

Discurso y poder en contextos políticos contemporáneos:

Donald Trump y el discurso del “Día de la Liberación”

Estrategias pragmatolingüísticas de vinculación afectiva y legitimación

Bárbara Caffarel-Rodríguez*

<https://orcid.org/0000-0002-2388-7623>

<https://ror.org/01v5cv687>

barbara.caffarel@urjc.es

María Jesús Nieto y Otero

<https://orcid.org/0009-0002-7773-2632>

<https://ror.org/03ths8210>

mariajesusnietoyotero@gmail.com

Fecha de finalización: 5 de febrero de 2026.

Recibido: 5 de febrero de 2026.

Aceptado: 28 de agosto de 2026.

Publicado: 28 de septiembre de 2026.

DOI: <https://doi.org/10.26422/aucom.2026.1503.caf>

Resumen

Este artículo estudia los elementos del discurso político en los que la persuasión opera como estrategia comunicativa. En particular, examina la vinculación afectiva a partir de las propuestas de Nieto y Otero (2012, 2018) y la legitimación según el modelo de Van Leeuwen (2007) en el discurso denominado “El Día de la Liberación”, pronunciado por Donald Trump el 2 de abril de 2025 con motivo de la presentación de su nueva política arancelaria.

Se adopta una metodología mixta que combina el análisis pragmatolingüístico con el tratamiento cuantitativo de las categorías mediante estadísticos descriptivos y análisis de correlación, aplicando los coeficientes de Pearson y Spearman.



Los resultados muestran que los actos discursivos que incorporan un mayor número de estrategias de vinculación afectiva (EVA) tienden también a contener un mayor número de estrategias de legitimación (EL). La convergencia entre ambos coeficientes refuerza la consistencia de este resultado y confirma que las EVA y las EL tienden a aparecer conjuntamente en los mismos actos discursivos, aunque la intensidad de la asociación sea moderada-baja. Ambas estrategias construyen un marco interpretativo positivo que favorece la aceptación de las decisiones políticas que comunica el presidente.

Los resultados deben interpretarse con las limitaciones propias del tamaño del corpus, circunscrito a un único discurso y a un evento puntual, así como supeditado al perfeccionamiento del protocolo de IA. Sería conveniente ampliar y diversificar el corpus para comprobar la estabilidad de las tendencias observadas.

Palabras clave: análisis de discurso político, vinculación afectiva, legitimación, asertividad, Donald Trump.

Discourse and Power in Contemporary Political Contexts: Donald Trump and the “Day of Liberation” Speech

Pragmalinguistic Strategies of Affective Bonding and Legitimation

Abstract

This article examines the elements of political discourse in which persuasion operates as a communicative strategy. Specifically, it analyzes affective bonding on the basis of the proposals developed by Nieto and Otero (2012, 2018) and legitimization according to Van Leeuwen’s model (2007) in the speech entitled “*Liberation Day*”, delivered by Donald Trump on April 2, 2025, on the occasion of the announcement of his new tariff policy.

A mixed-methods approach is adopted, combining pragmalinguistic analysis with the quantitative treatment of categories through descriptive statistics and correlation analysis, using both Pearson’s and Spearman’s coefficients.

The results show that discursive acts containing a greater number of affective bonding strategies (ABS) also tend to contain a greater number of legitimization strategies (LS). The convergence between the two coefficients strengthens the consistency of this finding and confirms that ABS and LS tend to co-occur within the

same discursive acts, although the strength of the association is low to moderate. Together, these strategies construct a positive interpretive framework that facilitates acceptance of the political decisions communicated by the president.

The findings should be interpreted in light of the limitations associated with the size of the corpus, which is restricted to a single speech and a specific event, as well as being subject to the ongoing refinement of the AI-based coding protocol. Future research should expand and diversify the corpus in order to assess the stability of the trends identified.

Keywords: political discourse analysis, affective engagement, legitimation, assertiveness, Donald Trump.

Discurso e poder em contextos políticos contemporâneos: Donald Trump e o discurso do Dia da Libertação

Estratégias pragmatolinguísticas de vinculação afetiva e legitimação

Resumo

Este artigo analisa os elementos do discurso político nos quais a persuasão opera como estratégia comunicativa. Em particular, examina a vinculação afetiva a partir das propostas de Nieto e Otero (2012, 2018) e a legitimação segundo o modelo de Van Leeuwen (2007), no discurso intitulado “*Dia da Libertação*”, pronunciado por Donald Trump em 2 de abril de 2025, por ocasião da apresentação da sua nova política tarifária.

Adota-se uma metodologia mista que combina a análise pragmatolinguística com o tratamento quantitativo das categorias por meio de estatísticas descritivas e análise de correlação, recorrendo aos coeficientes de Pearson e de Spearman.

Os resultados mostram que os atos discursivos que incorporam um maior número de estratégias de vinculação afetiva (EVA) tendem também a conter um maior número de estratégias de legitimação (EL). A convergência entre ambos os coeficientes reforça a consistência deste resultado e confirma que as EVA e as EL tendem a ocorrer conjuntamente nos mesmos atos discursivos, embora a intensidade da associação seja moderada a baixa. Ambas as estratégias constroem um quadro interpretativo positivo que favorece a aceitação das decisões políticas comunicadas pelo presidente.

Os resultados devem ser interpretados à luz das limitações inerentes à dimensão do corpus, circunscrito a um único discurso e a um acontecimento específico, bem como

dependente do aperfeiçoamento do protocolo de IA. Seria conveniente ampliar e diversificar o corpus para verificar a estabilidade das tendências observadas.

Palavras chave: análise do discurso político, vinculação afetiva, legitimação, assertividade, Donald Trump.

Introducción

El presente estudio se inscribe, por una parte, en el enfoque pragmalingüístico, que aborda el análisis de las unidades mínimas de sentido del discurso oral desde una perspectiva funcionalista (Briz y Grupo Val.Es.Co., 2003), y, por otra, en la propuesta de Bolívar y del grupo ALED, centrada en los procedimientos mediante los cuales los hablantes construyen significado a través de estrategias discursivas y recursos lingüísticos en interacciones reales (Bolívar, 2024).

Este estudio analiza la relación entre legitimación y vinculación afectiva en el discurso del “Día de la Liberación”, pronunciado por Donald Trump durante los primeros cien días de su mandato. La afectividad ha sido objeto de investigación lingüística mediante estudios aplicados como los de Reber (2012), Couper-Kuhlen y Selting (2017) y Janney (1996). Este último, junto con Caffi y Arndt (Caffi y Janney, 1994; Janney y Arndt, 1992), desarrolló una de las propuestas más completas para el análisis de la afectividad, posteriormente ampliada y profundizada por Hidalgo Downing y Nieto y Otero (2014) y por Nieto y Otero (2002, 2004, 2007, 2018). A pesar de la importancia y el interés de la afectividad en el ámbito de la pragmática y del análisis lingüístico; no existe una definición única y clara de la afectividad aplicada a su uso intencional en el discurso y, en particular, en el discurso político.

En primer lugar, siguiendo la corriente sobre afectividad desarrollada por Castilla del Pino (2000), esta presenta diversas funciones; una de ellas es la vinculación afectiva, que se establece a través de diferentes estrategias; que en este estudio se relacionan con la legitimación.

En segundo lugar, la legitimación, siguiendo a Van Leeuwen (2007), es una construcción discursiva con cuatro estrategias encaminadas a justificar las prácticas sociales.

Ambas categorías con sus estrategias se analizarán en el mismo discurso a través de las evidencias lingüísticas que el emisor Donald Trump haya dejado, y que permitan

extraer conclusiones acerca de la relación que existe entre ellas, y con la construcción social, política y económica en la comunicación de las nuevas medidas arancelarias.

