



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO EN LINGÜÍSTICA**

**Las estrategias discursivas en el discurso político-electoral:
Análisis de los discursos de cierre de campaña de
Felipe Calderón Hinojosa y de
Andrés Manuel López Obrador**

TESIS

**QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRA EN LINGÜÍSTICA HISPÁNICA**

PRESENTA:

ELIA MAGDALENA MARTÍNEZ SÁNCHEZ

ASESORA:

**DRA. LUISA ANGÉLICA PUIG LLANO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES FILOLÓGICAS, UNAM**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatorias

A la hermosa familia que la leucemia me arrebató.

“Somedays I look
I look at you with eyes that shine
Somedays I don't
I don't believe that you are mine
It's no good asking me what time of day it is
Who won the match or scored the goal
Somedays I look
Somedays I look into your soul
Sometimes I laugh
I laugh to think how young we were
Sometimes it's hard
It's hard to know which way to turn
Don't ask me where I found that picture on the wall
How much it cost or what it's worth
Sometimes I laugh
I laugh to think how young we were
We don't need anybody else
To tell us what is real
Inside each one of us is love
And we know how it feels
Somedays I cry
I cry for those who live in fear
Somedays I don't
I don't remember why I'm here
No use reminding me, it's just the way it is
Who ran the race or came in first
Somedays I cry
I cry for those who fear the worst
We don't need anybody else
To tell us what is real
Inside each one of us is love
And we know how it feels
Somedays I look
I look at you with eyes that shine
Somedays I don't
I don't believe that you are mine
It's no good asking me what time of day it is
Who won the match or scored the goal
Somedays I look
Somedays I look into your soul”

(Somedays, Paul McCartney)

A mi mamá, por apoyarme, cuidarme y amarme en todo momento.

A mis hermanitas, por ser mi fuente de amor y mi motor en la vida.

Agradecimientos

Agradezco a mi tutora y asesora, la doctora Luisa Puig, por su paciencia, por su guía y por su confianza. También agradezco a mis sinodales: Dra. Margarita Palacios, Dra. Nöelle Groult, Dra. Jeanett Reynoso y Dr. Juan Nadal, por el tiempo dedicado a la revisión de esta investigación.

Mi profundo agradecimiento a mi amiga Sara Velázquez Martínez por haberme brindado el lugar adecuado para que yo pudiera trabajar en esta tesis. Estoy en deuda y sabré compensarlo.

Agradezco a mi amigo, el doctor Miguel Ángel Rendón, por echarme porras y por prestarme los libros que necesitaba.

Agradezco a la Universidad Nacional Autónoma de México por haberme dado la oportunidad de seguir preparándome profesionalmente; agradezco al Posgrado en Lingüística por darme la oportunidad de estudiar lo que me encanta y, finalmente, agradezco al CONACYT por la beca que me permitió dedicarme a mis estudios tiempo completo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. 1 El contexto sociohistórico: la campaña electoral de 2006	1
1. 2 La investigación.....	4
1.2.1 Objetivos.....	5
1.2.2 Estructura metodológica	5
1.2.3 Contribuciones	6
1. 3 Organización del trabajo	7

PARTE I. BASES TEÓRICAS

2. Marco teórico	8
2. 1 La noción de discurso.....	8
2. 2 Discurso y texto	10
2. 3 El proceso de transformación y el proceso de transacción.....	11
2. 4 El espacio de obligaciones y el espacio de estrategias	13
2. 5 La construcción discursiva del sentido	14
3. Caracterización de los géneros discursivos: dos propuestas.....	16
3. 1 Los géneros retóricos de Aristóteles	16
3. 2 El género discursivo desde la perspectiva sociocomunicacional de Patrick Charaudeau	19
3.2.1 El nivel de la situación comunicativa.....	19
3.2.2 El nivel de la construcción discursiva.....	21
3.2.3 El nivel de la construcción textual	24
4. El género del discurso político	26
4. 1 El contrato de comunicación política	26
4.1.1 Las instancias del contrato	26

4.1.2 La finalidad del contrato.....	29
4.1.3 El dominio temático y la organización del discurso político.....	30
4.1.4 Las condiciones materiales del contrato	33
5. El subgénero del discurso electoral.....	35
5. 1 El subcontrato de comunicación política.....	35
5.1.1 Las instancias del subcontrato.....	35
5.1.2 La finalidad del subcontrato	37
5.1.3 El dominio temático y la organización del discurso electoral	39
5.1.4 Variante: el mitin de campaña	42
PARTE II. ANÁLISIS DEL CORPUS	
II. 1 Análisis del discurso de Felipe Calderón Hinojosa	47
6. El espacio de obligaciones.....	47
6. 1 Caracterización aristotélica	47
6. 2 Caracterización contemporánea	52
7. El espacio de estrategias.....	56
7. 1 La organización del discurso	56
7.1.1 La estructura narrativa	56
7.1.2 La estructura argumentativa	63
7. 2 Las estrategias persuasivas	73
7.2.1 La construcción de la imagen de sí	73
7.2.1.1 La deixis de persona.....	73
7.2.1.2 La modalización.....	74
7.2.1.2.1 Las modalidades elocutivas	75
7.2.1.3 El <i>ethos</i> del líder profeta.....	77
7.2.1.4 El <i>ethos</i> de ser competente	80
7.2.1.5 El <i>ethos</i> de carácter	81
7.2.1.6 Formas de la tercera persona	82

7.2.1.7 El Tercero como instancia de referencia: el país ideal	83
7.2.2 La descalificación del adversario	84
7.2.2.1 Las modalidades delocutivas	85
7.2.2.2 El léxico subjetivo	86
7.2.2.3 Argumentos <i>ad hominem</i> y otras falacias	87
7.2.3 La captación del auditorio.....	91
7.2.3.1 Las modalidades alocutivas	92
7.2.3.2 La puesta en escena del <i>pathos</i>	93
II. 2 Análisis del discurso de Andrés Manuel López Obrador.....	103
8. El espacio de obligaciones.....	103
8.1 Caracterización aristotélica	103
8.2 Caracterización contemporánea	107
9. El espacio de estrategias.....	110
9.1 La organización del discurso	110
9.1.1 La estructura narrativa	110
9.1.2 La estructura argumentativa	117
9.2 Las estrategias persuasivas	123
9.2.1 La construcción de la imagen de sí	123
9.2.1.1 El <i>ethos</i> de seriedad	123
9.2.1.2 El <i>ethos</i> de virtud	124
9.2.1.3 El <i>ethos</i> de ser competente	126
9.2.1.4 El <i>ethos</i> de humanidad.....	128
9.2.1.5 Formas impersonales.....	129
9.2.2 La descalificación del adversario	129
9.2.2.1 Pugna polifónica por la palabra autorizada	130
9.2.2.2 La construcción discursiva del adversario.....	133
9.2.3 La captación del auditorio.....	135

9.2.3.1	Análisis de las modalidades alocutivas	135
9.2.3.2	El Tercero como instancia de referencia: el ideal de la democracia	138
PARTE III. CONCLUSIONES		
10.	Análisis comparativo	143
11.	Consideraciones finales	152
OBRAS CITADAS		154
ANEXO		161

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Los géneros a partir de la situación comunicativa.....	21
Cuadro 2. Las estrategias de puesta en escena del discurso	24
Cuadro 3. Variantes del discurso político.....	34
Cuadro 4. Condiciones externas e internas del discurso político-electoral.....	44
Cuadro 5. La orientación temporal del discurso de Felipe Calderón.....	51
Cuadro 6. Caracterización aristotélica del discurso de Felipe Calderón.....	51
Cuadro 7. Características del mitin en el Estadio Azteca.....	55
Cuadro 8. Presentación contrastiva de los proyectos	58
Cuadro 9. Dicotomía: lo pasado/lo futuro	59
Cuadro 10. Dicotomía: Nosotros/Ellos	59
Cuadro 11. Las promesas de Felipe Calderón.....	61
Cuadro 12. Construcción del <i>ethos</i> y unión de la zona de idealidad con la zona de expectativas.....	78
Cuadro 13. El uso del sustantivo <i>hijos</i>	97
Cuadro 14. Subjetivemas	99
Cuadro 15. Aspectos esenciales del análisis del discurso de Felipe Calderón	102
Cuadro 16. Caracterización aristotélica del discurso de Andrés Manuel López Obrador.....	106
Cuadro 17. Características del mitin en el Zócalo de la Ciudad de México	109
Cuadro 18. Propuestas-compromisos de Andrés Manuel López Obrador	113
Cuadro 19. Medidas gubernamentales para cumplir los compromisos	114
Cuadro 20. Propuesta de nuevas políticas gubernamentales.....	115
Cuadro 21. Aspectos esenciales del análisis del discurso de Andrés Manuel López Obrador.....	142
Cuadro 22. Ocurrencias de las formas de la primera persona del singular en los discursos de los candidatos.....	145

