

La construcción de la imagen del líder político en el debate de investidura: los casos de Mariano Rajoy y Pablo Iglesias.



CARLOS FRÜHBECK MORENO
Università degli Studi di Enna “Kore”, Italia
cfruhbeck@gmail.com

Sociedad y Discurso
Número 30: 24-49
Universidad de Aalborg
www.discurso.aau.dk
ISSN 1601-1686

Resumen: El objetivo de este trabajo es el análisis de las intervenciones de Mariano Rajoy y Pablo Iglesias en el debate de investidura de Pedro Sánchez como candidato a la presidencia del gobierno de España el 2 de marzo de 2016. Vista la dificultad para llegar a un acuerdo que garantizara la gobernabilidad, en un ambiente casi de campaña electoral, ambos líderes plantearon discursos que apuntaban más a consolidar la propia imagen y a destruir la de los adversarios que a debatir sobre programas de gobierno. En este trabajo se estudian las estrategias discursivas utilizadas. Rajoy, con un hábil uso de los marcos de interpretación del auditorio, consigue presentar la candidatura de Sánchez como una farsa y a sí mismo con el líder prudente y experimentado que necesita el país. En el caso de Iglesias se recurrirá a un elemento mítico muy presente en la conciencia de sus oyentes: el del héroe, virtuoso y excesivo por naturaleza, que aparece en las situaciones de crisis para restablecer la justicia.

Palabras clave: análisis del discurso – retórica – lenguaje político – debate de investidura – Mariano Rajoy – Pablo Iglesias..

Abstract: The goal of this paper is to analyze Mariano Rajoy’s and Pablo Iglesias’ speeches during the Investiture Debate of Pedro Sánchez as Prime Minister of the Spanish Government on March 2nd, 2016. Since it was impossible to reach a political agreement, both of them chose to give a campaign speech where the main goal was to consolidate the own image and to destroy political opponents’. In this paper, the discourse strategies used by both of them are deeply studied. Rajoy frames his speech in order to present Sánchez’s candidacy as a masquerade and himself as the prudent and experienced leader that Spain needs. On the other hand, Iglesias uses a mythical element deep rooted in his audience: the hero, righteous and excessive at the same time, which turns up in difficult situations to restore justice.

Key words: Discourse Analysis – Rhetoric – Political Language – Investiture Debate – Mariano Rajoy – Pablo Iglesias

Introducción

Las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015 trajeron como consecuencia un mapa político inédito en la España democrática: un parlamento dividido en cuatro fuerzas mayoritarias de alcance nacional en el que las posibilidades de llegar a un acuerdo para formar un gobierno estable eran muy limitadas. La única consecuencia del inicial frenesí negociador fue un pacto entre Ciudadanos y el PSOE, que no contaba con los números necesarios para que Pedro Sánchez, líder de los socialistas, pudiera ser investido presidente. El resultado fue que la candidatura fracasó en dos votaciones de investidura. En este trabajo nos centraremos en los discursos que pronunciaron los líderes de los dos principales partidos de la oposición al candidato socialista en la primera sesión de investidura: Mariano Rajoy y Pablo Iglesias. Conscientes de encontrarse en un callejón sin salida, con las negociaciones en punto muerto, el tono del debate fue de gran agresividad y se centró tanto en la destrucción de la imagen del adversario como en la promoción de la propia con vistas a nuevas elecciones, tal y como recoge su recepción periodística.

De esta forma, *El País* en el editorial del día siguiente acompaña su apoyo a Pedro Sánchez con la afirmación de que el discurso de Rajoy era “de tono faltón y con una ironía malograda” (*El País*, 3 de marzo de 2016) y que Iglesias, “sigue sin saber donde se encuentra” (*El País*, 3 de marzo de 2016), por haber dado un discurso indigno –a su juicio- del tono esperado en el Parlamento. Por su parte, *El Mundo* criticó los excesos de la ironía de Rajoy y calificó como “momento estelar del debate” (*El Mundo*, 3 de marzo de 2016) el enfrentamiento entre el líder de Podemos y el del Partido Socialista. Desde unas posiciones mucho más conservadoras, *ABC* consideró que “[c]on un discurso destructivo e hiriente, el Iglesias más arrogante sobreactuó al límite para erigirse, entre gritos, en la única referencia legítima de la izquierda en España” (*ABC*, 3 de marzo de 2016: 4). En el juicio sobre Rajoy también se subrayó la dureza del contenido de un discurso “muy contundente en el fondo y de bronca ironía en las formas” (*ABC*, 3 de marzo de 2016: 4). En este sentido, particularmente interesante es la consideración final del editorial de *ABC*, más allá de la referencia al líder de Podemos: “El Congreso perdió el aura institucional de las grandes ocasiones y llegó a parecer más un plató de televisión a merced de Iglesias que la sede de la soberanía nacional” (*ABC*, 3 de marzo de 2016: 4).

El resultado fue que se dio más importancia al tono de los candidatos, a la imagen que creaban de sí a través de sus discursos, que a su efectivo contenido. Por ello, se trata de un corpus de gran interés para estudiar en el lenguaje político los procedimientos de presentación

del orador como persona fiable, y también de su reverso: los que sirven para descalificar al adversario.

Metodología

En su *Retórica*, Aristóteles da gran importancia al concepto del *ethos* como medio técnico de persuasión. Nos referimos a la capacidad del orador para presentarse a través de su discurso como alguien digno de crédito (I, 2, 1356a, 5-10) para que su público lo considere virtuoso, prudente y benevolente. En contraste con la tradición retórica anterior, a este talante Aristóteles da preferencia respecto a los conocimientos precedentes que pueda tener la audiencia (Caballero López, 2008: 3-4). Para el estagirita, un buen planteamiento del *ethos* resulta suficiente incluso para compensar las deficiencias en la argumentación, visto que “en todo caso se ajusta más al hombre honesto aparecer como honrado que como riguroso en el discurso” (III, 1418a, 39- b2).

Como señalan Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989: 491-492), ninguna dimensión del discurso queda exonerada de informar sobre la persona que lo pronuncia. Estos estudiosos consideran que el discurso es una manifestación del orador y que, quiera o no, su audiencia siempre acabará por establecer una conexión entre él y sus palabras. La persona se convertirá en contexto del propio discurso y entre ambos se producirá una fuerte interacción que será definitiva a la hora de calibrar los efectos persuasorios (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989: 487-488). En otras palabras, el orador no solo transmite mensajes sino que también se ocupa de la labor de significar qué es lo que quiere ser para su auditorio, o como diría Barthes, cuáles son sus modales, su tono (1982: 63-64), de acuerdo con su propósito argumentativo. Es este un apunte de particular importancia, pues no se buscará tanto transmitir la imagen “verdadera” del que habla, sino crear el personaje más adecuado para la escena de la enunciación y para el ejercicio de la palabra (Maingueneau, 1993: 138). Ahora bien, a pesar de todo lo dicho, no hay que olvidar que es inevitable que entren en juego también elementos extradiscursivos, ajenos a la *performance* del orador, como puede ser su vida, que podremos considerar como un amplio preámbulo a sus palabras (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989: 491).

Para entender mejor esta noción de carácter que nace del discurso es necesario recordar, con Erving Goffman, que en toda actividad pública automáticamente se produce una actuación a través de la cual el sujeto solicita implícitamente a sus observadores que “tomen en serio la impresión promovida ante ellos” con todas sus consecuencias: los presentes deben

aceptar sus atributos y la verdad de sus actos (Goffman, 1997: 33). El hombre no expresa su verdad, sino que más bien se comporta como un actor: se pone una máscara adecuada al contexto (Goffman, 1997: 31). Para el sociólogo americano, esta verdad es tan profunda que en estas mismas actuaciones es donde terminamos por conocernos a nosotros mismos (Goffman, 1997: 35). En este sentido, la creación de una imagen en el contexto del debate parlamentario tiene otra interpretación fundamental: a través del talante, también el político está exigiendo a su público la debida consideración para el personaje que compone.

