



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

---

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ARAGÓN

LA RETÓRICA DISIDENTE DE ANDRÉS MANUEL  
LÓPEZ OBRADOR: ANÁLISIS DEL DISCURSO DE  
SU PROYECTO DE TRANSFORMACIÓN POLÍTICA  
Y DE LA REPÚBLICA AMOROSA

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

PRESENTA:

**ALEJANDRO BADILLO ÁLVAREZ**

ASESOR:

**MTRO. JUAN ARELLANO ALONSO**



**FES Aragón**

México 2013

## Dedicatoria

*A Merced Salazar, mi abuela.*

*Por todos estos años de dedicación y entrega. Por enseñarme el valor de la disciplina y el cumplimiento de mis deberes. Por todo tu amor incondicional. Porque en realidad has sido desde siempre mi madre, mi soporte, mi guía. Gracias, aunque esa palabra es poco para todo lo que me has dado.*

*A Ana Laura, "Anita", mi hermana.*

*Por tus ocurrencias, tu compañía y tus picaras sonrisas. Tu destino pudo ser otro, "que mala suerte" como tú dices, pero ahora que estás a mi lado, yo te cuidaré.*

*A Andrés Manuel López Obrador.*

*No sé si algún día él se entere de la existencia de este trabajo, pero si es así, hay varias razones para dedicárselo: después del proceso electoral del 2 de julio de 2006 tuvo en sus manos la posibilidad de paralizar al país por la vía violenta y no optó por ella; por aferrarse a lo que él piensa, a sus ideales; porque como estratega ha sabido salir fortalecido frente a las adversidades y porque al finalizar un mitin que realizó el 23 de enero del 2011 en la explanada del Palacio Municipal de Cd. Nezahualcóyotl, municipio en donde he vivido ya un cuarto de siglo, al solicitarle una foto con él, le dijo a su chofer: "párate, porque quiere tomarse una foto conmigo", ese detalle fue para mí sorpresivo y gratificante.*

## **Agradecimientos**

*Al Sagrado Corazón de Jesús que está a mi izquierda.*

*Por aquellas conversaciones que en el pasado sostuvimos. Porque eres un ejemplo de humanismo, armonía y valimiento.*

*A mis profesores y sinodales:*

*Juan Arellano Alonso, por su gran apoyo para la realización de esta tesis y otros proyectos a lo largo de la carrera. Agradezco cada una de sus asesorías, las cuales ayudaron a cumplir con esta meta. Su conocimiento, disposición y valimiento fueron vitales para mi formación académica. Por todo su apoyo, por escucharme y por ser mi guía, muchas gracias.*

*Claudia Matilde Aldana González, por sus valiosos comentarios que dieron a este trabajo de investigación la calidad que se requiere.*

*Gabriela Zambrano Hernández, por su disposición y sus atenciones hacia mi persona así como por sus observaciones a esta tesis.*

*Efego Dorantes Cruz, por su confianza hacia mí. Gracias por esclarecer mis dudas, durante y después de clase, cuando fue mi profesor y por el ánimo recibido en aquellos días.*

*Mario Monroy Santos, porque es sus clases recobre el interés por la teoría social y mucho de lo allí aprendido está plasmado aquí.*

*Mario Efraín López Sánchez, por todo lo aprendido en sus clases, por cada charla, por cada consejo, por su atención y su comprensión, por uno u otro momento de dureza que logró guiarme por el camino correcto.*

*A la Facultad de Estudios Superiores Aragón y a la Universidad Nacional Autónoma de México. Por abrirme sus puertas, sus aulas y por aprender del gran talento que allí se encuentra.*

## Índice

<b>Introducción</b>	06
<b>Capítulo 1. Un perfil del emisor</b>	09
<b>1.1 Andrés Manuel López Obrador, vida y obra</b>	10
1.1.1 Tabasco, donde todo empezó	10
1.1.2 De la UNAM a La Chontalpa	12
1.1.3 Un priísta subversivo	15
1.1.4 La primera contienda por el Edén	16
1.1.5 El líder de la izquierda tropical	18
1.1.6 La revancha por Tabasco: AMLO vs Roberto Madrazo	19
1.1.7 Alzamiento chontal contra Pemex	21
1.1.8 Ascenso del PRD	22
1.1.9 México, la Ciudad de la Esperanza	23
1.1.10 <i>El Peje</i>	24
1.1.11 Primero los pobres	25
1.1.12 El complot	27
1.1.13 Voto por voto, casilla por casilla	29
1.1.14 La patria se defiende	31
1.1.15 Espaldarazo a un aliado: Extinción de Luz y Fuerza del Centro	34
1.1.16 Nace un medio: Regeneración	36
1.1.17 Morena, promotor de una república amorosa	38
<b>Capítulo 2. Análisis del discurso, una metodología en Comunicación</b>	42
<b>2.1 Comunicación y Política</b>	43
2.1.1 Comunicación	43
2.1.2 Comunicación política	44
2.1.3 Persuasión	51
2.1.4 Inicios de la comunicación política en México	57
<b>2.2 Discurso político</b>	60
2.2.1 Lenguaje e ideología	60
2.2.2 Análisis del discurso	65

2.2.3 Partes del discurso	70
<b>2.3 Retórica</b>	71
2.3.1 Orígenes del habla eficaz	71
2.3.2 La palabra elegante: el discurso persuasivo	74
2.3.3 Las figuras retóricas	77
<b>2.4 Propaganda</b>	86
2.4.1 La semilla de la propaganda	86
2.4.2 El método de la sugestión	88
2.4.3 La glorificación del hombre político	90
<b>2.5 Poder político</b>	93
2.5.1 Reguladores del poder: regímenes políticos	93
2.5.2 Tendencias dominantes del Estado	97
<b>Capítulo 3. Aplicación de la metodología en los discursos de López Obrador</b>	100
3.1 Análisis del discurso de los Diez puntos para transformar a México	101
3.1.1 Hallazgos	118
3.2 Análisis del discurso de los fundamentos para una república amorosa	122
3.2.1 Hallazgos	141
<b>Conclusiones</b>	144
<b>Fuentes de consulta</b>	149

## Introducción

A lo largo de la historia, el hombre político siempre ha pretendido resaltar sus virtudes, sus obras, sus actos, con ello pretende el reconocimiento de los demás, busca el elogio, el posicionamiento y el aprecio para ser el más representativo, la figura a seguir, quien tiene el poder.

Empezó con los gestos y los ritos, evolucionó con la palabra y la propaganda para dar a conocerse y difundir sus obras, resaltar quién era el más fuerte, el líder de la tribu, de la comunidad, de la nación; para ser seguido y que los demás delegaran en él su seguridad, su alimento, su economía, su sobrevivencia, y demás elementos que los librara de asumir responsabilidades.

Aunque debemos comprender que no sólo sea un hombre el que quiera dominar. Éste, al menos, tiene otro competidor con el mismo objetivo. Quienes hacen frente, en muchas ocasiones, tienen una plataforma política contraria a la de su adversario, con otra visión de su entorno. Finalmente ambos pretenderán sumar el mayor número de partidarios, pues sólo uno debe obtener el poder absoluto.

El triunfo, en el peor de los casos, es a través de la guerra (no olvidemos que llevamos dos guerras mundiales donde se pretendía poseer el mayor poder económico y también político); en mejores condiciones, se gana a través de la palabra, del convencimiento, de atraer a más seguidores. Para ello debe existir mecanismos que indiquen quién es el que más representatividad y adeptos logró, tal y como lo hace el voto.

Gracias al avance tecnológico en materia de comunicación, en la actualidad nos encontramos expuestos a una serie de mensajes de diversas plataformas políticas que buscan convencernos para adherirnos a su propuesta y ganarse nuestro voto, esto es a través de Internet, la prensa, la radio y la televisión. Es en éstos donde se reproduce el recurso necesario de cualquier político: el discurso.

El presente tiene el objetivo de aplicar una metodología de la comunicación desde el enfoque estructuralista para conocer los símbolos, el nivel de persuasión y la estética de dos discursos del político mexicano Andrés Manuel López Obrador, a través de las figuras retóricas. El valor cualitativo del análisis del discurso permite encontrar mayores hallazgos lingüísticos, contextuales y analíticos.

A lo largo de la investigación, se encontró la propuesta de Clyde Miller relacionada con la distinción de los símbolos persuasivos que se incorporaron al análisis para nutrir el diagnóstico.

Se retoma esta personalidad porque ha sido una figura política que ha logrado mantenerse durante esta década como un líder que representa a la ideología de izquierda y que ha logrado adherir simpatizantes a su plataforma política.

Cuando presidió el Comité Ejecutivo Nacional del Partido de la Revolución Democrática (PRD), en 1996, logró que éste obtuviera mayor presencia en el país, al ganar presidencias municipales, diputaciones, senadurías y gubernaturas estatales. Como Jefe de Gobierno del Distrito Federal, del periodo 2000-2005, se distinguió por sus programas sociales y por sus aciertos mediáticos que lo impulsaron a ser el candidato fuerte de la izquierda para competir por la Presidencia de la República.

En 2006 fue el candidato presidencial de la “Coalición Por el Bien de Todos”. Al no ser favorecido por los comicios de julio de 2006, ante una serie de irregularidades en el proceso electoral, optó por encabezar un movimiento que vigilara las decisiones del gobierno federal.

Fue en el 2010 cuando presentó sus “Diez puntos para transformar a México”, un decálogo en donde exponía su proyecto político en materia social, económica y de pensamiento.

A finales del 2011 su discurso se dirigió a promover valores, principalmente el amor, la honestidad y la bondad, pero orientados en lo social y a la política.

Tiempo después, con miras a las elecciones de 2012, se conformó el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) con el objetivo de posicionarlo como candidato a la Presidencia por segunda vez.

Así, este proyecto de investigación examina estos dos discursos de un personaje político emblemático que se ha caracterizado por provocar simpatías, pero también animadversión en la sociedad mexicana. Su importancia radica en retomar dos discursos de un líder de la izquierda mexicana que ha fomentado la pluralidad política en nuestro país y que es capaz de convocar a multitudes que aprecian y respaldan su mensaje contestatario.

Por lo anterior, se pretende encontrar cómo están contruidos estos mensajes y su capacidad de convencimiento o persuasión a través de las figuras retóricas.

El lector podrá ver en el primer capítulo una semblanza de Andrés Manuel López Obrador para conocer aquellos acontecimientos que marcaron su vida, así como su trayectoria política. En el capítulo dos se encuentra el marco teórico, allí se expone la metodología y los recursos necesarios para el estudio de los discursos. En el tercer apartado están los dos análisis con sus correspondientes hallazgos.

## Capítulo 1. Un perfil del emisor



Fotos: amlo.org.mx

*Por el bien de todos, primero los pobres*  
Lema de campaña de López Obrador en 2006

*El cambio verdadero está en tus manos*  
Lema de campaña de López Obrador en 2012

## 1.1 Andrés Manuel López Obrador, vida y obra

Aquí se encuentra una semblanza de Andrés Manuel López Obrador con el propósito de conocer al emisor. Se expone su vida familiar, gustos personales, trayectoria política y los principales movimientos sociales que se desprendieron después de las elecciones del 2006.

### 1.1.1 Tabasco, donde todo empezó

Andrés Manuel López Obrador nació el 13 de noviembre de 1953. Es originario de Tepetitán, municipio de Macuspana, Tabasco. Es el primogénito de otros seis hermanos, hijos de Manuela Obrador González y Andrés López Ramón. Sobre su mamá, vecinos tabasqueños aseguran que “era buena, pero no tenía nada de apacible”.<sup>1</sup> Ella se distinguió por ser una empresaria sagaz mediante la dirección de su pequeño negocio llamado “La Miscelánea Manuelita”.<sup>2</sup> Quienes conocieron a su padre, coinciden en calificarlo como un hombre bueno y agradable<sup>3</sup> y debido a que le encantaba jugar naipes y billar, sus amigos le llamaban “El tahúr”.<sup>4</sup>

Andrés Manuel comenzó sus estudios en la primaria Marco Becerra. En sus ratos libres nadaba, pescaba en el río y jugaba beisbol en las tardes. Desde niño, desarrolló una pasión por este juego e incluso “aspiraba a convertirse en un jugador profesional”.<sup>5</sup>

Debido a que en la década de 1950 no había televisión y la electricidad sólo se disponía por unas cuantas horas al día, escuchaba los juegos de la Liga Mayor en el radio de pilas de su abuelo, José Obrador, que compartía su afición por el deporte y era quien arbitraba los juegos de la localidad, incluso “el campo de

---

<sup>1</sup> Jorge Zepeda Patterson, *et al.*, *Los suspirantes*, México, Planeta, 2005, p. 10.

<sup>2</sup> George Grayson, *Mesías mexicano*, México, Grijalbo, 2006, p. 24.

<sup>3</sup> Zepeda, *op. cit.*, p. 10.

<sup>4</sup> Grayson, *op. cit.*, p. 24.

<sup>5</sup> *Ibidem*, p. 26.

beisbol del pueblo lleva el nombre del abuelo”.<sup>6</sup> “El equipo preferido del niño era los Yankees de Nueva York y su jugador favorito era el lanzador de los Dodgers, Sandy Koufax”.<sup>7</sup> También fue seguidor de El Santo, un luchador interpretado por Rodolfo Guzmán Huerta, del cual veía sus películas y leía las historietas del luchador.<sup>8</sup>

Durante su infancia y su estancia en la primaria lo apodaban *El Molido*, aunque nadie recuerda el motivo.<sup>9</sup> Tiempo después, se fue a estudiar a la única secundaria que había en Macuspana, de nombre Rómulo Hernández García, que se encontraba a dos horas de camino. Para ello estuvo en asilo con Carmita Domínguez y José Hernández, amigos de la familia, y visitaba a sus padres los fines de semana. “Durante este tiempo fue acolito del padre Carlos de la iglesia de San Isidro Labrador en Macuspana”.<sup>10</sup>

Al poco tiempo, la familia se mudó a Villahermosa, donde Andrés Manuel terminó su secundaria en una escuela federal. Ahí conoció a su profesor Rodolfo Lara Lagunas quien fue la “influencia poderosa que despertó su conciencia social”.<sup>11</sup> Este maestro, al darse cuenta que sus alumnos sabían tan poco de Benito Juárez, a quien admiraba, escribió un libro de texto titulado “Juárez: de la choza al palacio nacional: historias y testimonios”.<sup>12</sup>

Una vez instalados en la capital de Tabasco, administraron un almacén de ropa llamado Novedades Andrés y la zapatería La Gota. “En esa época sus compañeros de escuela le apodaron *El Americano* porque se vestía con prendas de importación que se vendía en su tienda.”<sup>13</sup>

---

<sup>6</sup> Grayson, *op. cit.*, pp. 26-27.

<sup>7</sup> *Idem.*

<sup>8</sup> *Idem.*

<sup>9</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 10.

<sup>10</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 28.

<sup>11</sup> *Ibidem*, p. 33.

<sup>12</sup> *Ibidem*, p. 34.

<sup>13</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 11.

López Obrador tenía 15 años y no pasaría mucho tiempo, después de asentarse en aquel lugar, cuando la familia tabasqueña enfrentaría la pérdida de un pariente:

Andrés Manuel y su hermano Ramón hacían la guardia en la tienda, este último sacó una pistola que el padre había dejado, meses atrás, escondida entre los estantes de las camisas. La había recibido en prenda de una deuda nunca saldada. Ramón, de 14 años, cortó cartucho, pero quitó el cargador, con lo cual se creía a salvo para hacer piruetas como pistolero. En el proceso el arma se escapó de sus manos, cayó al suelo y disparó el tiro que quedaba en la recámara: entró por el cuello del joven y salió por la sien en trayectoria de arriba abajo. Murió en el acto. Andrés Manuel estaba a cinco metros, en la caja, y vio la escena pasar ante sus ojos justo cuando reconvenía al hermano. Las empleadas del almacén corroboraron los hechos, pero unos judiciales del estado quisieron extorsionar a la familia involucrando a Andrés Manuel.<sup>14</sup>

La policía judicial lo arrestó y no fue hasta pasada la media noche, cuando ya velaban al hermano, que lo absolvieron del homicidio.<sup>15</sup>

Pasado el tiempo, en su adolescencia, estudió en la preparatoria estatal de nombre Manuel Sánchez Mármol, en Villahermosa; sin embargo, no dejó de trabajar. Sus compañeros y amigos lo recuerdan como *el buen bat* en el equipo de beisbol Los Centauros del Sureste, nombre adquirido de la empresa transportista que les patrocinaba el uniforme. En ese tiempo, se hizo novio de *Lupe*, con quien duró más de un año y de quien no se sabe nada hasta la fecha.<sup>16</sup>

### 1.1.2 De la UNAM a La Chontalpa

Andrés Manuel sabía que sus padres hicieron todo lo posible por solventar los gastos de la familia y de algún modo tendría que compensar ese trabajo. Sumado a esto, sus anhelos de superación lo motivaron a desprenderse de su parentela y

---

<sup>14</sup> *Ibidem*, p. 12.

<sup>15</sup> Alejandro Almazán, *cit. pos*, George Grayson, *op. cit.* p. 29.

<sup>16</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 13.

para estudiar una carrera universitaria en la Capital en 1973 para estudiar Ciencias Políticas y Administración Pública:

Mis padres eran comerciantes y el negocio quebró. Fue al terminar la preparatoria cuando decidí venir a la Ciudad de México a estudiar la universidad. Tome la iniciativa en circunstancias muy difíciles porque no tenía dinero, pero me liberé, me eché a andar y llegué a vivir a la Casa del Estudiante Tabasqueño, en la calle Violeta de la colonia Guerrero.<sup>17</sup>

Su objetivo era pertenecer a la máxima casa de estudios del país:

Presente el examen para ingresar a la facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, esperanzado por el apoyo del gobierno federal que nos daba alojamiento y comida en la casa del estudiante. Éramos 80 jóvenes, la mayoría de escasos recursos, que estudiábamos en diferentes carreras de la UNAM y del Instituto Politécnico Nacional (IPN). Esa casa fue muy importante para mi formación.<sup>18</sup>

Isidoro Pedrero Totosau, presidente estudiantil de la Casa, nombró a Andrés Manuel como *Piedra*, en parte por la tozudez que le caracterizaba desde entonces y también porque afirmaba que todavía había que “pulirlo”.<sup>19</sup>

En el año de 1976, regresó a Tabasco para integrarse al equipo de trabajo del poeta Carlos Pellicer quien competía por una senaduría; a su vez, apoyo a su amigo Víctor López Cruz para la presidencia municipal de Macuspana. Por estas razones no colaboró en la campaña de Leandro Rovirosa Wade a la gubernatura del estado, quien resultó vencedor.<sup>20</sup>

El nuevo gobernador de Tabasco, ordenó a Ignacio Ovalle Fernández, dirigente del Instituto Nacional Indigenista (INI) de Tabasco, ubicado en La Chontalpa, nombrara a Andrés Manuel como coordinador del instituto en el

---

<sup>17</sup> Andrés Manuel López Obrador, *La mafia nos robo la presidencia*, México, Grijalbo, 2007, p. 18.

<sup>18</sup> *Idem*.

<sup>19</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 14.

<sup>20</sup> *Ibidem*, p. 15.

estado. También asumió la dirección estatal de la Coordinación General del Plan Nacional de Zonas Deprimidas y Grupos Marginados (Coplamar).<sup>21</sup>

En esta etapa fue donde comenzaron sus consultas. Cuando estaba indeciso, se iba a platicar con los ancianos de los pueblos. Regresaba sereno y tranquilo de esas conversaciones y no volvía a dudar de la decisión tomada. A su vez, desarrolló otra impronta de su estilo político: la de concebir programas novedosos, con impacto popular. Fundó una estación de radio, que transmitía en español y en chontal. Fomentó los camellones chontales, que eran largos terraplenes ganados a las aguas pantanosas en los que se cultivaban los productos de la región. En este tiempo le llamaban *Lesho*, como suelen designar en Tabasco a los de nombre Andrés.<sup>22</sup> Un significado más del sobrenombre es “afecto que raya en la adoración”.<sup>23</sup>

Se desempeñó como profesor en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y allí conoció a Roció Beltrán Medina con quien contrajo matrimonio el 30 de marzo de 1980.<sup>24</sup> Concibieron tres hijos: José Ramón, Andrés Manuel y Gonzalo. Ella murió en enero del 2003 a causa de lupus.<sup>25</sup>

En las siguientes elecciones para el gobierno de tabasco, el entonces presidente Miguel De la Madrid le ofrece la candidatura a Enrique González Pedrero. Andrés Manuel participó en su equipo de campaña y exigió “hacerse cargo de la redacción de los documentos de campaña, en los que planteó muchas de las necesidades sociales que había recogido en su experiencia en La Chontalpa”.<sup>26</sup>

---

<sup>21</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 46.

<sup>22</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 16 y ss.

<sup>23</sup> Grayson, *op.cit.*, p.49.

<sup>24</sup> *Ibidem*, p. 51.

<sup>25</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 23.

<sup>26</sup> *Ibidem*, p. 17.

### 1.1.3 Un priísta subversivo

Después de las elecciones, en 1982, Andrés Manuel, ya con 30 años de edad, logra la dirigencia estatal del PRI, cargo del cual se mantuvo poco más de un año, pero logró reestructurarlo. Inició por renovar los comités seccionales y después se capacitaron con largos cursos sobre la Constitución, la historia de México, derechos de las comunidades, principios de administración y finanzas. También encargó un nuevo himno para el PRI, con consignas brigadistas, a modo de *jingle*.

Ante su modo de actuar, se ganó un nuevo mote, sus seguidores lo nombraron *El Comandante*. Tenía la idea de cambiar el modo de operar del partido, pero no le resultó fácil. Al poco tiempo 15 de los 17 dirigentes municipales pidieron al Gobernador su destitución, a esta petición se sumó el secretario de gobierno. El 15 de agosto de 1983, González Pedrero lo llamó para separarlo del puesto y designarlo oficial mayor del gobierno. Aceptó e inmediatamente presentó su renuncia. Luego de algunos días decidió tomar distancia, separarse del gobierno de Tabasco y trasladarse a la Ciudad de México.<sup>27</sup>

Con la idea de encontrar un trabajo permanente, López Obrador se acercó a Ignacio Ovalle quien de inmediato lo contactó con Clara Jusidman, la recién nombrada directora del Instituto Nacional del Consumidor (INCO). Al poco tiempo terminó como director de promoción. Él fue quien hiciera famosa la *Revista del consumidor* y lanzó el famoso estribillo con los números telefónicos del instituto.<sup>28</sup>

En 1984 publica su libro *Los primeros pasos: Tabasco 1810-1867*, y dos años después también *Del esplendor a la sombra: la República restaurada 1867-1876*. En 1987 presentó la tesis *Proceso de formación del estado nacional en*

---

<sup>27</sup> *Ibidem*, p. 18 y ss.

<sup>28</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 20.

*México 1824-1867*, con Paulina Fernández Christlieb como asesora, para recibir su título de la UNAM.<sup>29</sup>

En 1988, a medida que se acercaban los comicios para cambio de presidente de México así como de gobernador de Tabasco, se sabía que Carlos Salinas tenía aprecio por Clara Jusidman quienes asumían que López Obrador influiría en la definición de las candidaturas a municipios y diputaciones de la entidad, por tal motivo fue convocado a presentar una exposición, donde también fue Salinas de Gortari y ocurrió la siguiente anécdota:

Andrés Manuel fue invitado a un acto de campaña en Chiapas sobre temas indigenistas. Las pocas esperanzas que podría haber depositado en Salinas como agente de cambio priista hacia la izquierda, murieron en el acto. López obrador presentó una ponencia con sus tesis sobre La Chontalpa; minutos más tarde, Salinas planteó justamente lo contrario. El tabasqueño regresó convencido de que lejos de acercarse a sus posiciones, el partido (PRI) se estaba alejando.<sup>30</sup>

Hasta aquí parecía que su aspiración de orientar a la política de su entidad no tenía mucho futuro por la ideología predominante y la fuerza partidaria del Revolucionario Institucional, pero no se esperaba que en las siguientes elecciones hubiera una oportunidad para él y para la oposición.

#### **1.1.4 La primera contienda por el Edén**

En las elecciones presidenciales del 6 de julio de 1988 resultó electo el priista Carlos Salinas de Gortari y en segundo lugar Cuauhtémoc Cárdenas del Frente Democrático Nacional (FDN) quien impugnó los comicios sin resultado alguno.<sup>31</sup> La siguiente disputa fueron las contiendas locales en Veracruz, donde el liderazgo del gobernador Fernando Gutiérrez Barrios garantizaba el triunfo del PRI.

---

<sup>29</sup> *Idem.*

<sup>30</sup> *Ibidem*, p. 21.

<sup>31</sup> Manuel Suárez-Mier, "México: Elecciones 1988 y 2006", en <http://www.elcato.org/mexico-elecciones-1988-y-2006>, consulta: 29 de junio de 2011.

Una mejor oportunidad para la izquierda se presentó en las elecciones para la gubernatura de Tabasco, donde había señales de oposición creciente al PRI.<sup>32</sup> Cárdenas le pidió a Graco Ramírez Garrido que lo ayudara a encontrar un candidato para esa contienda y éste comenzó a buscar a Andrés Manuel. Le pidió que renunciara al PRI y aceptara la candidatura por el FDC para competir por el gobierno de Tabasco, su negativa fue ambigua. Finalmente es Cuauhtémoc Cardeñas quien termina por cautivarlo. Roció, su esposa, se resistió a aceptar su decisión y nuevamente declino la oferta. Finalmente don Andrés y doña Manuela fueron quienes lo convencieron para revertir su decisión y fue el candidato.<sup>33</sup>

El presidente electo no estaba conforme con esa postulación. “Apenas había anunciado López Obrador su candidatura cuando (Carlos) Salinas solicitó que Ovalle disuadiera al renegado de postularse. El presidente electo prometió dar al tabasqueño ‘un puesto a nivel de gabinete en el área de asuntos sociales’ si se hacía a un lado”.<sup>34</sup> Andrés Manuel rechazó la invitación.

A partir de esta contienda, el tabasqueño buscó el mejor modo para ganar el voto: “en la campaña de 1988 López Obrador comenzó a mostrar un rasgo que nunca más abandonaría: la fascinación de hacer actos públicos de pueblo en pueblo. Es una actividad que parece resultarle placentera en sí misma”.<sup>35</sup> El candidato transmitía su mensaje por medio de un altavoz montado en la capota de su automóvil, un Volare K 1981 al que bautizaron como “el mensajero de la democracia”, “la paloma de Obrador” y “el Granma tabasqueño”.<sup>36</sup>

Otra característica peculiar fue apoyarse en un programa que contenía sus promesas de campaña. Para ese entonces “emitió una plataforma de 25 puntos que hacía hincapié en la justicia social, títulos seguros de propiedad de la tierra, un gobierno eficiente, mayores oportunidades de educación, mejor nutrición y

---

<sup>32</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 76.

<sup>33</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 21.

<sup>34</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 78.

<sup>35</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 22.

<sup>36</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 81.

atención de salud, reforma política, desarrollo económico y conservación de la herencia cultural del estado”.<sup>37</sup>

Llegó el día de la elección y las cifras oficiales indicaron que Salvador Neme, candidato del PRI, había derrotado a su adversario con 77.9% frente a 21.2 por ciento. Con todo, el FDN informó de ‘irregularidades’ en 67 de los 1062 lugares de votación del estado. También se presentaron quejas por escrito a la Comisión Electoral del Estado, encabezada por el secretario de gobierno Mayans Canabal, pero este organismo determinó que las demandas eran injustificadas y se reconoció al candidato priista.<sup>38</sup> Tiempo después, López Obrador una crónica de lo que había acontecido en esta elección en su libro titulado *Tabasco: víctima del fraude electoral*.

### **1.1.5 El líder de la Izquierda tropical**

Andrés Manuel comenzó a cimentar en Tabasco el recientemente fundado PRD, que proporcionó un vehículo a los seguidores de Cárdenas para continuar su lucha política contra el PRI. Antes de que López Obrador entrara a la disputa, la Izquierda no figuraba en el estado.<sup>39</sup>

Fue el 5 de mayo de 1989 cuando participó en la fundación del Partido de la Revolución Democrática y fue el primero en encabezarlo en su entidad natal.<sup>40</sup> Dos años después, realizó una estrategia para reconocer triunfos municipales obtenidos en las siguientes elecciones. Él lo narra de la siguiente manera:

En octubre de 1991 se realizaron elecciones municipales en Tabasco. Y como se resistían a reconocernos en triunfo en Cárdenas, el segundo municipio en importancia en el estado, decidimos protestar en forma pacífica y emprendimos una caminata a la Ciudad de México a la que llamamos ‘Éxodo por la Democracia’.

---

<sup>37</sup> *Idem*.

<sup>38</sup> *Ibidem*, p. 82.

<sup>39</sup> *Idem*.

<sup>40</sup> López, *op.cit.*, p. 37.

En ese entonces, optamos por evadir el acoso y caminar con la gente en vez de quedarnos en Tabasco, donde querían reprimirnos. Al final salimos bien porque acabaron reconociendo el triunfo en Cárdenas y algunos municipios del estado de Veracruz, donde también se habían unido a la protesta. Por primera vez, el PRD ganó un municipio en Tabasco pero tras una larga lucha.<sup>41</sup>

También se manifestaron en contra del modelo económico, pues el país ya estaba inmerso en el neoliberalismo, condición económica-política que hasta la fecha prevalece en nuestro país y que sigue siendo rechazada por el tabasqueño, pues desde aquella época “el discurso de López Obrador iba dirigido en contra de las medidas neoliberales del gobierno y la manera en que estas golpeaban a los pobres y al sector rural”.<sup>42</sup>

Ya en mayo de 1992, López Obrador decidió trabajar en la campaña de Heberto Castillo para gobernador de Veracruz y cedió la presidencia del PRD tabasqueño a Darwin González Ballina.<sup>43</sup> Mientras tanto, un efecto indirecto de la victoria perredista en los municipios, fue la caída de Neme Castillo a la mitad de su gestión. El grupo encabezado por Roberto Madrazo consideró una concesión excesiva los triunfos otorgados al PRD y por tal razón lo destituyeron.<sup>44</sup> Para el cargo asignan a Manuel Gurría Ordóñez<sup>45</sup> quien termina el sexenio, dando paso a las elecciones de 1994.

### **1.1.6 La revancha por Tabasco: AMLO vs Roberto Madrazo**

López Obrador contiende de nuevo por la gubernatura de Tabasco en 1994. El otro contendiente era Roberto Madrazo Pintado, del PRI. La contienda fue acusada de inequitativa; sin embargo, el PRD no pudo ofrecer pruebas fehacientes. El resultado oficial de los comicios dictaminaban que el priista había

---

<sup>41</sup> *Idem.*

<sup>42</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 24.

<sup>43</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 96.

<sup>44</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 24.

<sup>45</sup> “Manuel Gurría Ordóñez”, [http://es.wikipedia.org/wiki/Manuel\\_Gurría\\_Ordóñez](http://es.wikipedia.org/wiki/Manuel_Gurría_Ordóñez), consulta: 30 de junio de 2011.

obtenido el 56.1% del total de votos, 37.4% había sido para el perredista y 2.53% para el candidato del PAN, Juan José Rodríguez Prats.<sup>46</sup>

La reacción de Andrés Manuel fue organizar un segundo “Éxodo por la democracia” a la Ciudad de México entre noviembre y diciembre, pero decidieron regresar a Tabasco para impedir que Roberto Madrazo rindiera protesta. El 19 de enero de 1995, “la policía tabasqueña y grupos de priistas desalojaron la plaza con violencia desmesurada y el nuevo gobernador toma posesión de su oficina”.<sup>47</sup>

Unas semanas más tarde, López Obrador arranca la Caravana por la democracia.<sup>48</sup> Todo el verano de 1995 hicieron plantón en el Zócalo, donde en junio de 1995, en medio de un mitin, llegó una camioneta con de cajas que traían la contabilidad confidencial de la campaña del priista.<sup>49</sup> Estos inesperados documentos parecían ser una prueba irrefutable del fraude en Tabasco, pero no solucionó el proceso electoral:

López Obrador entregó la documentación a la PGR para que procediera legalmente al demostrar que el priista había alcanzado el equivalente a 38.8 millones de dólares, 33 veces más el tope de campaña; 135 dólares por cada voto obtenido. La PGR reconoció la legitimidad de la documentación y confirmó los datos. Pero justo en esos días, Zedillo decidió no tener más frentes abiertos; viajó a Tabasco, levantó el brazo de Madrazo y afirmó “gobernaremos juntos hasta el 2000”.<sup>50</sup>

El gobierno del “edén de México” fue para el candidato del PRI, pero con ello no liquidaban las ansias del cambio político que Andrés Manuel quería para la entidad que lo vio nacer.

---

<sup>46</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 99.

<sup>47</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 25.

<sup>48</sup> En la obra de Grayson, se conoce esta marcha como “éxodo por la soberanía y la dignidad nacionales” que partió de Villahermosa con rumbo a la Ciudad de México el 23 de abril de 1995, *vid.* p. 117.

<sup>49</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 25.

<sup>50</sup> *Ibidem*, p. 26.