Cuadro 23. Ocurrencias de las formas de la primera persona del plural en los discursos de los candidatos	145
Cuadro 24. Las modalidades elocutivas en los discursos de los candidatos	147
Cuadro 25. Los <i>ethos</i> en los discursos de los candidatos	148
Cuadro 26. Las modalidades delocutivas en los discursos de los candidatos	149

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Co-construcción del sentido	14
Figura 2. Estructura narrativa del discurso persuasivo	39
Figura 3. Estructura narrativa del discurso electoral	40
Figura 4. Esquema narrativo del discurso de Felipe Calderón	63
Figura 5. Modelo argumentativo de S. E. Toulmin	64
Figura 6. Esquema narrativo del discurso de Andrés Manuel López Obrador	117

INTRODUCCIÓN

1.1 El contexto sociohistórico: la campaña electoral de 2006

La elección presidencial de 2006 fue una de las más polémicas y de las más competidas en la historia moderna de México. Los candidatos en esta contienda fueron:

- **Felipe de Jesús Calderón Hinojosa**, del Partido Acción Nacional (PAN)
- **Andrés Manuel López Obrador**, de la Coalición Por el Bien de Todos, integrada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido del Trabajo (PT) y Convergencia por la Democracia
- **Roberto Madrazo Pintado**, de la Coalición Alianza Por México, conformada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM)
- **Roberto Rafael Campa Cifrián**, del Partido Nueva Alianza (PANAL)
- **Patricia Mercado Castro**, del Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)

Andrés Manuel López Obrador inició su campaña con una ventaja de aproximadamente 10 puntos porcentuales sobre Felipe Calderón¹. El candidato del PRI, Roberto Madrazo, se encontraba en el tercer lugar de las preferencias del electorado, sin embargo, en ese momento su partido no figuraba con tanta fuerza en la escena política. El Partido Nueva Alianza y el Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina concurrían por primera vez a unos comicios federales, por lo que únicamente pretendían alcanzar los votos suficientes para mantener su registro. Estas circunstancias propiciaron que la contienda se enfocara principalmente en los actos de campaña de los dos candidatos con mayores posibilidades de ganar.

¹ Según datos publicados por periódicos y casas encuestadoras. Un panorama general del estado de las encuestas a lo largo del proceso electoral puede consultarse en la página: http://www.ife.org.mx/documentos/proceso_2005-2006/encuestas_2006/se_resultados.htm

La campaña de Felipe Calderón tuvo dos etapas fundamentales: en la primera, se pretendía resaltar los atributos de integridad, honestidad y capacidad del candidato a través de diversos spots y carteles encabezados por los eslóganes “Valor y pasión por México” y “Manos limpias”. Esta campaña, sin embargo, no reflejó un incremento en la intención del voto, por lo que el candidato y su equipo decidieron cambiar drásticamente su estrategia (Camarena y Zepeda Patterson, 2007: 94-131). Fue así como comenzó una intensa campaña negativa² en contra de Andrés Manuel López Obrador. Mientras el candidato panista prometía que sería “El presidente del empleo”, calificaba a su principal contrincante como “un peligro para México”. Esta segunda fase también incluía una serie de spots transmitidos por radio y televisión en los que se mostraba a López Obrador como alguien que, por sus propuestas populistas y de difícil viabilidad, podía terminar con la estabilidad económica del país (Rodríguez Doval, 2007: 78). Este relanzamiento le significó a Calderón un despunte en las encuestas, que se mantuvieron muy cerradas hasta el día de la elección.

La campaña de Andrés Manuel López Obrador tenía una fuerte orientación social-popular, su lema “Por el bien de todos, primero los pobres”, le trajo varias acusaciones de populista y demagogo³. El candidato de la Coalición se dedicó a difundir su Proyecto Alternativo de Nación en diversos eventos y mítines alrededor de la República, sin embargo, se le atribuye una serie de errores durante su campaña: 1) el “Cállate, chachalaca” dirigido al presidente Vicente Fox⁴ (hecho que fue considerado por la opinión pública como una falta de respeto a la figura presidencial), 2) no asistir al primer debate presidencial la noche del 25 de abril, 3) la elección de sus colaboradores cercanos y la incorporación de ex priistas en su equipo, 4) no prestar la debida atención a los ataques de sus contrincantes y preparar a destiempo la contraofensiva (Camacho y Almazán, 2006). La contienda poco a poco se fue comiendo los 10 puntos que lo tenían adelante en las preferencias de los ciudadanos.

La noche del 2 de julio enmarcó un escenario de desconcierto. Los primeros datos del Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP) del Instituto Federal Electoral⁵ arrojaban un margen de diferencia muy estrecho entre Calderón y López Obrador. Fue

² “La campaña negativa es un esfuerzo por difundir los aspectos negativos de los opositores para desalentar a sus posibles seguidores. Se trata de identificarlos y etiquetarlos con algo que provoque el rechazo, el disgusto, la burla o el temor de los electores”, (Martínez Silva y Salcedo Aquino, 1998: 4)

³ Puede verse al respecto la siguiente página: <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/11/19/las-politicas-sociales>

⁴ Vicente Fox Quesada fue presidente de México del 2000 al 2006.

⁵ Hoy INE (Instituto Nacional Electoral).

hasta el 6 de julio cuando se determinaron los resultados finales: 35.89% de la votación total para Felipe Calderón; 35.31% para Andrés Manuel López Obrador (Camacho y Almazán, 2006: 173).

En el contexto postelectoral el triunfo de Felipe Calderón fue muy cuestionado. Factores como la difusión, en tiempos electorales, de los logros del gobierno del presidente Fox; la participación del Consejo Coordinador Empresarial a través de spots en los que se advertía sobre el peligro de una devaluación si se cambiaba el modelo económico vigente; las presuntas inconsistencias aritméticas del PREP, entre otros, dieron pie para que se hablara de un proceso inequitativo, e incluso de un fraude electoral. En esa etapa se haría célebre la petición de López Obrador: “¡Voto por voto, casilla por casilla!” para darle certeza al proceso electoral.

La polémica generada en estos comicios permaneció durante todo el sexenio de Felipe Calderón (2006-2012). Andrés Manuel López Obrador se autoproclamó el “Presidente legítimo” y siguió recorriendo el país, convocando a asambleas públicas y difundiendo su discurso opositor.

1.2 La investigación

Autores como Benveniste (1966), Charaudeau (2009a, 2009f), Amossy (2009), López Eire (2000), entre otros, han planteado, desde diversas ópticas, la idea de que en todo intercambio comunicativo subyace la intención de orientar al otro hacia ciertas maneras de pensar y de actuar, es decir, subyace la intención de influirlo de alguna manera. Esta idea tiene un claro reflejo en el discurso político, dado que este tipo de acto comunicativo entraña un proceso de persuasión, que tiene como finalidad cambiar o reforzar las opiniones y las acciones del auditorio-ciudadano. Este planteamiento, aunado a la relevancia del contexto sociohistórico que expusimos en el apartado anterior, nos motivó a preguntarnos *¿cuáles fueron las estrategias persuasivas que utilizaron los dos candidatos más importantes de la contienda?* Evidentemente, no podíamos analizar todos los discursos que se emitieron durante las campañas, dado que éstas agrupan una serie de debates, de entrevistas, de mítines, de spots, que a su vez ponen en escena diversas materias semiológicas (verbal, visual, gestual o su combinación). Por esta razón, el siguiente paso fue determinar *qué corpus elegir y bajo qué parámetros*. En primer lugar, decidimos que la materia semiológica preponderante tenía que ser la verbal, dado nuestro interés lingüístico. En segundo lugar, decidimos que las circunstancias materiales en las que se desarrollaron los discursos tenían que ser similares. En tercer lugar, y no por ello menos importante, decidimos que fueran discursos con un alto grado de representatividad.