De ahí que sea de importancia que el orador sepa tanto dar de sí mismo una imagen que inspire confianza como anular a su adversario a través del desprestigio no tanto de sus razonamientos como de su individualidad. Esto se hará por medio, por ejemplo, del argumento *ad personam* (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989: 489). Es decir, a través del ataque al carácter, creencias o circunstancias del oponente con el objetivo de desautorizarlo. Con la introducción de elementos extraños al marco argumentativo se intenta que el enemigo no merezca la atención del auditorio. Quien sufre este argumento se ve obligado a justificarse por algo ajeno al tema del debate (Bordes Solana, 2011: 201-202).

¿Y qué características tendrá la imagen más adecuada del orador en el contexto del discurso político? Como ya hemos dicho, tendremos que tener en cuenta tanto lo ya sabido del orador, como aquello que emana de su discurso. El juicio previo sobre el orador es una vivencia ineludible por parte de todo el público de un discurso. En el caso de que lo consideremos superior a nosotros, nos someteremos con más facilidad y mayor será su capacidad de influjo. En el supuesto de que lo consideremos nuestro igual, nos identificaremos con él y aumentará nuestra confianza.

A propósito de *Psicología de las masas y análisis del yo*, Laclau reflexiona de forma lúcida sobre los hallazgos de Freud y llega a una conclusión interesantísima para nuestro estudio: si partimos de la consideración de que un líder puede representar en mayor o menor medida el yo ideal de una comunidad, podemos establecer un *continuum* cuyos dos extremos serían, por un lado, la transferencia total del yo ideal del grupo a la figura del líder, que sería el momento de mayor separación entre ambos¹, y por otro la consideración del líder como participante en el proceso general de identificación mutua, como otro miembro del grupo (Laclau, 2005: 88). Por todo lo dicho, particularmente útiles para nuestro trabajo serán dos dimensiones de la representación que tiene en cuenta Pitkin en su clásico *El concepto de*

¹ En este caso la relación de equivalencia entre los miembros de un grupo de incrementaría porque “el principio fundamental del orden comunitario trascendería a este último” (Laclau, 2005: 88).

representación: en primer lugar, lo que denomina representación descriptiva: el representante debe demostrar que forma parte del grupo del representado, que comparte con él una serie de características (Pitkin, 1985: 65 y ss.) y, en segundo lugar, la representación simbólica, el representante debe reflejar una serie de principios, de valores, de creencias: un buen ejemplo puede ser un rey como representante de una nación (Pitkin, 1985: 112-113).

De ahí la aparición continua de muchos políticos en situaciones que puedan sugerir la posesión de una personalidad atractiva para un cierto segmento de la población y que terminan por concretarse en la asunción de una serie de clichés: el Rajoy que juega a dominó con los jubilados pudiera ser un buen ejemplo de ello. El orador ya antes de pronunciar su discurso debe tener una buena reputación que lo haga creíble y respetable, tan respetable que su opinión sobre el tema más peregrino merezca ser escuchada (López Eire y Santiago Guervós 2000: 92-94).

No es baladí recordar, llegados a este punto, que es fundamental para la creación del personaje discursivo tener en cuenta la condición del líder político como representante de una colectividad. De acuerdo con lo dicho, con Laclau, la representación política será bidireccional: por un lado, el líder tendrá que demostrar su compatibilidad con los intereses del grupo, y por otro su papel nunca será meramente pasivo: la persona “deberá añadir algo al interés que representa” (Laclau, 2005: 200). Es decir, se establecerá una especie de interacción entre representantes y representados. En el caso de formaciones populistas como Podemos, de acuerdo con las ideas que se verán más abajo, el representante tendrá también la función de convertir a un grupo que hasta el momento no tenía voz -por no existir como tal- en un actor político válido, con protagonismo histórico (Laclau, 2005: 201).

Por todo lo dicho, entenderemos también el *ethos* como la capacidad de establecer una relación de identidad, de complicidad, a través del propio discurso, con una audiencia cuyas concepciones y asunciones se conocen de antemano y sobre las que articula a priori la propia imagen (López Pan, 1996: 76-77). Particularmente compleja es esta labor en el caso del contexto parlamentario: su retransmisión a través de medios tecnológicos obliga al orador a replantear el propio discurso en función de una audiencia que superará con mucho los límites del espacio en el que se encuentran sus oyentes inmediatos y que también escapará al control que se podría ejercer si la comunicación fuera inmediata y hubiera acceso directo a sus reacciones (Albaladejo, 2001: 13-14). Esta ampliación de la audiencia tendrá como consecuencia una multiplicación de las posibles interpretaciones que puede tener el discurso tanto en el momento de pronunciarlo como *a posteriori*, de forma fragmentaria, por ejemplo, a

través de extrapolaciones (Albaladejo, 2001: 15). Por ello, la posibilidad de reproducir el discurso en diferido –y, sobre todo, su posterior comentario a través de otros medios de comunicación- le otorgarán nuevas dimensiones persuasivas que no estaban presentes en el momento de la enunciación.

Esta situación obligará asimismo al orador a repensar sus prioridades con respecto al auditorio ausente y, como veremos, en ocasiones a concentrarse más en el mismo que en sus oyentes presentes. Es en estos momentos cuando podemos considerar a la audiencia como una construcción mental (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989: 55): el orador se verá obligado a tomar como punto de referencia solo un segmento de la multitud invisible que le escucha, y a configurar su discurso de acuerdo con una elección previa de las características, de los valores que les atribuye. Esta elección inevitablemente le llevará a alejarse de gran parte de quienes lo oyen de forma efectiva.

Por eso, esta división de la audiencia en múltiples niveles y la posibilidad de transmitir el discurso de forma fragmentaria tendrá como consecuencia su atomización, en el sentido de que será necesario que el orador transmita su mensaje “de forma sintética e impactante, definiéndose a sí mismo y a la situación en sentido goffmaniano” (Molpeceres, 2012: 303), de modo que se pueda asociar con facilidad al hablante con una idea de fácil recuerdo.

Por todo lo dicho, para que esta comunión entre orador y auditorio se produzca es necesario saber con qué criterios juzga la audiencia que una persona es digna de confianza, de qué manera puede el orador convertirse en adecuado representante descriptivo y simbólico. En este sentido, es de fundamental importancia que el orador pueda acceder a un marco de interpretación compartido con su público. Por marcos de interpretación entendemos, con Lakoff (2007: 4), todas aquellas estructuras mentales que forman parte del llamado inconsciente cognitivo o “sentido común” de una comunidad y que articulan una cierta visión del mundo, de suerte que sirven como filtro jerarquizador de nuestras percepciones. En otras palabras, subrayan de forma interesada unos aspectos de la realidad en detrimento de otros, de modo que se puedan definir problemas, realizar juicios morales, buscar causas y encontrar soluciones con respecto al asunto enmarcado, que pasa de ser un hecho bruto, sin interpretación, a adquirir significación (Kuypers, 2009). Con Ricoeur, para que un hecho contemplado pase a ser significativo, se hace necesaria su configuración en una narrativa que le otorgue un sentido, y que más tarde será reconfigurada en el acto de inteligibilidad del sujeto receptor (cf. Ricoeur, 2004: 115-141). Tal es el ascendente que poseen los marcos sobre nuestras capacidades cognitivas que en el momento en el que una verdad no puede ser

enmarcada simplemente rebota, queda fuera de cualquier tipo de categorización y, por tanto, es ignorada (Lakoff, 2007: 16). La verdad necesita un marco para ser aceptada. Y para cambiar la verdad, se hace necesario cambiar el marco.

De acuerdo con Van Gorp (2010), estas configuraciones de la realidad hunden sus raíces en temas culturales profundamente aceptados. Hablamos de arquetipos como los del héroe o del villano, de estereotipos familiares –Lakoff presta particular atención al rol de los padres-, o también de estructuras narrativas enraizadas en nuestro subconsciente como puede ser la del cuento infantil. En la capacidad del político para crear una imagen de líder que se pueda encuadrar en el horizonte de expectativas creado por el marco residirá un gran porcentaje de su éxito (Molpeceres, 2011: 152).