Contexto socio-político, económico y comunicativo

El significado de un enunciado no puede interpretarse al margen de las condiciones situacionales, cognitivas e ideológicas que lo enmarcan (Van Dijk, 2009). Asimismo, el contexto constituye un elemento esencial del discurso político, pues determina qué se dice, cómo y con qué finalidad (Bolívar, 2004)

El discurso del “Día de la Liberación” se sitúa en los primeros meses del segundo mandato de Trump, en un contexto marcado por el endurecimiento de la política comercial estadounidense y el aumento de la incertidumbre internacional. Según The White House (2025), el 2 de abril de 2025 Trump declaró una emergencia nacional vinculada al déficit comercial e impuso un arancel general del 10 % a las importaciones, junto con gravámenes superiores para determinados socios comerciales. La medida, aplicada mediante la Ley de Poderes Económicos de Emergencia Internacional, supuso el primer uso de esta norma con fines arancelarios desde 1977 y abrió un debate jurídico sobre el alcance de la autoridad presidencial en materia comercial (Zirpoli, 2025). En este escenario, el Fondo Monetario Internacional revisó a la baja sus previsiones de crecimiento y advirtió de los riesgos asociados al aumento de los aranceles y a la inestabilidad de las políticas comerciales (International Monetary Fund, 2025).

El discurso funciona como un acto de habla performativo orientado a justificar este giro económico y a proyectar una imagen de fortaleza nacional. La articulación de la afectividad ocupa así un lugar central, ya que contribuye a reforzar la identificación colectiva y a favorecer la aceptación o el rechazo del mensaje político (Marcus et al., 2000; Brader, 2006; Nieto y Otero, 2017). Por ello, este discurso resulta adecuado para analizar cómo las estrategias afectivas y sus evidencias lingüísticas participan en la construcción de legitimidad.

Marco teórico

Desde una perspectiva pragmática, el discurso político posee una naturaleza intencional y persuasiva. Aplicada al discurso, esta función se manifiesta en vínculos de proximidad o distancia respecto al emisor, al receptor y al mensaje.

Persuasión y afectividad

La investigación en comunicación ha destacado que la persuasión no depende únicamente de argumentos racionales, sino también de apelaciones emocionales capaces de influir en actitudes y comportamientos (Albarracín et al., 2012). En este proceso intervienen la eficacia cognitiva, la retórica y la adecuación al contexto (Tseronis et al., 2024). Perloff (1993) define la persuasión como una actividad orientada a modificar actitudes, creencias o comportamientos mediante un mensaje que el receptor puede aceptar o rechazar. Entre sus recursos se encuentra el miedo, cuya eficacia aumenta cuando presenta una intensidad moderada (Mayordomo et al., 2003).

Arndt y Janney (1992) y Janney (1996) sentaron las bases del estudio de la afectividad en el lenguaje al considerarla una estrategia comunicativa y no solo una expresión espontánea de las emociones. Aunque estas poseen una base biológica y cognitiva, también están condicionadas culturalmente y se interpretan a través del lenguaje (Arregui, 2003; Arregui y Choza, 1995; Solomon, 1997, 2004; Damasio, 1996, 1999; Geertz, 2006). La afectividad se concibe, además, como un fenómeno bipolar, ya sea mediante categorías opuestas (Plutchik, 1958; Ten Houten, 2007) o como un continuo entre aceptación y rechazo (Castilla del Pino, 2000). Sus funciones se relacionan con la dimensión relacional del individuo y con la organización de la jerarquía, la territorialidad y la identidad (Castilla del Pino, 2000; Plutchik, 1952; Ten Houten, 2007).

Vinculación afectiva

La comunicación afectiva ha sido abordada por Castilla del Pino (2000) y Caffi y Janney (1994), quienes sostienen que el lenguaje puede generar conexión emocional, empatía o rechazo entre los interlocutores. Desde esta perspectiva, la dimensión afectiva del discurso modula la interpretación del mensaje y construye vínculos simbólicos que refuerzan la identificación con el emisor o la distancia respecto a este. Estas estrategias se manifiestan mediante autopresentaciones, actos de reconocimiento o desacreditación y apelaciones específicas a emociones concretas. En el caso de Donald Trump, estas prácticas se combinan con una retórica basada en el orgullo nacional, la oposición a los adversarios y la reafirmación identitaria de sus seguidores (Charteris-Black, 2022; Ilie, 2017).

En este estudio se desarrolla y aplica un modelo de análisis basado en Nieto y Otero (2012) y en Hidalgo Downing y Nieto y Otero (2014). Dentro de este marco, la afectividad se estudia como una estrategia comunicativa más que como la expresión espontánea de emociones en la interacción y se aplica principalmente al discurso político. Tomando como punto de partida a Arndt y Janney (1992) y Castilla del Pino (2000), los vínculos afectivos se analizan como expresión de las categorías de Castilla del Pino (2000), según las cuales la afectividad refleja la manera en que el individuo se relaciona consigo mismo y con los demás. Estas categorías se trasladan al análisis del discurso para ilustrar las formas mediante las cuales el hablante público dirige su mensaje a la audiencia con el propósito de crear vínculos con ella.

Castilla del Pino (2000) incluye la vinculación entre las funciones cognitivas de la afectividad, aunque limita su análisis a la manifestación de determinadas palabras y dibujos. Esta función se caracteriza a partir del eje de la polaridad, que oscila entre dos extremos, positivo y negativo. La aportación de Nieto y Otero en sus diferentes publicaciones ha consistido en desarrollar y validar progresivamente un modelo compuesto por estrategias de vinculación positiva y negativa, acompañadas de evidencias lingüísticas que facilitan su análisis pragmalingüístico.

En este marco, se sigue el modelo de Nieto y Otero (2012, 2018, 2021, 2023), que concibe la vinculación afectiva como una estrategia mediante la cual el emisor construye relaciones orientadas a la adhesión o al rechazo. La Vinculación Afectiva Positiva (VAP) promueve la cohesión y la solidaridad, mientras que la Vinculación Afectiva Negativa (VAN) genera distanciamiento y rechazo simbólico. Ambas operan a través de recursos lingüísticos, pragmáticos y retóricos que articulan la identidad o la distancia política y contribuyen a la legitimación o deslegitimación (Nieto y Otero, 2018; Hidalgo Downing y Nieto y Otero, 2014, 2021).

De acuerdo con estas autoras, la vinculación afectiva se entiende como la estrategia discursiva mediante la cual el hablante procura influir en los participantes y construir relaciones o nexos de unión y desunión que pueden identificarse a través de evidencias lingüísticas presentes en el discurso.

Estrategias de Vinculación afectiva (EVA)

La categoría central de este estudio es la vinculación afectiva que se construye mediante un entramado de relaciones lingüísticas y estrategias discursivas que

constituyen vínculos afectivos según Nieto y Otero (2012) que se inspira en los trabajos de Castilla del Pino (2000) y lo aplica al análisis del discurso. Las estrategias que se encuentran en Nieto y Otero (2012, 2018) se clasifican según el foco:

Cuando el discurso se focaliza en el emisor, a modo de autopresentación, es posible distinguir entre una autopresentación asertiva y una autopresentación identificativa. Burke (1950) y Laborda Gil (1996); distinguen la estrategia de identificación cuando el emisor comparte su experiencia vital, en los distintos ámbitos y roles, y se produce cierta intersección de identidades con los destinatarios. Para Searle (1975), confirmado después por Janney (1996) el emisor puede mostrar también convencimiento y certeza sobre lo que afirma. Nieto y Otero (2012) la denomina estrategia de asertividad.

Cuando el foco se centra en el receptor, los distintos modos de referirse al otro construyen estrategias de vinculación diferentes: estrategias de reconocimiento, empatía o inclusión. La estrategia de reconocimiento se fundamenta en la noción de autoestima (Laborda Gil, 1996; Goleman, 2006), bien resaltando y destacando la imagen del receptor o, por el contrario, como propone Kerbrat-Orecchioni (1997) analizando los actos amenazadores de la imagen de Brown y Levinson (1987). La estrategia de empatía muestra interés por comprender al interlocutor y construir discursivamente un ámbito de personalización de la relación emisor-receptor. Se evidencia mediante preguntas, pronombres, deícticos. La tercera estrategia de vinculación afectiva con foco en el receptor es la inclusión que para Biber (1995) se produce por la construcción discursiva de pertenencia y participación de los interlocutores.