### 1.1.7 Alzamiento chontal contra Pemex

En su estado natal, el 7 de febrero de 1996,<sup>51</sup> el perredista volvió a liderar otro movimiento, ahora fue contra los perjuicios que la paraestatal petrolera mexicana le causaba a los campesinos de la entidad:

“López Obrador encabezó una resistencia civil en contra de Pemex, caracterizada por marchas, plantones y bloqueo de carreteras en todo el estado. El PRD se centraba en la contaminación provocada por el monopolio petrolero que administraba 1110 instalaciones que abarcaban 25% de Tabasco. Una de las primeras protestas tenía que ver con la contaminación en Nacajuca, en donde la pobreza deplorable rodeaba el yacimiento petrolero Sen, que había ensuciado los ríos y lagos de la localidad. Las manifestaciones de los chontales fueron recibidas con represión brutal, lo que impulsó a López Obrador y sus seguidores a exigir a Pemex que indemnizara a las víctimas de contaminación e introdujera un programa social en la mayoría de los ejidos afectados”.<sup>52</sup>

Como consecuencia de las protestas, “el monopolio petrolero hacia pagos a Andrés Manuel, quien a su vez, distribuía a mujeres y hombres que sufrían de contaminación ubicua”.<sup>53</sup> Como antecedente del conflicto, se tiene registrado que en 1990 presentó una denuncia en contra de Pemex en la Comisión Nacional de Derechos Humanos, quien ordenó al monopolio compensar a los campesinos por las pérdidas en las que había incurrido.<sup>54</sup>

El hecho de convocar a la resistencia pacífica y a un cambio en materia social, tenía un propósito específico a favor de su plataforma política. Seguidores y simpatizantes sabían que “el tabasqueño, consideraba que la prestación de

---

<sup>51</sup> Alejandro Trelles y Héctor Zagal, *Historia política y personal del candidato a la presidencia por el PRD*, México, DeBolsillo, p. 34.

<sup>52</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 87.

<sup>53</sup> *Ibidem*, p. 88.

<sup>54</sup> *Idem*.

servicios sociales y la realización de plantones y bloqueos eran cruciales para construir un partido de origen popular”.<sup>55</sup>

### 1.1.8 Ascenso del PRD

De 1995 a 1999 se desempeñó como presidente nacional del Partido de la Revolución Democrática. Durante su gestión, incrementó el contingente perredista en la Cámara de Diputados: de 71 en 1994 a 126 en 1997. También duplicó el número de senadores: de 8 a 16 escaños.<sup>56</sup>

Con el fin de mejorar la eficiencia de los trabajadores de las campañas, solicitó la ayuda de la entonces diputada Rosario Robles para crear las *brigadas del sol*, un grupo de activistas que promovían el voto y que combatieron los equipos del PRI. Esta estrategia se vio reflejada en las elecciones del 10 de noviembre de 1996 en el Estado de México, al ganar 34 de los 122 municipios; triunfaron en 9 de los 84 municipios en Hidalgo. También vencieron en Ocampo, de Coahuila. En 1998 ganaron la gubernatura de Zacatecas y Tlaxcala. Un año después aventajaron en Baja California Sur y Nayarit.<sup>57</sup>

López Obrador rechazó extender su permanencia como dirigente nacional del PRD y se retiró en abril de 1999 dejando una dirección provisional para buscar su candidatura al gobierno de Tabasco.

Fue en julio de 1999 cuando presentó a la opinión pública un listado con nombres de empresarios beneficiados por los préstamos dolosos que se hizo con el Fondo Bancario de Protección al Ahorro. Con ello, en septiembre presentó su libro *Fobaproa, expediente abierto* donde abordó el tema y su postura.<sup>58</sup>

---

<sup>55</sup> *Ibidem*, p. 89.

<sup>56</sup> *Ibidem*, p. 123.

<sup>57</sup> *Ibidem*, p. 135 y ss.

<sup>58</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 29.

### 1.1.9 México, la Ciudad de la Esperanza

Su anhelo de volver a competir por la gubernatura de “el edén” tendría que esperar, pues otra oferta llegó a sus manos: la candidatura a Jefe de Gobierno del Distrito Federal, cargo que impulsaría su carrera política.

En 1999 regresé a Tabasco y comencé a recorrerlo de nuevo. Tenía el propósito de volver a participar como candidato al gobierno del estado, cuando surgió el planteamiento de ser candidato a jefe de Gobierno del Distrito Federal. La propuesta la hicieron el ingeniero Cárdenas y otros dirigentes del PRD, me parece que con base a encuestas. Consideraron que conmigo se podía ganar en la Ciudad de México.<sup>59</sup>

Aceptado el reto, el 29 de marzo de 2000, Andrés Manuel obtiene su registro ante el Instituto Electoral del Distrito Federal y, tras una jordanada de proselitismo, el 2 de julio gana las elecciones con 37.5 por ciento, 4 por ciento más que el candidato del PAN, Santiago Creel. En tercer lugar quedó el PRI con 22.8 por ciento.<sup>60</sup> El 5 de diciembre de 2000 toma posesión del cargo y con ello se convierte en el primer gobernante electo para un periodo de seis años en la Ciudad de México.<sup>61</sup>

Durante su toma de protesta enfatizó sus lineamientos de gobierno y resaltó la consigna que caracterizaría su gestión y su visión acerca de la Ciudad de México, la esperanza:

Nuestro principal objetivo [...] es encender la llama de la esperanza, una esperanza que es fe en la viabilidad de esta ciudad y en un futuro personal, digno y mejor para todos; a eso convocamos, a construir entre todos la esperanza para darle a cada niño, a cada joven, a cada anciano, a cada mujer y a cada hombre

---

<sup>59</sup> López, *op.cit.*, p. 93.

<sup>60</sup> “Gestión de AMLO y crecimiento del PRD”, [http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page\\_id=154](http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page_id=154), consulta: 21 de julio de 2011.

<sup>61</sup> “Gestión de AMLO y crecimiento del PRD”, [http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page\\_id=154](http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page_id=154), consulta: 21 de julio de 2011.

nuevas, importantes y poderosas razones para vivir, para soñar y para triunfar en esta ciudad generosa y fraterna. [...] la esperanza implica una visión de futuro, sin ella, la acción transformadora es imposible, pero esa visión no puede basarse sólo en la imaginación y en los buenos deseos, debe sustentarse en el diagnóstico preciso de los problemas, en el conocimiento de los medios con que contamos y en la formulación de planes claros y realistas [...] el cambio democrático, que se ha iniciado en la ciudad, no tiene un camino de regreso. Vamos a seguir luchando para lograr que la Ciudad de México, Capital de la República, sea también la Capital de la justicia, de la democracia, de la alegría y de la felicidad. Lucharemos apasionadamente hasta convertir en realidad nuestra divisa: México, la Ciudad de la Esperanza.<sup>62</sup>

### **1.1.10 El Peje**

Una de las actividades que destacaría en su gestión como Jefe de Gobierno fueron las conferencias de prensa al amanecer, conocidas en ese entonces como *las mañaneras*, con las cuales cumplió una de sus propuestas: cuando estaba en campaña prometió que sostendría reuniones con el gabinete al romper el alba y así fue. Al día siguiente de su toma de protesta, llegó temprano al Antiguo Palacio del Ayuntamiento para atender a los periodistas. Posteriormente, a partir del 31 de mayo de 2001 los encuentros fueron en la Sala de Prensa Francisco Zarco.<sup>63</sup>

Andrés Manuel empleaba a la agencia de relaciones públicas Tere Struck y Asociados para que le ayudara a confeccionar sus mensajes, discursos y lemas. Teresa Struck, la propietaria de la empresa, sugirió que antepusiera “Por el bien de todos” a su lema “Primero los pobres”,<sup>64</sup> su slogan en el Gobierno de la Ciudad de México. También fue la creadora de los lemas “No estás solo”, “En legítima defensa”, “Honestidad valiente”, el *jingle* “Quién quiere, defiende y protege a la gente, López Obrador, honestidad valiente” y “La Ciudad de la Esperanza”,

---

<sup>62</sup> Andrés Manuel López Obrador, *Discurso de toma de protesta como Jefe de Gobierno del Distrito Federal*, Ciudad de México, 5 de diciembre, 2000.

<sup>63</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 183.

<sup>64</sup> *Ibidem*, p. 199.

nombre con el cual se renombró a la Capital. Tiempo después crearía el lema “No al desafuero” por el proceso jurídico que enfrentaría el tabasqueño.<sup>65</sup>

Otro aspecto que resalta la figura de López Obrador es su sobrenombre. Debido a su buena relación con los reporteros y que éstos sabían que él tiene “debilidad por el pescado frío, en especial el pejelagarto”,<sup>66</sup> un pez de río en Tabasco, fue el motivo por el cual le pusieron el mote de *El Peje*.

Cabe mencionar que hay otra versión, en sus propias palabras. En una entrevista, el periodista Jorge Ramos Avalos le preguntó a Andrés Manuel la procedencia del alias y éste contestó que lo relacionaban con el pez por la simple procedencia de ambos. Rechazó que el seudónimo le molestará pues considera que se lo dicen con “afecto y cariño”. En la misma conversación, expuso otra procedencia del apodo: el periodista Julio Scherer, director de la revista Proceso, dijo tras el debate de los candidatos a la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal, en el año 2000: “yo creo que va a ganar el peje”.<sup>67</sup> Según él, desde ese entonces lo reconocen así.

### **1.1.11 Primero los pobres**

El apoyo de Andrés Manuel a los ancianos fue lo que más promovió durante su gestión en la capital. Este programa consistía en ofrecerles 668 pesos mensuales, acceso gratuito a medicamentos, atención médica y un programa de alimentación. Logró incorporar a 250 mil de los 350 mil ancianos mayores de 70 años que viven en el D.F. en los dos primeros años de su gobierno.<sup>68</sup>

---

<sup>65</sup> Ella Grajeda, “La mujer detrás del ‘No al desafuero’”, en El Universal en línea, <http://www.eluniversal.com.mx/noticias.html>, consulta: 21 de julio de 2011.

<sup>66</sup> Zepeda, *op.cit.*, p. 35.

<sup>67</sup> Jorge Ramos Avalos, “‘YO NO QUIERO SER MARTIR’. Entrevista con Andrés Manuel López Obrador”, en <http://www.jorgeramos.com>, consulta: 21 de julio de 2011.

<sup>68</sup> Trelles y Zagal, *op.cit.*, p. 55.

Otro hecho que dio de qué hablar en los medios, fueron los sorteos del transporte público. Durante un tiempo, el Jefe de Gobierno incentivó el uso del tranvía del D.F. valiéndose de estos. El mecanismo era sencillo: cada boleto de viaje participaba por un premio en efectivo.<sup>69</sup>

Durante su administración era común que en el Zócalo se organizaran todo tipo de verbenas y festivales. De esta forma mantuvo un acercamiento con los jóvenes, sobre todo con aquellos provenientes de zonas populares.<sup>70</sup>

Se otorgó becas para el desempleo. La idea era apoyar a quienes carecían de trabajo para que desarrollaran otras habilidades profesionales. En febrero de 2004, éstas eran de 1,900 pesos. Para acceder a la prebenda lo esencial era la entrevista con el consejero de empleo quien decidía si el solicitante es elegible o no para incorporarse al programa. Este apoyo económico se otorgaba siempre y cuando los beneficiarios tomaran previamente cursos de capacitación en instituciones públicas.<sup>71</sup>

Otro proyecto que encabezó fue el rescate del Centro Histórico. En julio de 2001 López Obrador se reunió con el presidente Vicente Fox y se acordó que el proyecto estaría a cargo de un comité ejecutivo formado por cuatro representantes de la sociedad civil, tres del Gobierno Federal y tres del gobierno capitalino, presidido por Carlos Slim. A su vez, se remodeló el Paseo de la Reforma con la construcción del controvertido camellón de pirámides que dio fin a la imagen afrancesada que tenía.<sup>72</sup>

El bosque de Chapultepec también se restauró. Este programa consistió en ampliar los accesos a la zona, la construcción de estacionamientos, facilitar el

---

<sup>69</sup> *Ibidem*, p. 56.

<sup>70</sup> *Ibidem*, p. 57.

<sup>71</sup> *Ibidem*, p. 58.

<sup>72</sup> *Ibidem*, p. 64 y ss.

acceso a los ciclistas, la creación de nuevos atractivos y la desconcentración de los tianguistas establecidos entre el Metro Chapultepec y el zoológico.<sup>73</sup>

El gobierno del López Obrador realizó la construcción de una serie de puentes y ejes viales que unieron el sur de la ciudad con Santa Fe, puentes que unen las barrancas del sur de la ciudad con la salida a Toluca y un segundo piso del Periférico entre Las Águilas y San Jerónimo.<sup>74</sup>

### **1.1.12 El complot**

La segunda mitad de su sexenio como Jefe de Gobierno no fue fácil debido a los escándalos mediáticos que empezaron a surgir y que directamente repercutían su imagen política con rumbo a las elecciones presidenciales.

A principios de 2004 se divulgó el “Nicogate”, noticia que hacía referencia a Nicolás Mollinedo Bastar, su chofer. El hecho era que este colaborador recibía un sueldo mensual de casi 62,000 pesos. El tabasqueño salió a su defensa al justificar ese sueldo porque no sólo era conducía su móvil, también se desempeñaba como su jefe de seguridad y coordinador de logística.<sup>75</sup>

Después de este acontecimiento se presentaron los “videoescandalos”. El primer caso fue la presentación de un video donde el secretario de finanzas Gustavo Ponce apostaba grandes cantidades de dinero en el Casino Bellagio de Las Vegas. El segundo suceso fue la difusión del video donde René Bejarano aparecía recibiendo dinero en efectivo de Carlos Ahumada Kurtz, un acaudalado empresario cuyo grupo Quart tenía docenas de proyectos de construcción en la ciudad.<sup>76</sup> El material fue proporcionado por el diputado panista Federico Döring en el programa *El mañanero* conducido por Victor Trujillo, caracterizado de *Brozo*. La

---

<sup>73</sup> *Ibidem*, p. 67.

<sup>74</sup> *Ibidem*, p. 72 y ss.

<sup>75</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 187.

<sup>76</sup> *Ibidem*, p. 188.

justicia no tardó en abrir cargos por fraude y lavado de dinero, y en cursar las correspondientes órdenes de arresto y prisión provisional.

El siguiente caso corresponde al Paraje San Juan. Como antecedente, en 1989 el departamento de D.F., en manos de Manuel Camacho Solís, expropió los terrenos ubicados en Iztapalapa. En 1998, Enrique Arcipestre se amparó para impugnar la expropiación de los terrenos que supuestamente pertenecían a su padre. Ganó el amparo y se le ordenó al GDF pagar la indemnización. En el año 2000, el gobierno capitalino promovió ante la Suprema Corte invalidar la sentencia. En junio de 2002 la juez Gabriela Rolón ordenó que la Capital pagara la indemnización de un mil 810 millones de pesos a Arcipestre. López Obrador argumentó que se trataba de un fraude y se negó a obedecer la sentencia. Al poco tiempo la Secretaria de la Reforma Agraria anunció que el predio nunca había dejado de ser propiedad de la nación.<sup>77</sup> Con ello Andrés Manuel ganó en el terreno legal.

El caso más controversial y que trascendió, de nota local a nota nacional, fue el caso El Encino y la orden de desafuero para López Obrador. El 9 de noviembre del 2000 el gobierno capitalino expropió 13,000 metros cuadrados en la zona de Santa Fe para construir una avenida de acceso al Hospital ABC. El 14 de marzo de 2001, un juez federal aprobó la solicitud de amparo de los dueños de la propiedad y ordenó detener cualquier proyecto de obra pública en el terreno. Cuando el juez descubrió que el D.F. seguía construyendo la avenida, ordenó a la PGR que investigara el posible abuso de autoridad. El 23 de enero de 2002, un tribunal administrativo determinó que el Andrés Manuel había violado la orden judicial. A mediados de mayo de 2004, el procurador general Macedo de la Concha solicitó al Congreso que lo despojara de su inmunidad política.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> Trelles y Zagal, *op.cit.*, p. 169.

<sup>78</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 255.

El 7 de abril de 2005 fue el día decisivo. Por la mañana se congregaron simpatizantes lopezobradoristas en el zócalo capitalino y ahí se acordó con la multitud que no lo acompañaran a comparecer a la Cámara de Diputados, donde se votaría a favor o en contra de despojarlo de su fuero político. Se pactó un recorrido denominado Marcha del Silencio, el domingo 24 de abril. Antes de partir al Palacio Legislativo de San Lázaro, expresó: “¡Los quiero desafortadamente!”

Con 360 votos, la también llamada Cámara baja, lo destituyó como Jefe de Gobierno y autorizaron a la PGR para proceder penalmente en su contra.<sup>79</sup> Situación que finalmente no procedió. La noche del 27 de abril el presidente Vicente Fox anunció la renuncia de Macedo de la Concha y garantizó que su gobierno “a nadie impedirá participar en la próxima contienda electoral”.<sup>80</sup> Andrés Manuel, libre de toda imputación y sin ningún impedimento legal, estaba listo para contender por la Presidencia de la República en 2006.

Desde el 20 de noviembre de 2004 empezó a viajar por todo el país para dar a conocer su reciente publicación, *Un proyecto alternativo de nación*, propuesta que contenía veinte puntos “acorde con los intereses del pueblo, visionario y realista”. Para el 1 de junio de 2005, la primera edición de la obra alcanzó 37,000 ejemplares vendidos que proporcionó la cantidad de 476, 599 pesos que invirtió en su campaña.<sup>81</sup> El 11 de agosto de 2005 inicia de nueva cuenta un recorrido ya como precandidato a la Presidencia.

### **1.1.13 Voto por voto, casilla por casilla**

Respaldo por la “Coalición Por el bien de todos, primero los pobres” —integrada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido del Trabajo (PT) y Convergencia, Andrés Manuel López Obrador comenzó su campaña presidencial el 19 de enero de 2006 en Metlatónoc, Guerrero. Terminó su proselitismo en el

---

<sup>79</sup> López, *op.cit.*, p. 165.

<sup>80</sup> *Ibidem*, p. 178.

<sup>81</sup> Grayson, *op.cit.*, p. 273 y ss.

Zócalo capitalino el 28 junio de 2006.<sup>82</sup> Los otros candidatos fueron Felipe Calderón Hinojosa del Partido Acción Nacional (PAN), Roberto Madrazo Pintado del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Patricia Mercado Castro del Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina así como Roberto Campa Cifrián del Partido Nueva Alianza.

Tras una elección muy competitiva, el Instituto Federal Electoral anunció que el ganador fue el panista Felipe Calderón, ante ello López Obrador impugna la elección ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) y acusa que hubo irregularidades en el proceso electoral así como sospechas de un presunto fraude. A su vez, inicia un movimiento nacional de “resistencia civil pacífica” para respaldar la demanda de que se abran los paquetes electorales y se cuenten nuevamente todos los votos, a fin de esclarecer el resultado de los comicios.

Tras realizarse, el 8 y 16 de julio, asambleas generales y bajo la exigencia de “voto por voto, casilla por casilla”, el día 30 del mismo mes, Andrés Manuel y miles de simpatizantes decidieron mantenerse en plantón permanente en el Zócalo, las principales calles del Centro Histórico y el Paseo de la Reforma, en el cruce con el Periférico, hasta que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) decida “limpiar la elección”.<sup>83</sup>

A pesar de haberse reconocieron irregularidades en el proceso, el 5 de septiembre, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación declaró válidas las elecciones del 2 de julio y consideró a Felipe Calderón presidente electo para encabezar el Ejecutivo Federal en el periodo 2006-2012. Conforme a las cifras oficiales, el panista obtuvo 14 millones 916 mil 927 votos —35.71 por

---

<sup>82</sup> “El fraude electoral de 2006”, [http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page\\_id=183](http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page_id=183), consulta: 21 de julio de 2011.

<sup>83</sup> Enrique Méndez y Andrea Becerril, “AMLO: se juega el destino del país; democracia o simulación”, en *La Jornada en línea*, consulta: 21 de julio de 2011.

ciento—, frente a 14 millones 683 mil 96 de Andrés Manuel López Obrador — 35.15—, es decir, una diferencia de 233 mil 831 sufragios, 0.56 por ciento.<sup>84</sup>

Después de esta resolución, la resistencia civil pacífica concluye el 16 de septiembre para conformarse el Frente Amplio Progresista, conformado por los mismos partidos que representó. Al mismo tiempo se constituyó la Convención Nacional Democrática (CND), con el lema “Sufragio efectivo, no imposición”. Sus integrantes deciden desconocer el resultado electoral, rechazan la “República simulada” y proclaman a López Obrador como “Presidente Legítimo de México”. El 20 de noviembre rinde protesta como tal en el Zócalo de la Ciudad de México.<sup>85</sup>

Recuerdo que tome el concepto de la felicidad que aparece en la constitución de Apatzingán de 1814. Proteste diciendo: “Protesto cumplir y hacer cumplir la Constitución General de la República, desempeñar, leal y patrióticamente, el cargo de Presidente Legítimo de México. Me comprometo a proteger los derechos de los mexicanos, a defender el patrimonio y la soberanía nacional y a procurar la felicidad del pueblo, y si así no lo hiciere, que la nación me lo demande”.<sup>86</sup>

Sobre la elección, redactó su libro *La mafia nos robó la presidencia* donde da cuenta de su versión del proceso electoral, así como parte de su vida familiar y trayectoria política.

#### **1.1.14 La patria se defiende**

El 4 de enero de 2007 López Obrador comenzó en Yucatán una gira por el país para dar a conocer a la gente la decisión postelectoral y de cómo se transformará a México “desde abajo y con la gente”<sup>87</sup> durante el sexenio 2006-2012.

---

<sup>84</sup> Alonso Urrutia y Jesús Aranda, “Aun con anomalías importantes, el TEPJF califica de válidos los comicios”, en *La Jornada en línea*, consulta: 21 de julio de 2011.

<sup>85</sup> “La Presidencia Legítima de México”, [http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page\\_id=192](http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page_id=192), consulta: 21 de julio de 2011.

<sup>86</sup> López, *op.cit.*, p. 286.

<sup>87</sup> *Ibidem*, p. 298.

Frente a la escalada de precios, el 31 de enero se realizó la Marcha por la Soberanía Alimentaria, la Defensa del Salario y del Empleo para demandar al gobierno de manera conjunta un "nuevo pacto social"<sup>88</sup>, que modifique la política económica, asegure alimentación, el empleo, la soberanía sobre los bienes nacionales y frene la exclusión y represión que quedó plasmada en lo que llamaron la *Declaración del Zócalo*. Ahí Andrés Manuel estableció la convicción de que “sin maíz no hay país (...) la idea es que salvar a México es salvar el campo, a los campesinos y a los indígenas”.<sup>89</sup>

No fue hasta el 9 de enero de 2008 cuando López Obrador conformó el Movimiento Nacional en Defensa del Petróleo (MNDP), con el apoyo del Sindicato Mexicano de Electricistas (SME), legisladores de PRD, PT y Convergencia, ante la presunta intención de Felipe Calderón de privatizar Petróleos Mexicanos (Pemex). Propuso que con los 200 mil millones de pesos anuales que obtiene el gobierno por los excedentes petroleros se lograría modernizar al monopolio sin la intervención del capital privado y “afirmó que tampoco aceptarían el ‘pretexto’ de que la paraestatal está en quiebra por falta de inversión privada, nacional o extranjera, para cumplir con su cometido”.<sup>90</sup>

Uno de los primeros resultados del MNDP fue el 18 de marzo de 2008, en el marco del 70 aniversario de la expropiación petrolera, cuando Felipe Calderón dio instrucciones a la secretaria de Energía, Georgina Kessel, y al director de la paraestatal, Jesús Reyes Heróles, para que estudiaran la factibilidad de construir una séptima refinería en el país, lo que representaría una “buena manera” de celebrar la expropiación petrolera.<sup>91</sup>

---

<sup>88</sup> Patricia Muñoz, Matilde Pérez y Fabiola Martínez, “‘Nuevo pacto social’, piden miles en el Zócalo”, en *La Jornada en línea*, consulta: 22 de julio de 2011.

<sup>89</sup> López, *op.cit.*, p. 294.

<sup>90</sup> Alma E. Muñoz, “Constituyó AMLO el Movimiento Nacional en Defensa del Petróleo”, en *La Jornada en línea*, consulta: 22 de julio de 2011.

<sup>91</sup> Claudia Herrera e Israel Rodríguez, “Transformar Pemex para superar rezagos, demanda Felipe Calderón”, en *La Jornada en línea*, consulta: 22 de julio de 2011.

Otro acto relevante fue la participación activa de las mujeres en un movimiento social. El 6 de abril en el Monumento a la Revolución, Andrés Manuel tomó protesta a “10 mil mujeres que se declararon en ‘estado de alerta’ para sitiar el Congreso de la Unión cuando se presente alguna iniciativa para la reforma de Pemex y llamar a sus legisladores a una huelga”.<sup>92</sup> *Las Adelitas*, como fueron conocidas, “se declararon listas para bloquear las cámaras legislativas, carreteras y aeropuertos”<sup>93</sup> acciones que pretendían detener de la posible privatización de la paraestatal.

El 28 de octubre López Obrador, como representante del Movimiento Nacional en Defensa del Petróleo, acudió a la Cámara de Diputados para reunirse con los legisladores, antes de que diera inicio la sesión ordinaria, con la intención de prevenir algún intento de privatización. Entre otros argumentos, les sentenció:

No olviden ustedes que son representantes populares y no simples instrumentos al servicio de intereses creados. Tienen la oportunidad histórica de actuar con lealtad al pueblo y con patriotismo. La vida, como todos sabemos, es demasiado corta como para que la ensuciamos dejándonos dominar por la codicia y por el interés personal o de grupo. La patria no se vende. La patria se ama y se defiende.<sup>94</sup>

Otro de los resultados fue la *consulta ciudadana sobre la reforma energética* de Felipe Calderón, el 27 de julio, donde al menos 870 mil personas respondieron a dos preguntas.<sup>95</sup>

Para la primera pregunta, “Actualmente la explotación, transporte, distribución, almacenamiento y refinación de los hidrocarburos son actividades exclusivas del gobierno, ¿está usted de acuerdo o no está de acuerdo que en

---

<sup>92</sup> Enrique Méndez y Alma E. Muñoz, “Prevé AMLO que la resistencia por Pemex se inicie esta semana”, en *La Jornada en línea*, consulta: 22 de julio de 2011.

<sup>93</sup> Enrique Méndez y Alma E. Muñoz, “Prevé AMLO que la resistencia por Pemex se inicie esta semana”, en *La Jornada en línea*, consulta: 22 de julio de 2011.

<sup>94</sup> Enrique Méndez y Roberto Garduño, “Está en sus manos no entregar el país, dijo AMLO a diputados”, en *La Jornada en línea*, consulta: 22 de julio de 2011.

<sup>95</sup> Ángel Bolaños Sánchez, “Rotundo no de capitalinos a la reforma energética de Calderón”, en *La Jornada en línea*, consulta: 22 de julio de 2011.

esas actividades puedan participar empresas privadas?”, respondieron 439 mil 715 personas: 384 mil 85 por el no (87.37%); 51 mil 872 por el sí (11.78%) y 3 mil 758 anuladas (0.85 por ciento).

La segunda pregunta, “En general, ¿está usted de acuerdo o no está de acuerdo con que se aprueben las iniciativas relativas a la reforma energética que se debaten actualmente en el Congreso de la Unión?”, obtuvo 441 mil 374 votos: 372 mil 76 por el no (84.3%), 65 mil 310 por el sí (14.8%) y 3 mil 988 no válidos (0.90 por ciento).

Con el propósito de dar a conocer su punto de vista en torno al desarrollo de la industria del petrolero de México, López Obrador publica el libro titulado *La gran tentación: el petróleo de México*.

### **1.1.15 Espaldarazo a un aliado: Extinción de Luz y Fuerza del Centro**

El primer día de enero de 2009, con motivo del alza de precio en los productos básicos, del aumento semanal a las gasolinas y del 4.6 por ciento de aumento a los salarios mínimos, se conformó el Movimiento Nacional por la Defensa de la Economía Popular que buscaba “cambiar la actual política económica”.

El 25 de enero se realizó un mitin en el Zócalo encabezado por Andrés Manuel.<sup>96</sup> En esa asamblea general, anunció que “a partir de febrero se instalarían 31 casas en defensa de la economía popular en las capitales de los estados, así como en las 16 delegaciones del Distrito Federal”.<sup>97</sup> Esta era “una nueva etapa de la resistencia civil para buscar soluciones colectivas”<sup>98</sup> que reviertan los cobros indebidos en bienes y servicios, prestaciones y créditos.

---

<sup>96</sup> Notimex, “Inician seguidores de AMLO defensa de la economía popular”, en *El Universal en línea*, consulta: 25 de julio de 2011.

<sup>97</sup> Alma E. Muñoz y Enrique Méndez, “Anuncia AMLO estrategia nacional ante el empeoramiento de la crisis”, en *La Jornada en línea*, consulta: 25 de julio de 2011.

<sup>98</sup> *Idem*.

El movimiento permaneció vigente durante la primera parte del año hasta que vino un nuevo acontecimiento que cambio su rumbo.

En la noche del 10 de octubre, mientras militares y policías federales ocuparon las instalaciones de Luz y Fuerza del Centro (LFC), Felipe Calderón decreta la “extinción” del organismo descentralizado en una edición extraordinaria del Diario Oficial de la Federación. El argumento nodal para la liquidación es que, por "su comprobada ineficiencia operativa y financiera", representa un costo tan elevado que "ya no resulta conveniente para la economía nacional ni para el interés público" y "dispone expresamente" que se respetarán los derechos laborales de los trabajadores y garantiza las indemnizaciones correspondientes y el pago de las jubilaciones.<sup>99</sup>

Eso incitó a que el Sindicato Mexicano de Electricistas (SME), liderado por Martín Esparza, se movilizara por las principales avenidas de la Ciudad de México y con tal motivo, López Obrador anunció que el “Movimiento nacional en defensa de la economía popular, el petróleo y la soberanía actuará bajo la conducción del Sindicato Mexicano de Electricistas en las acciones de resistencia de ese gremio con el fin de revertir la decisión de desaparecer a Luz y Fuerza del Centro.<sup>100</sup> Ambos frentes se unieron en protesta, pero pese a los numerosos mítines realizados y demandas extendidas al congreso, el Gobierno Federal no dio marcha atrás al decreto y era un hecho la extinción de la compañía eléctrica.

Hasta el momento, los integrantes del Sindicato Mexicano de Electricistas son fieles al proyecto de López Obrador y se han sumado a los llamamientos que realiza el tabasqueño.

---

<sup>99</sup> Fabiola Martínez, Gustavo Castillo y Agustín Salgado, “Decreta Calderón la extinción de Luz y Fuerza; es inconstitucional: SME”, en *La Jornada en línea*, consulta: 25 de julio de 2011.

<sup>100</sup> Rosa Elvira Vargas y Enrique Méndez, “El apoyo al SME debe ser ‘sin protagonismos’: AMLO”, en *La Jornada en línea*, consulta: 25 de julio de 2011.

### 1.1.16 Nace un medio: Regeneración

El 22 de noviembre de 2009, al conmemorar en el Zócalo capitalino tres años del Gobierno Legítimo de México, Andrés Manuel llamó a elaborar un “Nuevo Proyecto Alternativo de Nación” para enfrentar “a la mafia del poder”, es decir aquellos empresarios y políticos, que según su punto de vista, tienen “sometido al país”. Su elaboración quedó a cargo de Ignacio Marván, Luciano Concheiro, Rogelio Ramírez de la O, Héctor Díaz Polanco, José María Pérez Gay, Víctor Manuel Toledo y Bolívar Echeverría. El documento definitivo se tendría en junio de 2010 y abordaría 10 postulados<sup>101</sup>.

Desde enero de 2010 empieza a circular *Regeneración*, “el periódico de las causas justas y del pueblo organizado”. Éste retomó el nombre de un semejante fundado en la Ciudad de México por los hermanos Flores Magón en 1900.

El rotativo mensual “se trata de un homenaje a aquellos periodistas y pensadores honestos, progresistas y patrióticos y a su periódico. Es la adopción explícita de un compromiso de gran calado: contribuir, en el campo de la información y la comunicación, a construir un movimiento que no busca el poder por el poder sino la regeneración de un México arrasado, saqueado y corrompido por los gobernantes del ciclo neoliberal”. El objetivo planteado fue “desarrollar la estructura que permita difundir la palabra del movimiento, romper el cerco informativo y articular los esfuerzos organizativos de los ciudadanos”.<sup>102</sup>

A su vez, *Regeneración* contó con un portal de Internet (<http://www.regeneracion.mx>) y un canal de videos en Youtube, llamado *RegeneracionTV*, donde cada lunes se publicaba un *videoblog* en el cual Andrés Manuel López Obrador abordaba algún tema de interés y daba a conocer su

---

<sup>101</sup> Ciro Pérez y Alma E. Muñoz, “Llama AMLO a elaborar proyecto para enfrentar a la *mafia del poder*”, en *La Jornada en línea*, consulta: 25 de julio de 2011.

<sup>102</sup> “Regeneración un medio necesario”, (Editorial), en *Regeneración*, enero de 2010, p. 2.

postura, así como información sobre sus giras y las tareas o resultados del movimiento en turno que lideraba.

Fue oportuno este medio, no sólo por su influencia social y los alcances que logró tener, también por qué López Obrador iba a necesitar un espacio para difundir sus propuestas, pues un mensaje televisivo le sería cancelado.

En los tiempos oficiales que tienen derecho los partidos políticos en México, para difundir sus mensajes a la población en las estaciones de radio y canales de televisión abierta, el Partido del Trabajo presentaba el promocional *diez puntos para transformar a México* donde Andrés Manuel exponía un decálogo que resumía su nuevo proyecto alternativo de nación, pero el 30 de septiembre de 2010 “el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) ordenó al Instituto Federal Electoral (IFE) retirar en 24 horas” el mensaje debido a una demanda del Partido Acción Nacional (PAN) de que “puede alterarse la equidad en 2012”<sup>103</sup>, año de elección presidencial.

En su intervención el magistrado electoral Salvador Nava emitió la siguiente conclusión:

[...] el análisis de los promocionales en donde se habla de rencauzar (sic) la economía, democratizar los medios de comunicación, combatir las prácticas monopólicas o aplicar una austeridad republicana, no se desprendía una afectación a la equidad ni violaciones al artículo 134 constitucional, porque Andrés Manuel López Obrador no es funcionario público.<sup>104</sup>

Sin embargo, la decisión del tribunal fue que la publicación tenía que salir del aire.

