecanismos como estrategias de confrontación o de consideración.

3. CONCLUSIONES

La idea de analizar las marcas que emplean los políticos para mostrar su compromiso explícito o implícito con el auditorio y la escasez e insuficiencia de las propuestas anteriores en otras lenguas nos condujo a la creación de una serie de categorías y grupos.

Nos valimos de un corpus, con una duración de 13h58m40s, formado por catorce intervenciones emitidas en los DEN por los últimos cuatro presidentes del Gobierno de España: José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero, Mariano Rajoy y Pedro Sánchez. De ellas, siete lo fueron cuando ejercían la presidencia, en tanto que las siete restantes pertenecen a su período de líderes de la oposición (tablas 1 y 2). Tras repetidas lecturas de los textos y visualizaciones de los vídeos correspondientes, establecimos unas marcas con las que, pensamos, el orador se conectaba con el auditorio.

La escasez, ya citada, de trabajos que se han ocupado del papel del auditorio en discursos orales no era el único problema, sino que a este había que unir el que en esos pocos trabajos, en primer lugar, no supiéramos qué tipos de discursos políticos eran los analizados; en segundo lugar, que algunas de las cinco categorías seguidas fueran utilizadas únicamente en otros tipos de discursos, pero nunca en los políticos, y, en tercer lugar, que de las categorías relacionadas, aunque con escasas muestras, con el discurso político, la relevancia de algunas en nuestro corpus fuera nula. Todo ello nos llevó a la conclusión de que era necesario establecer nuevas categorías y nuevos grupos para afrontar esta cuestión. Por esta causa, establecimos quince grupos que agrupamos en cinco grandes categorías, según sus funciones. Estas fueron las siguientes: *a)* Marcas que expresan aspectos relacionados con la información, según que esta sea compartida, noticiosa o reproducida; *b)* Marcas que expresan la mayor o menor implicación del orador con respecto al contenido de su mensaje; *c)* Marcas que manifiestan determinados requerimientos del orador al auditorio; *d)* Marcas que expresan el disenso del orador con sus oponentes, y *e)* Marcas con formas de tratamiento, bien mediante vocativos, bien dentro de estructuras predicativas, usadas con fines distintos: atacar al rival, mantener el contacto con la asamblea o preceder a un cambio de contenido (subsecuencia, tema, subtema).

De estos quince grupos, hemos mostrado, con la ayuda de otras tantas tablas, el número de apariciones, las marcas más empleadas y su mayor o menor uso por parte de los diferentes políticos, especialmente según su actuación como presidentes o como líderes de la oposición.

BIBLIOGRAFÍA

- ÄDEL, Annelie (2010): «Just to give you kind of a map of where we are going: A taxonomy of metadiscourse in spoken and written academic English», *Nordic Journal of English Studies* 9/1, 69-97. <<https://n9.cl/qt46n>>.
- ÄDEL, Annelie (2012): «“What I want you to remember is ...”: Audience orientation in monologic academic discourse», *English Text Construction* 5/1, 101-127.
- ÄDEL, Annelie y Anna MAURANEN (2010): «Metadiscourse: Diverse and divided perspectives», *Nordic Journal of English Studies* 9/2, 1-11. <<https://n9.cl/jmbcy>>.
- ALBELDA, Marta (2022): «¿No te das cuenta de que me estás molestando?». Las recriminaciones intensificadas mediante preguntas retóricas», *Oralia* 25/2, 9-32. <<https://n9.cl/ocizq>>.
- ALBELDA, Marta y Antonio BRIZ (2020): «Atenuación e intensificación». En M.^a Victoria Escandell, Aoife Kathleen Ahern y José Amenós (eds.), *Pragmática*, Madrid: Akal, 567-590.
- BEKE, Rebecca (2005): «El metadiscurso interpersonal en artículos de investigación», *Revista Signos* 38/57, 7-18. <<https://n9.cl/jlsz9>>.
- BROWN, Penelope y Stephen C. Levinson (1987): *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge: Cambridge University Press.
- CIAPUSCIO, Guiomar (1998): «Los resúmenes de la revista *Medicina*: Un enfoque diacrónico-contrastivo», *Signo y Señal* 10, 217-243. <<https://n9.cl/fw0o7y>>.
- CRISMORE, Avon (1989): *Talking with readers: Metadiscourse as rhetorical act*, Nueva York: Peter Lang.
- DAHL, Trine (2004): «Textual metadiscourse in research articles: A marker of national culture or of academic discipline?», *Journal of Pragmatics* 36, 1807-1825.
- FAIRCLOUGH, Norman (1992): *Discourse and social change*, Cambridge: Polity Press.
- FALUSI, Kinga (2021): «El marcador metadiscursivo de control de contacto ¿cierto? ¿un fenómeno hispanoamericano?», *Nueva Revista de Filología Hispánica* 69/1, 43-77. <<https://n9.cl/413cl>>.
- FERRARI, Laura (1999): «La jerarquización de la información en reseñas producidas por estudiantes universitarios», *RLA: Revista de Lingüística Teórica y Aplicada* 37, 39-52. <<https://n9.cl/du92kd>>.
- FUENTES, Catalina (2023): «Qué+término malsonante en función de comentario intensificador de la aserción», *Lexis* 47/1, 5-38. <<https://n9.cl/22tcp>>.
- GAJARDO, Consuelo *et al.* (2022): «La atenuación en los verbos que expresan duda presentes en conversaciones coloquiales del proyecto AMERESCO de Santiago de Chile», *Logos. Revista de Lingüística, Filosofía y Literatura* 32/2, 410-428. <<https://n9.cl/3wbwro>>.