En cuanto al discurso cuyo foco remite al mensaje, la estrategia que consiste en vincular afectivamente mediante la especificación la proponen Wiener y Mehrabian (1968), como categoría que incluye el conjunto de palabras que contribuyen a que el mensaje sea claro, particular. En segundo lugar, la naturalización (Wierzbicka, 1991) consiste en destacar lo que al emisor le interesa con la finalidad de hacer sentir lo desconocido, extraño y nuevo como familiar, habitual y acostumbrado.

Tabla 1. Estrategias de vinculación afectiva y afectividad legitimadora de Nieto y Otero (2012, 2017) e Hidalgo Downing y Nieto y Otero (2014, 2021)

Foco discurso	Función Pragmática	Estrategias de Vinculación Afectiva Positiva (VAP) - Afectividad Legitimadora	Estrategias de Vinculación Afectiva Negativa (VAN) - Afectividad Deslegitimadora
1. Emisor	Autopresentación	Identificación	Aislamiento
		Asertividad	Inseguridad
		Reconocimiento	Rechazo
2. Receptor	Presentación del otro	Empatía	Intimidación
		Inclusión	Exclusión
3. Mensaje	Presentación del mensaje	Especificidad	Generalización
		Naturalización	Indiferencia

Estrategias de legitimación (EL)

La legitimación constituye uno de los mecanismos mediante el cual el discurso político justifica decisiones, instituciones o relaciones de poder. Clásicamente, Weber (1993) la concibe como aceptación voluntaria de la autoridad. Desde una perspectiva discursiva, Van Dijk (1998, 2000) entiende la legitimación como un efecto discursivo producido mediante prácticas simbólicas que construyen su aceptabilidad y reconocimiento social; en trabajos posteriores, Van Dijk (2003, 2005) y Martín Rojo et al. (2003) consideran que es un conjunto de procesos y recursos lingüísticos encaminados a establecer consensos sobre la representación de la realidad y de los actores sociales. Van Leeuwen (2007) la define como el conjunto de procedimientos lingüísticos con los que el emisor presenta una acción, decisión o política como válida, necesaria, justa o razonable ante la audiencia.

La legitimación se apoya en la solidez de los argumentos empleados y en la capacidad del discurso para generar aceptación y adhesión entre sus destinatarios. En este trabajo, esta última dimensión se relaciona con la persuasión discursiva y, en cierta medida, con la capacidad de establecer vínculos afectivos. Por ello, resulta pertinente analizar el concepto de legitimación propuesto por Van Leeuwen.

Además, desde un enfoque pragmatolingüístico, las estrategias de legitimación de Van Leeuwen son equiparables a las de EVA. Las estrategias de Van Leeuwen son: la

autorización, identificable mediante verbos de mandato y decisión y referencias a la autoridad del cargo (“como presidente”, “yo firmaré”); la evaluación moral, mediante léxico valorativo (“justo”, “patriótico”, “histórico”) y juicios axiológicos sobre el bien común; la racionalización, mediante conectores causales (“porque”, “por eso”), datos y lenguaje técnico-económico que vinculan la medida con su utilidad o necesidad; y la mitopoiesis, mediante narrativas de crisis y recuperación, metáforas históricas y expresiones como “renacer” o “edad de oro” que enmarcan la decisión dentro de un relato ejemplar.

Objetivos

El objetivo general de este trabajo es relacionar las estrategias de vinculación afectiva y de legitimación política en el denominado discurso del “Día de la Liberación”, pronunciado por Donald Trump el 2 de abril de 2025.

En cuanto a los objetivos específicos, se plantea:

1. Analizar las estrategias de vinculación afectiva.
2. Analizar las estrategias de legitimación.
3. Analizar la relación entre las estrategias de vinculación afectiva y las estrategias de legitimación.
4. Examinar la contribución de las EVA y las EL en la construcción del anuncio de la política arancelaria en el denominado discurso “Día de la liberación”.

Metodología

Diseño de investigación

La metodología combinó análisis cualitativo y cuantitativo. El análisis cualitativo consistió en preparar el corpus, segmentar el discurso en actos, definir las categorías de análisis e interpretar su función pragmática. El análisis cuantitativo permitió medir la frecuencia de las categorías y estudiar la relación entre ellas mediante estadísticos descriptivos y coeficientes de correlación.

Corpus

El corpus estuvo constituido por la transcripción en español del discurso conocido como el “Día de la Liberación”, pronunciado por Donald Trump el 2 de abril de 2025 en la Rosaleda de la Casa Blanca. Como fuente de trabajo se utilizó la transcripción

publicada por Roll Call/Factba.se, disponible en la misma página junto con el vídeo del discurso para su correcto cotejo. La traducción al español fue realizada por una de las autoras, bilingüe. La traducción completa, el corpus codificado utilizados y los cálculos estadísticos derivados se encuentran disponibles en Zenodo (Caffarel Rodríguez y Nieto y Otero, 2026a).

El discurso presenta un carácter predominantemente monologal, aunque incorpora intervenciones breves de otros participantes. Contiene 609 actos discursivos: 567 de Donald Trump, distribuidos en cinco intervenciones; 20 de Brian; 11 de Howard Lutnick; y 11 de Will en una intervención de cada uno. La intervención en este artículo se define como “unidad monológica máxima estructural, asociada al cambio de emisor, que se caracteriza por ser o por provocar una reacción lingüística” (Briz y Grupo Val.Es.Co, 2003, p.17). Para reconocer una intervención se tomó en cuenta el cambio de emisor y la contribución a la conversación

Se escogen las intervenciones del presidente Trump porque sus características de unidad temática sobre política arancelaria, estilo persuasivo, extensión suficiente para observar regularidades discursivas y pertenencia a un emisor principal resultan pertinentes para el propósito del estudio.

Unidades de análisis

La unidad de análisis es el acto, definido como: “Unidad estructural monológica, jerárquicamente inferior a la intervención, de la que es su constituyente inmediato, que posee las propiedades de aislabilidad e identificabilidad en un contexto dado” (Briz y Grupo Val.Es.Co, 2003, p. 31).

Para los efectos de aislar e identificar los actos se toman en cuenta, entre otros, los siguientes criterios de reconocimiento:

- Verbos. Indican la fuerza ilocutiva.
- Marcadores discursivos. Tienen un papel delimitativo.
- Referencias anafóricas. Marcan la organización interna del texto.
- Conectores y conjunciones. Indican valores semánticos de información principal y secundaria.
- Señales de cohesión.

Procedimiento

1. Segmentación del discurso en intervenciones y actos, con etiquetado y numeración.
2. Clasificación de emisor, receptor y mensaje.
3. Codificación de EVA.
4. Codificación de EL.
5. Construcción de variables agregadas, control de calidad y análisis estadístico mediante Pearson y Spearman.

Etiquetado

Cada acto se identifica empleando dos variables complementarias:

Orden: número secuencial de 1 a 609, que representa la posición del acto dentro del corpus completo y facilita su localización durante el proceso de codificación y análisis.

ID normalizado: identificador compuesto por la inicial del hablante, el número de la intervención y un número correlativo de tres cifras correspondiente al acto dentro de esa intervención. De ahí que el número del último acto codificado es el T5003, mientras que el total de actos es 609. El identificador no constituye una numeración acumulativa de los actos del corpus. Así, el código T5003 corresponde al tercer acto de la quinta intervención de Trump y no al acto número 5003.

Codificación asistida por inteligencia artificial

Se recurre a la IA como instrumento de apoyo para codificar un protocolo de codificación. Se diseña para que apoye en la codificación pragmatolingüística. El protocolo prohíbe inferir categorías a partir del ID o de palabras aisladas, y exige aplicar criterios conservadores, confianza de la codificación y revisión.