De particular interés, como veremos en el caso de Iglesias, será el recurso al mito, entendido como “manifestación del pensamiento mítico-simbólico que expresa una cosmovisión ideológica del mundo” (Molpeceres, 2014: 59). El mito no tiene que ver con el pensamiento racional, sino con aquel de naturaleza sintética que “establece simbolizaciones por medio de semejanzas subjetivas” (Molpeceres, 2014: 60), que es capaz de unir opuestos. Estas redes simbólicas se organizan en sistemas de imágenes que expresarían una visión totalizadora de la realidad (Molpeceres, 2014: 62). Por todo ello, en las sociedades humanas no solamente existen mitos culturalmente codificados, sino también constructos inconscientes de gran poder persuasivo que forman parte de una forma dada de entender el mundo, y en los que se mezclan elementos de lo codificado y novedades. Estas son las necesarias renovaciones que sufre el mito para poder sobrevivir una vez que sus viejas configuraciones se han vuelto inservibles (Molpeceres, 2014: 67-68).

El carácter del orador, su dimensión moral, también se manifestará, desde el punto de vista temático, en todo aquello que alabe o critique dentro de las jerarquías impuestas por el marco de interpretación y, desde el punto de vista estilístico, en el llamado patetismo de estilo: la reacción pasional servirá también para revelar qué es lo que el hablante realmente estima, y por tanto nos dará una idea clara de qué valores asume como propios (López Pan, 1996: 67-69). Otro de los medios de los que dispondrá el orador para crear su imagen residirá en el uso de máximas, citas, y en la selección de palabras. Esta actividad, para Aristóteles, supondrá también un medio para manifestar una visión del mundo, una actitud ante la vida (López Pan, 1996: 60-63).

Por todo ello, con respecto al lenguaje, es también fundamental señalar que toda palabra que escuchamos tiene la capacidad de activar marcos y, lo que es más importante, adquirir una

carga emotiva de fuertes efectos persuasivos que poco tendrá que ver con la argumentación (López Eire y Santiago Gervós, 2000: 114-115). Las llamadas “palabras talismán” más que significar tienen como función principal con su sola presencia “prestigiar las palabras que se le avecinan y desprestigiar a las que se le oponen o parecen oponérsele” (López Quintas, 2015: 31). Hay palabras que se utilizan no para ser interpretadas, sino solamente por su gran poder intimidatorio. Por tanto, la selección léxica en el discurso persuasivo no tendrá tanto como finalidad dar argumentos lógicos sino despertar redes de asociaciones en el marco de interpretación de referencia (cf. Santiago Guervós, 2008). El discurso político orbitará en gran medida alrededor de palabras como democracia, libertad, igualdad que, a pesar de ser de uso corriente, carecen de una definición fija y, por eso, no solamente pueden encajar en diferentes marcos de interpretación, sino también ser objeto de contienda discursiva por su monopolio (Lakoff, 2008: 177-178).

Particularmente útil para la profundización en este último aspecto es la noción de “significantes flotantes”, estudiada con atención por estudiosos como Laclau y Mouffe (1985) y Žižek (1992). En *El sublime objeto de la ideología*, el filósofo esloveno propone que “el espacio ideológico está hecho a partir de elementos sin ligar [...] cuya identidad está abierta, sobredeterminada² por la articulación³ de los mismos en una cadena con otros elementos” (1992: 125). Estamos hablando de términos cuyo significado fuertemente polisémico varía según en qué cadena de elementos los insertamos, y que, por tanto, son objeto de fuerte disputa. La fijación en esta cadena estará estrechamente relacionada con la existencia de “puntos nodales”, o significantes privilegiados que servirán para fijar sus significados (Žižek, 1992: 125-126; Laclau y Mouffe, 1985: 129-130). Esto significa que conceptos como “feminismo”, “ecología”, “precariedad laboral” adquieren un significado diferente según los leamos desde la perspectiva proporcionada por el punto nodal “libertad”, o por la que ofrece “igualdad”, por ejemplo (cf. Žižek, 1992: 126).

Estrechamente relacionado con el concepto de “punto nodal” aparece el de “significante vacío” como productor de identidades grupales, tal y como lo plantea Ernesto Laclau. Para el sociólogo argentino, para que nazca una formación social populista, un “pueblo”, es necesario que una serie de demandas sociales insatisfechas de naturaleza heterogénea formen una

² El concepto althusseriano de la sobredeterminación tiene su origen en el psicoanálisis y hace referencia, en lo que nos interesa, a la imposibilidad de obtener una literalidad última de unas relaciones sociales ordenadas simbólicamente. Llevada a su extremo esta idea nos comunicaría que tanto la sociedad como los agentes sociales carecerían de esencia última (cf. Laclau y Mouffe, 1985: 109-112).

³ Por articulación se entiende “toda práctica que establece una relación tal entre elementos, que la identidad de estos resulta modificada como resultado de esta práctica” (Laclau y Mouffe, 1985: 119).

cadena de equivalencias. En otras palabras, es necesario que se unifiquen en un sistema estable de significación (Laclau, 2005: 98-99).

En la creación de los movimientos populistas la lógica social siempre será la misma: un segmento de la población unificado por estas demandas insatisfechas se identifica con la totalidad de la sociedad (Laclau, 2005: 108-109): una identidad particular se convierte en universal de forma hegemónica, en el sentido de que se construye como una nueva voluntad colectiva abarcadora. Visto que toda totalidad para formarse necesita de un exterior, de una negación que sirva para establecer sus límites, y que, sin embargo, esta tiene que formar parte por fuerza del sistema de significación de la sociedad, se hace necesario que tenga lugar una *exclusión* (Laclau, 2005: 94) dentro del ámbito social, que abarca todas las diferencias. En otras palabras, la sociedad se polariza, queda dividida en dos bandos para los populistas. La otra consecuencia necesaria de la introducción en una cadena de equivalencias de este conjunto heterogéneo de demandas insatisfechas tiene como consecuencia la desintegración del marco simbólico que las hacía diferentes y la necesidad de construir uno nuevo que las unifique (Laclau, 2005: 115-116).

Por todo lo dicho, se hace necesario construir de forma discursiva la división social que hemos presentado más arriba. Esta función correspondería a lo que Laclau denomina “significante vacío”: se trataría de todo aquel significante que no tiene que ver con diferentes interpretaciones en disputa, como era el caso del significante flotante, ni que responde a “diferentes contenidos dependiendo del contexto” (Errejón, 2012: 155; cf. Laclau, 2007: 44). Se trata de nombres como “pueblo”, “orden”, “unidad” o “mayoría silenciosa” que pueden hacer referencia a cualquier tipo de formación política (Laclau, 2007: 44-45).

La función de estos significantes es responder a la necesidad de condensar la identidad del movimiento popular alrededor de palabras o imágenes que permitan leer una cadena equivalencial heterogénea como totalidad (Laclau, 2005: 129). Sin embargo, Laclau no se detiene allí: desde una perspectiva lacaniana afirma que estos significantes “constituyen lo que expresan a través del proceso mismo de su expresión” (Laclau, 2005: 129). En otras palabras, nombrar una unidad nueva es establecerla. Cuando una colectividad se está denominando a sí misma “pueblo”, se está creando como tal. A través del acto de “nominación” se sostiene la identidad del objeto. La consecuencia necesaria de todo esto será también la identificación del enemigo: “los poderes establecidos”, “las jerarquías”, “la casta” pueden ser significantes muy adecuados para presentarlo.

Si nos centramos ya en la dimensión elocutiva del discurso, el uso de la figura retórica tendrá una importancia sobresaliente. En este trabajo partimos de su consideración como elemento indagador en la realidad, “instrumento indispensable de conocimiento” (Arduini, 1993: 17) y, por tanto, capaz de modificar o construir los marcos de interpretación del auditorio a través de la creación de entramados simbólicos. Por ejemplo, con Ortega y Ricoeur, la metáfora más que funcionar como adorno sirve para crear la nueva forma de ver la realidad que nace de la tensión entre sus componentes (cf. Ortega y Gasset, 1964: 247). Desde el punto de vista de la lingüística cognitiva, las metáforas se entenderán como estructuras mentales de pensamiento que, a pesar de ser independientes del idioma, se expresan a través del mismo y, por lo tanto, definen nuestra percepción (Lakoff, 2008: 82-83). Es decir, para Lakoff y Johnson entendemos y experimentamos el mundo a través de una red de metáforas creada por nuestra propia cultura. Su uso no será ni mucho menos inocente en el discurso político: serán una fuente eficacísima de legitimación y deslegitimación (Lakoff y Johnson, 2009). Por otra parte, gran parte del poder persuasivo de la figura retórica residirá también en su poder evocador, visto que se trata de un lenguaje que no sirve tanto para describir como para experimentar la realidad: un texto rico de imágenes, como cualquier obra de arte, exige al receptor una respuesta emotiva y no racional.