Josep M. Sala (s.f.), Mario Martínez Silva y Roberto Salcedo Aquino (1998) coinciden en que una de las fases más importantes dentro de una campaña electoral es el cierre. El evento que representa este desenlace generalmente construye un escenario festivo, en donde el candidato pronuncia un discurso en el que trata de presentar y sintetizar los aspectos más significativos de su campaña. Teniendo en cuenta que estos hechos se ajustaban a nuestros parámetros, decidimos elegir el corpus siguiente⁶:

1. El discurso pronunciado por Felipe Calderón Hinojosa, el 25 de junio de 2006, durante el mitin de cierre de campaña en el Estadio Azteca.
2. El discurso pronunciado por Andrés Manuel López Obrador, el 28 de junio, durante el mitin de cierre de campaña en el Zócalo de la Ciudad de México.

⁶ Para conocer el corpus en su totalidad remitimos al lector al anexo de este trabajo.

1.2.1 Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es identificar y describir las estrategias discursivas que utilizaron los candidatos, Felipe Calderón Hinojosa y Andrés Manuel López Obrador, en sus respectivos discursos de cierre de campaña. Entenderemos por estrategias discursivas el conjunto de procedimientos discursivos, argumentativos y lingüísticos, que han sido programados en el discurso con la intención de persuadir y seducir al auditorio.

Una vez realizado el primer objetivo llevaremos acabo un análisis comparativo que nos permita mostrar las diferencias y las semejanzas en las estrategias utilizadas por cada candidato en la construcción de sus discursos.

1.2.2 Estructura metodológica

Para lograr los objetivos planteados hemos de seguir una serie de pasos que van de lo general a lo particular. Enmarcados primordialmente en el análisis del discurso, abordaremos en primer lugar la noción de *discurso* y estableceremos distinciones claras entre esta noción y la noción de *texto*. En este caso, hemos adoptado las diferencias que establece Patrick Charaudeau para estos dos términos. En segundo lugar, expondremos en detalle los postulados, los principios y las categorías que fundamentan el marco teórico con el que se abordará el objeto de estudio. Este marco, propuesto por Charaudeau, se inscribe en una problemática psicosociológica y semiocomunicacional, que trata de articular el acto de lenguaje en dos espacios: un espacio de obligaciones y un espacio de estrategias. El primero se refiere a las convenciones psicosociales a las que debe someterse el sujeto para poder producir y comprender un intercambio lingüístico. El segundo se refiere al margen de libertad que posee el sujeto para elegir la manera de poner en escena el discurso, según sus propios objetivos comunicativos. En tercer lugar, abordaremos la construcción discursiva del sentido y los efectos vinculados con este proceso. Así, una vez establecidos los primeros cimientos de la investigación, daremos paso a las bases que nos permitirán establecer la pertenencia de nuestro corpus a un género discursivo. En esta tarea recurriremos a la clasificación que Aristóteles hace de los discursos retóricos (en virtud de los lazos que éstos mantienen con los modos de persuasión) y a los procedimientos que, según Charaudeau, deben considerarse en la determinación de un género discursivo. Posteriormente, describiremos las características generales del discurso político, retomando los planteamientos de estos dos autores, pero también considerando los planteamientos

que han realizado otras autoridades sobre el tema (García y Zoppi (1992); Albaladejo (2000); Verón (1987); Velázquez García-Talavera (2002), entre otros). Esto nos permitirá establecer, más adelante, las especificidades constitutivas del discurso electoral y de una de sus variantes, el mitin.

Una vez establecidas las bases teóricas realizaremos el análisis del corpus. Nos adentraremos en los niveles que estructuran el acto de comunicación (el nivel de la situación comunicativa, el nivel de la construcción discursiva y el nivel de la construcción textual) para determinar el género discursivo con el que estamos tratando y dar cuenta de la dinámica enunciativa de los discursos. Para develar la estructura argumentativa, recurriremos al modelo propuesto por Stephen E. Toulmin en 1958 y a la caracterización de los argumentos que Perelman y Olbrechts-Tyteca propusieron en ese mismo año en su *Tratado de la argumentación*. Para establecer la imagen (el *ethos*) que el orador construye discursivamente de sí mismo, detectaremos las formas que comúnmente designan la primera persona del discurso: pronombres personales, formas posesivas y desinencias verbales de primera persona tanto en singular como en plural, así como las modalidades elocutivas con las que podremos distinguir cómo el orador se implica en lo que dice y la manera en que manifiesta sus puntos de vista. Para explicitar la configuración de las estrategias que fueron puestas en escena con la intención de descalificar y desacreditar al adversario, recurriremos a la exposición de las modalidades delocutivas y a la clasificación del léxico subjetivo propuesta por Kerbrat-Orecchioni. Finalmente, para determinar la captación del auditorio mediante la puesta en escena del *pathos*, nos enfocaremos en las modalidades alocutivas, en el léxico con valor afectivo y en los imaginarios sociodiscursivos que emplea el orador.

1.2.3. Contribuciones

Esta investigación contribuye con una caracterización del discurso político-electoral mexicano, definiéndolo a partir de las estrategias que cada locutor pone en funcionamiento y de los medios discursivos de que dispone para persuadir y seducir a sus interlocutores. El lugar privilegiado que otorgamos a las estrategias del discurso deriva de su capacidad para reflejar los fines y las intenciones comunicativas que los locutores tienen y persiguen dentro de su propio proyecto de habla. Esta investigación contribuye, además, con una propuesta interpretativa del corpus. En este sentido recordamos que en el análisis del discurso no hay verdades absolutas, sino explicaciones relativas. No planteamos LA INTERPRETACIÓN, sino

sólo una interpretación plausible derivada del análisis que, bajo un marco teórico, realizamos al material textual. Finalmente, este trabajo pretende tener una contribución social: creemos que el análisis de las estrategias discursivas que los candidatos ponen en marcha como parte de su campaña electoral, permite comprender, desde una óptica distinta, la naturaleza de las contiendas electorales en México.

1.3 Organización del trabajo

Esta investigación, además de la presente introducción, se encuentra organizada en tres grandes secciones. La parte I, *Bases teóricas*, comprende el desarrollo de los constructos teóricos propuestos por el lingüista francés Patrick Charaudeau en el marco de una perspectiva psicosociológica y semiocomunicacional. Definimos las nociones con las que trabajamos y exponemos los criterios que tomamos en cuenta para determinar la pertenencia del corpus a un género discursivo. En este punto también recurrimos a la caracterización genérica propuesta por Aristóteles. Finalmente, describimos las características generales del discurso político y las particularidades del discurso electoral.

La parte II, *Análisis del corpus*, comprende el análisis del discurso de Felipe Calderón Hinojosa y el análisis del discurso de Andrés Manuel López Obrador. Cada uno de los análisis consiste en: 1) la determinación del género discursivo al que pertenece el material textual, 2) la identificación y la descripción de las estrategias discursivas que el locutor pone en funcionamiento como parte de su propio proyecto intencional. En la determinación del género discursivo presentamos dos tipos de caracterizaciones: una clásica, que retoma los criterios propuestos por Aristóteles en la *Retórica*, y una moderna, que retoma, principalmente, los criterios propuestos por Charaudeau. En la exposición de las estrategias discursivas identificamos los modos de organización del discurso, las identidades discursivas que construye el orador, la manera en que pretende descalificar a su adversario, los efectos patémicos que intenta suscitar en el auditorio y los imaginarios sociodiscursivos que pone en escena.

La parte III, *Conclusiones*, comprende un análisis comparativo que muestra las diferencias y las semejanzas entre las estrategias utilizadas por cada locutor. Se presentan aspectos que no fueron abordados en la segunda parte del trabajo y se exponen algunas consideraciones y reflexiones finales.