Se introducen todos los actos previamente segmentados y codificados. El sistema clasifica, con la lista de evidencias lingüísticas dadas, el significado literal, la función argumentativa, la relación entre hablante y receptor, y la evidencia textual que sustenta la clasificación. A cada acto se le asigna un valor de Confianza_IA entre 0 y 100.

Categorías de análisis

a. Vinculación afectiva

VAP. Estrategias de vinculación afectiva positiva:

Emisor: identificación, asertividad.

Receptor: reconocimiento, empatía, inclusión.

Mensaje: especificidad y naturalización.

VAN. Estrategias de vinculación afectiva negativa:

Emisor: aislamiento, inseguridad.

Receptor: rechazo, intimidación, exclusión.

Mensaje: generalización e indiferencia.

b. Legitimación

EL. Estrategias de legitimación:

Autorización, evaluación moral, racionalización y mitopoiesis.

Análisis estadístico

Tabla 2. Variables derivadas para el análisis de la vinculación afectiva y la legitimación

Variable	Cálculo	Rango
VA_positiva_total	Suma de las siete estrategias positivas	0–7
VA_negativa_total	Suma de las siete estrategias negativas	0–7
VA_total	VA positiva + VA negativa	0–14
VA_binaria	1 si VA_total > 0; 0 en caso contrario	0–1
Legitimación_total	Suma de racionalización, mitopoiesis, evaluación moral y autorización	0–4
Legitimación_binaria	1 si Legitimación_total > 0; 0 en caso contrario	0–1

a. Correlación de Pearson

Se calcula el coeficiente de Pearson para evaluar la asociación lineal entre las variables agregadas y, se construye una matriz entre cada EVA y cada EL. En las asociaciones entre dos variables binarias, Pearson equivale al coeficiente phi. Para cada

correlación se obtiene el coeficiente r , el p -valor y el intervalo de confianza del 95 %, estimado mediante la transformación z de Fisher.

b. Correlación de Spearman

Se calcula el coeficiente rho de Spearman sobre la misma matriz de 14×4 . Este análisis se utiliza como complemento por el carácter binario y discreto de las variables, la presencia de empates y la posible ausencia de normalidad. Para cada asociación se registran rho y su p -valor.

Significación y comparaciones múltiples

Se adopta un nivel de significación $\alpha = 0,05$. Como la matriz completa incluye 56 asociaciones, la interpretación definitiva considera una corrección por comparaciones múltiples.

Estadísticos descriptivos

Se calculan frecuencias absolutas, porcentajes, medias, desviaciones estándar, medianas, mínimos y máximos para las categorías individuales, los índices agregados y la confianza de la codificación.

Prompt metodológico

Como parte del procedimiento se desarrolla un *prompt* metodológico para la codificación pragmlingüística asistida por ChatGPT. El *prompt* analiza cada acto en cuatro niveles sucesivos: (1) significado literal; (2) intención comunicativa observable; (3) estrategia discursiva empleada; y (4) decisión de codificación sustentada en evidencia textual.

El diseño prohíbe inferir categorías por la mera presencia de palabras, por los códigos originales del corpus o por valoraciones ideológicas. También permite la coexistencia de varias estrategias en un mismo acto y aplica una decisión conservadora cuando la evidencia es insuficiente. El protocolo metodológico completo se encuentra depositado en Zenodo (Caffarel Rodríguez y Nieto y Otero, 2026)

Análisis y resultados

En este apartado se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis de las estrategias de vinculación afectiva y de legitimación identificadas en el corpus, así como las principales relaciones observadas entre ambas categorías.

Resultados de las Estrategias de Vinculación Afectiva

Se analiza la presencia de las catorce estrategias de vinculación afectiva definidas en el modelo de análisis, distribuidas en siete estrategias positivas (VAP) y siete negativas (VAN). Las estrategias no son mutuamente excluyentes; un mismo acto puede presentar simultáneamente varias estrategias de vinculación afectiva.

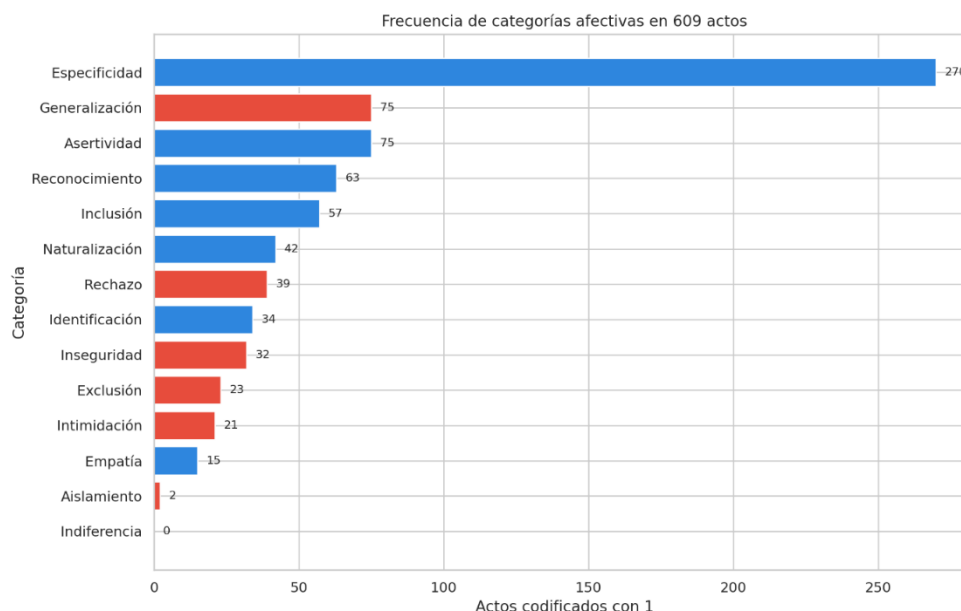


Figura 1. Distribución de las estrategias de vinculación afectiva en el discurso del “Día de la Liberación”. (Fuente: elaboración propia).

Los resultados muestran un claro predominio de las estrategias de vinculación afectiva positiva sobre las negativas en el total del discurso. La especificidad constituye el recurso más frecuente, con 270 actos (44,33 %), seguida de la asertividad (75; 12,32 %), el reconocimiento (63; 10,34 %), la inclusión (57; 9,36 %), la naturalización (42; 6,90 %), la identificación (34; 5,58 %) y la empatía (15; 2,46 %).

Las estrategias de vinculación afectiva negativa representan una frecuencia considerablemente menor. La generalización constituye la categoría negativa más empleada (75 actos; 12,32 %), seguida del rechazo (39; 6,40 %), la inseguridad (32; 5,25 %), la exclusión (23; 3,78 %), la intimidación (21; 3,45 %) y el aislamiento (2; 0,33 %), mientras que no se identificaron actos codificados como indiferencia.

Esta distribución muestra cómo Trump privilegia las VAP sobre las VAN. La mayor parte del discurso se orienta a especificar el procedimiento de la subida de aranceles, proyectar confianza en las decisiones adoptadas y reforzar su identificación con el pueblo estadounidense. Las estrategias negativas, por el contrario, se concentran

en los fragmentos en que el discurso identifica responsables del perjuicio económico, justificando así la necesidad de las medidas arancelarias.

Estos datos indican de modo global que la construcción del discurso que hace el presidente se apoya principalmente en EVA de carácter positivo que generan un clima afectivo favorable en los receptores, propicio para acoger las nuevas políticas arancelarias que les comunica.

Estrategias con mayor presencia

A continuación, se analizarán y se pondrán ejemplos de aquellas estrategias con mayor presencia y su contrario.