También es fundamental la necesidad de crear imágenes mentales, escenarios visuales coherentes, concretos y dinámicos en la mente del auditorio que puedan servir de firmes anclajes del discurso, que puedan facilitar, entre otras cosas, su recuerdo (Molpeceres, 2012: 298-300). A este respecto Leanne señala acertadamente que la aparición en el discurso de imágenes sostenidas por palabras con alto valor descriptivo puede hacer que el oyente visualice ideas y temas de forma más clara y precisa que a través de cualquier presentación con diapositivas. Leanne estudia cómo Obama consigue plasmar sus ideas con imágenes concretas en la mente de sus oyentes a través, por ejemplo, del uso de un lenguaje de alto contenido simbólico, de la personificación de las ideas, de la creación de imágenes dinámicas, o del uso de ilustraciones muy concretas que apoyen las propias afirmaciones (Leanne, 2010: 85 y ss.).

Por último, hay que tener en cuenta la intención del orador. El motivo que le mueve a la acción, para López Pan, será un elemento fundamental a la hora de configurar el talante retórico, porque la intención, los criterios que conducen a una persona a tratar de persuadir sobre un asunto específico, revelarán sus valores morales (López Pan, 1996: 72-73). En el caso de los discursos analizados, el líder político tratará de demostrar que actúa movido por

una vocacional voluntad de servicio con respecto a unos ciudadanos con los que se identifica y cuyos valores representa, y que por eso tiene derecho a hablar en su nombre. En Rajoy esta voluntad de servicio se concretará en la creación del estadista prudente y estricto en tiempos de crisis, y en Iglesias, en la asunción del rol del héroe que necesitan unas circunstancias excepcionales.

Mariano Rajoy

El discurso de Rajoy es reflejo de lo difícil que resulta para el representante político, en situaciones de crisis, mantener el delicado equilibrio entre las dos caras que Margaret Canovan (1999: 9-15) considera que tiene la democracia: la política del escepticismo y la política de la fe, el pragmatismo y la redención. Por eso, Rajoy en su discurso, en primer lugar, tratará de salvar la acción “objetiva” de su gobierno. Nos presenta un gabinete formado por un grupo de profesionales bien preparados que sabe gestionar de forma eficaz el funcionamiento de las instituciones democráticas. De esta forma, concentra parte de su tiempo en la reivindicación de sus logros como gobernante, a través, por ejemplo, de la apelación al dato estadístico. Por ejemplo, Rajoy dibuja como culminación de su labor como gobernante “una [situación económica] que ha pasado de la recesión, a culminar la legislatura creciendo al 3.5% en el último trimestre de 2015”, en contraste con la incapacidad de los gobiernos anteriores.

Por otra parte, para la apelación a los valores de sus electores, para afianzar su condición de representante descriptivo y simbólico, Rajoy intenta construir un personaje querido para su audiencia: el líder pragmático, cercano y prudente, que guía el país con sentido común, sin renunciar nunca a los valores morales que se pueden asociar al personaje: seriedad y preparación. Veamos cómo lo consigue.

Rajoy justificará desde el principio el voto negativo a la candidatura de Sánchez a través de la presentación de esta como un engaño: la fabricación goffmaniana de un marco cognitivo que tiene como fin ocultar las verdaderas intenciones del socialista a través del falseamiento de la realidad (Goffman, 2013: cap. 4). Rajoy, en la *narratio* (Albaladejo, 1991: 85-91) de su discurso, presenta a un Pedro Sánchez que a sabiendas ha inducido a los españoles a la falsa creencia de que sus acciones tienen que ver con una voluntad de dar estabilidad a la nación, cuando en realidad se trata de un desesperado intento de supervivencia política. Rajoy es perfectamente consciente de las consecuencias del desenmascaramiento. Como señala Goffman, para el engañado, al producirse su descrédito, todo aquello que tenía lugar en su

marco deja de tener valor por no ser real: lo que diga el socialista en el debate de investidura será algo ficticio, vano para el espectador al que han abierto los ojos (Goffman, 2013: cap. 4). Y esto no solo tendrá valor para Sánchez, sino también para aquellos que han colaborado con él, que se convertirán en cómplices del engaño. Por ende, tanto las acciones pasadas como las futuras de todos los participantes en la fabricación quedarán estigmatizadas.

De ahí que Rajoy, con el objetivo de crear en la audiencia una imagen mental concreta, con un peso, utilice para definir las negociaciones de Sánchez y la presencia de este en el debate de investidura metáforas relacionadas con el mundo del teatro: no estamos asistiendo a algo real, sino a una escenificación, que, como tal, no tendrá ninguna consecuencia en la vida de nadie. Por eso, la negociación con el resto de los partidos políticos se definirá como

el vodevil de la negociación a dos bandas, que nos ha tenido entretenidos como una comedia de enredo en un escenario a dos puertas, por las que unos entran y otros se escabullen... Eso sí, muchas fotos y muchas ruedas de prensa.

Es por ello que la firma del acuerdo con Ciudadanos se “ha presentado con una escenografía que nos hacía pensar que nos encontrábamos ante una página histórica de dimensiones solo comparables al Pacto de los Toros de Guisando”. Es por ello que Rajoy no duda en calificar la candidatura de Sánchez como una “farsa” que ha planteado con conciencia de que la víctima son los españoles “a quienes se ha tomado el pelo”. Y para completar más todavía este vaivén cómico se usa la afortunada metáfora del “rigodón con cambio de parejas”. La identificación del debate y las negociaciones con una representación teatral, con un baile en el que los papeles cambian continuamente tendrá otra consecuencia que bien nota Goffman (2013: cap. 4) al analizar este marco: entre los espectadores y la representación hay una línea de separación infranqueable, que, si se acepta la metáfora de Rajoy, será la misma que exista entre Sánchez y el resto de los españoles. No los representa ni descriptiva ni simbólicamente: vive en un mundo aparte, y cuando se relaciona con ellos, lo hace desde un escenario.

Este planteamiento servirá también para construir la imagen del mismo Rajoy: el candidato popular se presentará a sí mismo como el hombre que no se deja engañar, y que sobre todo no trata de engañar a los españoles. Nos encontraremos inmersos en una narrativa en la que se presentará como una especie de inteligente detective que desenmascara al estafador. Por todo ello, no podemos evitar ver un paralelismo entre el discurso de Rajoy y el descubrimiento del culpable en la conclusión de una novela de misterio. Así se puede ver en el

siguiente ejemplo, donde el investigador reconstruye los pasos que ha seguido el delincuente para poner en marcha su plan, cuya imposibilidad se nos presenta morosamente a través del paralelismo sintáctico:

Solo cuatro cosas, Señoría, que se podían averiguar en un santiamén.

De hecho, todos sabíamos, supongo que usted también, que no podía cerrar un trato con Podemos, que no todos los nacionalistas aceptarían la abstención, que no podía pagar el precio que le exigían y, por último, que no podría colarlo de matute en este debate.

En una semana lo supo. Lo que ocurre es que también supo que necesitaba disimular, agotar los plazos, e iniciar en solitario la campaña electoral, porque estaba en juego su propia supervivencia política.

En las últimos compases del discurso, Rajoy vuelve el rostro hacia la realidad y se presenta como el garante de una estabilidad en la que la opinión de los socialistas no cuenta. Para poner en efecto esta exclusión emplea el argumento *ad personam*: el pasado del partido de centro izquierda y de su líder se presenta como invalidante para la participación en el debate: “No son aventuras lo que necesita España, y no es usted el mejor situado para extinguir los recelos, porque ni los antecedentes de su partido, ni los suyos personales le avalan”. Dentro de este marco, el político prudente se enfrenta con el improvisador cuyas palabras entran en contradicción con sus actos.