---

<sup>103</sup> Alonso Urrutia, “Ordena el TEPJF al IFE retirar mensajes de AMLO”, en *La Jornada en línea*, consulta: 25 de julio de 2011.

<sup>104</sup> *Ibidem*.

Ante tal resultado, los *diez puntos para transformar a México* se tuvieron que difundir en las redes sociales, debido a su importante influencia y actual relevancia, su notoriedad fue más representativa en el canal de videos *RegeneraciónTV*.

Paralelo a esto, Andrés Manuel publica el libro *La mafia que se adueñó de México... y el 2012* donde “la tesis central de la obra es que la desigualdad, la descomposición, la degradación y la violencia que actualmente dominan nuestra vida cotidiana son producto de un conjunto de decisiones políticas que se aplicaron, desde la cúpula del poder”.<sup>105</sup>

### **1.1.17 Morena, promotor de una república amorosa**

El domingo 25 de julio de 2010, con el motivo de presentar el Nuevo Proyecto Alternativo de Nación, se realizó una concentración en el Zócalo capitalino, a diferencia del anterior, éste tiene diagnósticos y sugerencias, de diversos especialistas e intelectuales, sobre la numerosa toma de decisiones que el Estado mexicano debe implementar para cumplir el objetivo de “transformar a México”.

Esta reunión también tuvo otro propósito. Considerando la creación y organización de comités de ciudadanos apartidistas y de simpatizantes que lo apoyan, y por el sometimiento a la opinión pública del mencionado proyecto reveló su determinación de participar en las siguientes elecciones federales:

Como he expresado en otras ocasiones, el momento más adecuado, más favorable para llevar a cabo de manera pacífica los cambios que postulamos, se presentará alrededor de las elecciones presidenciales del 2012. Pero debe quedar claro que si participamos en esta contienda, no lo hacemos para buscar el poder por el poder ni para llegar a cargos públicos por ambición personal; sino fundamentalmente para sacar al país del atraso y para que no nos quiten, ni a nosotros ni a los que vienen detrás de nosotros, a las nuevas generaciones, el

---

<sup>105</sup> Jaime Avilés, “Presentará López Obrador su libro *La mafia que se adueñó de México... y el 2012*”, en *La Jornada en línea*, consulta: 25 de julio de 2011.

derecho a la esperanza y a vivir en una sociedad mejor. Por eso, desde esta plaza pública declaramos que nuestro movimiento sí participará en las elecciones del 2012<sup>106</sup>.

Más adelante, antes de finalizar su discurso, expresó en forma de síntesis su concepción del país donde retomó un valor universal: el amor, el cual incitó a difundir: “Hagamos saber a todos que sí se puede vivir con justicia, sin miedos ni temores, en una República nueva, que estamos construyendo entre todos. Una República nueva, libre, democrática, soberana, igualitaria y fraterna. Una República amorosa”.

Tiempo después, en el programa nocturno “Shalalá”<sup>107</sup>, de TV Azteca, Andrés Manuel explicó el concepto de “República amorosa”. Argumentó que el amor es un asunto de Estado donde “el fin último de cualquier gobierno es el conseguir la felicidad del pueblo”. Consideró que en la actualidad “hay un desequilibrio entre lo propio, el individualismo y el amor al prójimo”. Subrayó que “la crisis de México y del mundo no sólo tiene que ver con lo material, con la falta de oportunidades o con el acaparamiento de la riqueza en unos cuantos, sino por la pérdida de valores”, es por eso que apuesta encabezar un gobierno que promueva el cambio de actitud a favor del beneficio común, pues, es sus palabras “ser bueno es el camino para ser feliz”.

A su parecer, era necesario cambiar el actual modo de pensar, donde predomina lo material, para construir una nueva corriente de pensamiento colectivo donde lo fundamental sea la solidaridad y los valores morales. Por este motivo, explicó, en el mitin de julio, citó una frase de José Martí: “besos recogerá quien siembra besos” y sostuvo que “un revolucionario es un hombre con amor”.

---

<sup>106</sup> López, “López Obrador: Declaramos que nuestro movimiento sí participará en las elecciones del 2012”, en <http://www.lopezobrador.org.mx>, consulta: 17 de enero de 2012.

<sup>107</sup> Sabina Berman y Katia D’Artigues, *Shalalá*, canal 13, miércoles, 00:00 hrs., 9 de septiembre de 2010.

A principios de 2011, con miras a la próxima contienda electoral, se conformó el Movimiento de Regeneración Nacional, que por sus siglas se popularizó como Morena.

Al aprovechar los tiempos oficiales y, desde luego, en el periódico *Regeneración*, su invitación para sumarse a la causa decía: “Te invito a participar en el Movimiento de Regeneración Nacional, Morena. Que cada quien haga lo que le corresponda y podremos salvar al país. Practiquemos el amor al prójimo. Ayudar a los demás no sólo es parte del deber, sino de la felicidad”.<sup>108</sup>

En esta nueva etapa, con la intención de supervisar el conteo de los votos en las urnas en los comicios del 2012 y a partir de la autocrítica de las acciones tomadas cinco años atrás, el Morena tenía como objetivo consolidar una mejor organización, la cual era “la palabra clave para cambiar a México”<sup>109</sup>, decía el líder. Al tiempo se creó la convocatoria Apúntate a Morena, para formar parte de los comités que resguardarán los sufragios el día de la elección presidencial. Había otra modalidad para participar, esta era como “Protagonista del cambio verdadero”, que era un partidario con la tarea de “convencer a cinco ciudadanos más, entre familiares, amigos, vecinos, compañeras y compañeros de trabajo”<sup>110</sup> para unirse al movimiento.

Morena también se definió como “de resistencia” y su nacimiento fue la fase culmine de la resistencia civil pacífica originada en 2006, así como “la lucha por conservar el patrimonio nacional” y las intenciones de regenerar la situación actual del país a través del un Nuevo Proyecto Alternativo de Nación.<sup>111</sup>

---

<sup>108</sup> López, “La única alternativa es la organización del pueblo”, en *Regeneración*, año 2, núm. 14, Febrero de 2011, p. 3.

<sup>109</sup> *Idem.*

<sup>110</sup> *Idem.*

<sup>111</sup> Laura Esquivel, “MORENA nace del corazón libre”, en *Regeneración*, año 2, núm. 21, Septiembre-October de 2011, p. 2.

El domingo 2 de octubre del 2011, en el Auditorio Nacional, el Movimiento Regeneración Nacional, se constituyó como Asociación Civil (primera que encabeza Andrés Manuel) ante el notario público 128 del Distrito Federal, Sergio Navarrete Mardueño.<sup>112</sup>

Para elegir al candidato presidencial del PRD, este instituto político decidió que fuera a partir de una encuesta. Los dos precandidatos eran Andrés Manuel López Obrador y Marcelo Ebrard Casaubón, Jefe de Gobierno del Distrito Federal desde el 2006. El 15 de noviembre de 2011 se dio a conocer el resultado, el cual favoreció al tabasqueño. Fue así como contendió por la Presidencia de la República representando a la coalición Movimiento Progresista, que sumó al Partido del Trabajo y al Movimiento Ciudadano (antes Convergencia). Los otros candidatos fueron Josefina Vázquez Mota por el Partido Acción Nacional (PAN), Enrique Peña Nieto por el Revolucionario Institucional (PRI) y Gabriel Quadri de la Torre por Nueva Alianza.

---

<sup>112</sup> Alma Muñoz y Enrique Méndez, “El Morena es ahora una asociación civil, para transformar la vida pública del país”, en *La Jornada en línea*, consulta: 17 de enero de 2012.

## Capítulo 2. Análisis del discurso: una metodología en Comunicación



Andrés Manuel en el Auditorio Nacional cuando Morena se constituyó como Asociación Civil. Octubre, 2011.  
Foto: lanuevarepublica.org

*El hombre es, por naturaleza, un animal político*  
Aristóteles

*Una palabra es suficiente para hacer o deshacer la fortuna de un hombre*  
Sófocles

En este apartado se expone el marco teórico que será de utilidad para comprender el análisis del discurso como una metodología en el área de la Comunicación. Aquí se explica la relación entre ésta y la política; se ahonda en los temas de la persuasión, el discurso político, la retórica y la propaganda. Finalmente se abordan los regímenes políticos y tipos de Estado.

## **2. 1 Comunicación y Política**

### **2.1.1 Comunicación**

La comunicación es un activo de la sociedad que consiste en hacer que algo se sepa, por ende, es un vinculo necesario para exista una relación entre una persona y otra o con varias más. Todo tipo de comunicación tiene el propósito de obtener de los receptores una reacción o respuesta cuando un emisor concibe y emite un mensaje. En Política, busca percibir conductas o lineamientos para un fin específico.<sup>113</sup>

Reinaldo Cortes expone que “la comunicación se concibió en un principio como la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance”.<sup>114</sup> Esto nos remonta al pensamiento del filósofo griego Aristóteles, que se refería a ella como retórica<sup>115</sup> y estaba convencido que su objetivo principal era afectar de manera intencional al receptor, pues su fin innegable es la persuasión, es decir, “el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista”.<sup>116</sup>

Al respecto, David Berlo concibe que “nuestro objetivo básico en la comunicación es convertirnos en agentes efectivos. Es decir, en influir en los demás, en el mundo físico que nos rodea y en nosotros mismos, de tal modo que

---

<sup>113</sup> Reinaldo Cortés, *La comunicación política como forma moderna de dominación: del discurso retórico al discurso icónico. Una aproximación crítica*, Venezuela, Grupo de Investigación "Comunicación, Cultura y Sociedad". Universidad de Los Andes, 2009, p. 9.

<sup>114</sup> *Ibidem*, p. 11.

<sup>115</sup> *Idem*.

<sup>116</sup> David Berlo, *cit. pos*, Reinaldo Cortés, *op. cit.*, p. 11.

podamos convertirnos en agentes determinantes y sentirnos capaces de tomar decisiones, llegado el caso. En resumen, nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente”.<sup>117</sup>

En este mismo sentido, Rafael Yanes Mesa argumenta que “la comunicación es una herramienta para la cohesión de una comunidad. Es un recurso que crea las bases de la cultura que identifica a un pueblo”.<sup>118</sup> A su vez logra que los individuos convivan y aporten sus ideas para la consolidación de un grupo humano; sin embargo, subraya el especialista, “para que se produzca una comunicación que pueda orientar a la comunidad hacia la cohesión, previamente es necesario compartir un ‘consenso comunicativo’ que, en definitiva, está determinado por la identidad del grupo. De hecho, etimológicamente, comunicación deriva de ‘comunicare’, que quiere decir, ‘poner en común, compartir algo’”.<sup>119</sup>

### **2.1.2 Comunicación política**

A través de lo que se dice, la sociedad se desarrolla y enriquece las funciones gubernamentales. Cuando los gobernados evalúan a sus gobernantes no es más que a través de ellos mismos y de las instituciones. “En ese sentido, gobernar es hacer y comunicar. Es decir, tiene que ver con la realidad y también con la percepción”.<sup>120</sup>

La importancia de que los políticos generen mensajes eficaces, en una época como la actual donde la mayor parte de la sociedad está desinteresada de las acciones políticas, es porque “la comunicación se enfoca a impactar positivamente las percepciones sociales con el fin de lograr moldear y generar una

---

<sup>117</sup> *Idem.*

<sup>118</sup> Rafael Yanes Mesa, *Comunicación política y periodismo*, Madrid, Editorial Fragua, 2009, p. 25.

<sup>119</sup> *Idem.*

<sup>120</sup> Andrés Valdez Zepeda, *et al.*, “Comunicación de políticas públicas”, en *Revista mexicana de comunicación*, año veintidós, núm. 121-122, mayo-agosto de 2010, p. 34.

opinión favorable de parte de la ciudadanía respecto de su gobierno y sus acciones”.<sup>121</sup>

Lo anterior nos remonta al inicio de la civilización “cuando la vida social de las comunidades dependía de líderes y pensadores con grandes habilidades en el manejo de la retórica, la elocuencia y otras habilidades para comunicar sus ideas y sus propósitos”.<sup>122</sup> De acuerdo con Dominique Wolton, la comunicación surge en paralelo a la Ciencia Política, pues “nace con los primeros intercambios que los hombres tienen entre sí, en lo que se refiere a la organización de la ciudad”.<sup>123</sup> Son las retóricas griegas y latinas las primeras manifestaciones que anteceden al sentido actual de lo que conocemos como comunicación política. El autor expone como evolucionó el ejercicio de ésta:

En un principio, la comunicación política designó al estudio de la comunicación del gobierno para con el electorado; más tarde, al intercambio de discursos políticos entre políticos en el poder y los de la oposición, en especial durante las campañas electorales. Después el campo se extendió al estudio del papel de los medios de comunicación masiva en la formación de la opinión pública, y a la influencia de los sondeos en la vida política.<sup>124</sup>

En la antigua Grecia, la Política era considerada como el arte de gobernar a los pueblos “o la intención de hacerlo dictando leyes y órdenes con autoridad general, cumpliéndolas y haciéndolas cumplir, para remediar las necesidades de los ciudadanos y promover el bien público”.<sup>125</sup> Ello suponía un dialogo entre pueblo y gobierno, con las instituciones de por medio.

---

<sup>121</sup> *Idem.*

<sup>122</sup> Luis Isla Molina, “Desarrollo de la comunicación política”, *Razón y palabra*, núm. 17, <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n27/lisla.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

<sup>123</sup> Dominique Wolton, “La comunicación política: construcción de un modelo”, en *Comunicación política. Antología*, Comp. Maricela Portillo y Guiomar Rovira, México, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2005, p. 105.

<sup>124</sup> *Ibidem*, p. 106.

<sup>125</sup> Cabanellas, *cit. pos*, Reinaldo Cortés, *op. cit.*, p. 12.

Por su lado, Aristóteles entendía que la política "es la más subjetiva de las ciencias, por lo complejo del proceder humano en su conjunto"<sup>126</sup>, pero fue por medio de la comunicación como sus funciones han estado al servicio de la sociedad.

Oscar Ochoa concibe a la Política como "una ciencia que estudia las relaciones entre los ciudadanos y el Estado"<sup>127</sup>, esto porque hay una interrelación en ambos, donde está presente la comunicación, de forma directa o indirecta, y el flujo de información es constante. Con base a lo explicado, el autor plantea que la comunicación política es "el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del sistema político".<sup>128</sup> Su postura refleja "que si el ser humano es político por naturaleza, la comunicación que establece es un acto público y de orden político, que trasciende y se ve afectado en lo social con el propósito de establecer relaciones de poder".<sup>129</sup>

En relación a lo anterior, la comunicación política, para Wolton, "es el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tiene legitimidad para expresarse públicamente sobre política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos".<sup>130</sup>

Es de reconocerse que el avance tecnológico en materia de telecomunicaciones hace posible que actualmente cada habitante conozca todo lo relacionado con los asuntos políticos. Sin la presencia de los medios de comunicación masiva, ningún político podría gobernar, pues no habría el canal por el cual se pueda mandar el mensaje y por ende los gobernados no conocerían a su dirigente, su toma de decisiones y tampoco habría una democracia participativa. Con esto, el sistema de poder se perjudicaría, así lo establece Oscar Ochoa cuando dice que "la comunicación tiene como uno de sus propósitos

---

<sup>126</sup> *Cit. pos, Isla, op. cit.*

<sup>127</sup> *Idem.*

<sup>128</sup> *Idem.*

<sup>129</sup> *Isla, op. cit.*

<sup>130</sup> *Wolton, op. cit., p. 108.*

sistematizar los flujos de información entre gobernantes y gobernados lo que, en una sociedad organizada, podría significar que sin comunicación la política se vería limitada en alcance, significado y posibilidades”.<sup>131</sup>

Habría que resaltar que la importancia de los medios de comunicación para el desarrollo de la democracia tiene su origen en los años noventa. En la actualidad, debido a los avances tecnológicos, han tenido mayor auge entre la sociedad. Al respecto, Cándido Monzón señala que es la "mediocracia o democracia centrada en los medios de comunicación lo que está revolucionando el mundo de la información y la política".<sup>132</sup>

Los periodistas han pasado de ser testigos de la actividad pública y política a actores, los líderes políticos aprenden nuevas técnicas de comunicación y persuasión, los gobiernos deben dar cuenta de sus actos con mayor rapidez y transparencia y los partidos políticos pierden peso en la escena política para dar paso a la popularidad e imagen de sus líderes; el nuevo espacio público, sin lugar a dudas está dominado por la información.<sup>133</sup>

De lo anterior, se comprende que el fundamento de la comunicación política es el estudio de las interacciones discursivas y conflictivas que pertenecen al sistema formal y codificado de la política, tales como los procesos electorales, así como la difusión de las acciones de gobierno a través de los medios de comunicación que involucran a los periodistas y las encuestas de opinión<sup>134</sup>, pero sólo figuran aquellos contenidos que son objeto de conflictos y polémicas, con ello también esta comunicación es el espacio en donde se enfrentan las oposiciones ideológicas del momento.<sup>135</sup> Es, pues, el marco donde se permite el intercambio de argumentos, refutaciones, pensamientos e inclusive pasiones que son

---

<sup>131</sup> *Cit. pos, Isla, op. cit.*

<sup>132</sup> *Idem.*

<sup>133</sup> *Isla, op. cit.*

<sup>134</sup> Jorge Iván Bonilla Vélez, "Re-visitando el concepto de comunicación política: apuntes para una discusión", *Revista Mediaciones*, núm. 3, 2003, [http://virtual.uniminuto.edu/repositorio/files/repcumd\\_oi\\_mediaciones3\\_comunicacionpolitica.pdf](http://virtual.uniminuto.edu/repositorio/files/repcumd_oi_mediaciones3_comunicacionpolitica.pdf), consulta: 2 de diciembre de 2011, p. 86.

<sup>135</sup> *Wolton, op. cit.*

exhibidos ante una sociedad que en un futuro cumplirá el rol de votante por lo cual el político debe brindar una postura con respecto a los todos los temas posibles, siempre y cuando sean relevantes y de sumo interés.

Por su parte, Omar Rincón y Jorge Iván Bonilla manifiestan otros principios acerca del tema:

La comunicación política pretende movilizar a la ciudadanía para ganar las ‘batallas por la significación’ sobre lo que es y debería ser el “buen orden”, descansa en una planificada política de la imagen. Se trata de un discurso político y una política comunicativa que mezcla agentes y escenarios clásicos de la representación política con otros agentes, discursos y espacios otrora al margen del juego político, produciéndose así una interfaz entre el tradicional discurso político y los discursos y géneros provenientes del periodismo y el entretenimiento.<sup>136</sup>

Al decir “las batallas por la significación”, los autores pretenden darle sentido al acontecer político, construir una realidad alterna donde la sociedad encuentre resultados y beneficios. Por ejemplo, un presidente puede hablar de democracia en todos sus discursos y de resultados democráticos, pero ejercer un mandato totalitario, con ello éste término adoptará otro significado y se usará con una distinta finalidad.

Otro aspecto que cabe destacar es que la comunicación política, de acuerdo con Rafael Yanes Mesa, no sólo es la información desde el poder, porque el público no es una masa pasiva, en realidad, “es la relación bidireccional entre los gobernantes —o los aspirantes a serlo— y los gobernados”.<sup>137</sup> Los receptores de cierta manera hacen llegar al político su aceptación o rechazo sobre sus acciones, dichos y toma de decisiones. Esta evaluación se da a través de una manifestación o incluso en la decisión del voto en las urnas.

---

<sup>136</sup> Omar Rincón y Jorge Iván Bonilla, “Comunicación Política en América Latina”, FESCOL/Centro para la Competencia en Comunicación para América Latina, 2004, <http://www.c3fes.net/docs/comunicacionpolitica.pdf>, consulta: 1 de noviembre de 2011, p. 2.

<sup>137</sup> Yanes, *op. cit.*, p. 26.

El autor también hace referencia a las dotes de dominio social y la relación con la industria del periodismo del mensaje político:

La comunicación política puede ser considerada como la manifestación de la alternativa a la violencia para solucionar los conflictos sociales—en su dimensión cooperativa—, o como estrategia simbólica de dominación —en su dimensión conflictiva—. Pero comunicación política también es el área interdisciplinar que examina la función de los medios de comunicación en el proceso político, existe, pues, una relación entre el político, el periodista o los medios de comunicación y el ciudadano.<sup>138</sup>

Robert Meadow resalta que el propósito de la comunicación política es "el intercambio de símbolos o mensajes que con un significativo alcance han sido compartidos por, o tienen consecuencias para, el funcionamiento de los sistemas políticos".<sup>139</sup> Se busca mantener presente al sistema político, así como movilizar sus componentes y que se conserve en buen funcionamiento, donde intervienen factores de tiempo, lugar, acontecimientos y, lo más importante, las intenciones de quienes participan en ella dentro de un orden político establecido.

La lógica de la comunicación política es la intencionalidad persuasiva de los mensajes concebidos que tienen como meta una finalidad u objetivo ideológico.<sup>140</sup> Entendamos intencionalidad como "el proceso mediante el cual la audiencia activa realiza un procesamiento cognitivo de una información que llega y elige de forma consciente en función de ello".<sup>141</sup> La comunicación, bajo un contexto político, se concibe con un fin específico, el cual no es meramente informar, sino convencer, persuadir o incluso disuadir.<sup>142</sup>

---

<sup>138</sup> *Ibidem*, p. 36.

<sup>139</sup> Meadow, *cit. pos*, Isla, *op. cit.*

<sup>140</sup> Cortés, *op. cit.*, p. 13.

<sup>141</sup> McQuail, *cit. pos*, Cortés, *op. cit.*, p. 13.

<sup>142</sup> Cortés, *op. cit.*, p. 15.

Por lo expuesto anteriormente, retomemos a Reinaldo Cortes quien determina que “la comunicación política es una forma de persuasión basada en la utilización de cualquier recurso que implique el intercambio de signos con el fin de influir políticamente en el escenario de la sociedad moderna. Ello implica, ciertamente, una forma de búsqueda del poder y dominación en la sociedad contemporánea”.<sup>143</sup>

Al llegar a este punto, se puede concluir con lo mencionado por Yolanda Meyenberg y José Antonio Lugo con respecto al tema abordado:

La comunicación política comprende el intercambio de información, ideas y opiniones en torno a los asuntos públicos que se da a través de la actividad de determinadas personas e instituciones, como los políticos, los comunicadores y distintos grupos de la sociedad. Una de las expresiones clásicas de la comunicación política es el discurso, cuya función principal es persuasiva: busca despertar la confianza del público a quien va dirigido y obtener su apoyo.<sup>144</sup>

Asimismo, los autores comentan que “el discurso permite, además, fijar una postura respecto a un asunto, tema o problema público, y exponer las razones que llevaron o llevarán a tomar determinadas decisiones para resolverlo”.<sup>145</sup>

Del concepto de comunicación política antes mencionado se desprenden dos elementos importantes: el primero es la comunicación persuasiva y el segundo es el discurso, que es nuestro objeto de estudio. A continuación se abordarán estos temas por su relevancia para la presente investigación.

---

<sup>143</sup> *Ibidem*, p. 23.

<sup>144</sup> Yolanda Meyenberg Leycegui y José Antonio Lugo, *Palabra y poder. Manual del discurso político*, México, Grijalbo, 2011, p. 17.

<sup>145</sup> *Idem*.

### 2.1.3 Persuasión

Como toda comunicación, la persuasiva tiene los mismos elementos: un emisor, un mensaje, canales, un receptor, una retroalimentación y un contexto; también sufre los mismos obstáculos y distorsiones. Algunos expertos en la materia dictaminan que “toda comunicación es persuasiva, pues siempre se comunica con la intención de obtener determinado efecto”.<sup>146</sup> Para su entendimiento, es necesario entrar a detalle sobre la materia:

La persuasión es un propósito consciente de formar, reforzar o cambiar actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de alguna persona o personas efectuado por otro individuo o grupo; esto es, consiste en influir sobre los demás para hacerlos pensar de un modo determinado, rechazar algo o adoptarlo, o inducirles a realizar una acción determinada.<sup>147</sup>

De la definición presentada, se reconoce que lo más anhelado por un político es dominar un discurso persuasivo para llevar a cabo sus objetivos y convencer a cualquier opositor o aliado sobre una posición. Por el contrario, conocer los elementos persuasivos que emplea un dirigente hará posible detectar sus propósitos y la manipulación, latente o no, en su mensaje.

Mario Martínez Silva y Roberto Salcedo Aquino plantean tres fases en el proceso de persuasión: discontinuación, conversión y disuasión.<sup>148</sup>

En la primera fase, la discontinuación, se trata de reducir la hostilidad para hacerse escuchar, crear dudas o ambivalencias. En la segunda, se pretende convertir, mediante diversos mensajes, a los incrédulos que requieren de modificación o reversión, a los desinformados carentes de actitudes previas, a los apáticos motivando su interés. En la disuasión, se intenta reforzar e intensificar

---

<sup>146</sup> Mario Martínez Silva y Roberto Salcedo Aquino, *Manual de campaña. Teoría y práctica de la persuasión electoral*, México, Instituto Nacional de Estudios Políticos A.C., 2002, p. 139.

<sup>147</sup> *Idem*.

<sup>148</sup> *Ibidem*, p. 145.

actitudes y conductas ya aceptadas, compromisos ya contraídos, a fin de prevenir en contra del llamado de otros mensajes persuasivos.<sup>149</sup>

Dicho proceso interviene en la construcción del mensaje y su finalidad es obtener una respuesta de los receptores que pueden ser, según los mismos autores, de cuatro clases: “iniciación, si la persona no había pensado previamente en el asunto; conversión, si el individuo abandona sus visiones previas y adopta la del comunicador; reforzamiento, si la gente ratifica lo que ya pensaba con nuevos argumentos, y activación, si provoca algún acto del receptor”.<sup>150</sup>

Según la propuesta de Aristóteles, que prevalece hasta nuestros días, en la persuasión se identifican tres elementos: La fuente (*ethos* carácter y personalidad del orador, los cuales generan confianza); el mensaje (*logos* o argumentación convincente de lo que se está defendiendo), y las emociones de la audiencia (*pathos* o la capacidad de hacer experimentar al público uno o varios sentimientos). Para el filósofo, este trío era esencial para los buenos oradores, pues éstos eran capaces de impresionar con su personalidad, apelar a la emoción y usar argumentos lógicos.<sup>151</sup>

Por otra parte, el romano Cicerón estudió la retórica griega y con ello elaboró algunos tratados sobre la misma. Martínez y Salcedo rescatan lo que, el también abogado y estadista, planteó sobre el uso de la palabra dirigida a las masas:

Estableció que los deberes del orador son fascinar o establecer la credibilidad del orador; enseñar o presentar un mensaje con argumentos profundos, y mover o llenar un auditorio con emociones. Además, desarrolló el concepto de *atechnoien* una teoría de *statis* o *status* del asunto, de modo que la primera tarea de un orador era proveer una definición de la situación lo más ventajosa desde el punto de vista de sí mismo; la segunda, encontrar un mensaje que fuera aceptable para la

---

<sup>149</sup> *Idem.*

<sup>150</sup> *Idem.*

<sup>151</sup> *Ibidem*, p. 163.

mayoría, aunque no totalmente comprensible; y la tercera, influir las emociones para afectar la percepción.<sup>152</sup>

La comunicación persuasiva sólo cambia las actitudes que no son tan resistentes, es decir, solo rompe barreras perceptuales de quienes permiten otros puntos de vista y acepten actitudes opuestas. “Por eso, el propósito de la persuasión de las campañas no es cambiar las actitudes, sino las percepciones de aquellos electores con bajo involucramiento en política”.<sup>153</sup>

Así pues “la persuasión requiere de capacidad para crear argumentos efectivos y presentarlos convincentemente, dar buena impresión y despertar simpatía”<sup>154</sup>, de su equilibrio depende la eficacia de este tipo de comunicación.

De acuerdo con estos autores, otra de las características del mensaje es que el emisor da forma semántica a sus ideas, en otras palabras, selecciona y ordena los símbolos para manifestar sus intenciones al público.

Los mensajes persuasivos tienen la finalidad de convencer, crear opiniones o cambiarlas e incitar a los receptores a realizar determinadas acciones; tienen una función predominantemente conativa, pues se espera producir con ellos una reacción en quien lo escucha.<sup>155</sup>

Por su lado, Meyenberg y Lugo comentan que “en la persuasión siempre hay componentes de razón y de emoción. En ella se mezcla la información con la apelación a los afectos”.<sup>156</sup> Si bien estos elementos son compatibles, el sentir es un componente imprescindible y su tratamiento depende de los fines del discurso.

---

<sup>152</sup> *Ibidem*, p. 164.

<sup>153</sup> *Ibidem*, p. 146.

<sup>154</sup> *Ibidem*, p. 168.

<sup>155</sup> *Ibidem*, p. 155.

<sup>156</sup> Meyenberg y Lugo, *op. cit.*, p. 90.

Al llegar a este punto, cabe aclarar lo siguiente: persuadir no es sinónimo de convencer. “La persuasión es una propuesta que apela a una gama de mecanismos psicológicos sin que intervenga decisivamente la razón ...tiene que ver con nuestras emociones, mientras que la convicción, en cambio, apela a la razón, es decir, requiere una revisión crítica de los argumentos”.<sup>157</sup>

Yanes Mesa expone algunas posturas académicas acerca del tema:

“La persuasión tiene dos interpretaciones contrapuestas. Mientras algunos consideran que se trata de una técnica que puede utilizarse para el engaño masivo, otros estiman que es un arte noble dirigido a convencer a los demás mediante el razonamiento. Para los primeros es el medio por el que se puede hacer creer que es verdad aquello que no lo es, y para los otros supone una forma de comunicación idónea para transmitir adecuadamente un mensaje con la intención de inclinar a la opinión pública hacia un determinado criterio ideológico”.<sup>158</sup>

Este debate tiene su origen en la antigua Grecia por medio de dos pensadores: Platón y Aristóteles.

Platón consideraba que “la persuasión es un medio para convencer al público sin que sea necesario poseer razones que lo avalen”<sup>159</sup>. La concibe, también, como una técnica que orienta a las masas sin poseer sustentos ni argumentaciones lógicas. En conclusión, para el alumno de Sócrates, “la persuasión es innecesaria y sólo la utiliza quien quiere distorsionar la realidad para conseguir algún beneficio particular”.<sup>160</sup>

Argumentaba que cuando se tiene como propósito engañar, más que persuadir, se recurre a la manipulación. De acuerdo con Durandin, “manipular es

---

<sup>157</sup> Yanes, *op. cit.*, p. 28.

<sup>158</sup> *Ibidem*, p. 29.

<sup>159</sup> *Ibidem*, p. 30.

<sup>160</sup> *Idem*.

suprimir datos para hacer creer que no existe algo real, añadir alguna referencia para convencer sobre la existencia de algo irreal, o modificar datos para desfigurar la realidad”.<sup>161</sup>

Aristóteles tenía una tesis opuesta: “la persuasión es un recurso para comunicar convicciones y hacerlo de forma honesta. No es un medio para encontrar la verdad, pero sí para transmitir creencias con eficacia”.<sup>162</sup> Sin más, él considera que “el mensaje persuasivo es ajeno a la manipulación y constituye un instrumento limpio para que un comunicador pueda exponer sus convicciones”.<sup>163</sup>

En síntesis, Platón considera que “el éxito de la persuasión se basa en la ignorancia de la multitud que la convierte en una herramienta para la manipulación”.<sup>164</sup> En cambio, Aristóteles plantea “la necesidad del conocimiento de la retórica por parte del público para que la utilización del mensaje persuasivo por parte del poder político no se convierta en un medio perverso”<sup>165</sup>, pues si todos conocen esas técnicas estarán preparados para recibir la comunicación con cautela.

Aunado a lo anterior, Aristóteles decía que “todo hombre se persuade por la utilidad”.<sup>166</sup> Así pues, el hombre político, “utiliza las necesidades del individuo para obtener la respuesta deseada a sus mensajes”.<sup>167</sup> Sin embargo, primero hay que establecer qué tipo de conducta estamos solicitando: “a) reforzar una actitud existente; b) generar una nueva conducta de las que previamente no se tenía ninguna referencia; c) convertir una acción que existe en otra exactamente contraria, o simplemente decrementar (sic) su frecuencia”.<sup>168</sup>

---

<sup>161</sup> Durandin, *cit pos*, *Ibidem*, p. 52.

<sup>162</sup> *Ibidem*, 30.

<sup>163</sup> *Ibidem*, 31.

<sup>164</sup> *Idem*.

<sup>165</sup> *Ibidem*, p. 32.

<sup>166</sup> Aristóteles, *cit. pos*, Edmundo González Llaca, *Teoría y práctica de la propaganda*, México, Grijalbo, 1981, p. 96.

<sup>167</sup> *Idem*.

<sup>168</sup> *Idem*.

Para ello, Clyde Miller<sup>169</sup> establece una clasificación de palabras y de símbolos provocadores de acción, o palancas psicológicas. Distingue cuatro grupos:

1. Palancas de "adhesión o aceptación" de "virtud", cuyo objetivo es hacer aceptar a las personas las cosas o las ideas, asociándolas con palabras o símbolos que se aprecian como "buenos".

2. Palancas de "rechazo", que tienen como fin: hacer rechazar las ideas, personas, etc., asociándolas con lo "malo", lo que provoca disgusto.

3. Palanca de "autoridad o testimonial", en que se emplea la voz de la experiencia, del conocimiento, de la autoridad, que busca impulsar la aceptación o el rechazo de personas, cosas o ideales, valiéndose del testimonio de la opinión de personas conocidas, vivas o muertas, o de instituciones.

4. Palanca de "conformidad", a través de la cual se busca hacer que se acepten o rechacen personas o ideas enunciadas en los tres casos anteriores; se apela a la solidaridad, a la presión de las emociones del conjunto, creando la impresión de unanimidad.

Esta clasificación nos será útil para el análisis de nuestro objeto de estudio y serán retomados en su debido tiempo.