Especificidad y generalización

Los resultados obtenidos muestran que la especificidad constituye la estrategia de vinculación afectiva más frecuente del corpus, con 270 actos (44,33 %), mientras que la generalización aparece en 75 actos (12,32 %). Esta diferencia evidencia que la construcción del discurso se apoya prioritariamente en la utilización de información detallada. El efecto que produce es familiarizar con el mensaje al proporcionar detalles sobre las medidas económicas en torno a la subida de aranceles que para los receptores es desconocida. Los numerosos actos de especificidad representan uno de los principales hallazgos de esta investigación.

Ejemplo 1. T3294: “Apple va a gastar 500 000 millones de dólares”.

La mención explícita de una empresa específica junto con la cuantificación exacta de la inversión proporciona un elevado grado de detalle al enunciado. Desde una perspectiva pragmalingüística, este presenta evidencias que respaldan la política económica del presidente. Los detalles numéricos contribuyen a reforzar la familiaridad entre el receptor y el presidente, por lo tanto, los receptores aceptan los efectos esperados de las medidas arancelarias.

Asertividad / inseguridad

La asertividad y la inseguridad constituyen estrategias de vinculación afectiva asociadas al foco del emisor. Mientras la asertividad proyecta seguridad, convicción y firmeza en las afirmaciones realizadas, la inseguridad introduce vacilación, duda o una disminución del compromiso del hablante con el contenido de su mensaje. Los

resultados obtenidos muestran un claro predominio de la asertividad, presente en 75 actos (12,32 %), frente a la inseguridad, identificada en 32 actos (5,25 %).

Ejemplo 2. T3258: “En este momento somos el mayor mercado del mundo”.

El emisor profiere el enunciado mediante el verbo ser precedido de la circunstancia temporal: “en este momento” y como un hecho indiscutible, sin introducir matices ni reservas. Es una estrategia de asertividad, ya que presenta la información con absoluta seguridad y esa modalización la utiliza como argumento de autoridad. La asertividad constituye uno de los principales mecanismos mediante los cuales Trump fortalece su liderazgo discursivo, y lo expresa afirmativamente.

La inseguridad presenta una frecuencia significativamente menor. Los 32 actos codificados son un recurso puntual que no modifica la firmeza constante en el discurso.

El escaso peso de la afectividad negativa indica que Trump reserva las expresiones de desaprobación para aquellos que considera responsables de perjudicar a Estados Unidos, a quienes sanciona mediante la amenaza y la imposición de aranceles. Las estrategias detectadas responden a una lógica deslegitimadora. La polarización discursiva se manifiesta sobre todo en formas de rechazo e intimidación dirigidas a los países que, según su narrativa, han dañado la economía nacional.

A continuación, se muestran algunos ejemplos en que se evidencian las estrategias de vinculación afectiva negativa centradas en el receptor, especialmente mediante actos de intimidación.

Ejemplo 3. T4291: “Porque si no lo hacen, tendrán que pagar un impuesto muy alto”.

El uso del condicional negativo (“Porque si no lo hacen...”) formula una advertencia directa que sitúa al interlocutor en una posición subordinada.

Estrategias de legitimación

Los resultados globales de las estrategias de legitimación sugieren que el cambio arancelario se apoya principalmente en la presentación de las medidas como moralmente correctas y beneficiosas para la nación, complementándose con argumentos de carácter económico, narrativas de recuperación nacional y referencias a la autoridad institucional del presidente.

La evaluación moral constituye la categoría más frecuente, con 100 actos (16,42 %), seguida de la racionalización (64 actos; 10,51 %), la mitopoiesis (58 actos;

9,52 %) y la autorización (24 actos; 3,94 %). A continuación, se explicita cada estrategia con algún ejemplo del corpus.

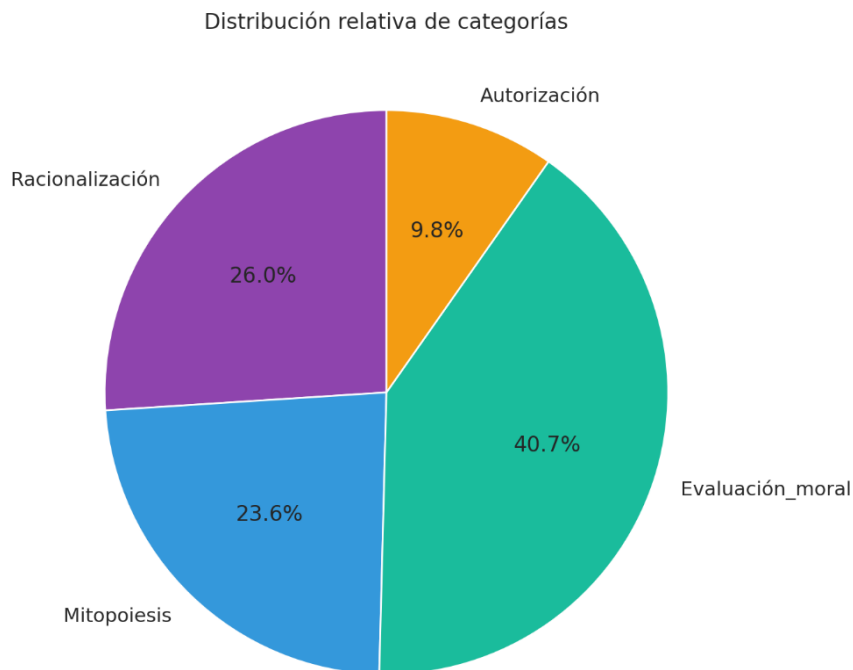


Figura 2: la distribución relativa de las estrategias de legitimación respecto del total de estrategias de legitimación identificadas (n = 246). (Fuente: elaboración propia).

Evaluación moral

La evaluación moral constituye la estrategia más frecuente identificada en el corpus, con 100 actos (16,42 %). Esta estrategia legitima determinadas acciones mediante referencias a valores compartidos, principios éticos o juicios sobre lo que resulta correcto, justo o beneficioso para la comunidad.

Trump utiliza esta estrategia para construir una oposición constante entre aquello que beneficia a Estados Unidos y aquello que perjudica sus intereses. La política arancelaria no se presenta únicamente como una medida económica eficaz, sino como una decisión moralmente correcta porque protege a los trabajadores, fortalece la industria nacional y restablece un equilibrio que el presidente considera injustamente alterado por las relaciones comerciales internacionales.

Ejemplo 4. T4283: “Eso es lo único que importa”. T4284: “Tenemos que cuidar primero del pueblo estadounidense”.

El enunciado incorpora un juicio de valor explícito. El verbo “cuidar” sitúa la protección del pueblo estadounidense como una obligación moral prioritaria, legitimando las decisiones políticas en función del deber de defender los intereses nacionales. Desde una perspectiva pragmalingüística, la fuerza persuasiva del acto presenta la prioridad como un principio ético difícilmente cuestionable.

Racionalización

La racionalización constituye la segunda estrategia más frecuente del corpus, identificada en 64 actos (10,51 %). Esta estrategia aparece cuando una acción se presenta como necesaria, útil o razonable mediante argumentos de carácter técnico, económico, jurídico o funcional. Su objetivo no consiste en apelar a emociones o valores, sino en convencer al destinatario a través de explicaciones que establecen relaciones de causa y efecto.

Ejemplo 5. T3275: “Estos aranceles nos darán un crecimiento como nunca se ha visto”.

El presidente relaciona directamente la aplicación de los aranceles con el crecimiento económico esperado. Desde una perspectiva pragmalingüística, el acto establece una relación explícita entre una medida política (los aranceles) y un resultado económico (el crecimiento), configurando un claro mecanismo de racionalización. La legitimidad de la decisión deriva de la explicación causal que vincula la medida con un beneficio esperado para el país.

La mitopoiesis

La mitopoiesis se manifiesta mediante la construcción de un relato de victimización histórica en el que Estados Unidos aparece como objeto de agresiones reiteradas por parte de otras naciones.