PARTE I

BASES TEÓRICAS

2. Marco teórico

Es necesario en todo trabajo de investigación comenzar por establecer los postulados, los principios y las categorías que constituyen el marco teórico con el que se abordará el objeto de análisis. Por esta razón, comenzaremos por definir cómo entenderemos en este trabajo nociones elementales como *discurso* y *texto*; posteriormente, presentaremos los postulados y los principios que fundamentan nuestro enfoque y abordaremos los criterios bajo los cuales determinaremos la pertenencia del corpus a un género discursivo.

2.1 La noción de discurso

Como sabemos, existen diversas reflexiones en torno de la noción de discurso, distintas maneras de concebirlo y de definirlo. En su empleo cotidiano, se usa muchas veces con un sentido peyorativo, de palabras sin consecuencias: “todo eso son discursos”. También se emplea con el sentido de palabras solemnes, como en “El presidente va a dar un discurso” (Maingueneau, 2009: 41). En las ciencias del lenguaje, la incorporación de esta noción implicó una modificación en la manera tradicional de abordar los fenómenos lingüísticos. Esta transformación inicia en la década de 1950, cuando Zellig S. Harris, en el marco de la lingüística distribucional norteamericana, extiende los procedimientos utilizados para el estudio de las unidades de la lengua a unidades que superan los límites de la oración, es decir, a unidades transfrásticas a las que denominó discursos (Maingueneau, 1980: 11). Por su parte, Emile Benveniste (1982:129) realiza una ruptura teórica clave al distinguir entre el dominio de la lengua como repertorio de signos combinados sistemáticamente y el dominio de la lengua como instrumento de comunicación. Es en este último dominio en donde sitúa la noción de discurso y en donde emergen también las nociones de subjetividad y de situación enunciativa. Esto se refleja en su posterior definición de discurso: “toda enunciación que supone un locutor y un oyente y la intención, en el caso del primero, de influenciar al otro de alguna manera” (Benveniste, 1966: 241-242, *apud* Roque, 2009: 241). Otra contribución importante la encontramos en el desarrollo de las teorías pragmáticas,

como la de los actos de habla (Austin, Searle) y las máximas conversacionales (Grice), así como en los estudios provenientes de la etnografía de la comunicación, la etnometodología, la sociolingüística y la psicología social.

La noción de *discurso* comenzó así a proliferar en este campo, aunque con usos y definiciones diferentes. En ocasiones, el término hace referencia a la actividad verbal en general (con un uso en singular). Otras veces se emplea para hacer referencia a casos concretos, a cada discurso en particular (con usos tanto en singular como en plural) (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 181). También adquiere diversos matices según sea el enfoque desde el cual se aborde⁷. Algunos autores han extendido este concepto a otros sistemas semióticos para incluir en él elementos icónicos, dando la posibilidad no sólo de estudiar lo verbal, sino también lo visual y/o su combinación⁸. En su consideración meramente verbal, muchas veces el discurso es utilizado como sinónimo de *texto*, otras veces se equipara a la noción de *habla*, propuesta por Saussure; sin embargo, en la mayoría de los casos, su definición depende de las relaciones y oposiciones que establece con nociones como *lengua*, *texto* y *enunciado*. Cada una de las corrientes teóricas que conviven en el campo del análisis del discurso, establece la manera de definir estos conceptos y las relaciones que mantienen entre ellos.

Ante este panorama, es necesario tomar una posición. La nuestra será asumir las acepciones que propone Patrick Charaudeau, en el marco de una perspectiva sociocomunicacional. Este lingüista realiza una distinción clara entre *discurso* y *texto*, y establece además los factores que los vinculan⁹. A continuación expondremos de manera concreta las propuestas de este autor.

⁷ Ver PUIG, Luisa. (2009): "El discurso: orígenes y disyuntivas teóricas", en PUIG, L. (ed.): *El discurso y sus espejos*. México: UNAM, pp.15-66.

⁸ Puede consultarse al respecto ROQUE, Georges (2009): "Discurso argumentativo e imagen visual", en PUIG, L. (ed.): *El discurso y sus espejos*. México: UNAM, pp. 237-253. Además de CHARAUDEAU, Patrick (2005b): "Un análisis semiolingüístico del discurso", en *Polifonía. Revista de lingüística y literatura*. Nos. 5 y 6. Barranquilla: UNIATLÁNTICO, pp. 9-28.

⁹ Charaudeau (2001b) también establece una distinción entre lo que denomina la lingüística de la lengua y la lingüística de discurso. La primera tiene como objeto la *lengua*, entendida como un sistema constituido por unidades lingüísticas que se vinculan por medio de relaciones sintagmáticas y paradigmáticas. En este sistema, el sentido se encuentra en las unidades mismas que lo constituyen. Por su parte, la lingüística de discurso tiene por objeto el estudio de la articulación de los hechos de lenguaje con los contextos de producción en los que aparecen.

2.2 Discurso y texto

Considerando que la frontera entre estas dos nociones es difusa, Charaudeau (2011) retoma la distinción que Jean-Michel Adam estableció dentro de la lingüística textual. Dicha distinción consiste en considerar *texto* y *discurso* como las dos caras complementarias de un objeto común. Por un lado, la lingüística del texto daría prioridad a la estructura interna de ese objeto, es decir, estudiaría su cohesión lingüística y la articulación de sus partes constitutivas. Por otro lado, el análisis del discurso se encargaría de la otra cara de ese objeto, abordándolo en su relación con factores de orden contextual. Si bien Charaudeau (2011) concuerda en su mayor parte con este punto de vista, considera que la relación de complementariedad no es tan simétrica, dado que un mismo discurso puede encontrarse en textos diferentes y un mismo texto puede ser portador de diversos discursos. Esta postura distingue aún más estas dos nociones.

El texto, según este lingüista francés, es el resultado (el producto terminado) de un intercambio comunicativo llevado a cabo por sujetos dentro de una situación social determinada. En su configuración, además de la materia verbal, pueden intervenir otras materias semiológicas, como la icónica y la gestual, que, en su conjunto, dan lugar a la integración textual. Considerado en su dimensión lingüística, el texto se caracteriza por su materialidad significativa (formas de oralidad o de escritura), por su configuración morfosintáctica y por su capacidad para captar los posibles efectos de sentido¹⁰ generados en el acto comunicativo.

El discurso, por su parte, está relacionado con el acto mismo de enunciación y con los mecanismos que determinan la construcción del sentido social. Esto implica que en su estudio deben considerarse varios factores, como: la naturaleza del sentido del discurso, las competencias que deben poseer los participantes del intercambio, la intencionalidad de éstos y los efectos que desean producir.

Para conocer (y describir) el sentido del discurso no sólo se requiere que el sujeto posea una competencia lingüística con la que pueda conocer el significado de las palabras contenidas en el enunciado, sino también se requiere que posea una competencia discursiva, que le permita trascender el sentido de lengua para remitirse a un conjunto de

¹⁰ En el apartado 2.5 ahondaremos en los efectos de sentido, por el momento nuestro interés se enfoca en distinguir las nociones de *texto* y *discurso*.

saberes¹¹, por medio de signos cuya relación entre significante y significado no es biunívoca. Y finalmente, requiere una competencia situacional con la que considere las condiciones de producción del acto comunicativo (Charaudeau, 2001b: 51). Esto nos permite percatarnos de que el sentido del discurso se obtiene por un proceso de inferencia a partir de la consideración de una base textual, de una categorización del mundo y de una base contextual. Por otra parte, dado que el sentido se construye en la interacción comunicativa, es necesario considerar que el sujeto, además de querer establecer una intercomprensión, puede tener la intención de producir en el otro una modificación en el estado de sus conocimientos, de sus creencias o de sus afectos. Por lo que no sólo buscaría simplemente comunicar algo, sino lograr efectos de influencia. Este conjunto de factores hace que el discurso se aborde considerando elementos semánticos, pragmáticos y argumentativos.

Una vez establecidas las diferencias entre *texto* y *discurso*, expondremos los postulados y los principios que fundamentan el enfoque teórico bajo el cual enmarcaremos nuestro posterior análisis.