Recapitulando, entendamos que la comunicación política siempre persigue una intencionalidad. En este caso, la objetividad no puede estar presente, pues el político tiene una carga ideológica aunada a sus pretensiones. Lo que expresa al electorado tiene el objetivo de convencer o persuadir. No olvidemos que también es un comunicador y encuentra en la persuasión su instrumento más valioso, por las razones ya expuestas.

---

<sup>169</sup> Tchakhotine Serge, *cit. pos*, Edmundo González Llaca, *op. cit.* p. 96.

## 2.1.4 Los inicios de la comunicación política en México

Si bien la televisión ha conseguido la posibilidad de difundir mensajes y ha logrado que tengan un mayor alcance, en México también la apertura democrática permitió la formación de la comunicación política como hasta ahora la hemos conocido; sin embargo, nos falta progresar en la materia.

La incorporación de la comunicación política occidental en México inició como parte del proceso de transición democrática. Mientras que otros países ya tenían una vasta experiencia en el campo, el reciente proceso de transición le permitió al país conocer el fenómeno sólo a finales de la década de los 80. Entonces, se inauguró el protagonismo de los medios de comunicación, especialmente el de la televisión, en la política. También, periodistas, políticos y académicos se iniciaron en el análisis del fenómeno.<sup>170</sup>

Fue en los comicios presidenciales de 1988 donde el partido de Estado, el Revolucionario Institucional (PRI), tuvo un fuerte candidato de oposición política, Cuauhtémoc Cárdenas, postulado por el entonces Frente Democrático Nacional (FDN), y que ocasionó que por primera vez no obtuviera la mayoría absoluta en el congreso, sumado a serios cuestionamientos sobre el resultado victorioso de Carlos Salinas de Gortari.

Hasta antes de este proceso, el partido de Estado no se había visto en la necesidad de desarrollar una comunicación política porque, sencillamente, la oposición no existía. Antes de 1998, "... los procesos electorales no fueron sino meros ritos protocolarios para el acceso al poder político, donde los mecanismos y políticas autoritarias predominaron sobre los principios de pluralidad, libertad, democracia y respeto al estado de derecho".<sup>171</sup>

Aunque este avance logrado por la Izquierda en ese entonces se debió al descontento y a su persistencia más no precisamente al uso de técnicas de

---

<sup>170</sup> Aimée Vega, "Los escenarios de la comunicación política mexicana", Razón y palabra, núm. 35, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/avega.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

<sup>171</sup> A. Valdez en Aimée Vega, "Los escenarios de la comunicación política mexicana", Razón y palabra, núm. 35, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/avega.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

comunicación política, las elecciones de 1988 constataron la necesidad de implementar mecanismos en las campañas que mejoren la conexión con los votantes. “A partir de ese momento se empezó a conformar el mercado electoral y los medios de comunicación comenzaron a abrir, aunque de forma muy limitada, sus espacios a la oposición. En 1988 se inició también la práctica de los sondeos de opinión con el propósito de conocer las tendencias de voto de los ciudadanos”.<sup>172</sup>

Durante los comicios estatales en el sexenio de Carlos Salinas, el desarrollo de la comunicación política en el país encontró espacios para su desarrollo pues se realizaron los primeros debates entre candidatos. Publicistas y mercadólogos extranjeros invadieron el escenario electoral, surgieron las primeras consultorías de comunicación y de investigación de mercado especializadas en votaciones y los políticos empezaron a hacer uso de la propaganda en radio, televisión y prensa para conseguir el voto.<sup>173</sup>

En el proceso electoral de 1994 se distinguió por el empleo de métodos que facilitaron la proliferación de imágenes e ideario de quienes pretendían ocupar el cargo de jefe de Estado. Fue en este año cuando se realizó el primer debate entre candidatos presidenciales difundido a nivel nacional en las señales de radio y televisión. Dicho intercambio de ideas se apejó al modelo europeo, cada aspirante intervenía conforme el moderador concedía el turno. También la propaganda fue implementada, especialmente los spots de radio y televisión, y el levantamiento de encuestas, dos de las técnicas privilegiadas por los políticos. El Internet también influyó, pero para ese entonces aun no alcanzaba el desarrollo que hoy en día tiene.<sup>174</sup>

---

<sup>172</sup> Aimée Vega, “Los escenarios de la comunicación política mexicana”, Razón y palabra, núm. 35, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/avega.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

<sup>173</sup> Aimée Vega, “Los escenarios de la comunicación política mexicana”, Razón y palabra, núm. 35, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/avega.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

<sup>174</sup> Aimée Vega, “Los escenarios de la comunicación política mexicana”, Razón y palabra, núm. 35, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/avega.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

Más adelante, en 1997, año en el que por primera vez los ciudadanos eligieron al Jefe de Gobierno de la Ciudad de México y al congreso local, los partidos crearon para estos comicios sus propias estructuras de organización para sus campañas y el diseño de la propaganda. Por otra parte, pagaron por el levantamiento de encuestas para evaluar la intención del voto y se valieron del telemarketing, la última innovación del Internet, además incorporaron sistemas digitales para la elaboración e impresión de su propaganda.<sup>175</sup> Con estas prácticas, en un contexto innovador y de suma destreza, se llegó al proceso electoral del año 2000.

Otros recursos utilizados fueron los sondeos y encuestas para medir la preferencia hacia los presidenciables. Empresas como Pearson, S.A., GEO, Alduncin, Mund OS y Technomanagement brindaron sus servicios para tal cometido. A su vez, los diarios nacionales Reforma, El Universal y Milenio, así como los telediarios de cobertura nacional, “Noticiero”, “Hechos” y “CNI Noticias”, destinaron al día un espacio para difundir los resultados de una nueva encuesta o sondeo que ellos mismos levantaban. También fue notable que los candidatos a la presidencia recurrieran a programas cómicos de televisión como foros para promoverse con el electorado. En ese entonces, estos espacios eran conducidos por Adal Ramones, Eugenio Derbez o Víctor Trujillo.<sup>176</sup>

Aimée Vega establece que aunque las herramientas descritas parecen atractivas y efectivas, no convenció del todo a la sociedad en sus ánimos de sufragar: “pese a la cantidad de recursos invertidos y a la implementación de estas técnicas de comunicación política, el porcentaje de abstencionismo aumentó en México en estas elecciones. Mientras que en las de 1994 participó el 77.16% de los electores, en el año 2000 votó el 63.9 por ciento”.<sup>177</sup>

---

<sup>175</sup> Aimée Vega, “Los escenarios de la comunicación política mexicana”, Razón y palabra, núm. 35, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/avega.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

<sup>176</sup> Aimée Vega, “Los escenarios de la comunicación política mexicana”, Razón y palabra, núm. 35, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/avega.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

<sup>177</sup> Aimée Vega, “Los escenarios de la comunicación política mexicana”, Razón y palabra, núm. 35, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/avega.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

## 2.2 Discurso político

### 2.2.1 Lenguaje e ideología

Sobre el antecedente histórico de los mensajes políticos, Lewis Copeland argumenta que “los discursos tienen su origen en la Antigüedad... conforme se fue desarrollando el progreso del hombre, la necesidad de hacer discursos se incrementó. Los más talentosos oradores se convirtieron en hacedores de leyes y líderes. Con el tiempo la civilización floreció en Atenas y la oratoria se convirtió en el fino arte del gobierno y la cultura. Y así ha continuado hasta nuestro tiempo”.<sup>178</sup>

En definición, el discurso es “el mensaje escrito o hablado con el que se transmiten ideas y principios, con la finalidad de dar a conocer y convencer a otras personas de esas ideas”.<sup>179</sup> El discurso se crea cuando se consideran varios elementos, que de forma articulada y con una intensión previamente concebida, se busca enviar un mensaje, esto, a través de códigos o lenguajes, signos o símbolos.

Todo mensaje estructurado, dirigido a alguien, debe entenderse como discurso, palabra que viene del vocablo *discurrere* que quiere decir discurrir, que a su vez significa estructura comunicativa.<sup>180</sup>

Por otra parte, según Silvia Gutiérrez Vidrio, el discurso comprende la relación entre lenguaje, ideología y poder.<sup>181</sup> Cabe señalar que el lenguaje posee un carácter social y su empleo, un carácter activo. Con respecto a esto, la autora

---

<sup>178</sup> Copeland, cit. pos, Yolanda Meyenberg Leycegui y José Antonio Lugo, *Palabra y poder. Manual del discurso político*, México, Grijalbo, 2011, p. 7.

<sup>179</sup> Instituto Centroamericano de Estudios Políticos (INCEP), *Discurso político*, Guatemala, Cuadernos de formación para la práctica democrática No. 9, 2004, p. 14, fecha de consulta: 3 de marzo de 2012, <http://www.incep.org/descargas/category/publicaciones-incep>

<sup>180</sup> *Idem.*

<sup>181</sup> Silvia Gutiérrez Vidrio, “El discurso político”, Versión, núm. 10, p. 116 [http://bidi.xoc.uam.mx/tabla\\_contenido\\_fasciculo.php?id\\_fasciculo=131](http://bidi.xoc.uam.mx/tabla_contenido_fasciculo.php?id_fasciculo=131), consulta: 15 de febrero de 2012.

retoma las conclusiones que en su tiempo estableciera John Langshaw Austin (1962):

Producir un enunciado es entablar un cierto tipo de interacción social, y que hablar es una manera de actuar y no simplemente de informar o describir lo que se hace. Pero, además, puntualizó que para la realización de ciertos “actos de habla” es esencial que la persona que los emite tenga el poder (ya sea institucional, social o familiar) para ejecutarlos; es decir, ciertos actos de habla son inseparables de las instituciones, que los actos presuponen.<sup>182</sup>

Por lo anterior, también se puede concluir que el lenguaje es “un fenómeno social inmerso en relaciones de poder, en situaciones de conflicto y en procesos de cambio social”.<sup>183</sup>

A través del tiempo, —comenta Gutiérrez Vidrio— diversas disciplinas sociales han comprendido al lenguaje como un sistema de signos que hacen posible la descripción del mundo y el medio con el que los individuos actúan e interactúan en un entorno social. Asimismo, además de ser considerado “un vehículo destinado a transmitir información”<sup>184</sup>, es un “dispositivo que permite construir y modificar las relaciones de los interlocutores, sean éstos individuos o grupos definidos”.<sup>185</sup> A su vez, el discurso se ha identificado como “medio de acción y de intervención política”.<sup>186</sup>

Con el desarrollo y expansión de los medios masivos de comunicación, la función del lenguaje y de la comunicación simbólica se ven desde dos ángulos: “primero, como un medio para mantener y regular los sistemas políticos a través del intercambio de información y, segundo, como instrumento de persuasión y de violencia simbólica asociada con la dominación y explotación política”.<sup>187</sup>

---

<sup>182</sup> Austin, *cit. pos, ídem.*

<sup>183</sup> *Ibidem*, 117.

<sup>184</sup> Gutiérrez, *op.cit.*, p. 109.

<sup>185</sup> *Idem.*

<sup>186</sup> *Idem.*

<sup>187</sup> *Idem.*

Conforme a la autora, el lenguaje, apoyado por el poder político y económico, es un instrumento con fines cognitivos que también genera un modo de pensar, hablar y actuar, dicho de otra forma, implanta una forma de vida y una visión de mundo con el propósito de que el receptor los adopte.<sup>188</sup>

El hombre crea y recrea sus relaciones con los otros a través de las formas simbólicas, éstas vanean entre un grupo y la sociedad entera, por lo tanto, el reconocimiento del lenguaje, como un aspecto central de la vida social y política, ha propiciado la reorientación de las teorías sobre la ideología, pues ésta “se materializa”<sup>189</sup> en el discurso. Sobre esta relación, la especialista comenta:

Al estudiar la ideología se busca poner en evidencia las maneras en que ciertas relaciones de poder son mantenidas y reproducidas en un conjunto interminable de expresiones que movilizan el sentido en el mundo social. Por tanto, es necesario reconocer que aunque la ideología se manifiesta de muchas formas, por ciertas prácticas sociales, ciertas instituciones, por símbolos, etcétera, el dominio privilegiado de la ideología, el lugar donde ejerce directamente su función, es el lenguaje.<sup>190</sup>

En lo anterior, hay un punto clave: la ideología, ésta es el “conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político, etcétera”.<sup>191</sup> A partir de esta definición, se puede establecer que el orador plasma en un discurso su ideario, que bien puede simular, con el propósito de adherir más grupos de simpatizantes que compartan los mismos razonamientos.

En el ámbito de la política, todo régimen, partido o movimiento representa un posicionamiento ideológico con el cual logran un respaldo popular y la legitimación de sus acciones, pero a su vez, también se pronuncian en otros

---

<sup>188</sup> *Ibidem*, p. 110.

<sup>189</sup> *Ibidem*, p. 113.

<sup>190</sup> *Ibidem*, p. 114.

<sup>191</sup> Real Academia Española. (2001). Ideología. En *Diccionario de la lengua española*, 22.<sup>a</sup> ed., fecha de consulta: 3 de marzo de 2012, <http://www.rae.es/rae.html>

asuntos de interés social pues “las ideologías políticas (...) implican una concepción particular del mundo, una forma de entender la libertad, la justicia social, el equilibrio entre la autoridad y la libertad, la organización y los objetivos del Estado, la función de éste en la economía, los límites de la democracia, la organización y participación popular y otros asuntos importantes para procurar la armonía de la vida en comunidad”.<sup>192</sup>

Cuando un representante popular asume una inclinación ideológica sobre los temas antes expuestos, su labor inmediata es ir en busca de grupos sociales que coincidan con su punto de vista para contar con un amplio reconocimiento y aceptación entre la sociedad.

Por otra parte, las funciones de la ideología permiten a un conjunto de adeptos: identificar a un grupo con una imagen, reconocer su postura frente a la clase dominante y los sectores marginados, distinguir a la oposición y a los grupos aliados, legitimar las acciones que se decidan emprender; “una vez en el poder, sustituir, por lo menos parcialmente, los sistemas institucionales y valorativos establecidos”.<sup>193</sup>

La relación entre el lenguaje y la ideología supone un análisis sobre “cómo las expresiones sirven como medio de acción e interacción, un medio a través de cual la historia se produce y la sociedad se reproduce”<sup>194</sup> y por otra parte, implica la concepción de la ideología como “un instrumento permanente de los poderes y como el espacio simbólico en el cual éstos se legitiman o impugnan, se refuerzan o debilitan continuamente”.<sup>195</sup>

---

<sup>192</sup> Mario Martínez Silva y Roberto Salcedo Aquino, Ideología política en *Diccionario Electoral*, México, Instituto Nacional de Estudios Políticos A.C., fecha de consulta: 3 de marzo de 2012, <http://diccionario.inep.org/>

<sup>193</sup> *Idem.*

<sup>194</sup> Gutiérrez, *op. cit.*, p. 114.

<sup>195</sup> *Idem.*

Al llegar a este punto, se puede recuperar lo que exponen Mayenberg y Lugo acerca del lenguaje: “es el medio a través del cual se fija el campo de comunicación entre el emisor y el receptor, se establecen las reglas del juego del proceso comunicativo y se acuerdan los términos del diálogo”.<sup>196</sup> Con él, también “se pueden exponer los argumentos que solventan una postura y explicar las razones que llevaron a adoptarla”.<sup>197</sup> Además, entienden que otro de sus cometidos “es defender una idea, una causa o una visión de las cosas, y también servir como vehículo para establecer una propuesta alternativa o crítica en relación con la que sostienen los demás”.<sup>198</sup>

En el discurso, el contexto es fundamental para su descripción y explicación. Éste se define como “el orden de todo lo que sucede en la sociedad, que es importante para la producción y comprensión del discurso”<sup>199</sup>; es decir, el contexto puede influir en el discurso y viceversa. Está conformado por “varios elementos como el ‘ambiente’ (tiempo, ubicación, circunstancias), los ‘participantes’ y sus ‘roles’ en la comunicación, es decir, qué tipo de emisores participan en el discurso (...) y qué intenciones, metas o propósitos tiene”.<sup>200</sup>

Aunado a ello, “todo discurso se inscribe dentro de un proceso social de producción discursiva y asume una posición determinada al interior de este mismo”.<sup>201</sup> Es por ello que se debe analizar “no como una entidad autónoma sino en referencia a la circulación social de discursos dentro de la cual se autodefine, asumiendo ciertas posiciones en una determinada coyuntura o situación histórica”.<sup>202</sup>

---

<sup>196</sup> Meyenberg y Lugo, *op. cit.*, p. 72.

<sup>197</sup> *Idem.*

<sup>198</sup> *Idem.*

<sup>199</sup> Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, *op. cit.*, p. 16.

<sup>200</sup> *Idem.*

<sup>201</sup> Gutiérrez, *op. cit.*, p. 118.

<sup>202</sup> *Idem.*

Al saber que el discurso se registra en un proceso social de producción discursiva y que asume una posición en determinada circunstancia histórica, hay que considerar entonces que “todo discurso supone siempre otros discursos, responde a otros discursos y está hecho de otros discursos que le preceden o le son contemporáneos”.<sup>203</sup> A esto último se llama interdiscurso, que según Maingueneau, “consiste en un proceso de reconfiguración incesante por el cual una formación discursiva es llevada a incorporar, redefinir o reformular elementos preconstruidos ajenos a esta misma formación discursiva”.<sup>204</sup> Es decir, está compuesto por elementos que las personas reconocen de inmediato, le son conocidos y tienen previo conocimiento del contenido; si acaso, sólo cambia el modo en cómo se expresó y el contexto en el que se pronunció.

Asimismo, Daniel Prieto Castillo propone que es preciso juzgar a fondo texto y contexto, que la única manera de comprender algo es en la dinámica entre los dos, y no en poner a uno por encima del otro. Antes de descalificar se debe conocer a fondo lo que será factible de desacreditación. Es necesario agotar al máximo las posibilidades de interpretación de un texto.<sup>205</sup>

### **2.2.2 Análisis del discurso**

Si entendemos el análisis como la “distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos”<sup>206</sup>, comprenderemos que el análisis del discurso político radica en entender la totalidad de un mensaje transmitido a las masas para conocer el significado y el trasfondo de lo que se expresó o se emite de manera constante, pues tiene como prioridad descubrir el mensaje implícito (aquel que se dice “entre líneas”) más que encontrar el mensaje explícito (lo que escuchamos o leemos).<sup>207</sup>

---

<sup>203</sup> *Idem.*

<sup>204</sup> Maingueneau, *cit. pos, idem.*

<sup>205</sup> Daniel Prieto Castillo, *Retórica y manipulación masiva*, México, Ediciones Coyoacán. ed. 4a. 2001, p. 47.

<sup>206</sup> Real Academia Española. (2001). Análisis. En *Diccionario de la lengua española*, 22.<sup>a</sup> ed., fecha de consulta: 3 de marzo de 2012, <http://www.rae.es/rae.html>

<sup>207</sup> Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, *op. cit.*, p. 9.

Si no se comprende a profundidad un discurso, sólo estamos inmersos en una “transmisión de información”<sup>208</sup>, que simplemente es el intercambio de palabras en forma de sonido o palabras escritas. Si se presenta esta situación, la comunicación es incompleta, incomprensible.

En todo discurso encontramos plasmado las pretensiones de quien lo emite. Acerca de este punto, Mayenberg y Lugo explican que “los propósitos del discurso político son de muy diversa índole. Su sentido fundamental es generar certeza sobre uno o varios aspectos de la vida pública que preocupan o convocan a la sociedad. Los elementos de un discurso no se pueden presentar de manera aleatoria; deben seguir un esquema lógico y formar parte de la historia que se quiere contar”.<sup>209</sup>

En referencia a los objetivos inmediatos de los mensajes, Dowis menciona que “las finalidades comunicativas del discurso —informar, decidir, anunciar, persuadir— deben hacerse explícitas. El contrato tácito que vincula al líder, la institución o la persona con el público se funda en una exigencia de transparencia mayor, y la aceptación o el rechazo del público tienen que ver con la capacidad de todos ellos de expresar claramente sus intenciones”.<sup>210</sup>

En relación al análisis del discurso, Gutiérrez Vidrio expone que “puede reconocerse hoy como un acercamiento científico a los usos sociales del lenguaje humano”.<sup>211</sup> Asimismo, es visto como una “propuesta metodológica de investigación social. Esto se debe al hecho de que (...) ofrece una mayor viabilidad de captar ciertas dimensiones de la realidad social, como la ideológica y la política”.<sup>212</sup>

---

<sup>208</sup> *Idem.*

<sup>209</sup> Canel, *cit. pos*, Mayenberg y Lugo, *op. cit.*, p. 22.

<sup>210</sup> Dowis, *cit. pos*, Mayenberg y Lugo, *op. cit.*, p. 22.

<sup>211</sup> Gutiérrez, *op. cit.*, p. 110.

<sup>212</sup> *Idem.*

En lo que respecta a la procedencia de esta proposición para el estudio del lenguaje, la autora comenta:

Los orígenes de esta propuesta metodológica se remontan a los años cincuenta, cuando Z. Harris (1952) introduce por primera vez el término “análisis del discurso”, el cual concibe como una técnica lingüística que posibilitaba visualizar los mecanismos lingüísticos existentes en un texto y observar la frecuencia de su aparición en él.<sup>213</sup>

No es sino hasta finales de los años sesenta y principios de los setenta cuando resurge el análisis del discurso con una concepción diferente. El análisis del discurso no es una disciplina con un objeto y límites perfectamente delimitados, sino un campo interdisciplinario de indagación y aplicación científica en el que deben reconocerse diferentes aportes”.<sup>214</sup>

Entre las diferentes escuelas en que se basó la reestructuración del análisis del discurso, dirigida más al análisis ideológico y político que al lingüístico, se encuentran: la Escuela francesa del discurso — M. Pecheux (1969), R. Robin (1973), J. Dubois (1969) y J. B. Marcellesi (1970) —; el ideario post-althusserianismo; el desarrollo de la lingüística — específicamente la teoría de la enunciación (Benveniste, 1966) y la teoría de los actos de habla (Austin, 1962) — y las contribuciones de Michel Foucault (1971) sobre el estudio del poder.<sup>215</sup>

Para la autora, el análisis del discurso político surge de los aportes del estudio del lenguaje, que incluye las investigaciones que provienen de la Lingüística, la Filosofía del lenguaje, la Semiótica, la Retórica o la Semiología, y a su vez por el estudio de los fenómenos políticos y sociales de la Filosofía, la Ciencia Política y la Sociología.

El análisis del discurso, concebido desde una perspectiva teóricometodológica, que vincula lo discursivo con lo ideológico, nos permite conocer y describir no

---

<sup>213</sup> *Idem.*

<sup>214</sup> *Ibidem*, p. 111.

<sup>215</sup> *Idem.*

solamente lo que dice el emisor de determinados discursos, sino también el contexto y la situación coyuntural en que son emitidos. El discurso no nos proporciona por sí solo toda la información necesaria para conocer la realidad social, pero sí nos permite encontrar claves que nos llevan a la reconstrucción de esa realidad.<sup>216</sup>

Silvia Gutiérrez, retomando las reflexiones del sociólogo estadounidense John B. Thompson, determina que:

Todos los productos simbólicos o discursos son producidos, transmitidos y recibidos en contextos específicos y no son plenamente interpretables sin la incorporación integral del análisis de tales contextos. Los discursos casi siempre se producen y se reciben en el seno de una o más instituciones sociales que determinan tanto el contenido como la forma del mensaje, además de la recepción del mismo.<sup>217</sup>

Al tener en cuenta lo anterior, se establece que el contexto influye de forma directa en el argumento del discurso, por lo que es indispensable considerarlo en el análisis que se pretende realizar para que sus alcances no sean limitados y se logre descubrir los valores que estén presentes y las representaciones de la realidad que se enuncien.

Así, el análisis del discurso, en esta perspectiva interdisciplinaria, asume que “el lenguaje es un portador de contenido político”<sup>218</sup> más que una herramienta de expresión de lo que un individuo concibe.

Mayenberg y Lugo precisan que “el discurso debe ser portador de información útil para generar percepciones positivas”<sup>219</sup>, con ello el orador logra expresar claramente las ideas que quiere compartir, sin que éstas sean mal interpretadas o signifiquen para el oyente un mensaje distinto al intencionado.

---

<sup>216</sup> *Idem.*

<sup>217</sup> Thompson, *cit. pos, ibidem*, p. 112.

<sup>218</sup> *Idem.*

<sup>219</sup> Mayenberg y Lugo, *op. cit.*, p. 22.

Todo político querrá buscar o mantener una imagen atrayente, pero, como establecen los autores, “es preciso tener en cuenta que el desempeño de las personas e instituciones que intervienen en el espacio público será evaluado por sus resultados, así como por la manera en que éstos son expresados y transmitidos a través de las palabras”.<sup>220</sup>

Los autores enfatizan que “la claridad de la transmisión de las ideas es fundamental porque contribuye a formar percepciones correctas sobre lo que sucede en el ámbito público”.<sup>221</sup> Un interlocutor logra una posición de ventaja o desventaja de acuerdo a lo que diga y cómo lo exprese, por eso es importante la elección de las palabras que van a construir el mensaje pues éste puede conectar o desconectar a un orador del auditorio al que se dirige y convertirse, a la vez, en un vehículo de convencimiento o descalificación. Una buena selección fortalece la empatía y la confianza.

Agregan, que “el discurso ayuda, al mismo tiempo, a formar la visión que se tiene de un gobernante o de un político. En ese sentido no sólo comunica algo, sino que además construye, mejora o deteriora la imagen del político y permitirá conservar —o no— su popularidad cuando se encuentre en el ejercicio de una responsabilidad pública”.<sup>222</sup>

La emisión de ideas no lo es todo, también “es necesario que el emisor sea creíble y que su imagen sea congruente con lo que predica. La credibilidad es el resultado de una construcción operada por el emisor de su identidad discursiva, de tal forma que los otros sean conducidos a juzgarlo digno de crédito”.<sup>223</sup>

Al respecto Charaudeau propone lo siguiente:

---

<sup>220</sup> *Idem.*

<sup>221</sup> *Ibidem*, p.17-18.

<sup>222</sup> *Ibidem*, p. 18.

<sup>223</sup> *Ibidem*, p. 20.

Para tener credibilidad se deben cumplir tres condiciones: *la condición de sinceridad*, que obliga a decir la verdad; *la condición de acción*, que, para todo discurso que anuncia decisiones o hace promesas, obliga a llevar a la práctica lo que se ha prometido y *la condición de eficacia*, que hará que el emisor dé pruebas de que tiene los medios para realizar lo que promete y que los resultados serán positivos.<sup>224</sup>

Mayenberg y Lugo concluyen que “en todo caso, cualquier líder, individuo o institución que pretenda ejercer alguna influencia política o movilizar apoyo hacia su causa está obligado a hacer un buen uso de la palabra; es decir, tiene que ser claro y convincente”.<sup>225</sup>

### **2.2.3 Partes del discurso**

El empleo del análisis del discurso requiere conocer claramente de qué partes consta nuestro objeto de estudio.

La primera es el Proemio. Es la parte introductoria donde se da un saludo breve, la exposición de motivos y explicar su propósito. “En esta parte del discurso se pone a prueba la capacidad inventiva o experiencia personal de quien pronuncia el discurso”.<sup>226</sup>

La segunda es el Cuerpo. Aquí se desarrolla el tema. Se exponen claramente los argumentos y se presenta la tesis del interesado. También se explica y se demuestra con pruebas para convencer a la audiencia de la certeza de las consideraciones emitidas. Por último, se resumen las ideas centrales para retroalimentar lo que se escuchó del discurso, esto con el propósito de repetir lo que se desea sea memorable en el oyente.

---

<sup>224</sup> Charaudeau, *cit. pos*, Mayenberg y Lugo, *op. cit.* p. 20.

<sup>225</sup> *Ibidem*, p. 21.

<sup>226</sup> Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, *op. cit.*, p. 17.

El Epilogo, es la última parte del discurso que tiene como objetivo “dejar la idea que el orador fue sincero en todo lo que dijo y que todo lo que se dijo es y será muy importante para los que escuchan (receptores)”.<sup>227</sup> Aquí, el orador “desea dejar una buena impresión y trata de conseguir la aprobación del público con un buen final, ya sea una frase o una promesa”.<sup>228</sup> Esta última parte también recibe el nombre de Cierre.<sup>229</sup>

## 2.3 Retórica

### 2.3.1 Orígenes del habla eficaz

Desde su origen etimológico, la retórica está vinculada con la política. De acuerdo con Rafael Yanes, para los griegos, “se asocia a alguien que es capaz de hacer una *rhétra*, es decir, una propuesta de ley y expresarse de manera adecuada para persuadir al destinatario: *rhetorike techne*: técnica para hablar de forma eficaz”.<sup>230</sup> Asimismo, el diccionario de la Real Academia Española la define como “arte del bien decir, de embellecer la expresión de los conceptos, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover”.<sup>231</sup>

El autor expone que “la retorica es a la vez ciencia y arte. Estudia las estrategias validas para la comunicación persuasiva, pero también es una habilidad práctica que cuenta con directrices que la hacen eficaz. En principio, la retorica se ocupa del discurso oral, pero es evidente que sus aplicaciones han trascendido al escrito, al ser, en cierta manera, una trascripción de la lengua hablada”.<sup>232</sup>

---

<sup>227</sup> *Ibidem*, p. 18.

<sup>228</sup> *Idem*.

<sup>229</sup> Mayenberg y Lugo, *op. cit.*, p. 48.

<sup>230</sup> Yanes, *op. cit.*, p. 22.

<sup>231</sup> RAE, cit. pos, *idem*.

<sup>232</sup> *Idem*.

Gerardo Dehesa Dávila refiere que la retórica antigua nace por la necesidad práctica de solucionar aquellos “conflictos de la vida cotidiana”<sup>233</sup> y para ello se requería del convencimiento para que las propuestas, en materia política, se llevaran a cabo.

Oswald Ducrot y Tzvetan Todorov establecen que la disciplina retórica “es el primer testimonio, en la tradición occidental, de una reflexión sobre el lenguaje”. Ellos aportan el siguiente pasaje histórico del siglo V a.C. en Sicilia:

Una leyenda cuenta que por la misma época Hierón, tirano de Siracusa, había extremado su crueldad hasta el refinamiento de prohibir a sus súbditos el uso de la palabra. Conscientes, a causa de ello, de la importancia del habla, los sicilianos (Corax, Tisias) habrían creado la retórica. Se empieza a estudiar el lenguaje no como "lengua" (como se aprende una lengua extranjera), sino como "discurso".<sup>234</sup>

Desde sus comienzos la retórica ha sido “una técnica que permite a quien la domina conseguir el fin deseado dentro de una situación discursiva; una intención pragmática por lo tanto, tiene una intención pragmática: convencer al interlocutor de que una causa es justa”.<sup>235</sup> Para que esto sea posible, primero se deben conocer las propiedades del discurso: “1) *inventio*: temas, argumentos, lugares, técnicas de persuasión y de amplificación; 2) *dispositio*: distribución de las grandes partes del discurso (exordio, narración, discusión, peroración); 3) *elocutio*: elección y disposición de las palabras en la frase, organización en el detalle; 4) *pronuntiatio*: enunciación del discurso; 5) *memoria*: memorización”.<sup>236</sup>

Por otro lado, Ducrot y Todorov explican que en la retórica antigua sólo se propone estudiar tres tipos de discurso, definidos por las circunstancias en que se pronuncia: el deliberativo, que corresponde aproximadamente al discurso político

---

<sup>233</sup> Gerardo Dehesa, Introducción a la retórica y la argumentación, México, Suprema Corte de Justicia de la Nación, Dirección General de la Coordinación de Compilación y Sistematización de Tesis, 2007, p. 19.

<sup>234</sup> Oswald Ducrot y Tzvetan Todorov, Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Argentina Editores, SA, 1972, p. 92.

<sup>235</sup> *Idem.*

<sup>236</sup> *Idem.*

actual, por lo común dirigido a una asamblea y mediante el cual se aconseja o se disuade; el judicial mediante el cual se acusa o defiende; el epidíctico, de elogio o de acusación, que analiza los actos de los contemporáneos.<sup>237</sup>

Yanes apunta que “aunque Cicerón considera a Tisias inventor de la retórica, es Córax el primero que llega a plantear una estructura organizada de discurso. Su esquema es un sistema tripartito para conseguir una mayor eficacia persuasiva: *proemio* —donde se expone el asunto—, *debate* —en el que se argumenta—y *epílogo* —con las conclusiones“.<sup>238</sup> El autor subraya que Protágoras de Abdera, Gorgias e Isócrates divulgaron esta enseñanza.

Asimismo, “para Cicerón, la retórica define, de manera precisa y amplia, las funciones de la elocuencia y el alto grado de compromiso moral y civil que el orador, en el ejercicio profesional de su actividad, contrae con la sociedad”.<sup>239</sup>

Aristóteles fue uno de los filósofos griegos que más estudió el tema, incluso escribió una obra extensa sobre ella: *Retórica*, donde la define como “la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer”<sup>240</sup>, es decir, “no persuade, enseña a persuadir”.<sup>241</sup>

Quien fuera maestro de Alejandro Magno, en su obra *Política*, “afirma que el hombre es el único animal que tiene palabra, la que manifiesta lo conveniente y lo perjudicial, lo justo y lo injusto. Así, pues, a diferencia de los demás animales, el hombre posee el sentido del bien y del mal, de los valores, ‘y la participación comunitaria de estas cosas constituye la casa y la ciudad’”.<sup>242</sup>

---

<sup>237</sup> *Idem.*

<sup>238</sup> Yanes, *op. cit.*, p. 23.

<sup>239</sup> Jenkyns *et al.*, *cit. pos*, Dehesa, *op. cit.*, p. 53.

<sup>240</sup> Aristoteles, *Retórica*, trad. Quintin Racionero, Madrid, Gredos, 1994, p. 173.

<sup>241</sup> Reyes Coria, Bulmaro, *cit. pos*, Jorge Ulises Carmona Tinoco, “Panorama breve sobre la retórica, su naturaleza su evolución histórica”, en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/4/1628/6.pdf>, consulta: 16 de mayo de 2012.