Ejemplo 6. T1009: “Durante décadas, nuestro país ha sido saqueado, expoliado, violado y despojado por naciones cercanas y lejanas, tanto amigas como enemigas”.

La referencia temporal a “durante décadas” contribuye a proyectar una continuidad histórica del perjuicio, lo que refuerza la verosimilitud del relato y su eficacia legitimadora, al presentar la situación como el resultado de una trayectoria prolongada de desventaja y daño acumulado. En este corpus, la mitopoiesis aparece en 58 actos discursivos (9,52 %), lo que evidencia su recurrencia como estrategia de

legitimación orientada a construir un marco narrativo de agravio, conflicto y necesidad de reparación.

La autorización

Ejemplo 7. T1074: “Por eso, a partir de la medianoche, impondremos un arancel del 25% a todos los automóviles fabricados en el extranjero.”

La autorización se manifiesta en T1074 a través de la capacidad que el emisor se atribuye para imponer medidas comerciales, legitimando así su decisión. Esta estrategia coexiste con la asertividad, evidenciada en el carácter firme y categórico del anuncio.

Relación entre Estrategias de Vinculación Afectiva y de Legitimación

En este apartado se presentan los resultados sobre la relación entre las estrategias de vinculación afectiva y las estrategias de legitimación. Para examinar esta relación se calcularon correlaciones de Pearson y de Spearman. Las primeras permitieron identificar asociaciones estadísticamente significativas entre las variables, mientras que las segundas sirvieron para contrastar la consistencia de los resultados y confirmar la dirección de las relaciones observadas.

Uno de los resultados más relevantes del estudio es la evidencia de que la vinculación afectiva y la legitimación funcionan como mecanismos interrelacionados. El análisis de correlaciones mediante los coeficientes de Pearson y Spearman (Figuras 3 y 4) muestran asociaciones positivas entre varias estrategias de vinculación afectiva y de legitimación. Especialmente entre VAP especificidad y EL racionalización, así como entre VAP Identificación e inclusión y EL Evaluación moral. Estos resultados sugieren que la eficacia persuasiva del discurso depende de la interacción simultánea entre varias VAP y EL más que del empleo aislado de cada una de ellas.

Vinculación afectiva	Racionalización	Mitopoiesis	Evaluación_moral	Autorización
Identificación	0,033	0,189	0,085	-0,012
Asertividad	0,035	0,117	-0,072	0,078
Reconocimiento	-0,081	-0,055	-0,107	-0,041
Empatía	-0,020	-0,052	0,044	-0,032
Inclusión	0,055	0,088	0,040	0,051
Especificidad	0,125	0,037	0,051	0,074
Naturalización	0,012	0,088	0,002	0,145
Aislamiento	-0,020	0,079	0,052	-0,012
Inseguridad	-0,009	-0,062	-0,025	-0,010
Rechazo	0,063	-0,061	0,174	0,050
Intimidación	0,111	0,031	-0,059	0,100
Exclusión	0,101	0,024	0,052	0,004
Generalización	-0,014	0,083	0,090	0,053
Indiferencia				

N = 609 actos. Los coeficientes positivos indican asociación monotónica directa y los negativos asociación inversa. Cuando una variable es constante, la correlación no puede estimarse y la celda queda vacía.

Figura 3. Matriz completa de Pearson (*r*): 14 estrategias afectivas × 4 estrategias de legitimación.
(Fuente: elaboración propia).

Vinculación afectiva	Racionalización	Mitopoiesis	Evaluación_moral	Autorización
Identificación	0,033	0,189	0,085	-0,012
Asertividad	0,035	0,117	-0,072	0,078
Reconocimiento	-0,081	-0,055	-0,107	-0,041
Empatía	-0,020	-0,052	0,044	-0,032
Inclusión	0,055	0,088	0,040	0,051
Especificidad	0,125	0,037	0,051	0,074
Naturalización	0,012	0,088	0,002	0,145
Aislamiento	-0,020	0,079	0,052	-0,012
Inseguridad	-0,009	-0,001	-0,025	-0,010
Rechazo	0,063	-0,062	0,174	0,050
Intimidación	0,111	0,031	-0,059	0,100
Exclusión	0,101	0,024	0,052	0,004
Generalización	-0,014	0,083	0,090	0,053
Indiferencia				

N = 609 actos. Pearson entre variables binarias equivale al coeficiente phi. Los valores positivos indican asociación directa y los negativos asociación inversa.

Figura 4. Matriz completa de Spearman (*ρ*): 14 estrategias afectivas × 4 estrategias de legitimación.
(Fuente: elaboración propia).

La matriz de Pearson muestra que la relación entre las estrategias de vinculación afectiva y de legitimación no se distribuyen de manera uniforme, sino que se concentran en determinadas combinaciones. Entre las asociaciones más relevantes destaca la relación entre la Naturalización y la Autorización, con un p-valor de 0.0003, lo que constituye una de las evidencias más sólidas del análisis.

Este hallazgo sugiere que la legitimación por autorización tiende a ir acompañada de procesos de naturalización, mediante los cuales determinadas decisiones que son desconocidas se presentan como habituales e incuestionables. Desde una perspectiva pragmalingüística y del análisis del discurso, esta combinación resulta especialmente significativa porque contribuye a naturalizar el poder.

Ejemplo 8. T1063: “La India cobra un 70 %, y quizás lo peor de todo son las restricciones no monetarias impuestas por Corea del Sur, Japón y muchos otros países como resultado de estas colosales barreras comerciales”.

El mensaje es nuevo y desconocido para la mayoría de los receptores que desconoce la información arancelaria, pero como Trump enumera uno a uno los países que imponen restricciones y barreras comerciales, lo que era extraño y diferente se hace natural, se convierte en familiar. Este proceso de naturalización refuerza la legitimación por autorización, y refuerza la aceptabilidad de las nuevas medidas arancelarias.

Asertividad y Mitopoiesis presentan un p-valor de 0.0039. Esta relación sugiere que la afirmación categórica o la toma de posición firme se integra en marcos narrativos más amplios, orientados a construir relatos de crisis, liberación, renacimiento o destino. Desde la pragmalingüística, esto puede interpretarse como una articulación entre fuerza ilocutiva y construcción simbólica: la aserción no solo informa, sino que contribuye a configurar una narrativa legitimadora.

También resulta relevante la asociación entre Intimidación y Racionalización ($p = 0.0060$), así como entre Intimidación y Autorización ($p = 0.0131$). Estos cruces indican que las estrategias coercitivas aparecen acompañadas por mecanismos de justificación instrumental o por apelaciones a la autoridad. De este modo, la amenaza o presión discursiva se racionaliza y se institucionaliza, lo que permite suavizar su carácter conflictivo y aumentar su aceptabilidad pública.

La matriz de Spearman reproduce, en líneas generales, las tendencias observadas en Pearson. Sin embargo, los coeficientes son bajos y se concentran alrededor de cero,

lo que indica que las relaciones entre ambas categorías son débiles, aunque mantienen una dirección consistente. Algunos cruces conservan una tendencia positiva coherente con los resultados de Pearson, como identificación y mitopoiesis ($p = 0.189$), Naturalización y Autorización ($p = 0.145$). Esto refuerza la consistencia interpretativa de las asociaciones observadas, aunque también sugiere prudencia, ya que no se trata de vínculos fuertemente estructurados sino de tendencias débiles y localizadas.

Los coeficientes de Pearson y Spearman ofrecen una imagen complementaria del corpus. Pearson permite identificar las asociaciones estadísticamente más claras entre estrategias de vinculación afectiva y de legitimación, mientras que Spearman actúa como verificación de la dirección de dichas relaciones, mostrando que, aunque presentes, no alcanzan una intensidad monotónica elevada. Esta combinación metodológica resulta especialmente adecuada para un corpus discursivo codificado binariamente, ya que permite distinguir entre significación estadística, dirección de la asociación y magnitud real del vínculo.