2.3 El proceso de transformación y el proceso de transacción

El marco en el que nos inscribimos propone un modelo de funcionamiento del lenguaje que trata de articular los elementos externos y los elementos internos de la actividad lingüística. Esta perspectiva parte de la postulación de un doble proceso implicado en la construcción del sentido: un proceso de transformación y un proceso de transacción.

El proceso de transformación se relaciona con las categorías mediante las cuales un “mundo por significar” se convierte, por la actividad de un sujeto hablante, en un “mundo significado”, es decir, se relaciona con las operaciones mediante las cuales la realidad se transforma en discurso. En este proceso encontramos categorías que identifican a los seres del mundo, ya sean materiales o inmateriales, al ser reconocidos, conceptualizados y nombrados para poder hablar de ellos (identidades nominales). También se encuentran categorías que califican a estos seres al atribuirles propiedades y características que los discriminan y los especifican (identidades descriptivas). Por último, encontramos categorías que describen las acciones que realizan estos seres (identidades narrativas) y categorías que proporcionan las motivaciones de sus acciones.

¹¹ Hacemos referencia a los saberes de conocimiento y de creencia que constituyen los imaginarios sociodiscursivos que circulan en un grupo social a través de un juego interdiscursivo.

El proceso de transacción convierte ese “mundo significado” en el objeto del intercambio comunicativo. En este proceso se postulan cuatro principios: el *principio de alteridad* plantea que todo acto de lenguaje es un fenómeno de intercambio que se establece entre dos sujetos. Dichos sujetos son semejantes y diferentes a la vez. Son semejantes porque deben tener un mínimo de saberes compartidos y de motivaciones en común para que el intercambio se realice favorablemente. Son diferentes porque es precisamente esa diferencia la que hace perceptible e identificable al otro y porque cada uno juega un papel particular: uno juega el papel de sujeto comunicante, productor del acto de lenguaje, y otro juega el papel de sujeto interpretante. Este principio implica así un reconocimiento del otro y al mismo tiempo una legitimación del papel de cada uno en la interacción comunicativa. El *principio de pertinencia* postula que los participantes del acto comunicativo deben reconocer el “universo de discurso” contenido en el acto en cuestión. Este universo, construido mediante el proceso de transformación, incluye saberes sobre el mundo, sobre los valores psicosociales y sobre los comportamientos de un grupo social. El *principio de influencia* plantea que todo sujeto que produce un acto de lenguaje apunta a influir en el saber o el comportamiento del otro, como parte de un proyecto intencional. En este sentido, Amossy (2009: 67) menciona que “[...] incluso la palabra que no ambiciona convencer busca ejercer una influencia orientando hacia ciertas maneras de ver y de pensar”. El *principio de regulación* plantea que el sujeto hablante debe regular su acto comunicativo tomando en cuenta que el interlocutor tiene su propio proyecto de influencia, con eso en mente, tendrá que utilizar estrategias discursivas que le permitan lograr sus propios fines comunicativos.

Aunque el proceso de transformación y el proceso de transacción involucran procedimientos diferentes, se encuentran vinculados por el principio de pertinencia, el cual implica un conjunto de saberes construido gracias al proceso de transformación (Charaudeau, 2005b: 15). Es en el marco impuesto por el proceso de transacción en donde se determina que la estructuración sociodiscursiva de un acto de lenguaje se realiza en dos espacios: un espacio de obligaciones establecido, sobre todo, por el principio de alteridad y el principio de pertinencia; y un espacio de estrategias determinado por el principio de influencia y el principio de regulación.

2.4 El espacio de obligaciones y el espacio de estrategias

El espacio de obligaciones establece las condiciones mínimas que hay que satisfacer para poder producir y comprender un intercambio lingüístico. Estas condiciones comprenden, entre otros aspectos, el reconocimiento recíproco de los interlocutores (lo cual les indicará el papel que cada quien debe asumir), así como un saber previo sobre la experiencia del mundo y sobre los comportamientos de los individuos en una sociedad. Nos encontramos aquí en un nivel situacional que da cuenta de un espacio externo que determina la finalidad (fines discursivos) del acto de comunicación, las identidades psicosociales¹² de los participantes, el área temática a tratar y las condiciones materiales en las que se desarrolla la comunicación (Charaudeau, 2001a). El reconocimiento tácito por parte de los interlocutores de las convenciones psicosociales que regulan el acto de lenguaje constituye lo que se conoce como el *contrato de comunicación*. Este contrato representa las condiciones necesarias para poder producir y comprender un intercambio lingüístico, también representa un marco que estabiliza y predispone los comportamientos característicos en una situación.

El espacio de estrategias le otorga al sujeto cierto grado de libertad para elegir los medios discursivos, que lo ayuden a lograr de la manera más favorable su proyecto comunicativo. Si bien la construcción discursiva se determina en parte por las restricciones que impone la situación de comunicación, éstas no impiden que el sujeto pueda elegir de un conjunto de procedimientos discursivos posibles, aquellos que mejor le convengan para lograr sus objetivos comunicativos. Nos encontramos aquí en un espacio interno en el que acontece el acto de enunciación, que configura la identidad discursiva del sujeto enunciador y la identidad discursiva del sujeto destinatario (o enunciatario). En este espacio también se configura el texto, como resultado de las instrucciones dadas por la situación de comunicación y del proyecto de habla específico del sujeto.

La noción de *estrategia*, indica Charaudeau (2009b), sólo puede extenderse al dominio de la comunicación humana, refiriéndose tanto a la existencia de un marco contractual como a la existencia de un sujeto que interviene en el acto con sus propios objetivos comunicativos.

¹² La identidad psicosocial del participante se considera en tanto que sujeto de comunicación y por este motivo esta identidad debe mantener una relación de pertinencia con respecto al acto de lenguaje.

2.5 La construcción discursiva del sentido

En todo acto de lenguaje se pone en escena a cuatro sujetos: 1) un sujeto comunicante, productor del acto de lenguaje y 2) un sujeto interpretante, ambos con identidades psicosociales determinadas por la situación de comunicación; 3) un sujeto enunciatario y 4) un sujeto destinatario (o enunciatario), contruidos como identidades discursivas en el acto mismo de enunciación. Estos sujetos articulan lo que Charaudeau (2009a: 118-119) ha llamado los tres lugares de pertinencia, es decir, el lugar de las condiciones de producción, el lugar de la configuración del acto de lenguaje y el lugar de la interpretación. Estos lugares, y los procesos que se realizan en cada uno de ellos, determinan la construcción discursiva del sentido. A continuación reproducimos el esquema propuesto por Charaudeau (2009a:119) para representar los tres lugares de pertinencia:

Los tres lugares de pertinencia

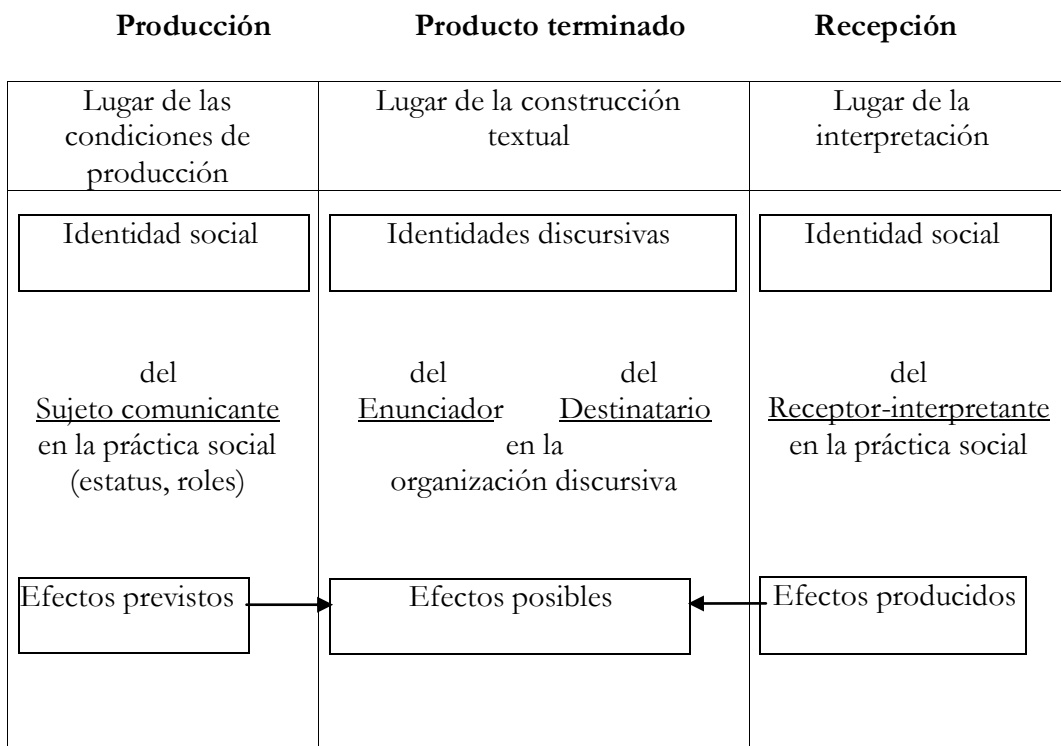


Figura 1. Co-construcción del sentido

Una parte del sentido de un acto de lenguaje se construye antes de entrar en la especificidad del discurso, dado que el contrato de comunicación predetermina una serie de condiciones necesarias para su producción e interpretación. Otra parte del sentido se construye a partir de los efectos discursivos que se instauran en la enunciación. La co-construcción del sentido se realiza a partir de ciertas inferencias interpretativas, que pueden clasificarse en

tres tipos: unas son las inferencias necesarias para reconocer las condiciones del contrato de comunicación; otras son las inferencias previstas por el sujeto comunicante para producir los efectos deseados en su interlocutor; y otras más son las inferencias no previstas por el sujeto comunicante, pero que se encuentran latentes en su mensaje, y que el sujeto interpretante construye en función de su propia intencionalidad (Charaudeau, 2009b). De esta forma, el sentido se construye tanto de los efectos supuestos¹³ que el sujeto comunicante pretende producir en el sujeto destinatario como de los efectos producidos por el sujeto interpretante, los cuales pueden coincidir o no con los efectos previstos. El producto terminado (el acto comunicativo en su configuración textual¹⁴) refleja tanto los efectos supuestos como los efectos producidos, que en él se articulan como efectos posibles¹⁵. Este modelo general de la construcción del sentido puede especificarse, como veremos más adelante, según sea la máquina comunicacional a la que se aplique.

A partir de estas nociones teóricas propuestas por Charaudeau en el marco de una perspectiva sociocomunicacional, podemos comenzar a delinear los criterios bajo los cuales determinaremos la pertenencia de nuestro corpus a un género discursivo. Determinar el género al que pertenece el corpus es una etapa fundamental que debe realizarse antes de comenzar el análisis de cualquier discurso. Si bien el sentido común indica que se trata del discurso político, es necesario exponer los procedimientos que nos permitirán establecer esto de una manera sistematizada.

¹³ Estos efectos se basan en la imagen ideal que el sujeto comunicante se construye del sujeto interpretante.

¹⁴ Como mencionamos en el apartado 2.2 la configuración textual debe entenderse como configuración del acto de lenguaje, sea cual sea su materia semiológica.

¹⁵ De esta forma, esta perspectiva no sólo se interesa por analizar lo que dice el discurso, sino también por descubrir los efectos que es susceptible de producir.

3. Caracterización de los géneros discursivos: dos propuestas

Dentro de la literatura sobre el tema podemos encontrar diversos parámetros para establecer tipologías discursivas: algunas se fundan en criterios enunciativos, otras consideran el sitio institucional en donde se produce el discurso, otras más parten de un posicionamiento ideológico. El tema de los géneros discursivos es vasto¹⁶, por lo que sólo podemos señalar que cada uno de los criterios con los que se ha tratado de establecerlos, cobra validez de acuerdo con el objetivo de análisis que uno se proponga. Por ello, siguiendo nuestro objetivo, consideramos pertinente comenzar este apartado con la clasificación que Aristóteles hace de los discursos retóricos, en virtud de los vínculos que éstos mantienen con los modos de persuasión. Posteriormente, retomaremos los planteamientos de Charaudeau, profundizando más en su teoría, para establecer los procedimientos que, según este autor, deben considerarse en la determinación de un género discursivo.

3.1 Los géneros retóricos de Aristóteles

En la *Retórica* (I, 1358a 34-36) Aristóteles postula tres géneros retóricos: el deliberativo, el epidíctico y el forense (o judicial). Las características de cada uno de estos géneros pueden determinarse en torno de:

- a) El tipo de auditorio al que se dirige el orador (ciudadanos, espectadores, jueces)
- b) El tipo de actividad que el auditorio debe realizar (decidir, evaluar, juzgar)
- c) Los fines que persigue el orador (aconsejar/disuadir; elogiar/vituperar; defender/acusar)
- d) El tipo de valores que se aluden (lo benéfico y lo perjudicial; lo hermoso y lo vil; lo justo y lo injusto)
- e) El tipo de argumentación más conveniente (paradigma, amplificación, entimema)
- f) El tiempo al que se refiere la argumentación (futuro, presente, pasado)

Al género deliberativo pertenecen aquellos discursos en los que el orador pretende aconsejar o disuadir a los ciudadanos de la conveniencia o inconveniencia de realizar (o no) lo que se propone en la Asamblea política. Esto significa que se habla de acontecimientos venideros o futuros. La deliberación versa sobre el bien y el interés comunes. A este

¹⁶ Puede verse al respecto *Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas: teorías y análisis*, SHIRO, M., CHARAUDEAU, P., y GRANATO, L. (eds.), Madrid: Iberoamericana; Frankfurt: Vervuert, 2012.

respecto, Aristóteles (*Retórica* I, 1359a 37-39) nos dice: “Y es claro esto, acerca de cuántas cosas es el deliberar. Y tales son, cuantas naturalmente se refieren a nosotros y de las cuales el principio de su existencia está en nosotros”¹⁷. El tipo de argumentación característico es el paradigma o ejemplo, ya que es útil para persuadir a la Asamblea de que algo similar a lo ocurrido en el pasado puede acontecer en el futuro, se trata de un proceso de inducción que intenta probar por casos concretos una tesis general.

En el género epidíctico el auditorio es el espectador que escucha al orador elogiar o censurar a una persona, las actuaciones de los hombres o hechos concretos dignos de alabanza o de rechazo. El tiempo del discurso es el presente, aunque también pueden aparecer referencias a sucesos pasados. El público evalúa el talento que tiene el orador para alabar lo hermoso y lo virtuoso o para reprobar lo feo y lo despreciable. Este tipo de discurso se caracteriza por amplificar, positiva o negativamente, aquello de lo que se habla.

El género forense o judicial se instaura en los juicios democráticos, en donde el litigante intenta acusar o defender a alguien en relación con un hecho del pasado. Después de escuchar las narraciones y los argumentos presentados, los jueces deben juzgar lo justo o lo injusto de los hechos¹⁸. Los argumentos en este tipo de discurso tienen una naturaleza deductiva, que va de lo general a lo particular del caso. Aristóteles nombró a estos argumentos *entimemas*, esto es, silogismos cuya estructura permite la omisión de una de las premisas o la conclusión, por considerarlas consabidas o implícitas en el enunciado. Su contenido se encuentra fundado en lo verosímil.

En los tres géneros discursivos, el orador tiene que poner en marcha estrategias persuasivas (*písteis*) que, además de referirse a la argumentación misma del discurso (*logos*), susciten emociones y pasiones en el público (*pathos*), y proyecten favorablemente el carácter del orador (*ethos*), a través de una sabia elección y disposición de las palabras adecuadas (*léxis*) (López Eire, 2005:121-123).