- GALLARDO, Susana (1999): «Evidencialidad: la certeza y la duda en los textos periodísticos sobre ciencia», *RLA: Revista de Lingüística Teórica y Aplicada* 37, 53-66. <<https://n9.cl/jh4xi>>.
- GELABERT-DESNOYER, Jaime J. (2009): «Simetría y asimetría en las formas de tratamiento en el parlamento español: un análisis pragmático», *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 39, 56-94.
- GONZÁLEZ ARIAS, Cristian (2014): «El metadiscurso en columnas de opinión y en los comentarios de lectores en un ambiente virtual y público», *Spanish in Context* 11/2, 155-174.
- HALLIDAY, Michael A. K. (1994): *An introduction to functional grammar* (2.^a edic.), Londres: Edward Arnold.
- HIDALGO, Antonio (2016): «Prosodia y (des)cortesía en los marcadores metadiscursivos de control de contacto: aspectos sociopragmáticos en el uso de *bueno, hombre, ¿eh?* y *¿sabes?*». En Antonio Miguel Bañón, María del Mar Espejo, Bárbara Herrero y Juan Luis López Cruces (eds.), *Oralidad y análisis del discurso. Homenaje a Luis Cortés Rodríguez*, Almería: Universidad, 309-335.
- HYLAND, Ken (1998): «Persuasion and context: The pragmatics of academic discourse», *Journal of Pragmatics* 30, 437-455.
- HYLAND, Ken (2004): «Disciplinary interactions: Metadiscourse in L2 postgraduate writing», *Journal of Second Language Writing* 13/2, 133-151.
- HYLAND, Ken (2005): *Metadiscourse: Exploring interaction in writing*, Londres/Nueva York: Continuum.
- HYLAND, Ken y Polly TSE (2004): «Metadiscourse in academic writing: A reappraisal», *Applied Linguistics* 25/2, 156-177. <<https://n9.cl/yikybl>>.
- JAKOBSON, Roman (1980): *The framework of language*, Michigan: Michigan Studies in the Humanities. <<https://n9.cl/7ftyw>>.
- KASHIHA, Hadi (2022): «Academic lectures versus political speeches: Metadiscourse, functions affected by the role of the Audience», *Journal of Pragmatics* 190, 60-72.
- LEE, Joseph J. y Nicholas C. SUBTIRELU (2015): «Metadiscourse in the classroom: A comparative analysis of EAP lessons and university lectures», *English for Specific Purposes* 37, 52-62.
- MAURANEN, Anna (2010): «Discourse reflexivity - A discourse universal? The case of ELF», *Nordic Journal of English Studies* 9/2, 13-40. <<https://n9.cl/ghavi>>.
- PFADENHAUER, Katrin (2023): «“Vamos sazonando poco a poco”. Construcciones con *ir* en el español hablado en Cuba y México», *Islas. Revista de Estudios Humanísticos y Sociales* 65/204, e1263. <<https://n9.cl/owf61>>.
- RAE (2009): *Nueva gramática de la lengua española*, 2 vols., Madrid: Espasa Libros.
- RIDAO, Susana (2022): «La difusa frontera entre atenuadores e intensificadores discursivos: a propósito del verbo *recordar* en un corpus judicial oral», *Pragmalingüística* 30, 375-394. <<https://n9.cl/jkpan>>.

- SOLER BONAFONT, M. Amparo (2022): «Nuevamente sobre el funcionamiento pragmático atenuante de la forma performativa del verbo *creer*», *Anuario de Letras* 10/2, 5-30. <<https://n9.cl/oyh74>>.
- SUAU, Francisca (2011): «La persuasión a través del metadiscurso interpersonal en el género Página Web Institucional de Promoción Turística en inglés y español». En Maria Vittoria Calvi y Giovanna Mapelli (eds.), *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología*, Berlín/Fráncfort: Peter Lang, 177-200. <<https://n9.cl/7qddk>>.
- SUAU, Francisca *et al.* (2021): «La interpersonalidad discursiva como alternativa al metadiscurso interpersonal», *Onomázein* 54, 112-114. <<https://n9.cl/qyzc2>>.
- THOMPSON, Susan Elizabeth (2003): «Text-structuring metadiscourse, intonation and the signaling of organization in academic lectures», *Journal of English for Academic Purposes* 2/1, 5-20.
- VANDE KOPPLE, William J. (1985): «Some exploratory discourse on metadiscourse», *College Composition and Communication* 26, 82-93.

El presente trabajo sigue un método descriptivo con la pretensión de aproximarse a las marcas empleadas por los políticos cuando se dirigen directamente a uno, a varios o a todos los miembros de su auditorio. Se fundamenta en un análisis cualitativo de una muestra de debates parlamentarios, concretamente de catorce intervenciones emitidas en los debates sobre el estado de la nación por los últimos cuatro presidentes del Gobierno de España y líderes de la oposición. La falta de trabajos de este tipo nos exigió la creación de cinco categorías y quince grupos en los que congregar las distintas maneras y marcas con las que los mencionados políticos se dirigían a sus interlocutores. Tras exponer la intención de nuestro trabajo y su metodología, describiremos cada uno de los diferentes grupos que se forman según las diversas marcas consideradas y veremos las cifras de apariciones y de empleo por los oradores que forman nuestro corpus.