Los resultados muestran que las EVA y las EL tienden a agruparse en determinadas combinaciones. La frecuencia de la especificidad, la evaluación moral y la racionalización, junto con asociaciones como la de naturalización y autorización, sugiere que la legitimación de las posiciones políticas se apoya en la presentación de ciertos planteamientos como razonables, necesarios o evidentes. Los resultados obtenidos mediante Spearman apuntan en la misma dirección, aunque las correlaciones son bajas. Por ello, estos hallazgos deben interpretarse con cautela y entenderse como tendencias discursivas presentes en el corpus, más que como relaciones fuertes entre todas las categorías analizadas.

Con el fin de evaluar la relación global entre la vinculación afectiva y la legitimación discursiva, se calculó el coeficiente de correlación de Pearson utilizando las variables agregadas obtenidas a partir de los 609 actos analizados. Los resultados muestran una correlación positiva y estadísticamente significativa entre la vinculación afectiva total y la legitimación total ($r = 0,185$; $p < 0,001$). Aunque la intensidad de la asociación es débil según los criterios convencionales de interpretación, el resultado indica que los actos discursivos que incorporan un mayor número de estrategias de vinculación afectiva tienden también a contener un mayor número de estrategias de legitimación. De forma similar, tanto la vinculación afectiva positiva ($r = 0,135$;

$p < 0,001$) como la negativa ($r = 0,147$; $p < 0,001$) presentan asociaciones positivas con la legitimación, lo que sugiere que ambas dimensiones actúan de manera complementaria en la construcción persuasiva del discurso presidencial.

Tal y como se ha señalado, con el propósito de verificar la estabilidad de los resultados obtenidos mediante el coeficiente de Pearson, se calculó adicionalmente el coeficiente de correlación por rangos de Spearman, más adecuado para variables ordinales y distribuciones que no necesariamente cumplen los supuestos de normalidad. Los resultados muestran una correlación positiva y estadísticamente significativa entre la vinculación afectiva total y la legitimación total ($\rho = 0,193$; $p < 0,001$). La magnitud de la asociación es similar a la obtenida mediante Pearson, lo que indica que la relación entre ambas dimensiones se mantiene independientemente del método de correlación utilizado. Asimismo, la vinculación afectiva positiva ($\rho = 0,141$; $p < 0,001$) y la vinculación afectiva negativa ($\rho = 0,152$; $p < 0,001$) presentan también asociaciones positivas con la legitimación. La concordancia entre ambos coeficientes refuerza la consistencia de los resultados y confirma que las estrategias de vinculación afectiva y legitimación tienden a aparecer conjuntamente dentro de los mismos actos discursivos, aunque la intensidad de la relación sea moderada-baja.

Conclusiones

La elevada frecuencia de estrategias de vinculación afectiva confirma que estas constituyen un mecanismo central de persuasión en el discurso de Donald Trump. A través de ellas construye un marco interpretativo favorable que facilita la aceptación de la política arancelaria. Entre todas las estrategias analizadas destaca la especificidad, que representa el 44,33 % de los actos del corpus (270 actos), seguida de la asertividad, (75 actos 12,32 %), mediante la cual el presidente proyecta seguridad, autoridad y firmeza argumentativa.

En relación con la legitimación, los resultados muestran que la evaluación moral (100 actos 16,42 %), es la categoría predominante, seguida de la racionalización (64 actos; 10,51 %), la mitopoiesis (58 actos; 9,52 %) y, finalmente, la autorización (24 actos; 3,94 %). Estos datos sugieren que el discurso sobre la política arancelaria se construye principalmente mediante apelaciones a valores compartidos y juicios

normativos, reforzados por argumentos económicos y por relatos que presentan la recuperación industrial como una misión nacional.

Uno de los resultados más relevantes del estudio es la evidencia de que las estrategias de vinculación afectiva y de legitimación tienden a combinarse para incrementar la eficacia persuasiva del discurso. Los coeficientes de Pearson y Spearman muestran asociaciones positivas entre diversas estrategias, especialmente entre especificidad y racionalización, así como entre identificación e inclusión con la evaluación moral. Del mismo modo, la asociación entre naturalización y autorización constituye una de las relaciones estadísticamente más consistentes del análisis ($p = 0,0003$). Los resultados indican que ambas dimensiones tienden a combinarse para incrementar la eficacia persuasiva del discurso.

El estudio presenta, no obstante, algunas limitaciones. El análisis se circunscribe a un único discurso y a un contexto político específico, por lo que los resultados no pueden generalizarse al conjunto de la comunicación política de Trump ni a otros líderes. Asimismo, aunque la codificación siguió criterios pragmalingüísticos sistemáticos, toda interpretación del discurso mantiene un componente cualitativo inherente al análisis del lenguaje.

Queda apuntado con los resultados que la capacidad persuasiva del discurso presidencial se apoya en la combinación de estrategias de vinculación afectiva y de legitimación, mediante las cuales la política arancelaria se presenta como una decisión legítima orientada a la recuperación nacional.

Finalmente, aunque las correlaciones obtenidas son de baja intensidad y aconsejan prudencia en su interpretación, los resultados aportan evidencia empírica compatible con la concepción del discurso como instrumento de ejercicio del poder propuesta por Van Dijk (2003, 2005). En el caso analizado, la construcción conjunta de estrategias de vinculación afectiva y de legitimación contribuye a generar un marco discursivo que favorece la aceptación social de la política arancelaria y refuerza la autoridad presidencial. La ampliación del corpus permitirá comprobar si estas tendencias se mantienen en otros discursos de Trump y en otros contextos políticos.

Referencias

- Albarracín, D., Johnson, B. T., & Zanna, M. P. (Eds.). (2012). *The handbook of attitudes* (2nd ed.). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203842858>
- Arregui, J. V., y Choza, J. (1995). *Filosofía del hombre*. Universidad de Navarra.
- Arregui, J. V. (2003). La configuración cultural de la afectividad. En J. Choza (Ed.), *Sentimientos y comportamiento* (pp. 41–75). Thémata.
- Biber, D. (1995). *Dimensions of register variation: A cross-linguistic comparison*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511519871>
- Biber, D., & Finegan, E. (1989). Styles of stance in English: Lexical and grammatical marking of evidentiality and affect. *Text*, 9(1), 93–124. <https://doi.org/10.1515/text.1.1989.9.1.93>
- Bolívar, A. (2004). *Análisis del discurso político: Perspectiva desde América Latina*. Universidad Central de Venezuela.
- Bolívar, A. (2024). Un método lingüístico, interaccional y crítico en el análisis del discurso latinoamericano. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 26(42), 93–110. <https://doi.org/10.19053/uptc.01227238.17508>
- Brader, T. (2006). *Campaigning for hearts and minds: How emotional appeals in political ads work*. University of Chicago Press.
- Briz, A., y Grupo Val. Es. Co. (2003). *Un sistema de unidades para el estudio del lenguaje coloquial*. Oralia.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085>
- Burke, K. (1950). *A rhetoric of motives*. Prentice-Hall.
- Caffarel Rodríguez, B., y Nieto y Otero, M. J. (2026a). *Corpus codificado del discurso «Día de la Liberación» de Donald Trump (2 de abril de 2025)* [Dataset]. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.22689078>
- Caffarel Rodríguez, B., y Nieto y Otero, M. J. (2026). *Prompt reutilizable para codificación pragmatolingüística mediante inteligencia artificial* [Protocolo metodológico]. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.22693388>
- Caffi, C., & Janney, R. W. (1994). Towards a pragmatics emotive communication. *Journal of Pragmatics*, 22 (3-4), 325-373. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(94\)90116-3](https://doi.org/10.1016/0378-2166(94)90116-3)
- Castilla del Pino, C. (2000). *Teoría de los sentimientos*. Tusquets Editores.
- Charteris-Black, J. (2022). *Analysing political speeches: Rhetoric, discourse and metaphor* (2^a ed.). Bloomsbury Academic.