Sin duda, colaborará con la consolidación de esta imagen el uso que Rajoy hace de la ironía a lo largo de su intervención. En este sentido, es útil recordar la naturaleza de la figura: a través del enunciado irónico se transmite de forma implícita la actitud del hablante con respecto al punto de vista del que se está haciendo eco (Sperber y Wilson, 1994: 292). La ironía es una contradicción argumentativa en la que la enunciación se entiende como comentario en contra de lo afirmado por el enunciado, que es algo no compartido por el locutor (Alcaide Lara, 2004: 171).

Lo más importante es que el locutor, sin decirlo, se muestre totalmente contrario al enunciado emitido. Esto simultáneamente informa a su audiencia de cuáles son sus valores, y deslegitima los de la persona que podría pronunciar el enunciado irónico. Así define Rajoy la negociación socialista con Podemos: “Desde entonces estuvo ofreciendo a los españoles un Gobierno de progreso formado por Podemos y sus confluencias, como la gran esperanza para España; el inicio de la nueva era triunfal que vendría de la mano de su Señoría”. Como vemos, el enunciador se homologa al alocutario y aparece la ridiculez en la expresión hiperbólica. La

actitud de Rajoy con respecto al contenido del enunciado queda clara: es inverosímil que una alianza de estas características pueda traer ningún tipo de progreso a España.

Sin embargo, el popular no solamente sabrá mostrarse preparado y prudente, sino que también será cercano a su auditorio. En primer lugar, gracias a la adecuada elección de las figuras retóricas. Particularmente afortunado será el uso de comparaciones entre la actividad política y acciones de la vida cotidiana de fácil visualización. De esta forma, Sánchez para gobernar “[h]a estado un mes improvisando programas, poniendo y quitando cosas hasta el último minuto, como quien prepara el menú de una boda para dejarlo al gusto de todos”. O no dudará en comparar el gobierno socialista con pequeñas molestias primaverales: “Ustedes, los socialistas, siembran déficit y para con la misma naturalidad que noviembre trae los catarros y la primavera las alergias”, que incluye la idea de que las políticas socialistas son como malas hierbas que deberán arrancar aquellos que vengan después y hayan heredado su mala gestión. O cuando compara las medidas socialistas con la dieta de los convalecientes en la que “no se incluye nada que no cueste digerir”. Por todo lo dicho, los precedentes socialistas “dejan un regusto muy amargo”. A través de estas expresiones tan fuertemente sensoriales Rajoy se reivindica a sí mismo como un líder prudente, nada dado al riesgo y amante del sentido común que, sin embargo, se muestra en ocasiones estricto con la población al tener que obligarla “por su bien” a realizar sacrificios, cuya asunción no se discute por ser cuestión de responsabilidad.

Con todo lo dicho tiene mucho que ver el amplio uso de elementos fraseológicos a lo largo del discurso. Estos tendrán la función de expresar de forma muy sintética y visual contenidos de gran complejidad (Navarro, 2002: 203 y ss.). Asimismo, a través de su valor connotativo, nos podrán informar de los valores del político: en el caso de Rajoy, su uso responde a la presentación de forma eficaz de un líder que habla una lengua que es, en todos los sentidos, patrimonio de toda su audiencia y no el dialecto incomprensible de aquel que habla desde un escenario. Los ejemplos son bastante numerosos a lo largo del discurso: de nuevo, las negociaciones son definidas como un mes “de idas y venidas, de visitas y recepciones, ruedas de prensa, intercambio de credenciales, mucha televisión y muy solemnes palos al agua”; duda que los socialistas “no vuelvan a las andadas”, expresión que significa según el DRAE la recaída en un vicio o mala costumbre, y que no duda en aplicar a sus prácticas cuando están en el gobierno. O utiliza la vieja expresión “colar de matute”, que significa hacer entrar de contrabando, a la hora de acotar las coordenadas de un acuerdo negociador.

Con toda esta reivindicación de la propia persona como depósito de un patrimonio cultural cuyo sentido entiende cabalmente podemos relacionar las referencias históricas que aparecen en el discurso: la mención eminentemente irónica del Pacto de los Toros de Guisando, el recuerdo del compromiso de Caspe, o el de los pactos de la Moncloa, que sirven como contrapeso del rol histórico que se asigna a Sánchez. También está presente alguna referencia literaria, también motivada por la ironía, como puede ser la comparación entre el Bálamo de Fierabrás del Quijote y las contradicciones que a juicio del popular subyacen a los pactos sobre los que el socialista sostiene su candidatura.

Rajoy corría el riesgo de que a través de este complejo tejido discursivo no pudiera conectar con los marcos de interpretación de gran parte de sus receptores: exigía un cierto esfuerzo interpretativo la combinación del modismo pasado de moda con la referencia histórica desconocida por gran parte del auditorio. De hecho, hubo comentaristas que incluso crearon pequeños diccionarios para su correcta comprensión (Rubio Hancock, 2 de marzo de 2016). Sin embargo, a nuestro juicio, ocurrió exactamente lo contrario. Estas rarezas, estas particularidades, tuvieron un cierto eco mediático que contribuyó a que se cumpliera uno de los principales objetivos de todo político en esta época: conseguir un lenguaje propio que fuera capaz de transmitir de eficazmente las características del personaje que Rajoy –para bien y para mal- intenta crear a través de su discurso. Se trata de un liderazgo fundado en un supuesto sentido común que nace de la experiencia y en una responsabilidad que se identifica con un sacrificio que debe ser aceptado sin discusión. Eso, desde luego, no le libró de que en la redes sociales se asociara su intervención a la etiqueta “El club de la comedia” (Rubio Hancock, 2 de marzo de 2016).

Pablo Iglesias

Leído en su globalidad el discurso de Pablo Iglesias responde muy bien a los planteamientos que ya hemos expuesto sobre la articulación hegemónica de formaciones populistas: una serie heterogénea de demandas no satisfechas que están presentes en el discurso -la reforma del mercado energético, una política migratoria más justa, la consideración de la vivienda como un derecho inalienable, entre otras- se articulan alrededor de significantes vacíos como “gente”, que se repiten desde el principio: “Al fin y al cabo, estamos aquí por la gente y para la gente”, y que sirven para convertir a la colectividad que representa Iglesias en un verdadero actor político dentro del parlamento. Se trata de un actor político hegemónico, vista su voluntad de ocupar el espacio que correspondería a toda la ciudadanía.

De forma similar se podrían leer las continuas apelaciones al movimiento 15-M, que se entendería como una superficie de inscripción del conjunto de demandas que forma la cadena de equivalencias (cf. Laclau, 2005: 155). Como hemos dicho más arriba, este actor político encuentra su antagonista en un enemigo único que, a pesar de pertenecer a su misma sociedad, es excluido: para Iglesias, se trata de las “oligarquías que ahogan la posibilidad de un cambio verdadero en España”. El primer escenario de esta lucha entre las oligarquías y el pueblo es el ámbito de los significantes flotantes. Por ejemplo, a través de la acción política de estas oligarquías, “se está atacando el significado mismo de la palabra democracia”, de la que desde nuestro punto de vista se intenta apropiarse Iglesias en su discurso.

De acuerdo con lo dicho, nos encontramos con un escenario fuertemente polarizado, como sucede siempre que se impone la lógica política del populismo (cf. Laclau, 2005: 150-151), entre una formación hegemónica que representa a los ciudadanos oprimidos y unos crueles grupos de poder que no tienen en consideración sus demandas. La conclusión a la que nos llevará Iglesias estará fuertemente interiorizada por su audiencia: se hace necesaria la llegada de un salvador.