<sup>242</sup> Andrés Covarrubias Correa, “La persuasión de las mayorías según Aristóteles”, en ONOMÁZEIN, núm. 5, 2000, <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1345/134518327017.pdf>, consulta: 16 de mayo de 2012.

Cabe apuntar que “Düring en su explicación sobre la retórica aristotélica, define a ésta como el dominio de los medios, con cuya ayuda puede ganarse a los oyentes. Hay tres de estos medios: la personalidad del orador, la capacidad de poner al oyente en una situación emocional y el don de delinear de tal manera la exposición que con éxito pueda mostrar algo como verdadero o probable”.<sup>243</sup>

Rafael Yanes anota que, en un principio, la retórica griega era el adiestramiento de oradores y después se convirtió en una ciencia que estudia el lenguaje.<sup>244</sup> Menciona que su objetivo “no es convencer con datos precisos, como lo hace la ciencia, sino persuadir”.<sup>245</sup> Asimismo, agrega el autor, se mostró como un instrumento político eficaz debido al régimen democrático griego. La palabra era la herramienta eficiente para las decisiones políticas. Para que sea eficiente, se requiere un sistema que admita la libertad de expresión. “El dominio del discurso persuasivo por parte de la población puede ser un peligro para la supervivencia de un sistema totalitario”<sup>246</sup> o para mantener a una dictadura.

### **2.3.2 La palabra elegante: el discurso persuasivo**

Una definición, no tan distanciada de su origen etimológico, manifiesta que “la retórica es el arte de elaborar discursos gramaticalmente correctos, elegantes y, sobre todo, persuasivos”<sup>247</sup>, pero también “se ocupa de construir un discurso técnicamente estructurado para argumentar y persuadir”.<sup>248</sup>

En lo que respecta al orador, que es un persuasor, tiene la necesidad de expresarse correctamente para que su público se adhiera sus intenciones<sup>249</sup> y para ello la retórica es una herramienta útil.

---

<sup>243</sup> Düring, *cit. pos*, Dehesa, *op. cit.*, p. 61.

<sup>244</sup> Yanes, *op. cit.*, p. 24.

<sup>245</sup> *Idem.*

<sup>246</sup> *Idem.*

<sup>247</sup> Dehesa, *op.cit.*, p. 17.

<sup>248</sup> *Ibidem*, p. 32.

<sup>249</sup> Prieto, *op. cit.*, p. 27.

Daniel Prieto Castillo dice que “la retórica consiste en una elaboración programada, y por lo tanto no espontánea, de un mensaje a fin de que resulte efecto para persuadir”.<sup>250</sup> Según el autor, el lenguaje que utiliza quien habla es calculado para lograr un impacto en el público con ideas que parezcan creíbles, sin indagar si son verdaderas o falsas; dentro de sus objetivos, informar es lo de menos.<sup>251</sup>

Ahora hablemos de los receptores del discurso persuasivo. Andrés Covarrubias Correa menciona que “la retórica se dirige, mediante la implementación de una teoría de la argumentación específica y técnica, a un auditorio que, al menos desde una perspectiva realista, no está en situación de juzgar a partir de argumentos que manifiesten una alta complejidad, y que además no tiene conocimientos profundos sobre la materia propuesta”.<sup>252</sup> Para que hagan efecto sobre ellos se deben canalizar los elementos adecuados para que surtan resultados favorables.

Al respecto, el autor agrega que “se ha de buscar, por tanto, producir los medios persuasivos tomando muy en cuenta la alta capacidad de los auditores para ser influenciados desde un discurso que integre fantasía, percepciones y emociones, en vistas de la construcción y aplicación de argumentos bien pertrechados, que permitan influir en ambientes con una fuerte sobrecarga emocional”.<sup>253</sup>

Sobre este punto cabe recuperar a Rafael Yanes quien dice lo siguiente:

“La comunicación humana habitual es, fundamentalmente, persuasiva. Siempre persigue convencer al interlocutor sobre un punto de vista. Las conversaciones son cruces de argumentaciones que buscan ser aceptadas por el receptor. La

---

<sup>250</sup> *Ibidem*, p. 28.

<sup>251</sup> *Ibidem*, p. 40.

<sup>252</sup> Covarrubias, *op. cit.*, p. 6.

<sup>253</sup> *Ibidem*, p. 4.

persuasión es una constante en la comunicación humana. Los mensajes se emiten siempre para convocar un efecto premeditado en quienes lo reciben”.<sup>254</sup>

Asimismo, agrega el autor, la retórica es una comunicación que busca influir decisivamente en la ciudadanía y para ello “se centra únicamente en el contenido del mensaje sin tener en cuenta al receptor”.<sup>255</sup>

En contraste, Teun A. van Dijk concibe lo siguiente:

La retórica clásica no es tanto una teoría, es decir, una ciencia, sino que más bien tiene un carácter descriptivo-normativo, como un arte o una técnica. Por eso, sus reglas son más bien prescripciones con respecto a un discurso o un hablar óptimos. La retórica se ocupa sobre todo de la modificación de las condiciones por las que una situación concreta puede modificarse, en general se ocupa de las opiniones y apreciaciones del público; de allí proviene el carácter esencialmente persuasivo de la retórica.<sup>256</sup>

De esta diferencia de opiniones, podemos concluir que si bien el hombre político dirige un discurso a una audiencia en específico, le será aún más fructífero si lo destina a un público más amplio, tal y como sugiere Reagan: “la clave de un mensaje consiste en transmitir una sola idea, expresada de formas deferentes, para que pueda ser asimilada”.<sup>257</sup> Debe ser, a final de cuentas, un lenguaje incluyente, pero, para mayores efectos, “esa idea hay que saber resumirla en un eslogan o frase importante para que perdure”<sup>258</sup> sin importar las condiciones del auditorio.

Consideremos, pues, que todos hacemos uso de la lingüística, de forma cotidiana, con fines persuasivos y, por lo tanto, empleamos la retórica para influir en el interlocutor, que, a su vez, recibe un mensaje estructurado con dicho fin. Al

---

<sup>254</sup> Yanes, *op. cit.*, p. 25.

<sup>255</sup> *Ibidem*, p. 26.

<sup>256</sup> Teun A. van Dijk, *La ciencia del texto*, México, Editorial Paidós Mexicana, S.A., 1978, p. 127.

<sup>257</sup> Reagan, *cit. pos.*, Eulalio Ferrer Rodríguez, *De la lucha de clases a la lucha de frases*, Madrid, España, Ediciones El País S.A., 1992, p. 127.

<sup>258</sup> *Idem*.

respecto, Teun A. van Dijk argumenta que “un acto del habla finalmente no sólo debe ser correcto o estilísticamente adecuado en un contexto específico, sino que también exige un efecto óptimo en sentido *estratégico*. Esta estrategia es determinada y posibilitada por la aplicación de estructuras retóricas”.<sup>259</sup>

Asimismo, Yanes Mesa considera que:

“La primera columna de apoyo de la retórica se encuentra en el lenguaje, ya que es el arte de expresarse con propiedad y claridad. Se trata del uso de la palabra para solucionar conflictos, por lo que se puede afirmar que existe unidad de origen entre la democracia y la retórica, (pues) ésta es una comunicación especializada mediante la lengua, pero no un fin en sí mismo, sino que se dirige a la convivencia pacífica de los miembros de una comunidad. Aunque, por supuesto, también la retórica puede tener un uso perverso cuando se utiliza con fines diferentes en los sistemas autoritarios”.<sup>260</sup>

### **2.3.3 Las figuras retóricas**

En estricto sentido, el empleo de la retórica es de lo más cotidiano y forman parte de los “mecanismos del pensamiento y de la comunicación sin los cuales multitud de conceptos no podrían crearse y mucho menos transmitirse”.<sup>261</sup> Su uso tiene el propósito de expresar, de dar distinción a un contenido y, como se dijo anteriormente, persuadir.

En palabras de Daniel Prieto la retórica parte de lo que todos saben y trata de utilizar ese saber común para reforzar sus argumentos. Difícilmente aporta conocimientos nuevos sobre algo, y poco se interesa por la cuestión del conocimiento. En el caso de la persuasión, se ejerce sobre la vida cotidiana y a partir de ella, la cual está llena de lugares comunes. Buena parte de nuestros actos y de nuestras diarias decisiones, agrega el autor, se fundan en tales lugares

---

<sup>259</sup> Teun A. van Dijk, *op. cit.*, p. 140.

<sup>260</sup> Yanes, *op. cit.*, p. 23.

<sup>261</sup> Martínez Amador, *cit. pos*, Carmen Galindo, *et al.*, *Manual de redacción e investigación*, México, Grijalbo, 1997, p. 57.

que implican cosas que todo el mundo acepta y nadie pone en cuestión porque forman parte del acervo de creencias de una comunidad o de una clase social.<sup>262</sup>

De acuerdo con el autor, el mensaje retórico se caracteriza no por la novedad sino por lo novedoso: un mensaje puede aportar una información ya muy conocida o gastada, pero con ropajes nuevos. Lo conocido, lo reconocido, y lo dicho de otra manera es permanente en la retórica, que retoma los conocimientos previos y la experiencia, esto lo hace alterando las formas para no alterar nada del contenido<sup>263</sup> y para eso se hace uso de figuras retóricas que “consisten en indicaciones o maneras de presentar un mensaje a fin de hacerlo novedoso”.<sup>264</sup> También “tienen la función de desviar la norma de lo que corriente, cotidiano, para en definitiva no desviar nada”.<sup>265</sup>

Estos recursos del lenguaje “se clasifican en operaciones efectuadas sobre la morfología, la sintaxis, la semántica y la lógica, grupos que reciben respectivamente los nombres, en la terminología estructuralista, de metaplasmos, metataxas, metasememas y metalogismos”<sup>266</sup>; de estos, los primeros dos atañen a la expresión, las demás operan sobre el contenido.<sup>267</sup>

Serán las figuras de contenido las que sean de nuestro interés, pues con ellas lograremos el objetivo de este trabajo de investigación.

Los metasememas “operan sobre la semántica o significado de las palabras”.<sup>268</sup> A continuación se enlistan las figuras que corresponden a esta clasificación con sus respectivas definiciones.

---

<sup>262</sup> Prieto, *op. cit.*, pp. 30-31.

<sup>263</sup> *Ibidem*, pp. 41-42.

<sup>264</sup> *Ibidem*, p. 42.

<sup>265</sup> *Ibidem*, p. 45.

<sup>266</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 58.

<sup>267</sup> J. Dubois, *cit. pos, ibidem*, p. 59.

<sup>268</sup> *Ibidem*, p. 70.

### *Comparación o símil.*

Consiste, como dice Martínez Amador, en “poner de manifiesto las semejanzas que hay entre los objetos”.<sup>269</sup> Toda comparación va acompañada del adverbio *como*, otras veces *cual*, para unir los dos conceptos asemejados. También se usan los términos “igual que”, “que” o “se parece”.

### *Metáfora.*

Consiste en asemejar dos objetos, sólo que se ha eliminado el adverbio *como*. Según la definición clásica de Aristóteles, la metáfora consiste en “unir hablando cosas existentes, al parecer incompatibles”<sup>270</sup>, concepto que se refuerza al establecer la norma para aplicar bien esta figura y que consistiría en “indagar qué cosas son entre sí semejantes”.<sup>271</sup> También se define como una “transferencia a una cosa del nombre de otra, transferencia del género a la especie, o de la especie al género o de un especie a otra, por vía de analogía”.<sup>272</sup>

### *Prosopopeya o Personificación.*

De acuerdo con Galindo, “consiste en otorgarle rasgos animados a objetos inanimados o abstractos”<sup>273</sup>, es decir, como expone Beristáin, “lo no humano se humaniza, lo inanimado se anima”.<sup>274</sup> Atribuye cualidades propias de seres animados y corpóreos a seres que no lo son.<sup>275</sup>

---

<sup>269</sup> *Idem.*

<sup>270</sup> Aristóteles, *cit. pos, idem.*

<sup>271</sup> *Ibidem*, p. 71.

<sup>272</sup> Aristóteles, *op. cit.*, p. 204.

<sup>273</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 72.

<sup>274</sup> Beristáin, Beristáin, Helena, *Diccionario de Retórica y Poética*, 7ª ed., México, Porrúa, 1995.

<sup>275</sup> “Personificación”, [www.retoricas.com](http://www.retoricas.com), consulta: 23 de mayo de 2012.

### *Sinécdoque.*

Es una figura en la que, para expresarse, “se toma el todo por la parte o viceversa”.<sup>276</sup>

Existen dos tipos: la generalizante que por medio de lo general expresa lo particular; por medio del todo, la parte; por medio de lo más, lo menos; por medio del género, la especie; por medio de lo amplio, lo reducido. Su contraparte, la particularizante, es la que por medio de lo particular se expresa lo general; por medio de la parte, el todo; por medio de lo menos, lo más; por medio de la especie, el género; por medio del singular, el plural.<sup>277</sup>

### *Metonimia.*

“Consiste en trasladar un significado de una palabra a otra porque entre ellas existe una relación de contigüidad”.<sup>278</sup> Es la sustitución de un término por otro cuya referencia habitual con el primero se funda en una relación existencial que puede ser: Casual, Espacial y Espacio-temporal.<sup>279</sup>

### *Oxímoron.*

“Es un contraste entre dos palabras de significado totalmente contrario”.<sup>280</sup> Es el resultado de la ‘relación sintáctica de dos antónimos’. Beristáin explica que “es a la vez una especie de paradoja y antítesis abreviada, que involucra generalmente dos palabras o dos frases”.<sup>281</sup>

---

<sup>276</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 73.

<sup>277</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 464.

<sup>278</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 73.

<sup>279</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 328.

<sup>280</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 73.

<sup>281</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 373.

### *Hipálage.*

Para Beristáin, “consiste en ligar entre sí, dentro de la frase, palabras que ‘ni sintáctica ni semánticamente se adecuan’”.<sup>282</sup> Además, agrega, “el adjetivo no concuerda ni gramaticalmente ni por su significado literal con el sustantivo que es contiguo, sino con otro, u otros, presentes dentro de un contexto inmediato”.<sup>283</sup>

Las siguientes figuras retóricas de contenido son los metalogismos “que actúan sobre la lógica”.<sup>284</sup> A continuación se enlistan las que corresponden a esta clasificación con sus respectivas definiciones.

### *Lítote o Atenuación.*

En esta figura, “se dice menos para significar más”.<sup>285</sup> Según Galindo, “consiste en una atenuación, en el discurso, de lo que deseamos comunicar”<sup>286</sup>, es decir, expresarlo de una forma tenue, sutil. La lítote tiene dos formas, la primera consiste en disminuir el tono empleando una palabra con menor carga emotiva. La segunda consiste en afirmar algo, negando lo contrario.<sup>287</sup>

### *Hipérbole.*

Conforme a Beristáin, es una exageración o audacia retórica que consiste en subrayar lo que se dice al ponderarlo con la clara intención de trascender lo verosímil. Su función es aumentar el significado o disminuirlo.<sup>288</sup> Esta figura es consistente en una alteración exagerada e intencional de la realidad que se quiere representar, ya sea una situación, una característica o una actitud, por medio del

---

<sup>282</sup> Lausberg, *cit. pos, ibídem*, p. 248.

<sup>283</sup> *Idem*.

<sup>284</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 73.

<sup>285</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 302.

<sup>286</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 74.

<sup>287</sup> *Idem*.

<sup>288</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 251.

exceso o por defecto. La Hipérbole tiene como fin conseguir una mayor expresividad.<sup>289</sup>

#### *Gradación.*

Para Beristain, “afecta a la lógica de las expresiones y consiste en la progresión ascendente o descendente de las ideas, de manera que conduzcan crecientemente, de lo menor a lo mayor, de lo pequeño a lo grande, de lo fácil a lo difícil, de lo anodino a lo interesante, de lo inicial a lo final de un proceso, etc., o decrecientemente, a la inversa”.<sup>290</sup> Su finalidad es “colocar en orden, ascendente o descendente, diversos elementos, ya sean verbos, atributos o cualquier otro, para crear un clímax”.<sup>291</sup>

#### *Pleonasmo o Redundancia.*

De acuerdo con Galindo, se basa en añadir palabras que no agregan significados en la expresión, esto es su uso incorrecto. En su forma correcta se identifica y es efectiva cuando en verdad añade énfasis y tiene la intención de crear una imagen.<sup>292</sup>

#### *Paradoja.*

Como explica Beristáin, “altera la lógica de la expresión pues aproxima dos ideas opuestas y en apariencia irreconciliables, que manifestarían un absurdo si se tomaran al pie de la letra... pero que contienen una profunda y sorprendente coherencia en su sentido figurado”.<sup>293</sup> En ella, “la contradicción afecta al contexto

---

<sup>289</sup> “Hipérbole”, [www.retorigas.com](http://www.retorigas.com), consulta: 23 de mayo de 2012.

<sup>290</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 243.

<sup>291</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 75.

<sup>292</sup> *Ibidem*, p. 76.

<sup>293</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 380.

por lo que su interpretación exige apelar a otros datos que revelen su sentido, y pide una mayor reflexión”.<sup>294</sup>

### *Antítesis.*

“Consiste en colocar en sucesión inmediata una palabra o una frase junto a otra de significado contrario”.<sup>295</sup> Según Beristáin, contrapone unas ideas a otras, con mucha frecuencia a través de términos abstractos que ofrecen un elemento en común, y agrega que, “a diferencia de lo que ocurre en el oxímoron y en la paradoja, la oposición semántica de las expresiones contiguas en la antítesis no llega a ofrecer contradicción, por lo que en ella la coherencia no se ve afectada”.<sup>296</sup>

### *Alegoría.*

“Se trata de una metáfora continuada que avanza hasta establecer un paralelismo entre los dos objetos comparados”.<sup>297</sup> En ocasiones está compuesto de una sucesión de imágenes metafóricas que representa un pensamiento más complejo o una experiencia humana real, y en ese sentido puede constituir obras enteras. Así se transforma, entonces, en un instrumento cognoscitivo y se asocia al razonamiento por analogías.<sup>298</sup>

### *Ironía o sarcasmo.*

“Consiste en oponer, para burlarse, el significado a la forma de las palabras en oraciones declarando una idea de tal modo que, por el tono, se pueda comprender otra”.<sup>299</sup> Conforme a Beristáin, “siempre la ironía es interpretada en su

---

<sup>294</sup> *Idem.*

<sup>295</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 76.

<sup>296</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 67.

<sup>297</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 76.

<sup>298</sup> “Alegoría”, [www.retoricas.com](http://www.retoricas.com), consulta: 23 de mayo de 2012.

<sup>299</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 271.

verdadero sentido gracias a algún grado de evidencia significativa que se halla en el contexto discursivo”.<sup>300</sup>

#### *Dilogía.*

Galindo expone que esta figura “consiste en tomar una misma palabra en su sentido directo y en el figurado en una misma frase, o bien en dos de sus significados diferentes”.<sup>301</sup> Por el sentido lúdico que comporta, se le conoce también como juego de palabras.<sup>302</sup>

#### *Interrogación o pregunta retórica.*

En ella, “el emisor finge preguntar al receptor consultándolo y dando por hecho que hallará en él coincidencia de criterio; en realidad no espera respuesta y sirve para reafirmar lo que se dice”.<sup>303</sup> Es formular una pregunta que el mismo emisor responde. Se acompaña de un cambio de tono que centra la atención.

#### *Aforismo o sentencia.*

Beristáin señala que esta figura se propone como una regla formulada con claridad, precisión y concisión. “Al aforismo moral también es llamado *apotegma*, *adagio* o *máxima*. El que encierra una dosis de sabiduría popular, se denomina *refrán*, también *adagio*, o *proverbio*. La oración que expresa un *lugar común* con pretensiones de validez universal como norma de vida, es la *sentencia*”.<sup>304</sup>

---

<sup>300</sup> *Ibidem*, p. 272.

<sup>301</sup> Galindo, *op. cit.*, p. 79.

<sup>302</sup> *Idem*.

<sup>303</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 262.

<sup>304</sup> *Ibidem*, p. 34.

### *Descripción.*

Esta figura no es un tropo pero suele realizarse a base de ellos. Puede utilizarse aisladamente, con exclusividad, pero en general suele alternar con la narración e insertarse dentro del diálogo y monólogo. Quintiliano consideró a la hipotiposis un tipo de descripción: aquella que es viva, animada, realista, verosímil, impresionante, que ‘hace ver’ o imaginar visualmente lo descrito.<sup>305</sup>

### **Otras figuras**

#### *Epíteto.*

En palabras de Beristáin, “consiste en agregar a un nombre una expresión—palabra, frase u oración— de naturaleza adjetiva que puede resultar necesaria para la significación en distintos grados”.<sup>306</sup> Es un adjetivo cuya función es acentuar un significado o un valor estilístico de lo que se describe.<sup>307</sup>

#### *Lugar común o inventio.*

Son argumentos e ideas que funciona como instrumentos intelectuales o afectivos para lograr la persuasión mediante un alto grado de credibilidad. No crea sino localiza temas, asuntos, pensamientos, nociones generales ya clasificados.<sup>308</sup>

#### *Enumeración.*

Consiste en acumular expresiones que significan una serie de todos o conjuntos, o bien una serie de partes de un todo.<sup>309</sup> Su propósito es ordenar o enlistar información.

---

<sup>305</sup> *Ibidem*, p. 137.

<sup>306</sup> *Ibidem*, p. 196.

<sup>307</sup> Epíteto”, [www.retorigas.com](http://www.retorigas.com), consulta: 23 de mayo de 2012.

<sup>308</sup> Beristáin, *op. cit.*, p. 266.

<sup>309</sup> *Ibidem*, p. 174.

## 2.4 Propaganda

### 2.4.1 La semilla de la propaganda

Todo proceso comunicativo, como indica Alejandro Pizarroso Quintero, tiene dos vertientes: uno informativo, donde el emisor comparte al receptor determinados datos o conocimientos, y otro persuasivo, donde quien habla busca una respuesta por parte del destinatario; parte de una intencionalidad y su objetivo es la influencia.<sup>310</sup>

La propaganda como fenómeno comunicativo “consiste en un proceso de diseminación de ideas a través de múltiples canales con la finalidad de promover en el grupo al que se dirige los objetivos del emisor que no necesariamente son favorables al receptor; implica, pues, un proceso de información y un proceso de persuasión”.<sup>311</sup>

Esta técnica, comenta Pizarroso Quintero, se ha manifestado a lo largo de la historia en múltiples formas: a través de la palabra hablada, de los medios escritos (la prensa principalmente), de la imagen en la bellas artes y de la literatura.

Por otra parte, Edmundo González Llaca argumenta que la comunicación política participó en la formación de la sociedad y el Estado en el momento en que dio “significado racional a la naturaleza instintiva de las relaciones, y de estructurar el sentimiento de lo "nacional", gracias a su posibilidad de transmitir los valores y las creencias que servirán de antecedente a la conducta humana”.<sup>312</sup>

---

<sup>310</sup> Alejandro Pizarroso Quintero, "La historia de la propaganda: una aproximación metodológica", en *Historia y Comunicación Social*, núm. 4, 1999, <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/issue/view/HICS999911/showToc>, consulta: 2 de mayo de 2012.

<sup>311</sup> Alejandro Pizarroso Quintero, "La historia de la propaganda: una aproximación metodológica", en *Historia y Comunicación Social*, núm. 4, 1999, <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/issue/view/HICS999911/showToc>, consulta: 2 de mayo de 2012.

<sup>312</sup> Edmundo González Llaca, *Teoría y práctica de la propaganda*, México, Grijalbo, 1981, p. 19.

Por otro lado, la comunicación es un instrumento de control social y una alternativa para sustituir a la “violencia de la mano”.<sup>313</sup>

Este autor subraya que la propaganda política es el principal medio que, desde su origen, permite “resolver pacíficamente los antagonismos propios de la pluralidad social y de la injusticia de clases”<sup>314</sup>, además es el principal medio que permite legitimar decisiones del sistema de poder:

La propaganda, a través de la difusión de la ideología del poder público, elabora los esquemas mentales, las representaciones colectivas; define los valores, norma el sistema de vida en el que la clase gobernante se hace pasar como representante del interés general, para que de esta forma el ciudadano, no únicamente soporte la división tajante de la realidad social de quienes explotan y quienes son explotados, sino que se adhiera al sistema de convecciones y entusiasmo.<sup>315</sup>

González Llaca expone que la palabra propaganda etimológicamente proviene de propagar, tomada ella misma del latín: *propagare* que significa reproducir o plantar.<sup>316</sup> Por otra parte, la define como “un conjunto de métodos basados principalmente en las materias de la comunicación, la psicología, la sociología y la antropología cultural, que tiene por objeto influir a un grupo humano, con la intención de que adopte la opinión política de una clase social, adopción que se refleje en una determinada conducta”<sup>317</sup>; esto es parecido a lo que en su momento Goebbels entendía: la finalidad de la propaganda es conquistar a las masas, convencer e impulsar la acción.<sup>318</sup>

---

<sup>313</sup> *Idem.*

<sup>314</sup> *Ibidem*, p. 20.

<sup>315</sup> *Ibidem*, p. 21.

<sup>316</sup> *Ibidem*, p. 32.

<sup>317</sup> *Ibidem*, p. 35.

<sup>318</sup> *Ibidem*, p. 75.

## 2.4.2 El método de la sugestión

En palabras de Frederic Charles Bartlett, "la propaganda es un intento de influir en la opinión y conducta —de manera especial la opinión y conducta sociales— en tal forma que las personas que adopten las opiniones y conducta indicadas, lo hagan sin realizar en sí mismas, búsqueda definitiva de razones".<sup>319</sup>

A su vez, menciona que "la propaganda es una forma organizada y pública de ese proceso que los psicólogos llaman 'sugestión'"<sup>320</sup>. Su empleo origina dos formas muy diferentes de relación social. La primera es el vínculo entre superiores e inferiores y la segunda se refiere a la amistad. En el primer caso, se entiende que el superior brinda opiniones que el inferior acepta. En el segundo, es un trato de "camaradería", por ende es "insospechada por completo y debe crecer de una manera natural y no puede ser impuesta desde el exterior de la gente".<sup>321</sup>

La propaganda política recurre de manera frecuente al primer caso de sugestión y su éxito depende esencialmente del prestigio político y social. Conforme a Bartlett, el prestigio se divide en dos clases: de forma innata en las personas que llevan a cabo o mantienen la posición social y el poder, por otra parte, pueden ser externas, prestadas de alguna institución social reconocida por la sociedad y de autoridad indiscutible.<sup>322</sup>

Sin embargo, —añade el autor— "la sugestión no crea nada, sino que sólo puede despertar, combinar y dirigir tendencias"<sup>323</sup> que ya existen en las masas —orgullo, ambición, malicia, envidia, codicia de poder, crueldad— y que la propaganda sólo debe incitar.<sup>324</sup> Además, "las sugerencias pueden ser transmitidas con éxito en dos sentidos. La forma de hacerlo puede ser aguda,

---

<sup>319</sup> F. C. Bartlett *cit. pos*, Edmundo González Llaca, *Ibidem*, p. 31.

<sup>320</sup> F. C. Bartlett, *La propaganda política*, Brasil, Ed. Ridendo Castigat Mores, 2001, p. 65.

<sup>321</sup> *Idem*.

<sup>322</sup> *Ibidem*, p. 66.

<sup>323</sup> *Ibidem*, p. 70.

<sup>324</sup> *Ibidem*, p. 71.

incisiva, directa, dominante —puesta en términos de exageración o superlativo; o presentarse en términos de insinuación, suavidad, sutileza, indirectos, y disfrazados”.<sup>325</sup>

Cuando un emisor posee un reconocido prestigio y los receptores son sometidos con frecuencia a la sugestión, “es probable que respondan con menor resistencia al estímulo dominante, brutal y autoritario”.<sup>326</sup> De lo contrario, si los destinatarios no han sido sometidos, la segunda forma de sugestión es la que se sugiere.

En un escenario desfavorable para el político, es recomendable la sugestión indirecta para ganar adeptos. Su principal característica es la manifestación de un deseo concreto, “pero su propósito real es distinto. Así, todo el material que usa, ya sea palabras, dibujos, gestos o indicaciones de cualquier otra clase, tiene un carácter simbólico. La característica del símbolo es siempre tener dos significados por lo menos: uno de ellos es ser evidente y claro para todo el mundo, mientras que el otro produce sus efectos sin salir a la luz nunca”.<sup>327</sup> Con esta táctica se logrará persuadir a más integrantes de la sociedad, pues uno más de los objetivos es que acepten el mensaje sin crítica alguna.

La propaganda se ocupa de cómo y qué decir, forma y contenido. Su semejanza con la retórica es la utilización de conceptos ya establecidos por el colectivo. El propagandista, dice James Brown, “no crea emociones inexistentes, se limita a evocar o estimular aquellas actitudes del espectro total existente en su auditorio que encajan en sus planes, actitudes que pueden ser innatas pero que, por lo general, son socialmente adquiridas”.<sup>328</sup>

---

<sup>325</sup> *Ibidem*, p. 73.

<sup>326</sup> *Ibidem*, p. 74.

<sup>327</sup> *Ibidem*, p. 77.

<sup>328</sup> J.A.C. Brown, *Técnicas de persuasión*, Madrid, Alianza Editorial, 1991, p. 23.

Es por esta razón que el propagandista, que es el hombre político portavoz de una ideología, utiliza como mecanismo fundamental la sugestión, la cual Brown define como “el intento de inducir en otros la aceptación de una creencia específica sin proporcionar evidencia ni base lógica alguna para su aceptación, exista o no exista dicha base”.<sup>329</sup>

Retomar ideas creadas por la comunidad que no tienen un sustento racional, también es útil para persuadir al público, pero para ello el propagandista tiene que ser “capaz de dar la impresión de que sus propuestas están de acuerdo con las ideas, ya existentes, del que recibe la propaganda o cuando la sugestión que crea es relativamente superficial y de ningún modo supone una amenaza para las convicciones de su auditorio”.<sup>330</sup>

### **2.4.3 La glorificación del hombre político**

Para Eulalio Ferrer, la propaganda “se refiere al ámbito del pensamiento y la acción ideológicos, en todas sus extensiones”<sup>331</sup>, que tiene el propósito de glorificar a los hombres y sus ideas con técnicas de persuasión o inducción.

El hombre político hace uso de la propaganda porque como tal tiene el afán de alabar y propagar todo lo que hace.<sup>332</sup> Se erige a base de títulos con la pretensión de inmortalizarse y con ello formarse a su vez como una marca institucional que facilite su glorificación política.<sup>333</sup>

De una forma más desglosada y adentrado en detalles, el autor explica su concepción y las funciones de la propaganda:

---

<sup>329</sup> *Ibidem*, p. 24.

<sup>330</sup> *Idem*.

<sup>331</sup> Eulalio Ferrer Rodríguez, *De la lucha de clases a la lucha de frases*, Madrid, España, Ediciones El País S.A., 1992, p. 17.

<sup>332</sup> *Ibidem*, p. 21.

<sup>333</sup> *Ibidem*, p. 29.

(Dentro de ella) “se dan opiniones y se buscan adeptos. Cada nuevo afiliado o simpatizante es un triunfo. Entre el convencer y ser convencido se desliza la supremacía de la ideología y su representación política. La política se ve como una realidad circunstancial y la ideología como una certidumbre. Si la política es el arte de lo posible, la ideología es la creencia necesaria. Instrumento manipulador de la propaganda, la retórica es fiel a la definición platónica: *La conquista de las mentes por medio de la palabra*. Promueve adhesiones colectivas y seguimientos cualificados. Halaga a las masas a sabiendas de que el halago es una forma de corrupción. Su objetivo principal es legitimar los fines, por encima de los medios”.<sup>334</sup>

También tiene en cuenta que el hombre político, en su deseo oculto o manifiesto de perpetuar en el poder, considera al adjetivo, base iniciativa y constante de la propaganda, más fuerte que el sustantivo, pues él “vale en la medida en que el adjetivo le hace valer”.<sup>335</sup> Esto es, todas aquellas palabras que se relacionen con la naturaleza de los signos que el político utiliza, le brindan un mayor significado, amplifican la esencia y, en determinados casos, da complementos a sus ideas, con ello amplifica el sentido de sus conceptos.

Ferrer Rodríguez explica que “el hombre, como ser político, ambicioso de poder y dominio, busca desde sus primeros pasos la afirmación y la resonancia del elogio hasta que el rito vicarial (la reiteración) de éste se vuelve oficio y, también, mecanismo social”.<sup>336</sup> Sin importar si es un espacio público o privado, siempre lo aprovechará para manifestar su ideario y que los demás lo reconozcan por ello. Las masas, movidas por la euforia, responderán de manera efusiva alguna apología. Difundir cada frase o cada idea con el mayor alcance posible, es un objetivo decisivo.

Lo primero que tiene que hacer un candidato es definirse, es decir, exponer con claridad y exactitud sus inclinaciones ideológicas, para que la propaganda empiece a posicionarlo, esto con el propósito de armonizar su perfil con el de los

---

<sup>334</sup> *Ibidem*, p. 71.

<sup>335</sup> *Ibidem*, p. 107.

<sup>336</sup> *Ibidem*, p. 225.

electores; “entre lo que uno ofrece y el otro espera”.<sup>337</sup> La sociedad debe sentirse identificada con el candidato, de esta manera será más fácil convocarla a realizar una acción, tal sea emitir el voto a su favor o estar de acuerdo con sus intenciones.