Cabe señalar que para persuadir al auditorio y apropiarse de sus voluntades también es necesario que el discurso esté estructurado y organizado de cierta manera. En los tratados de retórica tradicionalmente se aceptan cuatro partes del discurso: *exordium*, *narratio*, *argumentatio* y *peroratio*. El *exordium* es el comienzo del discurso, tiene como objetivo llamar

¹⁷ Los temas a los que hace referencia Aristóteles en la *Retórica* son: los ingresos, la guerra, la paz, la seguridad del país, la exportación e importación y la legislación.

¹⁸ La determinación de lo justo y de lo injusto se hace con base en las nociones de justicia y de ética que prevalecen en cada sociedad.

la atención del auditorio y despertar su interés por el asunto a tratar. En la *narratio* se exponen los hechos o acciones que constituyen el asunto del discurso. Según Aristóteles (*Retórica III*, 1417a 1-4), en esta parte el orador debe ser mesurado y limitarse a enunciar “cuantas cosas aclararán el hecho, o cuantas harán suponer que ha sucedido, o que se causó daño o que se injurió”. En la *argumentatio* se presentan las pruebas o vías de persuasión. Aristóteles (*Retórica I*, 1355b 35) las clasificó en: a) aquellas ajenas al arte retórico (pruebas extra-técnicas), es decir, aquellas que no han sido suministradas por los propios medios del orador, como testigos, torturas, escritos; y b) aquellas pertenecientes al arte en cuestión (pruebas técnicas), es decir, aquellas suministradas por el orador en el discurso mismo. La *peroratio* es la parte final del discurso, en ella el orador hace una recapitulación de lo enunciado e intenta por última vez persuadir al auditorio y mover sus pasiones para lograr su adhesión.

3.2 El género discursivo desde la perspectiva sociocomunicacional de Patrick Charaudeau

El género discursivo, para Charaudeau (2004, 2012b), se constituye a través de los diferentes niveles de estructuración del acto de lenguaje. Cada uno de estos niveles, el nivel de la situación comunicativa, el nivel de la construcción discursiva y el nivel de la construcción textual, aporta un principio de clasificación que le es propio.

3.2.1 El nivel de la situación comunicativa

El nivel situacional establece, en primer lugar, el contrato global de comunicación, determinando la pertenencia de los discursos a cierto ámbito comunicativo (político, científico, mediático, religioso). Establecer que una serie de discursos pertenece a un ámbito de comunicación específico depende de la conjugación de determinadas condiciones situacionales.

Cada situación de comunicación selecciona uno o varios objetivos para definir su finalidad. En este nivel ambos elementos (finalidad y objetivos) cobran especial relevancia, dado que determinan la orientación discursiva en función de la relación que el sujeto comunicante quiere instaurar con su interlocutor. La finalidad del acto de lenguaje constituye la respuesta a la pregunta implícita: ¿Estoy aquí para decir qué?, respuesta que se expresa en términos de fines discursivos (prescripción, solicitud, información, incitación, instrucción) (Charaudeau, 2001a). Por otro lado, los objetivos son definidos en torno a dos criterios¹⁹:

- 1) La intención pragmática del YO en relación con su posición de legitimidad y en virtud del tipo de relación que lo une al TÚ.
- 2) La posición que al mismo tiempo se le atribuye a TÚ.

Para ilustrar mejor el establecimiento de los objetivos con base en estos criterios, retomaremos algunas de las descripciones que Charaudeau (2004) hace al respecto:

- ♣ El objetivo de prescripción: YO tiene la intención de "mandar hacer" (o "no hacer") al TÚ. YO está legitimado para mandar hacer y además posee autoridad para poder sancionar. TÚ se encuentra en posición de "deber hacer".

¹⁹ Estos dos criterios deben entenderse en el marco del acto discursivo mismo.

- ♣ El objetivo de solicitud: YO tiene la intención de "saber". YO está en posición de inferioridad de saber frente al TÚ, pero legitimado en su solicitud. TÚ está en posición de "deber responder" a la solicitud.
- ♣ El objetivo de incitación: YO tiene la intención de "hacer hacer", "hacer pensar" o "hacer decir" al TÚ. YO no tiene una posición de autoridad para poder sancionar, por lo que sólo puede incitar a hacer; debe, entonces, "hacer creer" al TÚ (por persuasión o por seducción) que será el beneficiario de su propio acto, asegurándose con ello de que TÚ pensará y actuará en la dirección deseada. TÚ está en posición de "deber creer" que si actúa es por su bien.

En una misma situación de comunicación se pueden manifestar varios objetivos, y un mismo objetivo puede aparecer en diferentes situaciones. No existe, por lo tanto, una correspondencia biunívoca entre objetivo discursivo y situación de comunicación.

La finalidad se combina con los otros componentes de la situación de comunicación. Por ejemplo, en el ámbito de la comunicación política se manifiesta un objetivo de incitación, que se estructura con la identidad de los interlocutores (político/ciudadano/adversario), con el tema del discurso y su organización (el ideal del bienestar social), y con las circunstancias que precisan las condiciones materiales de la comunicación (mitin, parlamento).

Así pues, a través de las características de sus componentes, la situación de comunicación determina las condiciones de producción y de reconocimiento del acto comunicativo; pero además da lugar a ciertas especificaciones que constituyen contratos particulares de comunicación o subcontratos del contrato global. Estas especificaciones nos permiten ubicar, por ejemplo, al contrato de comunicación del discurso electoral como un subcontrato del contrato global de comunicación política. Ahora bien, el contrato particular de comunicación tiene otro nivel en el que se instauran variantes, las cuales especifican aún más algunos de sus componentes (Charaudeau, 2004). Estas variantes describen sobre todo las condiciones materiales en las que se instaura el contrato, por ejemplo, el contrato del discurso electoral tiene como variante el mitin de campaña.

De esta forma, el nivel de la situación comunicativa aporta la siguiente clasificación:

La estructuración de los géneros a partir de la situación comunicativa			
Primer nivel	Situación global de comunicación	Género	Discurso político
Segundo nivel	Situación particular de comunicación	Subgénero	Discurso electoral
Tercer nivel	Situación material específica	Variante	Mitin de campaña

Cuadro 1. Los géneros a partir de la situación comunicativa

3.2.2 El nivel de la construcción discursiva

El nivel de la construcción discursiva se instaura bajo las restricciones impuestas por la situación de comunicación. En él, los elementos situacionales generan instrucciones que le permiten al sujeto comunicante definir la organización discursiva.

Como se mencionó en el apartado anterior, en el nivel situacional la finalidad constituye la respuesta a la pregunta ¿Estamos aquí para decir qué? En el nivel de la construcción discursiva aparece la pregunta ¿Estamos aquí para hablar/escribir cómo? Esta última pregunta se relaciona con las llamadas estrategias de puesta en escena del discurso²⁰. Estas estrategias se clasifican en tres tipos: enuncivas, enunciativas y semánticas.

Las estrategias de orden enuncivo remiten a lo que Charaudeau (1992, 2001a) ha denominado los modos de organización del discurso²¹, a saber, el modo descriptivo, el modo narrativo, el modo argumentativo y el modo enunciativo. El modo descriptivo permite nombrar y calificar los entes del mundo de manera objetiva o subjetiva. El modo narrativo permite organizar el curso de las acciones que los seres del mundo realizan y los acontecimientos en los que intervienen. El modo argumentativo consta de una actividad cuádruple: *problematizar, tomar posición, elucidar y probar*. Problematizar consiste en “proponer al interlocutor un área temática (una propuesta) y el marco de cuestionamiento en el cual se desea argumentar” (Charaudeau, 2009f: 280). Tomar posición consiste en indicar qué punto

²⁰ Estas estrategias no deben ser confundidas con las estrategias propiamente lingüísticas.

²¹ Charaudeau (1992: 635) entiende por modos de organización del discurso un conjunto de procedimientos que permiten poner en escena el acto de comunicación. Los modos de organización no se excluyen, ya que pueden encontrarse en un mismo texto, y en ocasiones uno de ellos puede prevalecer sobre los otros, dependiendo de la intención comunicativa que persiga el sujeto hablante.

de vista se quiere defender (a favor o en contra de qué se está). La actividad de elucidación lleva al sujeto a presentar la cadena de causalidades que lo condujo a comprometerse en esa toma de posición. Finalmente, tiene que proporcionar los argumentos que le permitan probar que su punto de vista está bien fundamentado (Charaudeau, 2009f: 280). El modo enunciativo posee un estatus especial ya que, como veremos más adelante, interviene en la puesta en escena de los otros tres modos de organización dando cuenta de la posición del locutor con respecto a sí mismo y con respecto a los demás.