Por tanto, en estas condiciones, el marco de interpretación en el que Pablo Iglesias inserta su discurso y sobre el que construye su imagen como orador tiene mucho que ver con un personaje mítico ampliamente aceptado por gran parte del auditorio: el del héroe, que ya desde el inicio se manifiesta en el entramado metafórico, a través del símil que equipara el nacimiento del movimiento del 15-M con la lucha de David contra Goliat: “llegamos a este Parlamento empujados por la ilusión que se abrió paso como la piedra que David lanzó a Goliat con su onda, convirtiendo en proyecto político un sencillo mensaje que lanzó la gente en las plazas: sí se puede”.

Sin embargo, antes de seguir, se hace necesario proponer una definición de héroe y establecer los límites del relato en el que se inserta. A la hora de acotar la identidad simbólica del mito, José Manuel Pedrosa señala como primer elemento presente en cualquier relato heroico la existencia de un contexto carencial, de bienes limitados (Pedrosa, 2003: 40-42), que el héroe se ve obligado a cambiar.

De acuerdo con lo dicho, el exordio sirve para que el candidato introduzca su discurso en una historia de violencia, de injusticia, que se fundamenta argumentativamente en los ejemplos de víctimas comprometidas como Salvador Puig Antich o de los trabajadores de Vitoria que son asesinados por el Estado por defender en solitario unos derechos sociales que les correspondían legítimamente. En otras palabras, consolida la propia legitimidad no solo en

sus reivindicaciones sino también en el llamado argumento por el sacrificio: las muertes, los dolores que hay detrás de la lucha funcionan como ulterior basamento persuasivo del discurso (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989: 383-386). De esta forma, se activa a través del ejemplo (Perelman, 1997: 143) un marco que plantea la realidad política como una guerra larga y sangrienta. Es la que se establece entre los ciudadanos y unos oscuros poderes que los explotan hasta la extenuación. Hay muchos más ejemplos a lo largo del discurso: los políticos de los otros partidos presentes en el parlamento sonríen cínicamente porque “[s]aben que hay corrupción, explotación y precariedad, pero denuncian cualquier intento de cambiar las cosas como peligroso, inaceptable y sobre todo imposible”. A la hora de atacar a Pedro Sánchez, Iglesias dibuja una situación social de gran dureza:

No se puede señor Sánchez hablar de Estado del Bienestar y mantener esa senda suicida de reducción del déficit público. Los trabajadores en precario, las mujeres con hijos y sus familiares a cargo, los parados que no reciben ninguna prestación, las familias desahuciadas por los bancos, las abuelas y abuelos obligados a estirar su pensión para ayudar a sus familias son las víctimas del dogmatismo económico neoliberal que debemos superar.

Si nos damos cuenta, nos encontramos con una enumeración casi caótica de elementos que acaban por encontrar un punto de encuentro en el significante “víctimas”. Es decir, a través de su discurso, Iglesias trata de dar homogeneidad a la variedad de actores que pueden adherir al movimiento populista y de introducirlos dentro de la narrativa heroica.

Algunos de los ejemplos anteriores ya nos dan una idea del siguiente paso que da Pedrosa en su acotación del héroe: este convierte una situación de bienes limitados en otra de bienes ilimitados no para el provecho personal, sino con el objetivo de donarlos a la comunidad de forma altruista. En la épica, el sacrificio, la aventura, solo tendrán un final feliz si el héroe entrega los bienes que ha conseguido a las personas justas, si, por ejemplo, les restituye lo que se les había robado (Pedrosa, 2003: 43). De esta forma se presentan gran parte de las propuestas de Iglesias. Particularmente interesante es su ataque a las instituciones europeas al definirlas como “casino financiero en el que los pueblos pagan la factura de la fiesta de los banqueros”, a través de unas metáforas que identifican la actividad financiera con una orgía continuada.

En su análisis de la relación que el héroe establece con la sociedad, Fernando Savater caracteriza al primero como el individuo que gracias a su diferencia es capaz de cambiar las

costumbres de una comunidad mientras persigue la propia autonomía (Savater, 2009: cap. 2). Como la libertad ya está inscrita en el destino del héroe, su lucha se centrará en recuperar la de los demás. Por ello, para Savater, “el afán del héroe es ingenuo, que etimológicamente quiere decir nacido libre; cívicamente, su tarea más espontáneamente es la de Libertador” (2009: cap. 2).

Su condición por naturaleza es excepcional y excesiva: no respeta las costumbres del mundo que le rodea. Sin embargo, es el mejor espejo de la virtud. De hecho, Savater (2009: cap. 2) define al arquetipo como aquel que “logra ejemplificar en su acción la virtud como fuerza y excelencia”. En otras palabras, se trata de aquel que a través de la proeza consigue practicar la virtud, y lo hace de un modo perfecto, más allá de las cortapisas que el mundo impone a su ejercicio. Por otra parte, siempre con Savater (2009: cap. 2), el cumplimiento del propio deber no responde a coacciones externas, sino que nace directamente del mismo ser del héroe: es su mejor expresión (Savater, 2009: cap. 2). Se trata de la nobleza perfecta, solo alcanzable por aquel que es diferente a través del exceso.

A la propia integridad moral, a su diferencia con respecto a los demás, Iglesias hará referencia explícita en el discurso. Por ejemplo, en lo referente al proceso de negociación con Pedro Sánchez Iglesias afirma: “Yo no traiciono a mi gente, señor Sánchez. Quizá pueda reprocharme usted la firmeza o no respetar mucho los protocolos o la etiqueta, pero nunca reprocharme no haber sido claro ni sincero con usted desde el principio”. A estas características morales se opone la normalidad política que es entendida como “el arte de la simulación, cuando no el arte de la mentira y el camuflaje, cuando no del mestizaje”. La propia indumentaria de Iglesias, que también tanto impacto mediático ha tenido, apoya más todavía la imagen mental del hombre diferente por su moralidad, fuera de esquemas y maquinarias, que se enfrenta solo al gigante. Esta condición de héroe de conciencia limpia se refuerza más todavía a través de la referencia a otros modelos heroicos ya comúnmente aceptados por parte del auditorio, como puede ser el del Subcomandante Marcos, cuyas palabras se repiten a lo largo del discurso. Iglesias las llega a utilizar como cierre: “En el engaño nada florece, en la verdad todo es posible. Libertad, justicia y democracia”.

Para analizar esta parte del discurso no viene mal recordar que, en lo que se refiere a la cita literal, Graciela Reyes señala que,

[t]oda cita directa, incluso la más literal, es un simulacro, una imagen hecha a semejanza de otra cosa, nunca completamente igual a su modelo. Sólo por desplazarse de contexto, el texto citado se altera irremediabilmente. (Reyes, 2002: 24)

Desde nuestro punto de vista, a través de la cita, Pablo Iglesias trata de apropiarse de las características heroicas que el imaginario atribuye al revolucionario de Chiapas, que termina por presentar como “un emigrante mexicano que trabajó en el Corte Inglés”. Es decir, un posible militante del partido. Cita porque considera que es digno de hacerlo. Por otra parte, las palabras que coronan esta cita son utilizadas por la fascinación, por las emociones que pueda causar su pronunciación, sin tener en cuenta cuál es realmente su significado. Y esto es porque es inaprensible: se trata de significantes que han sufrido un vaciamiento. No interesa qué es realmente la libertad, la justicia o la democracia, sino el hecho de que pueden servir para abarcar, para dar unidad, a las demandas de la cadena equivalencial de la formación populista.

Iglesias opondrá virtudes como la sinceridad, el valor o la pureza a los manejos corruptos de un monstruoso adversario, las citadas oligarquías, inscritas en una arquitectura, la de la globalización, que “humilla cada día la soberanía popular y restringe el desarrollo de las bases ideológicas de la modernidad: la igualdad, la fraternidad y la libertad”.