Se debe considerar que “aunque el convencimiento es la meta ideal, a la propaganda le interesa, sobre todo, conmover, enardecer, repitiendo incansablemente; el gusto por la cantidad y el entusiasmo por todo lo colosal, es su signo”.<sup>338</sup> Por medio del sentir y las emociones, los receptores atienden al mensaje de una manera más efectiva, además, si éste es constante e insistente, se quedará aún más presente en la mente del público. Al respecto, cabe citar a Clyde de C. Miller quien define a la propaganda como “el intento de influir en otros sobre algo determinado, a partir de ideas y sentimientos”.<sup>339</sup>

Eulalio Ferrer concluye que la propaganda actualmente ya no persigue un perfil informativo como en sus orígenes lo hacía, “hoy persigue y acentúa el efecto de la impresión, que es un lenguaje emocional de palabras y frases seductoras al hilo de opiniones y expresiones ruidosas”.<sup>340</sup> Si bien estos mensajes tienen una finalidad persuasiva por naturaleza, suelen cargar cierta incertidumbre y confusión, pues contienen varios significados de los cuales cada receptor se quedará sólo con uno y queda la posibilidad que no sea el que el emisor quisiera en realidad.

La propaganda es el medio que está construido por frases<sup>341</sup> que buscan resaltarse de manera retumbante, pues sin ellas no hay discurso político y, desde luego, el conjunto de palabras que más estridencia tiene es la electoral.

A manera de síntesis, Ferrer enuncia ideas concretas para entender varias aristas de la propaganda. Indica que ésta vende una idea o un candidato en un

---

<sup>337</sup> *Ibidem*, p. 120.

<sup>338</sup> *Ibidem*, p. 123.

<sup>339</sup> Clyde de C. Miller, *cit. pos, ibidem*, p. 235.

<sup>340</sup> *Ibidem*, p. 127.

<sup>341</sup> *Ibidem*, p. 142.

mercado político<sup>342</sup>, donde “el electorado aparece como el gran público”.<sup>343</sup> Asimismo, argumenta que su clave es la promesa de un beneficio o una satisfacción<sup>344</sup> cautivante para las masas. Esto se logra si su objetivo principal queda manifiesto, el cual es “conmover, crear una impresión, identificar una necesidad y adelantar lo nuevo”.<sup>345</sup>

En conclusión, el autor enuncia que la propaganda, en esencia, está al servicio de las ideologías, por lo tanto, dice lo que hay que creer<sup>346</sup>, además “exalta el dominio del hombre sobre el hombre”.<sup>347</sup> Utiliza el signo de la simulación, pues “incurre frecuentemente en la desinformación, bajo el dilema cotidiano de lo que puede ser, debe ser o es”.<sup>348</sup> En síntesis, a lo antes dicho, sentencia que “en la propaganda se rinde culto a la personalidad y se manipula la conciencia del hombre”.<sup>349</sup>

## **2.5 Poder político**

### **2.5.1 Reguladores del poder: regímenes políticos**

Como ya se ha señalado, el discurso contiene una carga ideológica conforme al régimen político en el que se emite o de oposición a éste, de acuerdo a las políticas públicas actuales o disentir de ellas. Por esta razón explicaremos en qué consiste cada régimen político y los tipos de Estado moderno para identificar en cuál se ubica nuestro contexto y nuestro objeto de estudio.

El régimen político, en palabras de Eduardo Jorge Arnoletto, se entiende de esta manera:

---

<sup>342</sup> *Ibidem*, p. 235.

<sup>343</sup> *Ibidem*, p. 236.

<sup>344</sup> *Idem*.

<sup>345</sup> *Idem*.

<sup>346</sup> *Ibidem*, p. 241.

<sup>347</sup> *Idem*.

<sup>348</sup> *Idem*.

<sup>349</sup> *Ibidem*, p. 242.

Conjunto de instituciones que regulan la lucha por el poder y su ejercicio, y de los valores que sustentan esas instituciones. Es la estructura organizadora del poder, que establece los criterios de selección de los integrantes de la clase dirigente y asigna los roles en ella. También es el conjunto de normas y procedimientos para el acceso y el manejo del poder. Teóricamente, es la voluntad política del pueblo quien erige al régimen político, pero también es cierto que la estructura del régimen condiciona la formación de la voluntad política. Cada tipo de régimen está asociado a determinados valores y limita la libertad de acción de los gobernantes.<sup>350</sup>

Según el autor, “las teorías más modernas, clasifican los tipos de régimen según su sistema de partidos políticos. Así hizo Duverger y también R. Aron, que los clasifica en regímenes constitucionales pluralistas y regímenes de partido único”:<sup>351</sup>

El régimen constitucional—pluralista “se caracterizan por la pluralidad de partidos, la normativa constitucional para la elección de gobernantes y el carácter constitucional (controlado y moderado) del ejercicio del poder”.<sup>352</sup>

A su vez, el autor determina que en este sistema se combinan dos sentimientos: “el respeto a la ley (despersonalización y confiabilidad) y el sentido del compromiso (reconocimiento de la limitación de la propia razón y de la legitimidad parcial de los argumentos ajenos, para buscar una solución aceptable para todos).

Estas serían las condiciones de la eficiencia política en un contexto de pluralismo ideológico y oposición legal”.<sup>353</sup>

---

<sup>350</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

<sup>351</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

<sup>352</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

<sup>353</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

Por otra parte tenemos el régimen de partido único, los cuales “están caracterizados por el monopolio de la actividad política legítima reservada a un solo partido; la voluntad de imprimir la marca de la ideología oficial sobre el conjunto de la colectividad; y el esfuerzo para renovar radicalmente la sociedad hacia una meta, definida por la unidad de la Sociedad y el Estado”.<sup>354</sup>

Un rasgo esencial es el carácter totalitario del Estado, abarcativo (sic) de toda la sociedad, con una representación global del mundo histórico, en su pasado, presente y futuro, en lo que es y lo que debe ser. Sus "principios" combinan dos sentimientos: la fe (que inspira el fin glorioso al que tiende el partido revolucionario); y el miedo (que reduce a la impotencia a los que no creen en la doctrina oficial).<sup>355</sup>

En este caso, R. Aron establece una tipología, con tres subtipos de regímenes de partido único:<sup>356</sup>

Primer tipo: Regímenes opuestos al pluralismo de los partidos pero no a la constitucionalidad de sí mismos. Autoritarios, conservadores, tradicionalistas, pero hostiles a la idea de un "Estado total", por lo que técnicamente no les corresponde la designación de totalitarios. Pretenden eliminar la agitación de los partidos y despolitizar a los ciudadanos.

Segundo tipo: Regímenes opuestos al pluralismo de los partidos, favorables a la existencia de un partido único, revolucionario e identificado con un principio unificador. No son ni quieren ser democráticos. Requieren un ambiente de exaltación nacionalista, con grandes ambiciones de política exterior. No buscan, como los anteriores, "despolitizar" a los hombres sino por el contrario, politizarlos al máximo e incluso fanatizarlos. El principio unificador puede ser el Estado (es el caso del régimen fascista italiano de Benito Mussolini) o la Nación-Raza, de la que el Estado es solo una organización de valor instrumental (es el caso del régimen nazi de Adolfo Hitler en Alemania).

---

<sup>354</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

<sup>355</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

<sup>356</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

Tercer tipo: Regímenes opuestos al pluralismo de los partidos y favorables a un partido único, revolucionario, cuyo objetivo es la unificación de la sociedad en una clase única. En sentido dialéctico se consideran "herederos" de las doctrinas constitucionales—pluralistas. Suprimen el pluralismo, proclaman el monopolio político, pero consideran que al obrar así cumplen acabadamente con los ideales democráticos, porque otorgan el poder a la única verdadera mayoría, el proletariado, representado por el Partido que es su vanguardia, mientras que a su juicio las democracias pluralistas son solo el camuflaje de la oligarquía capitalista, que hay que suprimir para realizar la libertad y la democracia. Desembocaron en una dura e ineficiente burocracia autoritaria.

Otro sistema de gobierno es la Democracia Real que, conforme a Arnoletto, tiene las siguientes características:

Está basado en el principio teórico de la soberanía del pueblo, que procura optimizar tres relaciones de variables: Orden / Libertad: La creación de un orden flexible; Libertad / Eficacia: La realización de proyectos sociales en libertad; Libertad / Igualdad: El respeto de los derechos humanos, individuales y sociales, confiando el gobierno a una élite política no impuesta sino elegida periódicamente por mayoría; y reconociendo la legitimidad de la oposición, que integra de pleno derecho el sistema decisorio y constituye una alternativa de poder válida y viable, con una razonable expectativa de alternancia.<sup>357</sup>

En contraste a la Democracia Real tenemos al Autoritarismo, aquí Arnoletto especifica que “cuando en un país un solo partido tiene el monopolio de la actividad política legal y no admite ninguna excepción a su poder, se habla de un régimen político totalitario”; en cambio “cuando ese régimen monopartidista ejerce un gobierno fuerte pero tolera la existencia y actuación política de ciertos grupos de intereses bien definidos (terratenientes, industriales, militares, eclesiásticos) se habla de un régimen político autoritario”.<sup>358</sup>

---

<sup>357</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

<sup>358</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

De acuerdo con el autor, las principales características de este sistema de gobierno son las que se enuncian a continuación:

El concepto de autoritarismo se aplica a tres contextos diferentes: la estructura de los sistemas políticos, las disposiciones psicológicas relacionadas con el poder y las ideologías políticas. Los regímenes autoritarios privilegian el mando, el poder, y menosprecian el consenso. Como disposición psicológica, la personalidad autoritaria se caracteriza por la íntima fusión de dos características aparentemente opuestas: la disposición a la obediencia y a la obsecuencia respecto de los que tienen poder, la arrogancia y el desprecio respecto de los subordinados y los débiles. Finalmente, las ideologías autoritarias niegan la igualdad de los hombres, enfatizan la jerarquía como fuente de orden y evalúan como virtudes los rasgos de la personalidad autoritaria.<sup>359</sup>

## 2.5.2 Tendencias dominantes del Estado

Conforme a Miguel Ángel Gallo y Víctor Sandoval González, desde el siglo XVII, momento en el cual se realizó la Revolución inglesa, hasta nuestras fechas, han existido ciertos tipos de Estado moderno. Ahondaremos en ellos para ubicar nuestro contexto y reconocer en cuál se ubica el discurso que se analizará posteriormente.

Cabe recordar que el Estado es una "agrupación humana, fijada en un territorio determinado y en la que existe un orden social, político y jurídico orientado hacia el bien común, establecido y mantenido por una autoridad dotada de poderes de coerción".<sup>360</sup>

La primera tendencia dominante que explicaremos será el Estado liberal. Según los autores:

---

<sup>359</sup> Eduardo Jorge Arnoletto, *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*, Ed. EUMEDNET 2007, texto completo en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>, Consulta: 16 de junio de 2012.

<sup>360</sup> "U D 3.1: Los Conceptos Básicos de Estado, Régimen Político y Gobierno", [http://enlaces.ucv.cl/educacioncivica/contenup/up3\\_orga/1\\_concep/priud3-1.htm](http://enlaces.ucv.cl/educacioncivica/contenup/up3_orga/1_concep/priud3-1.htm), Consulta: 16 de junio de 2012.

Se llama así tanto por su justificación ideológica como por su actuación económica. La justificación ideológica implica formas democráticas y republicanas de gobierno, en tanto que la actuación económica se basa en las teorías de los economistas clásicos, principalmente Adam Smith y David Ricardo, que recomendaban *libertad*, es decir, dejar las fuerzas económicas al libre juego del mercado; en este sentido el papel del Estado se debería reducir al de "gendarme": cuidar la propiedad privada y el orden social interno, así como proteger al país de cualquier agresión externa. *El Estado no debería intervenir en la economía.*<sup>361</sup>

En contraparte ubicamos al Estado interventor el cual procura "regular las importaciones y las exportaciones mediante la fijación de una política fiscal orientada a la protección de la propia economía".<sup>362</sup> También administra y es propietario de empresas llamadas paraestatales, asimismo interviene en la creación de obras de infraestructura, es decir, "aquellas que no producen directamente riqueza, pero que son importantes al facilitar el desarrollo de la economía".<sup>363</sup> Otras funciones estatales son la creación de empleos, invierte en educación, sanidad, seguro social y otros rubros para aminorar las deferencias sociales.

Por último mencionaremos al Estado neoliberal. Esta tendencia es el retorno al liberalismo económico y "procura que tanto la economía como la política se liberen de los obstáculos para el despliegue de las fuerzas productivas que se encuentran en las grandes transnacionales, cuya fluidez depende de la libertad con que puedan actuar los agentes financieros, y cuyo tamaño les permite acompañar la expansión del gran capital productivo".<sup>364</sup>

Según exponen Gallo y Sandoval, este modelo pretende que se dejen los elementos económicos al "libre juego del mercado":

---

<sup>361</sup> Miguel Ángel Gallo T. y Víctor Sandoval González, *México, su estructura socioeconómica y política (1900-2002)*, México, Ediciones Quinto Sol, 2005, p. 26.

<sup>362</sup> *Ibidem*, p. 27.

<sup>363</sup> *Idem*.

<sup>364</sup> *Ibidem*, p. 31.

Aspira a reducir al mínimo posible la participación del Estado en la economía, así como su función reguladora; descansar en los instrumentos de política monetaria (tasa de interés, control de circulante, etc.) más que en los de política fiscal (un gasto público, impuestos, etc.) para movilizar y asignar los recursos existentes y canalizar el excedente económico; privilegiar la estabilidad monetaria por encima de cualquier otro objetivo, incluso el crecimiento económico y los asociados con el bienestar de las clases populares y, finalmente, liberar de trabas proteccionistas al intercambio de mercancías y capitales entre las naciones.<sup>365</sup>

---

<sup>365</sup> *Ibidem*, p. 32.

### Capítulo 3. Aplicación de la metodología en los discursos de López Obrador



Andrés Manuel en la Macroplaza de Monterrey, Nuevo León. 2012.

Foto: amlo.org.mx

*La paz y la tranquilidad son fruto de la justicia*

Andrés Manuel López Obrador

*Aunque nos sigan atacando, acusándonos de malos perdedores, de locos, mesiánicos, necios, enfermos de poder y otras lindezas, preferimos esos insultos a convalidar o formar parte de un régimen injusto, corrupto y de complicidades que está destruyendo a México*

Andrés Manuel López Obrador

Aquí se haya el análisis correspondiente a cada discurso. En primer lugar se analiza los *Diez puntos para transformar a México* posteriormente el artículo *Fundamentos para una república amorosa*. Al final de cada análisis se presentan los hallazgos encontrados.

### **3.1 Análisis del discurso de los Diez puntos para transformar a México**

A continuación se presenta el discurso a estudiar. Se analiza párrafo por párrafo, los cuales estarán con un tamaño de fuente menor y en sangría. Posteriormente se encuentra el análisis correspondiente.

Nosotros sabemos cómo sacar a México de la decadencia. Va a depender de ti.  
Tenemos proyecto.

Estos enunciados construyen la introducción del discurso. Es breve y concisa. Hace un llamado al público en general pues no lo delimita, busca así atraer simpatizantes y connota la necesidad de contar con ellos para impulsar un proyecto, el cual está respaldado por otros: “tenemos”, manifiesta.

La persona gramática empleada es la primera del plural: “nosotros”, con esto hace referencia al movimiento que encabeza, para evitar una posición protagónica. La figura retórica que utiliza es la sinécdoque que generaliza. Cuando menciona “depende de ti” hace referencia a una persona en particular, pero es un llamado a toda la sociedad. Es una sinécdoque que particulariza.

La hipérbole está presente la referirse al contexto de México con la palabra “decadencia”.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: “sabemos”, “tenemos proyecto”.
- Palancas de rechazo: “decadencia”.

**Uno. Rescatemos al Estado.** El Estado esta convertido en un comité al servicio de unos cuantos. En sentido estricto, hablando con la verdad, en México no hay democracia, porque la democracia es el gobierno del pueblo y para el pueblo. Lo que hay es una oligarquía, que significa el gobierno al servicio de unos pocos. Si hacemos valer la Constitución, sobretodo el artículo 27, vamos a poder rescatar bienes de la nación y del pueblo que se han entregado de manera ilegal a particulares a nacionales y extranjeros. De Salinas a Fox entregaron 25 millones de hectáreas de territorio nacional a empresas mineras sobretodo extranjeras para la explotación del oro, de la plata, del cobre, es decir entregaron el 12% del territorio nacional. México tiene 200 millones de hectáreas lo que concesionaron pues es del tamaño del estado de Chihuahua, que es el estado con más territorio en nuestro país. Tiene 25 millones de hectáreas. Se llevan estas riquezas, no dejan beneficios, contaminan, pagan salarios de hambre; ¿sabes cuánto pagan de impuesto las empresas mineras extranjeras? cinco pesos por hectárea al año. Por eso necesitamos rescatar los bienes de la nación, los bienes que son del pueblo. Que esas riquezas se distribuyan con justicia, que no se queden como ha venido sucediendo, en unas cuantas manos.

Con este punto da inicio al cuerpo del discurso.

Expresa un símil cuando refiere que “el Estado está convertido en un comité”, condena la representatividad en beneficio de un grupo selecto y no a los intereses colectivos.

Define a la democracia con un lugar común, es una explicación que se reconoce fácilmente. Lo mismo ocurre cuando expone oligarquía. Los contrapone a modo de antítesis.

Utiliza la gradación “de Salinas a Fox” para establecer lo periodos presidenciales en los que se tomaron las medidas de privatización. Aquí mismo utiliza el símil para referirse a la cantidad que se concesionó al asimilarlo con el tamaño del estado de Chihuahua y se refiere a éste con la hipérbole al decir que es la entidad “con más territorio”.

Se encuentra una metonimia: salarios de hambre, con la que expresa un inconveniente de las empresas particulares. Connota una remuneración de trabajo en condiciones de supervivencia.

Usa sólo una pregunta retórica, la cual contesta.

Con la sinécdoque “unas cuantas manos” representa a las pocas personas que se benefician del Estado, pero retoma sólo las manos con la connotación de robo, saqueo, fraude.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: hacer “valer la Constitución”, “rescatar bienes de la nación y del pueblo”, distribuir “con justicia”.
- Palancas de rechazo: comité, oligarquía, ilegal, particulares nacionales y extranjeros, contaminación, salarios de hambre.

**Dos. Democratizar los medios de comunicación.** El 75% de los mexicanos se van formando una opinión, sobre la realidad nacional, a través de lo que se les dice en la televisión y resulta que la televisión está concentrada en unas cuantas manos, en unas cuantas personas. Televisa está en manos de Roberto Hernández; de Bailleres; Claudio X. González del Consejo Coordinador Empresarial, el que participó en la guerra sucia en contra de nosotros en el 2006; Germán Larrea de la minera México. Es presidente, del Consejo de Administración de Televisa, Pedro Aspe, secretario de hacienda de Salinas; además de Azcárraga. Son los dueños de Televisa. En fin, los que tienen más poder económico son los dueños de la televisora más influyente en este país. Ellos son los que realmente mandan en el país. ¿Cómo se apoya esta oligarquía para hacer sus fechorías, para cometer todas esas atrocidades que han llevado a la destrucción a nuestro país, que llevan al empobrecimiento al pueblo? pues se apoyan porque tienen el control de los medios de comunicación. No dominan con el ejército. La oligarquía no necesita usar la fuerza bruta. Tienen el control de los medios de comunicación. Tripulan la mente, tripulan el pensamiento de millones de mexicanos. Por eso hace falta que haya competencia; democratizar los medios de comunicación para que se escuchen todas las voces y de esta manera pues se tenga un mejor criterio. Hay

muchas cosas que lo ciudadanos no saben; por ejemplo, han echado andar una guerra sucia, desde hace bastante tiempo, desde el desafuero en contra de nosotros, para desprestigiarnos. Están empeñados en destruirnos políticamente, al mismo tiempo que ahora ya están proyectando a Peña Nieto, que va a ser el candidato de Televisa a la Presidencia de la República. Ya la oligarquía tiene candidato. Salinas de Gortari es el jefe de campaña de Peña Nieto y Televisa la encargada de la propaganda al mismo tiempo que a nosotros nos están haciendo a un lado y además nos atacan un día sí y el otro también.

Se repite la sinécdoque “unas cuantas manos” ahora para referirse a personas que concentran los medios de comunicación y con la hipérbole describe que son los que tienen “más poder económico” y los “más influyentes en este país”. Otras expresiones de este tipo son: “millones de mexicanos”, “muchas cosas que los mexicanos no saben”, “hace bastante tiempo”. En ellos pretende una magnitud en sus argumentos.

Hace uso de dos epítetos. El primero se encuentra en el concepto “realidad nacional”, la segunda palabra se emplea para referirse sólo a los acontecimientos que ocurren en México, de esta manera especifica el contexto para excluir el carácter internacional. Otro se encuentra en fuerza “bruta”, expresión común para hacer alusión a una acción donde se busca someter de manera violenta.

Para referirse a la campaña propagandística de tipo negra en su contra del año 2006 utiliza en forma de alegoría la expresión “guerra sucia” así manifiesta que este instrumento de comunicación se utilizó con fines de desprestigio, descrédito y difamación.

Con una metáfora refiere que los medios de comunicación “tripulan” la mente y el pensamiento, es decir, que aquellos guían o dirigen el juicio de la sociedad, que manipulan el conocimiento a su conveniencia.

Utilizando la sinécdoque se expresa de Enrique Peña Nieto como el candidato de la oligarquía; es decir, sólo es de ellos más no de la sociedad o de un partido.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: competencia, “democratizar los medios de comunicación”, “que se escuchen todas las voces”, “mejor criterio”.
- Palancas de rechazo: “la televisión está concentrada en unas cuantas manos”, guerra sucia, “los que tienen más poder económico son los dueños de la televisora más influyente en este país”, fechorías, atrocidades, “Tripulan la mente, tripulan el pensamiento”, “el desafuero en contra de nosotros”, “el candidato de Televisa a la presidencia de la república”, Salinas de Gortari.

**Tres. Crear una nueva economía.** Ya está más que demostrado que la actual política económica no funciona. La han venido imponiendo desde hace 27 años, claro funciona para los potentados, funciona para la oligarquía. A ellos les ha ido muy bien, por eso no quieren que haya un cambio en materia de política económica, porque aunque le vaya mal al pueblo, aunque le vaya mal al país, a ellos siempre les va bien, pero para la mayoría de los mexicanos la política económica ha sido realmente un desastre. No ha habido crecimiento en la economía, no se han generado empleos. México se convirtió en el país del mundo que más mano de obra exporta al extranjero. La gente por necesidad tiene que abandonar el país porque aquí no hay oportunidades de trabajo. ¿A que no sabes que el año pasado, de los 152 países del mundo, México ocupó el lugar 143 en crecimiento económico? Es decir estuvimos entre las 9 peores economías del mundo. El año pasado, también México fue el país de América con menos crecimiento económico y aunque parezca increíble estuvimos debajo de Haití en cuanto a crecimiento económico y aun así no quieren cambiar la política económica. ¿Qué proponemos? Impulsar actividades productivas, crear empleos, rescatar al campo del abandono, apoyar a los productores, ejidatarios, pequeños propietarios, lograr la autosuficiencia alimentaria, también desarrollar todo el sector energético. Es un absurdo que estemos vendiendo petróleo crudo en el extranjero

y estemos comprando gasolinas u otros derivados. Es como si vendiéramos naranja y compráramos jugo de naranja. Tenemos que producir aquí las gasolinas, hacer las refinerías que hacen falta, fortalecer la industria petroquímica, todo esto para generar empleos en el país. No olvidemos, si hay producción hay empleo, hay bienestar, hay mercado, hay circulante; somos un país fuerte, soberano.

Da inicio con un planteamiento a manera de antítesis. Primero, manifiesta que la actual política económica ya no es la optima, pero que sí es funcional para los “potentados” y la “oligarquía”.

En este punto abundan las hipérboles: menciona que con este modelo económico a la oligarquía “les ha ido muy bien”, mientras que “la mayoría de los mexicanos” no han sido beneficiados por ella, además según él su implementación “ha sido realmente un desastre” ocasionando que seamos el país que “más mano de obra exporta al extranjero”. Da énfasis a su juicio.

Hace uso de una pregunta retórica, la cual contesta para no mantenerse en la crítica, sino también en una posición propositiva.

Compara el petróleo con naranjas y la gasolina con jugo de esa fruta para ejemplificar lo que actualmente se hace en relación con la industria petroquímica y del cual no está convencido. Su uso es eficiente, de fácil comprensión.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: Impulsar, “crear empleos”, “rescatar al campo del abandono”, apoyo, desarrollo, “fortalecer la industria petroquímica”, bienestar, “país fuerte, soberano”.
- Palancas de rechazo: “la actual política económica no funciona”, imposición, potentados, oligarquía, “aunque le vaya mal al pueblo”, desastre, “no se han generado empleos”, “abandonar el país”, “estuvimos debajo de Haití en cuanto a crecimiento económico”.

**Cuatro. Combatir las prácticas monopólicas.** Que se cumpla lo que establece la Constitución en su artículo 28. Que no haya monopolios que abusen y que den precios exagerados que afecten a los consumidores como sucede en el país. Hay un grupo de monopolios vinculados al poder que tienen protección y que abusan de los consumidores. Nosotros los mexicanos tenemos que pagar, porque existen estos monopolios, porque no hay competencia, más por los bienes y servicios que consumimos. Pagamos tres veces más por el cemento que lo que pagan los estadounidenses, los mexicanos pagamos también mucho más por el teléfono, por la luz, por tarjetas de crédito, por créditos hipotecarios, por el servicio de Internet y todo porque existen los monopolios. Y hacemos la comparación con los Estados Unidos cuando allá el salario mínimo es diez veces superior al salario mínimo en nuestro país. No es justo que estemos pagando precios exagerados por la existencia de estos monopolios.

En este punto recurre de manera frecuente a la palabra monopolios, los cuales vincula con el abuso, cobro de altos precios y vinculados al poder.

Establece que pagamos tres veces más por el cemento en comparación con los estadounidenses. Aquí también recurre a la hipérbole para mencionar que en la industria telefónica, eléctrica y en el pago de tarjetas de crédito desembolsamos “mucho más”. Recurre a esta figura nuevamente cuando dice: “y todo porque existen los monopolios”, “no es justo que estemos pagando precios exagerados” y en la comparación entre el salario mínimo de México con el de Estado Unidos, “es diez veces superior”. Estas expresiones dan intensidad a sus argumentos contra los monopolios, cumple con la persuasión.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: “que se cumpla lo que establece la Constitución”, “que no haya monopolios”, “no es justo”.
- Palancas de rechazo: abuso, “precios exagerados”, “pagamos 3 veces más”, monopolios.

**Cinco. Abolir los privilegios fiscales.** Es una gran injusticia el que los de mero arriba no paguen impuestos o cuando los pagan se les devuelve. Ya quedó demostrado, hasta el mismo Calderón lo tuvo que reconocer, que en el 2008, por ejemplo, 400 grandes empresas, las 400 más grandes corporaciones del país, empresariales y financieras, obtuvieron ingresos por 5 billones de pesos. Estamos hablando de la mitad del Producto Interno Bruto, de la mitad de la riqueza que se generó en ese año en el país. Esto también demuestra cómo se concentra el ingreso, cómo se concentra la riqueza en unas cuantas manos, en unas cuantas corporaciones en nuestro país. ¿Cuánto pagaron de impuestos? El 1.7% de sus ingresos. Cuando un trabajador asalariado, un profesionalista, un pequeño, mediano empresario, pequeño, mediano comerciante, paga hasta el 30% de Impuesto Sobre la Renta. Que se termine con la llamada consolidación fiscal, con el hecho de que las operaciones millonarias en la bolsa de valores pues no pagan impuestos. Entonces que se terminen con todos estos privilegios fiscales, que se cumpla con lo que establece la constitución. Que los impuestos se cobren de manera progresiva. Que pague más el que tiene más. Eso es justicia fiscal.

Cuando dice “los de mero arriba” recurre a una metonimia con la cual hace alusión de aquellas personas que gozan de privilegios económicos apuntando a una posición jerárquica, en este caso refiriéndose a los dueños de grandes compañías. Con la palabra “mero” busca acentuar esta posición social.

Se localizan dos hipérbolos: “es una gran injusticia”, aquí hace referencia al hecho que los dueños de grandes compañías no paguen los impuestos correspondientes, el uso del contravalor es su soporte. En la expresión “las 400 más grandes corporaciones del país”, deja en claro cuántas y qué tipo de organizaciones no liquidan su gravamen creando una imagen negativa en ellos.

Encontramos nuevamente la sinécdoque “unas cuantas manos” que representa a los pocos líderes de negocios que concentran los ingresos. Es redundante la idea de que las grandes compañías aglutinan las ganancias. Además utiliza la metonimia al mencionar empresas y no los dueños de las mismas.

Recurre a una pregunta retórica que responde inmediatamente para informar.

Hace uso de la antítesis para exponer que existen privilegios fiscales que no estipula la Constitución del país, por lo que demanda a cumplir con ella y a llevar a cabo una justicia fiscal, para ello hace uso de una sentencia: “Que pague más el que tiene más”.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: “gran injusticia”, “que se termine con la llamada consolidación fiscal”, cumplir “lo que establece la constitución”, “que pague más el que tiene más”.
- Palancas de rechazo: “riqueza en unas cuantas manos”, “privilegios fiscales”.
- Palanca de autoridad o testimonial: “hasta el mismo Calderón lo tuvo que reconocer”.

**Seis. Austeridad republicana.** Le cuesta al pueblo mantener al gobierno. Es un gobierno mantenido y bueno para nada. No puede haber un gobierno rico con pueblo pobre. Es mucho el dinero del presupuesto que se destina a pagar sueldos elevadísimos a los altos funcionarios públicos y no sólo sueldos, tienen atención médica privada, cajas de ahorro, muchas prestaciones. Cuesta 1,500 millones de pesos mantener toda la flotilla de aviones y de helicópteros de los altos funcionarios públicos. No puede ser que haya sueldos de 600 mil pesos mensuales, es un insulto, hay que hacer un ajuste. Estamos proponiendo un plan de austeridad republicana para ahorrar 200 mil millones de pesos en el presupuesto y destinar estos fondos al desarrollo económico y a garantizar el bienestar de la gente. Juárez decía que los funcionarios tenían aprender a vivir en la justa medianía.

Para referirse al gobierno utiliza un epíteto, “mantenido” y una atenuación “bueno para nada”. De esta manera describe su percepción del desempeño de la actual administración de Felipe Calderón. De inmediato recurre a una sentencia “no

puede haber un gobierno rico con pueblo pobre”, con este recurso pretende encontrar la aceptación por parte del receptor.

Al respecto del salario de los funcionarios, recurre a la hipérbole: expresa que es “mucho” el presupuesto que se destina a pagar sus sueldos, los cuales son “elevadísimos”. Aquí también usa la gradación para enumerar las prestaciones y beneficios que reciben los servidores públicos a los que hace referencia.

Como propuesta hace mención de la austeridad republicana, esta última palabra funge como epíteto, con lo cual refiere a un ahorro en todos los niveles gubernamentales, a nivel nacional. También connota un sentido juarista como sistema de gobierno. Sumado a ello, parafrasea a Benito Juárez en modo de sentencia: “los funcionarios tenían aprender a vivir en la justa medianía”.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: Propuesta, “plan de austeridad republicana”, Ahorro, desarrollo económico, bienestar.
- Palancas de rechazo: “gobierno mantenido y bueno para nada”, “gobierno rico con pueblo pobre”, “sueldos elevadísimos a los altos funcionarios públicos”.
- Palanca de autoridad o testimonial: “Juárez decía que los funcionarios tenían aprender a vivir en la justa medianía”.

**Siete. Fortalecer el sector energético.** Todavía es tiempo de convertir al sector energético en palanca del desarrollo nacional, utilizar bien el petróleo, utilizar bien la industria eléctrica, todo lo que tiene que ver con el gas que es tan importante; en el caso del petróleo pues hay que explotarlo de manera racional. Como se han dedicado nada mas a extraer petróleo, para vender petróleo crudo al extranjero, ahora tenemos ya una crisis por falta de producción de petróleo. En el 2004, durante el gobierno de Fox, se alcanzó una producción petrolera de 3, 400,000 barriles diarios, el año pasado (2009) ya la producción fue de 2, 600,000 barriles, es decir, en muy poco tiempo, estamos hablando de 4 o 5 años, se cayó la producción en 800,000 barriles diarios. Si sigue esta tendencia, en 3,4 años mas

vamos a estar produciendo 2, 000,000 de barriles diarios y esto es muy grave porque entonces ya no vamos a tener excedentes, eso es lo que necesitamos para nuestro consumo interno, pero, por si fuese poco, vamos a tener que seguir vendiendo petróleo crudo porque no tenemos refinerías en el país, vamos a tener que seguir comprando la gasolina en el extranjero. Por eso es urgente destinar recursos a la exploración y no hace falta ir a las aguas profundas; en aguas someras, en los litorales de Veracruz, de Tabasco, de Campeche, hay petróleo suficiente, pero hay que invertir en exploración. Hace falta, también ya, decidirse a construir en serio las 3, 4 refinerías que hacen falta para dejar de comprar la gasolina en el extranjero. Por nuestro movimiento se vio obligado el gobierno usurpador a decir que iban a construir una refinería, ojala y me equivoque, pero van a terminar el sexenio y no van a pegar un ladrillo. Son muy ineficientes, además no les importa el desarrollo de nuestro país, a ellos lo que les interesa son los negocios. En Pemex hay una gran corrupción y todo eso se tiene que terminar. Lo mismo en el caso de la industria eléctrica, hay que revisar todos esos contratos que han entregado a empresas extranjeras para instalar plantas de generación de energía eléctrica en nuestro país. Estamos pagando la luz a precios muy elevados porque la Comisión Federal de Electricidad está comprando toda la energía eléctrica a empresas extranjeras, el 40% de la luz que consumimos ya se está comprando a empresas extranjeras.

Utiliza la metáfora al referirse al sector energético como “palanca” del desarrollo nacional; en este par, la última palabra funge como epíteto para referirse a la extensión de la mejora que habrá con el impulso de dicha industria, así pues expresa un beneficio para el país.