- Chilton, P., & Schäffner, C. (2002). Themes and principles in the analysis of political discourse. En P. Chilton & C. Schäffner (Eds.), *Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse* (pp. 1–41). John Benjamins.
- Couper-Kuhlen, E., & Selting, M. (2017). *Interactional linguistics: Studying language in social interaction*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781139507318>
- Damasio, A. R. (1996). *El error de Descartes: La emoción, la razón y el cerebro humano*. Crítica.
- Damasio, A. R. (1999). *The feeling of what happens: Body and emotion in the making of consciousness*. Harcourt Brace.
- Geertz, C. (2006). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Goleman, D. (2006). *Social intelligence: The new science of human relationships*. Bantam Books.
- Hidalgo Downing, R. y Nieto y Otero, M.J. (2014). Estrategias de vinculación afectiva y entonación en un debate político en *Revista Oralía*. Volumen 17, 2014. Arco/
- Hidalgo Downing, R., & Nieto y Otero, M. J. (2021). Political persuasion in a Spanish electoral debate: Intonation and affectivity in openings and closings. *Spanish in Context*, 18(2), 192–217. <https://doi.org/10.1075/sic.18012.hid>
- Ilie, C. (2017). Pragmatics vs rhetoric: Political discourse at the pragmatics–rhetoric interface. En C. Ilie & N. R. Norrick (Eds.), *Pragmatics and its interfaces* (pp. 85–119). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/pbns.294.05ili>
- International Monetary Fund. (2025). *World economic outlook, April 2025: A critical juncture amid policy shifts*. <https://www.imf.org/en/publications/weo/issues/2025/04/22/world-economic-outlook-april-2025>
- Janney, R. W. (1996). *Speech and affect. Emotive uses of English*.
- Janney, R. W., & Arndt, H. (1992). Intracultural tact versus intercultural tact. En R. J. Watts, S. Ide & K. Ehlich (Eds.), *Politeness in language: Studies in its history, theory and practice* (pp. 21–42). Mouton de Gruyter.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1997). A multilevel approach in the study of talk-in-interaction. *Pragmatics*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.1075/prag.7.1.01ker>
- Laborda Gil, X. (1996). *Retórica interpersonal: Discursos de presentación, dominio y afecto*. Octaedro.
- Marcus, G. E., Neuman, W. R., & MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgment*. University of Chicago Press.
- Martín Rojo, L., y van Dijk, T. A. (1998). Estrategias de legitimación discursiva en contextos de crisis. *Análisis del Discurso y Poder*, 12(4), 45–67.

- Martín Rojo, L. (Coord.). (2003). *¿Asimilar o integrar? Dilemas ante el multilingüismo en las aulas*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Centro de Investigación y Documentación Educativa.
- Mayordomo, S., Zlobina, A., Igartua, J. J., y Páez, D. (2003). Persuasión y cambio de actitudes. En I. Fernández Sedano, S. Ubillos Landa, E. M. Zubieta, & D. Páez Rovira (Coords.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 364–367). Pearson Educación.
- Nabi, R. L. (2002). Discrete emotions and persuasion. In J. P. Dillard & M. Pfau (Eds.), *The persuasion handbook: Developments in theory and practice* (pp. 289–308). SAGE Publications.
- Nieto y Otero, M. J. (2002). La afectividad en la comunicación política. *Opción*, 18, 36–53.
- Nieto y Otero, M. J. (2004). Comunicación afectiva en el discurso político venezolano: Estudio del pronombre pseudoinclusivo nosotros. *Spanish in Context*, 1(2), 267–285.
- Nieto y Otero, M. J. (2018). La afectividad como estrategia discursiva en la diplomacia de Venezuela con España. *Discurso & Sociedad*, 12(2), 344–366.
<https://doi.org/10.14198/dissoc.12.2.5>
- Patterson, M. L. (1983). *Nonverbal behavior: A functional perspective*. Springer-Verlag.
<https://doi.org/10.1007/978-1-4612-5564-2>
- Perloff, R. M. (1993). *The dynamics of persuasion*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Plutchik, R. (1958). Outlines of a new theory of emotion. *Transactions of the New York Academy of Sciences*, 20(5), 394–403. <https://doi.org/10.1111/j.2164-0947.1958.tb00600.x>
- Reber, E. (2012). *Affectivity in Interaction: Sound Objects in English*. John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/pbns.215>
- Sapir, E. (1927). Speech as a personality trait. *American Journal of Sociology*, 32, 892–905.
- Searle, J. R. (1975). A taxonomy of illocutionary acts. En K. Gunderson (Ed.), *Language, mind, and knowledge* (pp. 344–369). University of Minnesota Press.
- Solomon, R. C. (2004). Emotions, thoughts, and feelings: Emotions as engagements with the world. En R. C. Solomon (Ed.), *Thinking about feeling: Contemporary philosophers on emotions* (pp. 76–88). Oxford University Press.
- TenHouten, W. D. (2007). *A general theory of emotions and social life*. Routledge.
- The White House. (2025, April 2). *Fact sheet: President Donald J. Trump declares national emergency to increase our competitive edge, protect our sovereignty, and strengthen our national and economic security*. <https://www.whitehouse.gov/fact-sheets/2025/04/fact-sheet-president-donald-j-trump-declares-national-emergency-to-increase-our->

competitive-edge-protect-our-sovereignty-and-strengthen-our-national-and-economic-security/

Tseronis, A., Younis, R., & Üzelgün, M. A. (2024). A proposal for the evaluation of multimodal argumentation: Assessing reasonableness and effectiveness in environmental campaign posters. *Journal of Argumentation in Context*, 13(2), 292–317.

<https://doi.org/10.1075/jaic.00028.tse>

Van Dijk, T. A. (Comp.). (1997). *El discurso como interacción social: Estudios sobre el discurso II*. Gedisa.

Van Dijk, T. A. (1998). *Ideología. Un enfoque analítico del discurso*. Gedisa.

Van Dijk, T. A. (1999). *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage.

Van Dijk, T. A. (2003). *Discurso y poder. Contexto y análisis crítico*. Ariel.

Van Dijk, T. A. (2005). *Discurso, conocimiento e ideología*. Gedisa.

Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y contexto: Un enfoque sociocognitivo*. Gedisa.

Van Leeuwen, T. (2007). *Legitimación en el discurso*. Ediciones Síntesis.

Weber, M. (1993). *Economía y sociedad: Esbozo de sociología comprensiva* (J. Winckelmann, Trad.). Fondo de Cultura Económica.

Wiener, M., & Mehrabian, A. (1968). *Language within language: Immediacy, a channel in verbal communication*. Appleton-Century-Crofts.

Wierzbicka, A. (1991). *Cross-cultural pragmatics: The semantics of human interaction*.

Mouton de Gruyter. <https://doi.org/10.1515%2F9783112329764>

Zirpoli, C. T. (2025, 7 de abril). *Legal authority for the president to impose tariffs under the International Emergency Economic Powers Act (IEEPA)* (CRS Legal Sidebar No.

LSB11281). Congressional Research Service. <https://www.congress.gov/crs-product/LSB11281>

***Roles de autoría**

Las autoras manifiestan no tener conflicto de interés alguno.

B. Caffarel-Rodríguez: Conceptualización; investigación; análisis formal; análisis de datos; redacción del borrador original; revisión y edición.

M. J. Nieto y Otero: Conceptualización; metodología; investigación; análisis formal; análisis de datos, redacción del borrador original; revisión y edición.

Las autoras declaran que se utilizó ChatGPT -5 como apoyo para la codificación pragmatolingüística del corpus. El protocolo y el prompt empleados para esta tarea se diseñaron con el apoyo técnico de una ingeniera informática. Las autoras definieron las

categorías de análisis, revisaron los resultados de la codificación y asumieron su interpretación y la responsabilidad del artículo. Asimismo, se encuentra subido en Zenodo para su consulta, como se registra en las referencias.

Obra bajo licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0.