Como se puede ver, se trata de una lucha desigual de los pequeños contra los grandes que, sin embargo, estos van ganando a costa de sacrificios. Y esto se manifiesta a través de la personificación: el lector tiene la sensación de que en vez de abstracciones se está hablando de enemigos soberbios y asesinos contra los que se lucha en un contexto extremo. Y es que el reino del héroe es la aventura: ese tiempo lleno, que se vive con la mayor intensidad posible, y en el que la normalidad queda suspendida por la asechanza continua de la muerte (Savater, 2009). Se trata de un momento que, para Campbell, es el único en el que el héroe puede cumplir su destino (Campbell, 1972: 60). Por todo lo dicho, el ámbito de la aventura con la correspondiente vivencia del tiempo de la excepcionalidad es toda la sociedad española, entendida en varias ocasiones como campo de batalla. Añadamos un ulterior ejemplo:

Nosotros no somos ambiguos y proponemos las cinco de la PAH: dación en pago retroactiva, alquileres asequibles, fin de los desahucios sin alternativa habitacional, fin de acaparamiento de las viviendas vacías por grandes especuladores y garantía de suministros para acabar con los cortes de luz, agua, y gas que son también derechos humanos. Quiero desde esta tribuna rendir homenaje a aquellos que se juegan su libertad y su integridad física por defender el derecho a la vivienda.

Y el Parlamento no será ajeno a esta batalla, sino su clara manifestación simbólica. Es por eso que, aprovechando el hecho de que el discurso está siendo retransmitido, Iglesias opta por segmentar su auditorio. Quiere que sobre todo le oigan las víctimas: “quiero dirigirme a

ustedes pero sobre todo a la gente que sigue este debate por los medios de comunicación”. Se trata de aquellos que, en el marco de interpretación planteado por Iglesias, el resto de los políticos ha olvidado.

Con este marco de interpretación que es la lucha arquetípica entre el bien y el mal tienen mucho que ver los ataques que Iglesias dedica a sus adversarios políticos: por ejemplo, Sánchez habrá cambiado sus principios originarios por la servidumbre a las oligarquías. Esta adulteración tendrá mucho que ver con la “correcta” acepción de los significantes flotantes, que de nuevo se convierten en terreno de lucha: “[A propósito de Ciudadanos] para ellos la palabra liberal tiene que ver con defender a los privilegiados. Pero esperaba otra cosa de un socialista, señor Sánchez”. Esta traición a los principios originarios de un partido cuya militancia “llevaba antes a la cárcel y al pelotón de fusilamiento que a los consejos de administración de las grandes empresas” se nos presenta con una afortunada imagen mental a través del cuadro que sirve como contexto para la firma de los pactos:

A la vista del contenido de su pacto, señor Sánchez, creo que usted debería haber buscado otro cuadro [en vez de El Abrazo de Juan Genovés]. Las lanzas de Velázquez hubiera sido mucho mejor puestos a simbolizar una capitulación.

Por eso, por motivos diferentes, llega a las mismas conclusiones que Rajoy: “No nos tome el pelo, señor Sánchez”. A esta presentación del adversario político, como era de esperar, Iglesias opone su claridad. La corrupción es la ambigüedad del socialista en materias de políticas de emigración a la que Iglesias opone “imágenes vergonzosas como la del niño muerto en la playa”.

El ataque a la imagen de Rivera se moverá en la misma tónica: también se tratará de un líder falso, adulterado, por “[no tener] otra ideología que su cercanía al poder”. Su partido a lo largo del discurso se definirá como “la naranja mecánica”, en referencia a la novela de Anthony Burgess. Particularmente interesante es la homologación de Rivera con el personaje histórico de César Borgia, a través de la referencia a Maquiavelo, al que se supone que el líder de Ciudadanos no ha leído todavía.

En lo que se refiere a Rajoy, como era previsible, la mención es breve –hay que añadir que tanto Iglesias como Rivera están prácticamente ausentes en el discurso de Rajoy- y la desautorización se producirá a través de la crítica al pasado del Partido Popular, que se define como “hijo del totalitarismo”, “arrogante con los débiles y servil con los fuertes” que “ha

hecho de la corrupción y del engaño una forma de gobierno” en su presente. La imagen mental con que se cierra el ataque en el envoltorio de una pregunta retórica es muy efectiva: “¿Tienen ustedes algún Mario Monti en el armario?”

En resumidas cuentas, Iglesias estará intentando transmitir a su auditorio que está tratando no con políticos, sino con enemigos de la sociedad, causa de los dolores de la crisis, de forma coherente con la lógica política del populismo. La salvación solo puede venir de la medida excepcional, del gesto heroico, que en este discurso viene representado tanto por Iglesias como por su partido. Qué duda cabe que este personaje arquetípico tendrá otra función fundamental: servirá para construir la identidad del grupo como actor político legítimo (cf. Laclau, 2005: 204-205).

Ahora bien, como ya hemos dicho, se trata de una postura que, si bien puede resultar adecuada para un cierto segmento de la audiencia, en cuanto, por ejemplo, transgresor de tabúes que atenazan a la sociedad, y que son causa de sus sufrimientos (cf. por ejemplo Tortosa, 5 de marzo de 2016) se corre el riesgo de que la fuerte personalidad del héroe se confunda con una arrogancia, con una prepotencia fuera de tono (cf. por ejemplo García-Abadillo, 2 de marzo de 2016) que a la postre le impediría conectar con una audiencia más amplia. El personaje que crea Iglesias en su discurso es arriesgado, pero muy efectivo por su fuerte carga emocional. Sin embargo, esta efectividad funciona con plenitud solo para un número muy limitado de oyentes, y acaba con volverse contra él mismo una vez fuera de ese ámbito.

Conclusiones

El análisis de estos dos discursos –inesperados en el contexto de un debate de investidura- nos informa de la principal necesidad de todo líder político: construir una imagen fiable, incluso dentro del ámbito de la excepcionalidad, que sea capaz de conectar con la población a través del uso de marcos de interpretación aceptados inconscientemente, y que se manifiestan en todos los niveles del discurso, en particular, en el elocutivo. Esta construcción traerá consigo una ulterior consecuencia: la destrucción de la imagen del adversario a través de los mismos medios. Como se ha visto con una cierta atención, en estas dos intervenciones, primó este deseo de poner ante el público un personaje atractivo por encima del efectivo debate sobre los programas de gobierno. Todo esto nos informaba de que estos líderes políticos entendieron que el debate retransmitido para una amplia audiencia suponía una inmejorable oportunidad para hacer propaganda electoral, aunque así no se reconociera.

En el caso de Rajoy nos encontramos con un discurso fuertemente institucionalizado en el que a través de la presentación del líder prudente se intenta superar la tensión que existe entre la política del escepticismo, que se centra en la pura gestión de las instituciones, y la de la redención, la que es cercana a los valores morales de la población. Por su parte, Iglesias, dentro del contexto de la lógica política del populismo nos presenta un mundo dividido en dos facciones: por un lado, una formación hegemónica que adquiere una unidad como actor político bajo el paraguas del significante vacío de la “gente”, y un enemigo que se sustancia en unas “oligarquías” dedicadas al sometimiento del ciudadano. Esta presentación tan fuertemente polarizada del espacio social solo podía tener una consecuencia: la emergencia de los excesos de un héroe nacido para salvar a los oprimidos.

Ahora bien, tanto Iglesias como Rajoy tuvieron que afrontar la otra cara de la moneda: la amplitud de esta audiencia, la amplia difusión y comentario que sus discursos tuvieron en los medios de comunicación les enfrentaron con la limitación de todo orador: la imposibilidad de convencer a todos sus oyentes, y las limitaciones de los personajes que les construyeron. De esta forma, Rajoy no solo pudo ser el político que opone la experiencia y la prudencia a las aventuras de la izquierda, sino que para muchos otros se convirtió en un humorista de *El club de la comedia*. Por otra parte, el halo heroico que tiñó la intervención de Iglesias terminó siendo interpretado como una demostración de soberbia y arrogancia desacorde con el contexto en el que se encontraba.

Bibliografía

Bibliografía primaria

IGLESIAS, P. (2016). Discurso íntegro de Pablo Iglesias en el debate de investidura.