Con una metonimia (el gas por la industria) y una hipérbole se refiere a la trascendencia de este servicio, “es tan importante”. Tiene mejores resultados mencionar el gas que del petróleo, pues es más habitual el primero debido a su uso doméstico.

Encontramos más hipérbolos en este punto. Hace un llamado “urgente” a destinar recursos para la exploración petrolera para reducir costos, también demanda terminar con la “gran corrupción” que prevalece en Pemex. Sobre la CFE comenta que sus precios son “muy elevados” por comprara la energía

eléctrica a empresas extranjeras. Con elocuencia busca adeptos que compartan su propuesta en la materia.

Usa otra metonimia para hacer referencia a Felipe Calderón como “gobierno usurpador”, este a su vez tiene un epíteto con el cual califica su administración, esto con el propósito de privarlo de legitimidad en su sentido connotativo de autentico ganador. Asimismo expresa con este recurso que hay interés “por los negocios” cuando insinúa que hay una inclinación sólo por el dinero.

Con la sinécdoque de “no van a pegar ni un ladrillo” da a entender que en este sexenio no se va a construir ninguna refinería prometida. De hecho no se cumplió tal compromiso. Dicha expresión representa ineficiencia y desinterés.

Es esta parte del discurso se encuentran datos duros actuales y con estimaciones que permiten distinguir un contenido bajo control, precavido e interesado en la materia.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: desarrollo, explotación (del petróleo) racional, “consumo interno”, “destinar recursos”.
- Palancas de rechazo: Extranjero, crisis, ineficiencia, “no van a pegar un ladrillo”, corrupción, “precios elevados”, consumo a empresas extranjeras.

**Ocho. Alcanzar la soberanía alimentaria.** Tenemos que producir los alimentos que consumimos, dejar de comprar el maíz, frijol, arroz, leche, carne de cerdo, carne de res, desechos de pollo, en el extranjero. Es un absurdo que se haya abandonado el campo y que no estemos produciendo lo que consumimos. El año pasado, a pesar de la recesión económica, se tuvieron que destinar 16 mil millones de dólares para comprar alimentos en el extranjero cuando podríamos estarlos produciendo en nuestro país, además generando empleos, evitando de que la gente tenga que irse a buscar trabajo a Estado Unidos. Se está despoblando el campo. También tenemos que apoyar la producción de autoconsumo. Millones de campesinos, pobres, indígenas, viven de lo que producen en la economía de

autoconsumo, hay que apoyarlos, ayudarlos a que sigan produciendo maíz, sobretodo, que es la base de la alimentación. Y no al maíz transgénico.

La parte central de este punto en la antítesis, menciona una recesión económica donde a pesar de ella se invirtió en la importación de productos y no en el mercado interno para evitar las consecuencias de la crisis. Califica esta medida con una hipérbole: “es un absurdo” y asimismo expresa que “millones de campesinos” son afectados al no tener apoyo y descuidar la producción de autoconsumo, que es su sustento. Ambas figuras se concilian para fijar una postura crítica.

Utiliza la metáfora “se está despoblado el campo”, es decir, que ya no hay gente que se ocupe de labrar la tierra y por ende están descuidadas estas áreas. Por otra parte, existe la redundancia a los conceptos de apoyo y ayuda.

Concluye con una exclamación: “Y no al maíz transgénico”. Sólo fija una postura sin manifestar sus argumentos. Es una expresión imperativa que carece de explicación.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: “producir los alimentos que consumimos”, “apoyar la producción de autoconsumo”.
- Palancas de rechazo: compras a extranjeros, abandono al campo, recesión económica, “buscar trabajo a Estado Unidos”, “no al maíz transgénico”.

**Nueve. Establecer el Estado de Bienestar.** Que se garantice la seguridad, el bienestar del mexicano, desde que nace hasta que muere, desde la cuna hasta la tumba. Ese es un ideal. Se puede lograr. Hay que empezar por garantizar el derecho de los adultos mayores a una pensión justa. El Estado de Bienestar en Europa, por ejemplo, significa que a partir de los 65 años ya reciben, en algunos países, hasta 30 mil pesos mensuales de pensión. Eso es Estado de Bienestar. Nosotros tenemos que garantizar eso. Tiene que haber pensión universal para todos los adultos mayores. Tienen que haber becas de apoyo a todas las personas

con discapacidad. Tiene que garantizarse la atención médica y los medicamentos gratuitos; hacer valer lo que establece la constitución, el derecho del pueblo a la salud y, desde luego, tiene que garantizarse el derecho a la educación. Que no se queden los jóvenes sin la posibilidad de estudiar. Que no importe la condición económica, social de los padres para que los jóvenes puedan tener acceso a la educación. No lo que ha venido sucediendo, que cada año rechazan a 300 mil jóvenes con el pretexto que de no pasan el examen de admisión en las universidades públicas cuando la verdad es que no hay presupuesto, no hay espacio y por eso los están excluyendo. ¿Qué planteamos nosotros? Que todos los jóvenes tengan posibilidad de estudiar, 100% de inscripción en las escuelas públicas. Es mejor tener a los jóvenes estudiando, que tenerlos en la calle. Ahora todo mundo se rasga las vestiduras por esta situación de inseguridad y de violencia que desgraciadamente se está padeciendo, pero hay que entender porque llegamos a estos extremos. En 27, 28 años no ha habido crecimiento económico, no hay empleo, sobretodo se les cerró las puertas a los jóvenes que no tienen posibilidad ni de trabajo ni de estudio. Está demostrado que no basta, para enfrentar el problema de inseguridad y de la violencia, el usar al ejército, la mano dura, penas más severas. Hay que entender que la paz y la tranquilidad son frutos de la justicia.

Al inicio, sentencia utilizando la metonimia cuando dice “desde la cuna hasta la tumba”, esta frase tiene explicación en la expresión previa “desde que nace hasta que muere”, entonces aquella cumple también la función de redundancia. Su uso facilita la comprensión del alcance de la propuesta de seguridad y bienestar.

Se localizan dos epítetos para una idea. En “adultos mayores” delimita un sector de la población; mientras tanto, también funge como atenuación para no referirse directamente a la vejez. En “pensión universal” describe que la propuesta no es marginal, que toda la población, sin excepción, tendrá la oportunidad de beneficiarse.

Con una antítesis plantea que no se cumple lo establecido en la Constitución en materia de salud y educación, por lo tanto propone hacerla valer para revertir los perjuicios en las materias.

Hace una pregunta retórica, la cual contesta con propuestas.

En relación a la inseguridad, utiliza la metonimia “todo mundo” para referirse a algunos críticos de la situación en México. A la vez es una hipérbole, pues es imposible que absolutamente todos hablen de la violencia en el país. Completa la expresión con el lugar común “se rasga las vestiduras” que simboliza la indignación, en este caso sobre el actual contexto de inseguridad nacional.

Menciona la alegoría “mano dura” con la cual hace alusión a un método de represión que, a su juicio, condena por su carencia de resultados.

Finaliza este punto con una metáfora a modo de sentencia: “la paz y la tranquilidad son frutos de la justicia”. De acuerdo con su punto de vista alentar los primeros dos valores dará como resultado el último.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: seguridad, bienestar, “pensión universal a todos los adultos mayores”, apoyo, garantía, “100% de inscripción en las escuelas públicas”, “la paz y la tranquilidad son frutos de la justicia”.
- Palancas de rechazo: inseguridad, violencia, “no hay empleo”, uso del ejército, “mano dura”, “penas más severas”.

**Diez. Promover una nueva corriente de pensamiento.** En donde lo más importante sean los valores. Esta crisis que estamos padeciendo, esta decadencia, no es nada más económica, política, social, es también de pérdida de valores. Por eso, hay que impulsar un nuevo estilo de vida en donde la mujer, el hombre valgan por su trabajo, por su generosidad, valgan por sus acciones solidarias, fraternas, no como lo que sucede actualmente, que sólo vale el que tiene y el dinero siempre se impone, siempre aplasta, siempre domina a la dignidad, a los principios. Afortunadamente en el México profundo, en nuestro pueblo, hay muchos valores que hay que exaltar, hay que recoger todos esos valores, toda esa reserva de valores que hay en nuestro pueblo, para regenerar la vida pública en nuestro país.

Abajo no hay odio, abajo no hay codicia, eso tiene que ver más con lo que han venido induciendo últimamente y tenemos que recordar que la felicidad no es sólo acumular riquezas, no es sólo acumular bienes materiales, la felicidad es estar bien con uno mismo, estar bien con nuestras conciencias y, sobretodo, estar bien con el prójimo.

En este punto con la hipérbole resalta la importancia de concebir una nueva filosofía de vida. También este recurso esta frecuente cuando dice que “esta decadencia” se debe a la pérdida de valores.

Usa la metonimia al mencionar “dinero” para hacer alusión a personas económicamente estables que subestiman a quienes no están en condiciones similares. Caso contario cuando expresa “abajo” refiriéndose a las clases populares, los cuales exalta y usa de soporte para sus argumentos.

En tanto, al decir México profundo, esta última palabra funge como epíteto con el cual hace referencia a las clases populares y de manera reiterativa invita a emular los valores de este grupo social.

La parte final es una frase que marca una toma de postura, en este caso sobre un valor: “la felicidad no es sólo acumular riquezas, no es sólo acumular bienes materiales, la felicidad es estar bien con uno mismo, estar bien con nuestras conciencias y, sobretodo, estar bien con el prójimo”.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: la importancia de los valores, “la mujer, el hombre valgan por su trabajo, por su generosidad”, “acciones solidarias, fraternas”, “la felicidad es estar bien con uno mismo, estar bien con nuestras conciencias y, sobretodo, estar bien con el prójimo”.
- Palancas de rechazo: Crisis, violencia, “el dinero siempre se impone”.

A pesar de la tragedia nacional no nos desanimemos. Si hay salidas. No caigamos en la desesperanza. Si podemos sacar adelante a nuestro país, si podemos sacar adelante a nuestro pueblo. Tenemos proyecto para sacar adelante a México, depende de ti y recuerda sólo el pueblo puede salvar al pueblo.

Con este párrafo cierra el discurso.

Comienza con una antítesis, pues pide ánimo en un contexto de adversidad, pero logra transmitir una postura optimista que logra con la siguiente oración: “si hay salidas”, metáfora con la que manifiesta que hay soluciones para los problemas.

Mantiene el uso de la primera persona del plural: “no nos desanimemos”, podemos, tenemos. Generaliza para hacer una invitación personal, esto lo enfatiza cuando expresa “depende de ti”. Termina con una frase en donde sentencia: “sólo el pueblo puede salvar al pueblo”.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: “sacar adelante”, “sólo el pueblo puede salvar al pueblo”.
- Palancas de rechazo: tragedia nacional.

### 3.1.1 Hallazgos

En el análisis de este decálogo encontramos un lenguaje sencillo y de fácil comprensión pues no utiliza términos técnicos relacionados a política y economía que son los temas que más abundan; sin embargo, se logra apreciar poca preparación para informar lo que se quiere; es un discurso de improvisado a manera de charla para establecer un diálogo.

Contiene las siguientes fortalezas: los datos duros, que son información útil para generar percepciones; la complacencia a una visión crítica del régimen neoliberal; informa, desde su perspectiva, los antecedentes políticos que dieron como resultado nuestro actual contexto; expone de manera explicativa lo que piensa acerca de los acontecimientos sociopolíticos de nuestro país, hace saber sus propuestas de gobierno y sus objetivos políticos; menciona abiertamente personajes que, según él, han sometido al país a través de su intervención política, lo mismo hace al fijar su postura acerca de las empresas extranjeras, los monopolios y la burocracia, ese toque de franqueza contribuye a asimilar su inclinación ideológica.

Este discurso con fines propagandísticos expone de manera deliberada la ideología de Andrés Manuel López Obrador, pero él no se dirige como protagonista, más bien antepone como personaje principal al movimiento que encabeza, es por eso que frecuentemente encontramos en nuestro primer objeto de estudio el uso de la primera persona del plural, nosotros. Esto lo hace para defender su visión de los acontecimientos como parte de un colectivo que simpatiza con las mismas causas y con ello evita la presunción personal, asimismo busca adherir simpatizantes, no desde su liderazgo sino por las ideas comunes. Enfila una postura de tendencia social, característica de la izquierda.

Benito Juárez es su referente inmediato, lo cita y retoma sus conceptos como es el caso de “austeridad republicana”. Recordemos lo apuntado en el

primer capítulo, este personaje histórico es su principal inspiración en materia política, por lo tanto es evidente encontrar su mención. También, ya habíamos dicho que un discurso retoma conceptos e ideas de otros. Aquí el caso. Por otra parte, el llamado "Benemérito de las Américas" es un icono en la historia de México que relaciona al hombre de campo que impulsó en su momento una renovación en la política de nuestro país.

Como parte de su representación de la realidad, encuentra en el fortalecimiento de los valores la manera de contrarrestar la situación de crisis que, desde su punto de vista, vivimos. Son éstos, los provenientes de las clases populares, lo que regenerará la vida pública y terminará por erradicar los vicios que han afectado el tejido social, así como la política y la economía. Sin embargo, sólo habla de exaltarlos y promoverlos; si bien tiene razón, no dice cómo o qué medios harán posible llegar a tal fin.

Sobre los medios de comunicación, establece que benefician al régimen en turno y que sus dueños, asociados con los propietarios de grandes empresas que han sido beneficiadas por los gobiernos del Partido Revolucionario Institucional y Acción Nacional, así como políticos allegados a dichos partidos, son quienes toman las decisiones políticas del país y tienen el objetivo de desprestigiar toda tendencia contraria a sus intereses. Es por lo anterior que propone su democratización, es decir, abrir espacios a la competencia para que no exista más la concentración de la difusión y la población tenga otras opciones para informarse, pues también denuncia que sólo divulgan material de forma sesgada.

En materia de economía, su postura es fomentar la participación activa del Estado y que éste sea quién regule la política fiscal, de hecho explícitamente menciona que se requiere establecer el Estado de Bienestar en nuestro país y critica constantemente el modelo neoliberal en el cual nos encontramos. Sobre los energéticos, propone la construcción de refinerías, invertir en exploración y

combatir la corrupción en la paraestatal, además se opone a la privatización de Pemex.

Los antagonismos también forman parte de su discurso. En el caso de personajes se encuentran Carlos Salinas de Gortari, Vicente Fox, Felipe Calderón y Enrique Peña Nieto, además de la lista de los dueños de Televisa. Por otro lado se encuentran las empresas extranjeras, los medios de comunicación, los monopolios, la burocracia y la corrupción. En ellos crea una imagen negativa y de conflicto al relacionarlos con los males que aquejan al país y por ende a la sociedad. Con esto, en el público se crea la idea de que él, su proyecto o el movimiento que lidera son la oposición de éstos. Pretende adherir simpatizantes a su causa, así como provocar rechazo en aquellos.

Como propaganda si cumple la promoción de objetivos, de hecho cada punto del decálogo es uno en donde derivan otros más. Asimismo, en ellos expresa su opinión y su postura política. Dentro de su crítica al sistema político y económico actual de México busca crear su perfil y con ello atraer simpatizantes que piensen igual; no obstante, al emitir sus juicios, pretende convencer o persuadir, según sea el caso, a otras personas para sumarse a su proyecto.

Entre sus inclinaciones políticas está claramente su oposición al neoliberalismo y expresa necesario instaurar el Estado Benefactor; su proyecto perfila un programa en el provecho social más que económico; define valores como generosidad, fraternidad, solidaridad y dignidad para contrarrestar la corrupción; argumenta que hay una campaña permanente en los medios de comunicación para demeritar su figura y movimiento así como a los privilegios de los grupos de poder, es por ello que en este caso promueve con mayor énfasis la democracia en dichos medios; sin embargo, también apunta que hace falta esta doctrina como sistema de gobierno en nuestro país.

Se basa esencialmente en la información y emisión de su punto de vista, así como esquemas que prevén acciones en el futuro. También, como elemento propagandístico, glorifica acciones, esto es cuando resalta que el movimiento que dirige tomó medidas necesarias para impedir hechos en perjuicio de la población, desde su perspectiva.

### 3.2 Análisis del discurso de los fundamentos para una república amorosa

A continuación se presenta el discurso a estudiar. Igual que el ejercicio anterior, se analiza párrafo por párrafo, los cuales estarán con un tamaño de fuente menor y en sangría. Posteriormente se encuentra el análisis correspondiente.

La decadencia que padecemos se ha producido, tanto por la falta de oportunidades de empleo, estudio y otros satisfactores básicos como por la pérdida de valores culturales, morales y espirituales. Por eso nuestra propuesta para lograr el renacimiento de México tiene el propósito de hacer realidad el progreso con justicia y, al mismo tiempo, auspiciar una manera de vivir, sustentada en el amor a la familia, al prójimo, a la naturaleza y a la patria.

Con este párrafo da comienzo el discurso. Da inicio con su perspectiva de la situación del país. También posiciona su propuesta para revertir lo que enjuicia, para ello utiliza la primera del plural: “nosotros”; evitar una posición protagónica.

La figura retórica en la que se basa es la antítesis: primero enuncia, desde su punto de vista, los aspectos que han perjudicado la vida pública del país, seguido de propuestas para contrarrestarlas, dando a entender que esto es lo que hace falta para lograr el bien común.

Al final, con la enumeración, cita los tipos de amor que busca exaltar.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: progreso, justicia, amor.
- Palancas de rechazo: decadencia, falta de oportunidades.

Es sabido que los seres humanos necesitan bienestar. Es prácticamente aceptado por todos que nadie puede ser feliz sin tener trabajo, alimentación o cualquier otra necesidad, material o biológica. Un hombre en la pobreza piensa en cómo sobrevivir antes de ocuparse de tareas políticas, científicas, artísticas o espirituales.

Hace uso de la sinécdoque cuando al referirse a un hombre busca hablar de todas aquellas personas de bajos recursos quienes sólo tienen como propósito subsistir. Es útil pues interioriza lo que intenta representar.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: necesidad del bienestar.
- Palancas de rechazo: pobreza.

Pero también es incuestionable que el sentido de la vida no se reduce sólo a la obtención de lo material, a lo que poseemos o acumulamos. Una persona sin apego a una doctrina o a un código de valores, no necesariamente logra la felicidad. Inclusive, en algunos casos, el triunfar a toda costa, sin escrúpulos morales de ninguna índole, conduce a una vida vacía y deshumanizada. De ahí que deberá buscarse siempre el equilibrio entre lo material y lo espiritual: procurar que a nadie le falte lo indispensable para la sobrevivencia y cultivar nuestros mejores sentimientos de bondad.

Igual que en el párrafo anterior, recurre a la sinécdoque: hace mención de una persona para hablar de todas aquellas que carecen de una doctrina o de un código de valores.

Expone una paradoja cuando advierte que el triunfo conduce a una “vida vacía”, esto siempre y cuando no se obtenga bajo lineamientos morales.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: “procurar que a nadie le falte lo indispensable para la sobrevivencia y cultivar nuestros mejores sentimientos de bondad”.
- Palancas de rechazo: “vida vacía y deshumanizada”.

Cuando hablamos de una república amorosa, con dimensión social y grandeza espiritual, estamos proponiendo regenerar la vida pública de México mediante una nueva forma de hacer política, aplicando en prudente armonía tres ideas rectoras:

la honestidad, la justicia y el amor. Honestidad y justicia para mejorar las condiciones de vida y alcanzar la tranquilidad y la paz pública; y el amor para promover el bien y lograr la felicidad.

Aquí principalmente hace uso de la hipérbole. Al hablar de la república amorosa acentúa su carácter social y espiritual, a ésta última la destaca con la palabra “grandeza”. Desde su punto de vista, el país necesita restablecerse en materia política, por eso su propuesta es “regenerar la vida pública”; así pues, busca magnificencia con el uso de valores, en especial al usar al amor.

Enumera que valores pretende encumbrar. Es funcional pues sólo son tres y han sido constantes en sus pasados discursos. Logra posicionarlos pues anuncia los propósitos para cada uno.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: dimensión social, grandeza espiritual, honestidad, justicia, amor.

La honestidad es la mayor riqueza de las naciones y, en nuestro país, este valor se ha venido degradando cada vez más. Aunque esto atañe a todos los sectores sociales, es, sin duda, la deshonestidad de los gobernantes y de las élites del poder, lo que más ha deteriorado la vida pública de México, tanto por el mal ejemplo como por la apropiación de bienes y riquezas de la colectividad. Inclusive puede afirmarse que la inmoralidad es la causa principal de la desigualdad y de la actual tragedia nacional. Dicho en otras palabras: nada ha deteriorado más a México que la corrupción política.

Habla de la honestidad con grandilocuencia, característico de la hipérbole. Califica a este valor como “la mayor riqueza de las naciones”, así busca persuadir sobre su postura. Consigue la crítica a gobernadores y la élite por carecer de ella.

Establece que su contraparte, además de la deshonestidad, es la inmoralidad que ha ocasionado “la actual tragedia nacional”, lo que connota desorden o incluso fatalismo.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: honestidad.
- Palancas de rechazo: deshonestidad, élites del poder, inmoralidad, desigualdad, tragedia nacional, corrupción política.

No obstante, siendo éste el principal problema del país y, aunque resulte increíble, es un tema que no aparece en la agenda nacional. Se habla de reformas estructurales de todo tipo, pero este grave asunto no se considera prioritario. Es más, no es tema en el discurso político, por el contrario, en la actualidad se ha extendido la especie del regreso del PRI, con la creencia de que ellos roban pero dejan robar y en el contexto de la máxima, según la cual, quien no transa no avanza.

Al considerar su postura de la corrupción política como el principal problema de país, es posible observar en este párrafo una paradoja, pues, como él dice, no es un tema que lo demás personajes políticos asimilen como un punto discutible a resolver para el bien común.

Aprovecha la ocasión para desprestigiar al Partido Revolucionario Institucional al relacionarlo con la inmoralidad y la corrupción, para ello refuerza la idea al retomar lugares comunes que en el imaginario colectivo vincula al partido: “roban pero dejan robar” y “quien no transa no avanza”.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de rechazo: “roban pero dejan robar”, “quien no transa no avanza”.

Aunque se vive en el llamado mundo de la globalidad, tampoco se piensa en importar ejemplos de países y gobiernos que han tenido éxito en hacer de la honestidad el principio rector de su vida pública. En la información más reciente sobre índices de la percepción de la corrupción en 182 países del mundo, mientras Nueva Zelanda, Dinamarca, Finlandia y Suecia ocupan los primeros lugares en honestidad, México ocupa el lugar 100. Y, como es obvio, ellos tienen mejores niveles de bienestar. Pero lo paradójico y absurdo es que en la sociedad mexicana existe este valor y ni siquiera tendríamos que importarlo. Es decir, si hubiese voluntad para aprovechar las bondades de la honestidad, sólo sería cosa de exaltarla, de cultivarla entre todos y hacerla voluntad colectiva.

Menciona una paradoja cuando comenta que en este contexto de globalización no se retoma a la honestidad como estilo de vida pública que otros países implementan. Incluso él mismo califica este hecho con esta figura retórica.

No hay una explicación de qué es globalización, lo da por entendido. Tampoco hay una postura sobre ésta.

Esta presente una comparación entre México y otros cinco países en cuanto a nivel de bienestar como resultado de fomentar la honestidad. De esta forma busca persuadir al público; para reforzar la idea hace falta la fuente del estudio, esto le daría respaldo al comentario.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: la comparación con otros países en materia de corrupción.
- Palancas de rechazo: el lugar que ocupamos en el estudio.

En los pueblos del México profundo se conserva aún la herencia de la gran civilización mesoamericana y existe una importante reserva de valores para regenerar la vida pública. Me consta que hay comunidades donde las trojes que se usan para guardar el maíz están en el campo, en los “trabajaderos”, lejos del caserío y nadie piensa en apropiarse del trabajo ajeno. En muchos lugares, hasta hace poco, no se tenía noción del robo. Aquí cuento que recientemente un joven

compañero de Morena olvidó su cartera en el revistero de un avión comercial y días después recibió la llamada de un campesino migrante desde un lugar de California para informarle que él había encontrado su cartera con sus datos y dinero. El campesino migrante, originario de una comunidad de Veracruz, le preguntó sobre cuánto llevaba en la cartera y una vez aclarado el asunto se la envió a su domicilio. Mi joven compañero le preguntó al migrante, que apenas hablaba bien el español, por qué lo hacía. Le contestó que sus padres le habían enseñado a “hacer el bien sin mirar a quién” y que si actuaba así tendría en la vida una recompensa mayor.

En un principio recurre a la hipérbole para reconocer el legado cultural de la civilización mesoamericana lo cuales, fomentándolo en la actualidad, nos traería beneficios en la política pública. Para buscar convencer y ejemplificar cómo aún está presente en nuestra idiosincrasia los valores ancestrales, recurre a relatar una anécdota donde, con su personaje, busca resaltarlos. Aquí utiliza la descripción, en este caso, de un hecho. Funge también como metáfora, pues traslada la teoría a un hecho real, que bien también puede ser ficticio, con el objetivo de exaltar la conducta.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: valores; la historia que narra, porque ahí se exalta la honestidad y la honradez.

Por ello digo que la honestidad es una virtud que aún poseemos y sólo es cosa de revalorarla, de darle su lugar, de ponerla en el centro del debate público y de aplicarla como principio básico para la regeneración nacional. Elevar la honestidad a rango supremo nos traería muchos beneficios. Los gobernantes contarían con autoridad moral para exigir a todos un recto proceder, nadie tendría privilegios. Se podría aplicar un plan de austeridad republicana para reducir los sueldos elevadísimos de los altos funcionarios públicos y eliminar los gastos superfluos. Asimismo, con este imperativo ético por delante se recuperarían recursos que hoy se van por el caño de la corrupción y se destinarían al desarrollo y al bienestar del pueblo.

En este párrafo, la hipérbole está en su máxima expresión. Habla de la honestidad de manera grandilocuente. La exalta como un principio rector para la vida política del país. Le da la categoría de “rango supremo” e “imperativo ético”, dichos de alto significado. Connota que este valor es una panacea que logrará la “regeneración nacional”. Establece que con sólo fomentarla en los niveles de gobierno se lograra un cambio en el país, más no dice cómo lograr el objetivo sino en su estimulación. Es un supuesto basado en la subjetividad.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: honestidad, desarrollo, bienestar.
- Palancas de rechazo: corrupción.

La justicia. Todavía es vigente la frase bíblica de Madero de que el pueblo de México tiene hambre y sed de justicia. Es la demanda incumplida, pendiente, a pesar de la Revolución y de toda la retórica de los gobiernos posteriores. Tampoco aparece en la agenda de la llamada clase política. No obstante, es la sombra que nos persigue, que nos impide estar bien con nuestras conciencias y ser más humanos.

Aquí resalta la última parte en donde utiliza una metáfora para referirse a la justicia como “la sombra que nos persigue, que nos impide estar bien con nuestras conciencias y ser más humanos”, de esta forma la hace ver como una manda que no ha logrado concretarse y que, como forma de liberación, se necesita cumplir; a su vez, el término “sombra” connota negatividad, condena o maldición, lo que provoca confusión, pues el significado es susceptible de malinterpretación.

Sus provocadores de acción son:

- Palanca de autoridad o testimonial: (Francisco I.) Madero.

La pobreza en México es una amarga realidad, entristece, parte el alma y se encuentra por todos lados. Está presente en los estados del norte, donde antes no había tanta. Es notoria en las colonias populares de grandes concentraciones urbanas y de las ciudades fronterizas; en el campo de Zacatecas, Nayarit y Durango; predomina en el centro, en el sur y en el sureste del país, sobre todo en comunidades indígenas. En todas partes la gente no tiene oportunidades de empleo y se ve obligada a emigrar de sus comunidades, abandonando a sus familias, costumbres y tradiciones. La producción de autoconsumo, los programas de apoyo gubernamental y la ayuda que reciben quienes tienen familiares en el extranjero, no alcanza más que para sobrevivir. No hay para el pasaje, la medicina, para pagar el gas, el recibo de la luz, ni mucho menos para comer bien.

Con una hipérbole manifiesta su sentir de la pobreza de nuestro país. También recurre a esta figura cuando indica que esta condición económica está “en todas partes” y que los afectados se encuentran en circunstancias de sobrevivencia.

Por otra parte, enumera regiones y zonas del país en donde se concentra la pobreza, así como medidas gubernamentales que no han contenido la carencia de recursos permitiendo esta forma de vida en México. También funge como recurso para brindar información y evidenciar de forma generalizada la situación económica del país.

En la oración final también enumera, a modo de descripción, situaciones en donde a falta recursos económicos, persisten deudas o insatisfacción de necesidades. Busca persuadir al intentar que los receptores se sientan identificados o quienes no, construyan el escenario referido.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de rechazo: pobreza, sobrevivencia, falta de oportunidades, abandono.

En México la falta de justicia debe avergonzarnos más porque no existe ninguna razón natural o geográfica que la justifique. Nuestro país, a pesar de que lo han saqueado por siglos, todavía es de los que poseen más recursos naturales en el mundo. En todo su territorio hay riquezas: en el norte, minas de oro, plata y cobre; en el sur, agua, gas y petróleo y, en todos lados, el pueblo cuenta con cultura, vocación de trabajo y con una inmensa bondad. De modo que la pobreza no puede atribuirse a la falta de recursos, a la fatalidad, al destino o a la supuesta flojera e indolencia de los mexicanos. Como hemos dicho, se debe a la corrupción imperante y a la economía de elite que sólo beneficia a una pequeña minoría. Lo más lamentable es que, aun con el sufrimiento que implica esta política económica, se insiste en perpetuarla a cualquier costo. Hay una estrategia deliberada para ocultar hasta lo evidente. No se difunden las cifras oficiales que demuestran cómo la llamada política neoliberal nos llevó a la ruina y a un mayor deterioro de la convivencia social. No se dice que en los pasados 15 años, por ejemplo, solo se han generado anualmente 500 mil empleos formales en promedio, cuando se requieren un millón 200 mil. Es decir, cada año 700 mil mexicanos han tenido que emigrar, buscarse la vida en la economía informal o tomar el camino de las conductas antisociales. Tampoco se habla de que hoy 67 por ciento de los trabajadores con empleo, siete de cada 10, reciben ingresos que no superan los tres salarios mínimos, o sea, 13 dólares o 10 euros diarios. Con esos sueldos nadie podría vivir en Estados Unidos ni en Europa.

Están presentes dos paradojas: expresa que somos el país más saqueado por siglos, pero aún somos el que más recursos tenemos en el planeta y, por otra parte, comenta que a pesar de los perjuicios del neoliberalismo se pretende continuar que este modelo económico. Con la primera declaración pretende mostrar un problema, pero que todavía se puede resarcir. En la segunda busca contradecir una postura de la cual discrepa. Al respecto, utiliza la hipérbole para referirse a las consecuencias que ha implicado esta corriente político-económica; los relaciona con palabras como “ruina” y “deterioro”.

Hace uso de la antítesis al presentar datos que contrastan entre sí por su periodicidad y resultados, en comparación con hace 15 años o en situaciones que corresponden a diferentes países.

En la redundancia “pequeña minoría” se tiene el propósito de poner énfasis que en realidad son pocos quienes son responsables de la situación económica por la que atraviesa el país en perjuicio de las clases populares.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: cultura, vocación de trabajo, bondad.
- Palancas de rechazo: pobreza, corrupción, sufrimiento, ruina, deterioro.

Por ello, insisto, lo que más desespera y molesta es que quienes realmente gobiernan no hacen nada para evitar el deterioro sistemático de los niveles de vida. Este año, por mantener el negocio de unos cuantos en la compra de los combustibles en el extranjero, va a aumentar la gasolina, el diesel y el gas al doble de la inflación, y como resultado continúa la pérdida del poder adquisitivo del salario. En el más reciente reporte del Centro de Análisis Multidisciplinario de la Facultad de Economía de la UNAM se sostiene que un salario mínimo hace 29 años alcanzaba para comprar 51 kilos de tortilla, o 250 piezas de pan blanco, o 12 kilos de frijol bayo; y ahora, sólo alcanza para adquirir cinco kilos de tortilla o 25 piezas de pan blanco o tres kilos de frijol. De ese tamaño ha sido el empobrecimiento de la gente.

Comienza con una paradoja imperceptible, pues manifiesta que los gobernantes, quienes se suponen dirigen y por ende deberían llevarnos a buen fin, no hacen algo por remediar los problemas que aquejan a la población mexicana.

Con el estudio al cual refiere, presenta una antítesis pues existen contrastes en el poder adquisitivo de hace 29 años al actual. Busca la reflexión por parte de los receptores para que encuentren la disparidad en la situación económica, donde la de hoy en día está caracterizada por tener menores ingresos.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de rechazo: empobrecimiento.

- Palanca de autoridad o testimonial: Centro de Análisis Multidisciplinario de la Facultad de Economía de la UNAM.

Pero quizá lo que más revela la insensibilidad y el desprecio por la gente, es la forma en que se enfrenta la crisis de inseguridad y de violencia. El gobierno y las elites del poder son incapaces de aceptar que la pobreza y la falta de oportunidades de empleo y bienestar originaron este estallido de odio y resentimiento. Y, como es obvio, menos les importa atender las causas del problema. Por el contrario, en una especie de enajenación autoritaria, pretenden resolverlo con medidas coercitivas, enfrentando la violencia con la violencia, como si el fuego se pudiese apagar con fuego. Se dicen creyentes, pero olvidan que no es la violencia, sino el bien, lo que suprime el mal.

En este párrafo predomina la antítesis. Se hace mención de contrarios, en primera, al valorar que se ha descartado encontrar soluciones al estudiar las causas de la inseguridad y se ha preferido combatir las consecuencias con medidas de la misma índole, como si se tratase un binomio efecto-efecto en vez de causa-efecto, para dar claridad a estos conceptos hace uso de la metáfora “como si el fuego se pudiese apagar con fuego” donde se da a entender que las decisiones tomadas para erradicar la inestabilidad en materia de seguridad son ineficientes.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de rechazo: inestabilidad, desprecio, inseguridad, violencia, medidas coercitivas.

A este pensamiento hipócrita y conservador, debemos oponer el criterio de que la inseguridad y la violencia sólo pueden ser vencidas con cambios efectivos en el medio social y con la influencia moral que se pueda ejercer sobre la sociedad en su conjunto. No hay más que combatir la desigualdad para tener una sociedad más humana y evitar la frustración y las trágicas tensiones que provoca. Estamos, pues, preparados y decididos a resolver la actual crisis de inseguridad y de violencia. Lo haremos bajo el principio de que la paz y la tranquilidad son frutos de la justicia. La solución de fondo, la más eficaz y la más humana, pasa por enfrentar el

desempleo, la pobreza, la desintegración familiar, la pérdida de valores y por incorporar a los jóvenes al trabajo y al estudio.

Si bien se encuentran conceptos que buscan contrastar, lo aquí expuesto se encuentra en un tono grandilocuente donde se exalta la moralidad como enmienda contra la inseguridad y la violencia. También recurre a una expresión en forma de sentencia: “la paz y la tranquilidad son frutos de la justicia”, esto tiene el objetivo de impartir una sabiduría que inspire y condense un punto de vista, en este caso se da prioridad a cualidades sobre medidas coercitivas.

Finaliza presentando conceptos a modo de gradación con el fin de ordenarlos como parte de un proceso de restauración, de lo inicial a lo final.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: combatir la desigualdad, preparación, resolución, “la paz y la tranquilidad son frutos de la justicia”.
- Palancas de rechazo: hipócrita, conservador.

El amor. Como hemos sostenido, la crisis actual se debe no sólo a la falta de bienes materiales sino también por la pérdida de valores. De ahí que sea indispensable auspiciar una nueva corriente de pensamiento para alcanzar un ideal moral, cuyos preceptos exalten el amor a la familia, al prójimo, a la naturaleza y a la patria.

Argumenta la necesidad de fomentar los valores para solucionar la crisis por la que atravesamos, para ello, con la gradación, propone fomentar el amor y que éste se parte de la convivencia desde las personas más cercanas hasta lo más distante o inmaterial como la patria. Pretende que se exalte desde lo personal hasta lo colectivo.

Este punto de vista lo pretende mostrar como parte de un conjunto, pues lo expresa con la primera persona del plural: hemos sostenido.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: amor.
- Palancas de rechazo: crisis.

La descomposición social y los males que nos aquejan, no sólo deben contrarrestarse con desarrollo y bienestar y medidas coercitivas. Lo material es importante, pero no basta: hay que fortalecer los valores morales.

Contrapone dos términos: lo material y los valores, uno tangible y el otro intangible, en donde da más importancia a lo segundo. Si bien toma una postura donde está a favor del desarrollo y el bienestar, pero en contra de “medidas coercitivas”, prioriza las cualidades morales.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: valores morales.
- Palancas de rechazo: descomposición social, males.

A partir de la reserva moral y cultural que todavía existe en las familias y en las comunidades del México profundo, y apoyados en la inmensa bondad que hay en nuestro pueblo, debemos emprender la tarea de exaltar y promover valores individuales y colectivos. Es urgente revertir el desequilibrio que existe entre el individualismo dominante y los valores orientados a hacer el bien en pro de los demás.

Están presentes dos hipérboles. La primera es “inmensa bondad” donde busca resaltar este valor que, desde su punto de vista, es característico de la sociedad mexicana. También está presente en el llamado que hace, de forma urgente, para fomentar los valores en beneficio del prójimo. Continúa priorizando los valores.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: bondad.
- Palancas de rechazo: individualismo dominante.

Yo sé que este tema es muy polémico, pero creo que si no se pone en el centro de la discusión y del debate, no iremos al fondo del problema. Tenemos que convencer y persuadir que si no buscamos alcanzar un ideal moral, no se podrá transformar a México. Sólo así podremos hacer frente a la mancha negra de individualismo, codicia y odio que se viene extendiendo cada vez más y que nos ha llevado a la degradación progresiva como sociedad y como nación.

Se refiere a una “mancha negra”, que involucra el individualismo, la codicia y el odio, como la causante la “degradación” social y nacional. Con esta metáfora pretende connotar que los anteriores son extensos y sólidos, por lo tanto, a través del fortalecimiento de los valores — a los cuales sigue dándoles importancia— se podrán contrarrestar para alcanzar la transformación de México, objetivo de su proyecto.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: ideal moral.
- Palancas de rechazo: individualismo, codicia y odio.

Quienes piensan que este tema no corresponde a la política, olvidan que la meta última de la política es lograr el amor, hacer el bien, porque en ello está la verdadera felicidad. Baste señalar que, desde 1776, en la Constitución de los Estados Unidos de Norteamérica, se propone como uno de sus objetivos fomentar la felicidad, a fin de formar una unión más perfecta. En el artículo primero de la Constitución francesa de 1793 se menciona que el fin de la sociedad es la felicidad común. Asimismo, en nuestra Constitución de Apatzingán de 1814, se estableció el derecho del pueblo a la felicidad. Hay también quienes sostienen que hablar de fortalecer los valores espirituales es inmiscuirse en el terreno de lo religioso. La respuesta sobre este asunto la da Alfonso Reyes, de manera magistral, en su Cartilla Moral. Dice que el bien no sólo es obligatorio para el creyente, sino para todos los hombres en general. El bien no sólo se funda en una recompensa que el religioso espera recibir en el cielo. Se funda también en razones que pertenecen a este mundo.

En un principio asemeja su postura con la Constitución de los Estados Unidos de Norteamérica de 1776, el artículo primero de la Constitución francesa de 1793 y

finalmente con la Constitución de Apatzingán de 1814, donde la constante es la promoción de la felicidad. Finalmente, contrapone la idea de que los valores espirituales sean peculiares del ámbito religioso, pues —cita a Alfonso Reyes— es un tema que involucra a “todos los hombres en general”.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: amor, felicidad.
- Palanca de autoridad o testimonial: Alfonso Reyes.

En los pueblos de Oaxaca, por ejemplo, los miembros de la comunidad practican sus creencias religiosas y, al mismo tiempo, trabajan en obras públicas y en cargos de gobierno, sin recibir salario o sueldo, motivados por el principio moral de que se debe servir a los demás, a la colectividad. No domina el individualismo; la persona no vale por lo que tiene o por los bienes materiales que acumule, sino por el prestigio que logra después de probar su vocación de servicio, su rectitud y el amor a sus semejantes, y esa es su mayor recompensa en la tierra.

Aquí hace una descripción de los pueblos de Oaxaca, con ello ejemplifica cómo es posible compaginar creencias religiosas con el bien colectivo, sin imponer algún credo en específico. Asimismo, pretende exhibir el prototipo que pretende impulsar a nivel nacional; funge pues como una sinécdoque: exalta los valores característicos de una comunidad, con la intención de que así sea en todas.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: servicio, rectitud, amor.
- Palancas de rechazo: individualismo.

Luego entonces, el propósito es contribuir en la formación de mujeres y hombres buenos y felices, con la premisa de que ser bueno es el único modo de ser dichoso. El que tiene la conciencia tranquila duerme bien, vive contento. Debemos insistir en que hacer el bien es el principal de nuestros deberes morales. El bien es una cuestión de amor y de respeto a lo que es bueno para todos. Además, la

felicidad no se logra acumulando riquezas, títulos o fama, sino estando bien con nuestra conciencia, con nosotros mismos y con el prójimo.

En lo aquí manifestado, abunda la hipérbole. Enaltece la bondad para alcanzar la dicha y como principal deber moral de los individuos, relacionado con el amor y el respeto. También se refiere a la felicidad, a modo de antítesis, como un estado de ánimo que se alcanza con el bienestar en la conciencia y no es la obtención de lo material.

Se percibe una sentencia: “El que tiene la conciencia tranquila duerme bien, vive contento”, que connota alegría y satisfacción en un modo de actuar.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: bondad, felicidad, dicha.

La felicidad profunda y verdadera no consiste en los placeres momentáneos y fugaces. Ellos aportan felicidad sólo en el momento que existen y después queda el vacío de la vida que puede ser terriblemente triste y angustioso. Cuando se pretende sustituir la entrega al bien con esos placeres efímeros puede suceder que éstos conduzcan a los vicios, a la corrupción y que aumente más y más la infelicidad humana. En consecuencia, es necesario centrar la vida en hacer el bien, en el amor, y a su vez, armonizar los placeres que ayudan a aliviar las tensiones e insatisfacciones de la vida. José Martí decía que el autolimitarnos, la doma de sí mismo, forja la personalidad, embellece la vida y da felicidad. Pero en caso de conflicto o cuando se tiene que optar, inclinarse por el bien ha de predominar sobre los placeres momentáneos. Por eso es muy importante una elaboración libre, personal, sobre lo que constituye el bien para cada uno de nosotros, según sea nuestra manera de ser y de pensar, nuestra historia vital y nuestras circunstancias sociales.

Describe dos tipos de felicidad, desde su percepción: la “profunda y verdadera” que nos libra de “tensiones e insatisfacciones” y se proyecta en nuestros actos, y la de “placeres efímeros”. Sobre ésta, dice que nos lleva a “el vacío de la vida que puede ser terriblemente triste y angustioso” y luego que nos conduce a “los vicios,

a la corrupción y que aumente más y más la infelicidad humana”; ambas son hipérboles que causan rechazo.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: bondad, amor.
- Palancas de rechazo: tristeza, angustia, vicio, corrupción, infelicidad.
- Palanca de autoridad o testimonial: José Martí.

Sin embargo, existen preceptos generales que son aceptados como fuente de la felicidad humana. Alfonso Reyes, en su *Cartilla Moral*, los aborda desde el más individual hasta el más general, desde el más personal hasta el más impersonal, podemos imaginarlos, dice, como una serie de círculos concéntricos, comenzamos por el interior y vamos tocando otro círculo más amplio. Según Reyes, son seis preceptos básicos los que forman parte del código del bien: el respeto a nuestra persona en cuerpo y alma; el respeto a la familia; el respeto a la sociedad humana en general, y a la sociedad en particular; el respeto a la patria; el respeto a la especie humana; y el respeto a la naturaleza que nos rodea.

Aquí retoma la tesis de Alfonso Reyes. Utiliza el recurso de enumeración, pues menciona los seis preceptos básicos que se encuentran en la *Cartilla Moral*, éstos, a su vez, están en modo de gradación: van del respeto personal al respeto por la naturaleza, de lo interior a lo exterior. De esta forma encuentra respaldo a sus anteriores argumentos basados en la bondad y le sirven de base para justificarlos.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: felicidad.
- Palanca de autoridad o testimonial: Alfonso Reyes.

Mucho antes, León Tolstoi en su libro *Cuál es mi fe*, sostenía que son cinco las condiciones para la felicidad terrenal admitidas generalmente por todo mundo: el poder gozar del cielo, del sol, del aire puro, de toda la naturaleza; el trabajo que nos gusta y hemos elegido libremente; la armonía familiar; la comunión libre y afectuosa con todos los hombres; la salud, y la muerte sin enfermedad.

En este caso, al citar a Tolstoi respalda sus referencias a la felicidad que se expusiera a lo largo del discurso.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: felicidad.
- Palanca de autoridad o testimonial: León Tolstoi.

Por supuesto que hay otros preceptos que deben ser exaltados y difundidos: el apego a la verdad, la honestidad, la justicia, la austeridad, la ternura, el cariño, la no violencia, la libertad, la dignidad, la igualdad, la fraternidad y a la verdadera legalidad. También deben incluirse valores y derechos de nuestro tiempo, como la no discriminación, la diversidad, la pluralidad y el derecho a la libre manifestación de las ideas. Y en todo ello, no dejar de admitir que en nuestras familias y pueblos existe una reserva moral de importantes valores de nuestras culturas que se han venido forjando de la mezcla de distintas civilizaciones y, en particular, de la admirable persistencia de la gran civilización mesoamericana.

En este párrafo únicamente se dedica a enumerar valores y normas sociales que a su parecer deben ser “exaltados y difundidos”. Hay la intención de hacerlas cercanas a nuestra idiosincrasia al referirse a ellas como legado de la civilización mesoamericana.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: En este párrafo se enlistan preceptos que entran en esta categoría.

En suma, estos fundamentos para una república amorosa deben convertirse en un código del bien. De ahí que hagamos el compromiso de convocar con este propósito a la elaboración de una constitución moral a especialistas en la materia, filósofos, sicólogos, sociólogos, antropólogos y a todos aquellos que tengan algo que aportar al respecto, como los ancianos venerables de las comunidades indígenas, los maestros, las padres y madres de familia, los jóvenes, los escritores, las mujeres, los empresarios, los defensores de la diversidad y de los derechos humanos, los practicantes de todas las religiones y los libre pensadores.

Nuevamente se repite el mismo recurso de enumeración, pues de esta forma presenta a los actores que formarán parte de una constitución moral que guie la conducta a seguir en materia política en el país.

Sus provocadores de acción son:

- Palanca de autoridad o testimonial: Los mencionados en este párrafo entran en esta categoría.

Una vez elaborada esta constitución moral, debemos hacer el compromiso de fomentar estos valores mediante todos los medios posibles. Introducir en la enseñanza la educación moral, darle toda la importancia que tienen materias como el civismo, la ética y la filosofía; propagar virtudes y destacar ejemplos positivos en los medios de comunicación. El propósito no sólo es frenar la corrupción política y moral que nos está hundiendo como sociedad y como nación, sino establecer las bases para una convivencia futura sustentada en el amor y en hacer el bien para alcanzar la verdadera felicidad.

Este párrafo, como cierre, sintetiza la intención de los fundamentos, el cual es “frenar la corrupción política y moral” con el propósito de establecer el amor y las acciones benéficas como formas de convivencia social y para “alcanzar la verdadera felicidad”. Exalta nuevamente la importancia de fomentar los valores y las virtudes. Aquí es la única vez que hace mención de los medios de comunicación como propagadores de “ejemplos positivos”. A final de cuentas, destaca la prioridad de fortalecer la ética y la moral.

Sus provocadores de acción son:

- Palancas de adhesión o aceptación de virtud: valores, amor, felicidad.
- Palancas de rechazo: corrupción política y moral.

### 3.2.1 Hallazgos

En el análisis de este artículo de opinión, encontramos una propuesta política basada en la exaltación de los valores. Considerando el título del mismo, nos damos cuenta que el amor es el valor que predomina en el discurso, pero también se logró apreciar que la honestidad, la justicia y la felicidad tienen un tratamiento cuantioso.

Las fortalezas con las que cuenta este discurso se encuentran en las citas, pues hace mención de Alfonso Reyes, León Tolstoi, la constitución de los Estados Unidos de Norteamérica, la Constitución francesa y nuestra Constitución de Apatzingán de 1814. Al usarlos como referentes, estos fungen como respaldo de la tesis que plantea como propuesta política, con ello trata de dar certidumbre y confianza a los receptores para que la aprueben o asimilen.

Por otra parte, cuando cita un estudio de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) para comparar la situación actual con la de hace tres décadas, el renombre del instituto le da soporte en cuanto a credibilidad y con ello las cifras se conciben verídicas. Estos dos aspectos hacen ver al emisor como una persona enterada e interesada por los temas de relevancia nacional.

Como todo discurso, contiene una opinión personal acerca de la situación de país. En este caso abunda un juicio sobre los valores y la moral de la sociedad mexicana. Desde su punto de vista, se tiene que fomentar una nueva forma de pensar en donde no domine los anti valores, tales como la corrupción, el individualismo, la inmoralidad, la desigualdad, la codicia y el odio.

Ante lo anterior, hay una pretensión por promover el amor, la honestidad y la justicia, principalmente, como parte de una política pública y a través del ejemplo, es por eso que el discurso cuenta con anécdotas que resaltan un valor y una moraleja. No se dice cómo llegar a este ideal más que cambiando el régimen político y el modelo económico.

Dentro de su representación de la realidad, abunda el fortalecimiento y la promoción de los valores para cambiar la situación actual del país. Esta de manifiesto que éstos forman parte de la nuestra naturaleza y que sólo es cuestión de darle su lugar dentro de la política pública para mejorar nuestra condición en materia social. Recalca que las clases sociales vulnerables preservan una visión humanitaria y de solidaridad colectiva; son éstas el prototipo que busca reproducir y fomentar.

Su noción del amor es tener una convivencia en armonía entre la colectividad y hacer de la bondad un modo de vida encaminada al desarrollo y a la tranquilidad ciudadana.

Hay una crítica al modelo neoliberal que rige nuestra economía. Como parte de su ideología concibe que el proceder de cada individuo, guiado por los valores, conllevara al bienestar social. No obstante, enuncia que el neoliberalismo es lo que fomenta el individualismo y la corrupción, éstos se distinguen como antagonistas en todo el discurso y como consecuencia de las faltas de oportunidades de desarrollo y de la pérdida de valores.

Es persistente la diferenciación entre su postura pro valores contra el vinculo que hace al relacionar anti valores con el gobierno en turno y el de los pasados, refiriéndose con ello al Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Su finalidad propagandística es ser una opción de cambio en materia política, pero también en materia ideológica, pues en lo que más hace énfasis en este discurso es en fomentar una nueva corriente de pensamiento que se ocupe por lo social y por enaltecer a los valores, sobretodo el amor, valor que hace atractiva su postura así como provocadora, lo que resulta útil para dedicarle atención, de ahí a aceptarla o rechazarla.

Por otro lado, busca la asociación del candidato (él) con un perfil caracterizado por una visión social que da prioridad a los valores y al bienestar colectivo, que son sus principales ideas manifiestas en el artículo. También está presente la promesa de un beneficio o satisfacción de llegar a impulsar lo argumentado.

Al utilizar un tema controvertido, como el amor, crea una impresión amigable, identifica una necesidad básica y provoca un impacto de novedad con el propósito de estimular emociones que causan efectividad con fines persuasivos.

## Conclusiones

En comunicación, el análisis del discurso es una metodología con carácter cualitativo que nos permite entender la realidad del emisor basada en su experiencia y en su juicio. Ahora, podemos inferir que su manifestación pública tiene una intencionalidad meramente persuasiva y con miras al convencimiento. Además, para lograr su propósito, el uso de las figuras retóricas permite un lenguaje de mayor significación que logrará conectar de una manera óptima al emisor con su auditorio.

Entendamos que los políticos no son los únicos que recurren a la retórica para construir mensajes, cualquier persona en su vida diaria hace uso de ella para comunicarse con sus semejantes. Habrá que comprender que la diferencia radica en la intencionalidad y el nivel de capacidad del auditorio. Las figuras retóricas se emplean para formar ideas de bajo y alto grado de complejidad, esto depende del propósito y conocimiento del emisor.

El hombre político utiliza la retórica para dirigirse a su público y ganar adeptos que se adhieran a su causa a través de la palabra. En cada frase se busca transmitir una ideología que sirva de influencia a quienes la escuchan. De esta forma se pretende ganar un gran número de personas que persigan ese ideal y se sumen a una plataforma política que sea representativa de ese pensamiento. Es así como paralelamente funciona la propaganda: posicionar una idea a los seguidores e ir a la conquista de nuevos simpatizantes utilizando la imagen o la palabra.

Con respecto al contenido de los discursos, en ambos Andrés Manuel López Obrador manifiesta su inclinación ideológica. En los “Diez puntos para transformar a México” presenta su proyecto político en materia social, económica y su pronunciamiento por impulsar una “nueva corriente de pensamiento” enfocada

a exaltar los valores. En este decálogo se aprecia una postura altamente social que es claro identificarlo con la izquierda política.

López Obrador se presenta como el líder de un movimiento, evitando ser el protagonista de las acciones que ha emprendido, como marchas y pronunciamientos. Alega que sus motivos representan a una colectividad, a un bien común. De esta manera se muestra como incluyente, pero a la vez capaz de influir a las masas desde su liderazgo. Hace deliberadamente un llamado para sumarse a su movimiento y refuerza el llamamiento con la sentencia “sólo el pueblo puede salvar al pueblo”.

Asume la postura de oposición política como representante de la izquierda política mexicana. Manifiesta abiertamente su desacuerdo con el actual modelo económico establecido en nuestro país: el neoliberalismo, a causa de tres décadas de gobierno con inclinaciones de derecha política. A lo largo de su discurso pretende influir en la opinión de los oyentes para persuadirlos de que esta corriente económica no es benéfica para ellos debido a que no permite una justa distribución de la riqueza y permite libremente el “saqueo” de nuestros recursos naturales. Es posible advertir que tiene criterios nacionalistas.

Su proyecto político está encaminado a recobrar el modelo de Estado de Bienestar, o también llamado Estado interventor, con la intención de proveer de garantías sociales a la población. Asimismo se pronuncia por una “austeridad republicana” que consiste en eliminar privilegios a la burocracia y los gastos de gobierno superfluos. Estas son ideas las cuales se pueden suscribir, pero sus adversarios y todo aquel que se viera afectado las desdeña. Como dato, ambos casos llegaron a la opinión pública y se tuvo tal impacto en la audiencia según el tratamiento que se le dio, ya sea a favor o en contra, tanto del personaje como de la propuesta. Todo dependía del editorial.

Por otro lado, los “fundamentos para una república amorosa” son la versión extendida del punto diez del decálogo analizado. En este discurso se aprecia que desde los valores hace una crítica al modelo político establecido en nuestro país. Relaciona los anti valores, es especial corrupción e individualismo, con las administraciones federales pasadas y con la actual, en referencia al PRI y al PAN.

Por otro lado, distingue a su proyecto político con el fomento a los valores, principalmente el amor, la honestidad, la justicia y la felicidad, para alcanzar el bienestar social. Es constante la exaltación de éstos y destaca que se encuentran en las clases populares como parte de su conciencia.

Es por medio del antagonismo como busca diferenciarse de los otros partidos y sus representantes políticos. Por otra parte, argumenta que es necesario fomentar estos valores en la clase política para que de esta forma cambie la vida pública de nuestro país.

Indica que es por medio del ejemplo el cómo llegar a tal fin y se admite como el modelo a seguir y el principal promotor. Asimismo sugiere que con el cambio del régimen político-económico se logrará tal objetivo.

En ambos análisis se encontró que la hipérbole fue la figura retórica que se utilizó con mayor frecuencia. No es de extrañarse. Todo discurso político busca la grandilocuencia en la manifestación de ideales y de acciones. Con este recurso López Obrador pretendió ponderar su plataforma política para persuadir así como convencer a la población para sumarse a su proyecto. Asimismo animó a sus simpatizantes como integrantes del mismo plan y como parte de esa magnificencia.

También recurrió frecuentemente a la antítesis, figura de contraste, en ambos mensajes. Esto es posible explicarse debido a que manifestaba su inconformidad con respecto a las medidas políticas establecidas en los últimos

años. En su discurso pretendía mostrar disparidad entre las acciones políticas actuales y su proyecto político, el cual manifestaba medidas para el desarrollo y el crecimiento económico.

En los “fundamentos para una república amorosa”, al final, predominó la enumeración. Se dedicó a enlistar los valores que deberían de exaltar y fomentar. Asimismo se mencionan los especialistas que participarían en la creación de una “constitución moral”, así como propuestas y medidas para alcanzar el bienestar social. Así se muestra con un perfil incluyente, visionario y emprendedor.

También es de considerar que su postura es crítica y a la vez propositiva, pero es de reconocerse que sus argumentos son sentenciosos e inapelables, disidentes de la inclinación ideológica de la oposición que sostiene el poder: la derecha. Esto posibilita la percepción de escuchar a una persona rijosa en busca de enfrentamiento, cuando la intención es confrontar puntos de vista.

Su proyecto político tiene un alto contenido social. Se nota preocupado por mejorar la condición de vida de los habitantes del sector popular de este país. Se refiere a éstos con aprecio y enaltece su entereza ante la adversidad así como su tenacidad para enfrentar los perjuicios causados por las medidas políticas de los gobiernos tanto del PRI como del PAN.

Otro aspecto importante que habrá que resaltar es que a través del conocimiento de la biografía de Andrés Manuel López Obrador nos dimos cuenta que en su carrera política varias personas influyeron para conformar su ideología, su afinidad al pensamiento de Benito Juárez, los orígenes de sus estrategias de protesta social: la “resistencia civil pacífica”, sus diferencias con los ex presidentes Carlos Salinas de Gortari y Vicente Fox, así como con Felipe Calderón y Enrique Peña Nieto. También es posible apreciar que López Obrador se distingue por ser el líder de un movimiento social que con fines propagandísticos cambia de nombre de acuerdo al contexto y al fin de mismo.

Al conocer varios aspectos de su trayectoria política, nos ayudó a comprender el lenguaje y los símbolos que conforman su discurso político, porque tal como nos dice Daniel Prieto Castillo “es preciso juzgar a fondo texto y contexto, que la única manera de comprender algo es en la dinámica entre uno y otro y no en poner a uno por encima de otro... es preciso agotar al máximo las posibilidades de interpretación de un texto”.

Finalmente, abra de apuntarse que en ambos discursos analizados nos encontramos con un mensaje disidente que se opone al sistema de poder tal y como se encuentra actualmente como causante de los males nacionales: pobreza, desigualdad, abandono al campo, inseguridad, estancamiento económico, desempleo y la proliferación de los anti valores. Son, pues, discursos contestatarios que protestan ante lo establecido con la intención de buscar adeptos y simpatías para encabezar el cambio del rumbo del país en materia política, económica, social e incluso espiritual.

Andrés Manuel López Obrador es un actor social que ha recorrido el país tantas veces en busca de ganar adeptos y simpatías, así como para contrarrestar la imagen negativa que tiene a causa de la propaganda negra que se utilizó en su contra en los comicios del 2006 y de las editoriales de algunos comunicadores y medios de comunicación que lo han desprestigiado. Este ejercicio lo ha ayudado a formarse una percepción de la realidad que lo manifiesta en sus discursos y es, quizá, el motivo por el cual se deba entender su aprecio a las clases populares, las ansias de cambiar sus condiciones de vida y la exaltación que hace de sus valores, tal como es posible apreciar en sus mensajes.

Sin duda es un peculiar político vinculado con las causas sociales y un indiscutible líder de la izquierda mexicana que pasará a la historia por su trayectoria política caracterizada por la disidencia, el gran respaldo social y sus intenciones de mejorar la calidad de vida de las clases populares, a la cual perteneció en su infancia.

## Fuentes de consulta

Bibliografía.

**Aristóteles**, *Arte poética y Arte retórica*, 3ª ed., México, Porrúa, 2005.

**Aristóteles**, *Retórica*, trad. Quintin Racionero, Madrid, Gredos, 1994.

**Bartlett, F. C.**, *La propaganda política*, Brasil, Ed. Ridendo Castigat Mores, 2001.

**Beristáin, Helena**, *Diccionario de Retórica y Poética*, 7ª ed., México, Porrúa, 1995.

**Brown, J.A.C.**, *Técnicas de persuasión*, Madrid, Alianza Editorial, 1991.

**Cortés, Reinaldo**, *La comunicación política como forma moderna de dominación: del discurso retórico al discurso icónico. Una aproximación crítica*, Venezuela, Grupo de Investigación "Comunicación, Cultura y Sociedad". Universidad de Los Andes, 2009.

**Dehesa Dávila, Gerardo**, *Introducción a la retórica y la argumentación*, México, Suprema Corte de Justicia de la Nación, Dirección General de la Coordinación de Compilación y Sistematización de Tesis, 2007.

**Ferrer Rodríguez, Eulalio**, *De la lucha de clases a la lucha de frases*, Madrid, Ediciones El País S.A., 1992.

**Gallo T., Miguel Ángel y Víctor Sandoval González**, *México, su estructura socioeconómica y política (1900-2002)*, México, Ediciones Quinto Sol, 2005.

**Galindo, Carmen, et al.**, *Manual de redacción e investigación*, México, Grijalbo, 1997.

**García Benítez, Carlos**, *Tramar para navegar. Apuntes para orientar la preparación de tesis de comunicación y periodismo*, México, Facultad de Estudios Superiores Aragón, 2010.

**González Llaca, Edmundo**, *Teoría y práctica de la propaganda*, México, Grijalbo, 1981.

**Grayson, George W.**, *Mesías mexicano*, México, Grijalbo, 2006.

**Instituto centroamericano de estudios políticos INCEP**, *Discurso político*, Guatemala, Cuadernos de formación para la práctica democrática, 2004.

\_\_\_\_\_, *Liderazgo político para un nuevo siglo*, Guatemala, Cuadernos de formación para la práctica democrática, 2002.

**López Obrador, Andrés Manuel**, *La mafia nos robo la presidencia*, México, Grijalbo, 2007.

**Martín Salgado, Lourdes**, *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A., 2002.

**Martínez Silva, Mario y Roberto Salcedo Aquino**, *Manual de campaña. Teoría y práctica de la persuasión electoral*, México, Instituto Nacional de Estudios Políticos A.C., 2002.

**McQuail, Denis**, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, México, Paidós Mexicana, S.A., 1990.

**Meyenberg Leycegui, Yolanda y José Antonio Lugo**, *Palabra y poder. Manual del discurso político*, México, Grijalbo, 2011.

**Portillo, Maricela y Guiomar Rovira** (Compiladoras), *Comunicación política. Antología*, México, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2005.

**Prieto Castillo, Daniel**, *Retórica y manipulación masiva*, México, Ediciones Coyoacán. ed. 4a., 2001.

**Reinaldo Cortés**, *La comunicación política como forma moderna de dominación: del discurso retórico al discurso icónico. Una aproximación crítica*, Venezuela, Grupo de Investigación "Comunicación, Cultura y Sociedad" Universidad de Los Andes, 2009.

**Ducrot, Oswald y Tzvetan Todorov**, *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, Argentina, Siglo Veintiuno Argentina Editores, S.A., 2009.

**Trelles, Alejandro y Héctor Zagal**, *AMLO. Historia política y personal del candidato a la presidencia por el PRD*, México, DeBolsillo, 2006.

**Van Dijk, Teun A**, *La ciencia del texto*, México, Paidós Mexicana, S.A., 1978.

**Yanes Mesa, Rafael**, *Comunicación política y periodismo*, Madrid, Editorial Fragua, 2009.

**Zecchetto, Victorino**, *La danza de los signos*, Buenos Aires, Argentina, La Crujía Ediciones, 2006.

**Zepeda Patterson, Jorge, et al.**, *Los suspirantes*, México, Planeta, 2005.

Fuentes electrónicas.

<http://diccionario.inep.org/l/>

<http://ebooksbrasil.org/nacionais/acrobatebook.html>

[http://enlaces.ucv.cl/educacioncivica/contenup/up3\\_orga/1\\_concep/priud3-1.htm](http://enlaces.ucv.cl/educacioncivica/contenup/up3_orga/1_concep/priud3-1.htm)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Manuel\\_Gurría\\_Ordoñez](http://es.wikipedia.org/wiki/Manuel_Gurría_Ordoñez)

<http://jornada.unam.mx/>

<http://www.elcato.org/mexico-elecciones-1988-y-2006>

<http://www.eluniversal.com.mx/noticias.html>

<http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>

<http://www.incep.org/descargas/category/publicaciones-incep/>

<http://www.jorgeramos.com>

<http://www.lopezobrador.org.mx>

[http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page\\_id=154](http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page_id=154)

[http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page\\_id=183](http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page_id=183)

[http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page\\_id=192](http://www.prdixtapaluca.org.mx/?page_id=192)

<http://www.rae.es/rae.html>

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/lisla.html>

[www.retoricas.com](http://www.retoricas.com)

**Bonilla Vélez, Jorge Iván**, “Re-visitando el concepto de comunicación política: apuntes para una discusión”, Revista Mediaciones, núm. 3, 2003, [http://virtual.uniminuto.edu/repositorio/files/repcumd\\_oi\\_mediaciones3\\_comunicacionpolitica.pdf](http://virtual.uniminuto.edu/repositorio/files/repcumd_oi_mediaciones3_comunicacionpolitica.pdf), consulta: 2 de diciembre de 2011, p. 86.

**Carmona Tinoco, Jorge Ulises**, “Panorama breve sobre la retórica, su naturaleza su evolución histórica”, en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/4/1628/6.pdf>, consulta: 16 de mayo de 2012.

**Covarrubias Correa, Andrés**, “La persuasión de las mayorías según Aristóteles”, en ONOMÁZEIN, núm. 5, 2000, <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1345/134518327017.pdf>, consulta: 16 de mayo de 2012.

**Gutiérrez Vidrio, Silvia**, “El discurso político”, Versión, núm. 10, p.116 [http://bidi.xoc.uam.mx/tabla\\_contenido\\_fasciculo.php?id\\_fasciculo=131](http://bidi.xoc.uam.mx/tabla_contenido_fasciculo.php?id_fasciculo=131), consulta: 15 de febrero de 2012.

**Isla Molina, Luis**, "Desarrollo de la comunicación política", *Razón y palabra*, núm. 17, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/lisla.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

**Pizarroso Quintero, Alejandro**, "La historia de la propaganda: una aproximación metodológica", en *Historia y Comunicación Social*, núm. 4, 1999, <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/issue/view/HICS999911/showToc>, consulta: 2 de mayo de 2012.

**Rincón, Omar y Jorge Iván Bonilla**, "Comunicación Política en América Latina", FESCOL/Centro para la Competencia en Comunicación para América Latina, 2004, [www.c3fes.net/docs/comunicacionpolitica.pdf](http://www.c3fes.net/docs/comunicacionpolitica.pdf), consulta: 1 de noviembre de 2011, p. 2.

**Vega, Aimée**, "Los escenarios de la comunicación política mexicana", *Razón y palabra*, núm. 35, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/avega.html>, consulta: 3 de diciembre de 2011.

Hemerografía.

**Valdez Zepeda, Andrés, et al.**, "Comunicación de políticas públicas", en *Revista mexicana de comunicación*, año veintidós, núm. 121-122, mayo-agosto de 2010, p. 34.

Videografía.

**Berman, Sabina y Katia D'Artigues**, *Shalalá*, canal 13, miércoles, 00:00 hrs., 9 de septiembre de 2010.