Recuperado de: http://noticias.lainformacion.com/politica/discurso-integro-de-pablo-iglesias-en-el-debate-de-investidura_n3peVwWCL1y2TCQiDBbqF3

RAJOY, M. (2016). Intervención del presidente del Partido Popular, Mariano Rajoy. Debate

de investidura. Recuperado de:

http://www.pp.es/sites/default/files/documentos/16.03.02._discurso_rajoy_investidura.pdf

Bibliografía secundaria

La mejor opción. (2016, 3 de marzo). *El País*. Recuperado de:

http://elpais.com/elpais/2016/03/02/opinion/1456945479_786948.html

- Nadie se mueve, el bloqueo se agudiza. (2016, 3 de marzo). *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/opinion/2016/03/03/56d74895e2704e02248b467a.html>
- Sánchez fracasa. (2016, 3 de marzo). *ABC*, 4.
- ALBALADEJO, T. (1991). *Retórica*. Madrid: Síntesis.
- ALBALADEJO, T. (2001). Retórica, tecnología, receptores. *Revista de retórica y teoría de la comunicación*, 1, 9-18.
- ALCAIDE LARA, E. (2004). La ironía, recurso argumentativo en el discurso político. *Rilce*, 20(2), 169-189.
- ARDUINI, S. (1993). La figura retórica como universal antropológico. *Castilla. Estudios de literatura*, 18, 7-18.
- ARISTÓTELES (1999). *Retórica*. Madrid: Gredos.
- BARTHES, R. (1982). *Investigaciones retóricas I. La antigua retórica. Ayudamemoria*. Barcelona: Ediciones Buenos Aires.
- BORDES SOLANA, M. (2011). *Las trampas de Circe. Falacias lógicas y argumentación informal*. Madrid: Cátedra.
- CABALLERO LÓPEZ, J. A. (2010). La retórica del *ethos* (imagen de sí) en la oratoria de Práxedes Mateo Sagasta. *Rhêtorikê: revista digital de retórica*, 1, 1-21.
- CAMPBELL, J. (1972). *El héroe de las mil caras*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- CANOVAN, M. (1999). Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political Studies*, XLVII, 2-16.
- ERREJÓN, I. (2012). *La lucha por la hegemonía durante el primer gobierno del MAS en Bolivia (2006-2009): un análisis discursivo* [Tesis doctoral]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- GARCÍA ABADILLO, C. (2016, 2 de marzo). Naranja mecánica y 'flashback'. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/espana/2016/03/02/56d741ff22601da62a8b457c.html>
- GOFFMAN, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- GOFFMAN, E. (2013). *Frame Analysis. L'organizzazione dell'esperienza* [Formato Kindle]. Roma: Armando Editore.
- KUYPERS, J.A. (2009). Framing Analysis. En Kuypers, J.A. (Ed.), *Rhetorical Criticism* [Formato Kindle]. Plymouth: Lexington Books.

- LACLAU, E. y MOUFFE, C. (1987), *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- LACLAU, E. (2005), *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- LACLAU, E. (2007), *Emancipation(s)*. Londres / Nueva York: Verso.
- LAKOFF, G. y JOHNSON, M. (2009), *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra
- LAKOFF, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- LAKOFF, G. (2008). *The Political Mind. Why Can't You Understand 21st-Century Politics with a 18th Century Brain*. Nueva York: Viking.
- LEANNE, S. (2010). *Say It like Obama and Win!* Nueva York: McGraw-Hill.
- LÓPEZ EIRE, A. y SANTIAGO GUERVÓS, J. (2000). *Retórica y comunicación política*. Madrid: Cátedra.
- LÓPEZ PAN, F. (1996). *La columna periodística. Teoría y práctica. El caso de Hilo Directo*. Pamplona: EUNSA.
- LÓPEZ QUINTAS, A. (2015). *La palabra manipulada*. Madrid: Rialp.
- MAINGUENEAU, D. (1993). *Le contexte de l'oeuvre littéraire: énonciation, écrivain, société*. París: Dunod.
- MOLPECERES, S. (2011). La imagen del político como líder. Su construcción retórica a través del discurso y su efecto persuasivo. En Caballero López, J.A., Delgado Idarreta, J.M. y Sáenz de Pipaón Ibáñez, C. (Eds.), *Entre Olózaga y Sagasta. Retórica, prensa y poder* (pp. 155-164). Logroño: Ediciones Instituto de Estudios Riojanos.
- MOLPECERES, S. (2012). Imágenes mentales retórico persuasivas en el discurso político actual: Los ejemplos de Obama y Zapatero. En Del Río Sainz, E., Ruiz de la Cierva, M.A. y Albaladejo, T. (Eds.), *Retórica y política. Los discursos de la construcción de la sociedad* (pp. 297-312). Logroño: Ediciones Instituto de Estudios Riojanos.
- MOLPECERES, S. (2014). *Mito persuasivo y mito literario. Bases para un análisis retórico-mítico del discurso*. Valladolid: Ediciones Universidad de Valladolid.
- NAVARRO, C. (2002), La fraseología en el discurso político y económico de los medio de comunicación. En Cusato, D.A. y Frattale, L. (Eds.), *Atti del XX Convegno Associazione Italiana di Ispanisti. Testi specialistici e nuovi saperi nelle lingue iberiche* (pp. 199-211). Messina: Andrea Lippolis Editore.
- ORTEGA Y GASSET, J. (1964). Ensayo de estética a manera de prólogo. En Ortega y Gasset, J., *Obras completas IV* (pp. 247-264). Madrid: Revista de Occidente.

- PEDROSA, J.M. (2003). La lógica de lo heroico: mito, épica, cuento, cine, deporte... (modelos narratológicos y teorías de la cultura). En VV.AA., *Mitos y héroes* (pp. 37-63). Urueña: Fundación Etnográfica Joaquín Díaz y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- PERELMAN, C. y OLBRECHTS-TYTECA, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- PERELMAN, C. (1997). *El imperio retórico. Retórica y argumentación*. Santafé de Bogotá: Norma.
- PITKIN, H. F. (1985). *El concepto de representación*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.
- REYES, G. (2002). *Los procedimientos de cita: estilo directo y estilo indirecto*. Madrid: Arco/Muralla.
- RICOEUR, P. (2004). *Tiempo y narración I*. México D.F.: Siglo XXI Editores.
- RUBIO HANCOCK, J. (2016, 2 de marzo). Del rigodón a Los Toros de Guisando. Diccionario del discurso de Rajoy. *El País*. Recuperado de: http://verne.elpais.com/verne/2016/03/02/articulo/1456910743_580127.html
- SANTIAGO GUERVÓS, J. (2008). La selección léxica en la comunicación persuasiva: manipulación y uso del significado para la descodificación y la inferencia. *Español actual. Revista de español vivo*, 89, 113-126.
- SAVATER, F. (2009). *La tarea del héroe* [Formato Kindle]. Barcelona: Ariel.
- SPERBER, D. y WILSON, D. (1994). *La relevancia*. Madrid: Visor Libros.
- TORTOSA, J. (2016, 5 de marzo). Sobre la “cal viva” y otros tabúes a dinamitar”. *Público*. Recuperado en: <http://blogs.publico.es/juan-tortosa/2016/03/05/sobre-la-cal-viva-y-otros-tabues-a-dinamitar>
- ZIZEK, S. (1992). *El sublime objeto de la ideología*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

NOTA BIOGRÁFICA DEL AUTOR

Carlos Frühbeck Moreno (Burgos, 29/01/1977). Doctor en Literatura Española y Teoría de la Literatura por la Universidad de Valladolid. Profesor de Español para Extranjeros en países como China, Italia o Vietnam para instituciones como la AECID, el Instituto Cervantes o la Universidad de Perugia. Actualmente trabaja como Assistant Professor de Lengua y Cultura Españolas en la Universidad degli Studi di Enna “Kore”, en Sicilia. Se ha ocupado de poesía española contemporánea y de géneros periodísticos como la crónica, con particular atención a

la escrita por los corresponsales de guerra. Ha publicado las monografías *Justo Alejo: Una escritura de vanguardia y compromiso* (Editorial Azul, 2003) y *Palabra y poética en Francisco Pino* (Academia del Hispanismo, 2014), y diversos artículos sobre autores como Agustín de Foxá, Rafael Pinedo, José Viñals, Camilo José Cela, Esther García Llovet, Javier Bueno o Juan Pujol en revistas especializadas. Actualmente está preparando una monografía sobre el poeta argentino Héctor Viel Temperley.