Las estrategias de orden enunciativo remiten a la construcción de los roles enunciativos: YO (rol elocutivo), TÚ (rol alocutivo), EL (rol delocutivo) y a los procedimientos de modalización que nos muestran las actitudes del orador con respecto a lo enunciado, así como la imagen de sí mismo que quiere construir y la imagen que quiere construir del otro o los otros. Estas estrategias delimitan la situación de enunciación, que se desprende del marco situacional (Charaudeau: 2001a).

Las estrategias de orden semántico se construyen en torno del principio de pertinencia, el cual remite a los saberes que los sujetos del intercambio deben compartir²² y reconocer si quieren llegar a un entendimiento mutuo. Charaudeau (2003: 54-57) propone distinguir entre saberes de conocimiento y saberes de creencia²³:

- Los saberes de conocimiento provienen de representaciones racionalizadas de los fenómenos del mundo, es decir, de representaciones objetivas e independientes del sujeto. Estos saberes se relacionan con las teorías y las doctrinas.
- Los saberes de creencia provienen de los juicios de valor que se instauran en los grupos sociales, por lo tanto, dependen de la mirada subjetiva del sujeto. Estos saberes se relacionan con las ideologías, las opiniones y los comportamientos de los seres del mundo.

En los saberes de creencia se pueden distinguir tres tipos de opiniones (Charaudeau, 2009e: 35-40):

²² “Compartir” no quiere decir que el sujeto se adhieran a lo expuesto por el otro, sino que reconoce el universo de discurso del intercambio en el que está involucrado.

²³ Los saberes de conocimiento y los saberes de creencia constituyen lo que llamamos *imaginarios sociodiscursivos*, es decir, “posibles interpretaciones que proceden de inferencias que los enunciados nos permiten hacer según el contexto” (Charaudeau, 2009e:31).

- 1) La opinión común: es compartida por el conjunto de la humanidad, tiene un alcance universal y se expresa con proverbios, dichos o enunciados de valor general, como: “Todo el mundo piensa que...”, “La pobreza no es un vicio”.
- 2) La opinión relativa: es compartida por un grupo de extensión limitada; se inscribe en un espacio de discusión, por lo que el locutor se adhiere a ella o la rechaza dependiendo de su pertenencia o no al grupo en cuestión. Se manifiesta con expresiones como: “Pienso (como otros y en contra de otros) que Europa es algo bueno para Francia”.
- 3) La opinión colectiva: la comparte un grupo que se caracteriza por tener una naturaleza esencialista y una fuerte identidad comunitaria. Se identifica con expresiones del tipo: “Pienso como los X de los que formo parte que los Y son Z”.

El sujeto debe decidir, considerando los componentes de la situación, si es pertinente utilizar un saber de conocimiento o un saber de creencia para establecer la fuerza de verdad²⁴ de su discurso. Es decir, si funda su discurso en un “orden de las cosas” (de lo que ha sido establecido como algo universal) o en una doxa que determina una toma de posición respecto a lo que cada uno considera verdadero. El sujeto también puede establecer un juego entre saberes haciendo pasar un saber de creencia como un saber de conocimiento y viceversa. “Esto se ve claramente en el discurso político que trata de erigir como norma universal proveniente del conocimiento, lo que sólo es norma moral proveniente de la opinión” (Charaudeau, 2009e: 41).

De esta forma, el nivel situacional y el nivel discursivo se relacionan: la finalidad determina una cierta elección de los modos enuncivos (descriptivo, narrativo, argumentativo); la identidad de los interlocutores determina ciertos modos enunciativos (elocutivo, alocutivo, delocutivo); el objeto del discurso determina la presentación de saberes de conocimiento o de saberes de creencia; y las circunstancias materiales determinan la escenografía y la materia semiológica de la puesta en escena del acto comunicativo. El nivel de las restricciones discursivas puede considerarse como un lugar intermedio entre el nivel de las restricciones situacionales y el nivel de la configuración textual.

²⁴ La fuerza de verdad establece un *valor de verdad* cuando se encuentra en el terreno de la verdad incuestionable, que se apoya en la evidencia, y establece un *efecto de verdad* cuando se encuentra en el terreno de las opiniones, de lo que se cree verdadero (Charaudeau, 2005a:162; 2003:60).

En este nivel proponemos establecer la clasificación siguiente:

Las estrategias de puesta en escena del discurso		
Estrategias enuncivas	Modos de organización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modo descriptivo ▪ Modo narrativo ▪ Modo argumentativo ▪ Modo enunciativo
Estrategias enunciativas	Procedimientos de modalización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modalidad elocutiva ▪ Modalidad alocutiva ▪ Modalidad delocutiva
Estrategias semánticas	Sistemas de pensamiento	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saberes de conocimiento ▪ Saberes de creencia

Cuadro 2. Las estrategias de puesta en escena del discurso

3. 2. 3 El nivel de la construcción textual

El nivel de la configuración textual está determinado tanto por las restricciones de la situación comunicativa como por las restricciones discursivas. Este estrato remite a las ocurrencias formales que dan cuenta de ciertas regularidades en la configuración textual²⁵.

La situación de comunicación, a través de las características de sus componentes, da instrucciones para la organización discursiva y ésta a su vez determina parcialmente la elección de los recursos formales²⁶. Charaudeau (2012b: 37-38) propone algunos elementos que se deben considerar en la organización formal:

- ~ Las formas de oralidad o de escritura: éstas dependen de la situación en la que se encuentran los participantes del intercambio: una situación interlocutiva, una situación monolocutiva, con co-presencia física o sin co-presencia física.
- ~ La composición textual: aquí hay que considerar, por un lado, una composición externa, que concierne al contorno del texto, a la disposición de los distintos elementos que constituyen su periferia (el paratexto²⁷); y por otro lado, una composición interna: su organización en partes, la articulación entre éstas, y todo el sistema de iteraciones y anáforas entre una y otra (Charaudeau, 2001a).

²⁵ Cabe aclarar que aquí nos enfocamos en la materia lingüística de la configuración textual.

²⁶ Las restricciones discursivas no deben entenderse como una imposición para usar determinados recursos formales.

²⁷ Noción que Charaudeau retoma de Genette (1982): *Palimpsestes*. Paris: Le Seuil.

- ~ La configuración lingüística: en la que se estructura todo lo que concierne al aparato formal de la enunciación; por ejemplo, los distintos tipos de construcciones, los conectores, los pronombres, además de la fraseología y las recurrencias léxicas.

El producto de este proceso, el texto, como todo hecho lingüístico, se caracteriza por su materia signifiante y por su configuración formal. Pero, al ser el producto de un sujeto que se encuentra en una determinada situación contractual, se caracteriza además por las condiciones de la situación comunicativa y por las propiedades singulares aportadas por el proyecto discursivo del sujeto. El texto resulta, entonces, de un contrato comunicacional y de la estrategia individual del sujeto (Charaudeau, 2012b: 38).

La teoría de los géneros propuesta por Patrick Charaudeau establece así una caracterización de los discursos basada en los diferentes contratos de comunicación en los que aparecen, esto permite mostrar en qué medida los contratos son similares o diferentes²⁸, si pueden entrecruzarse o si se incluyen unos en otros; además, permite reconocer las estrategias discursivas que acontecen en cada uno de los géneros establecidos.

²⁸ Por ejemplo, el discurso político, el discurso promocional y el discurso publicitario tienen los siguientes rasgos en común: surgen en situaciones de comunicación que tienen el objetivo de incitar a hacer, se desarrollan en el espacio público y tienen instancias colectivas (Charaudeau, 2012a).

4. El género del discurso político

En sintonía con los planteamientos anteriores, en este apartado describiremos los elementos que integran el contrato de comunicación política, así como las características generales del discurso político. Esto nos permitirá establecer, posteriormente, las especificidades constitutivas del discurso electoral. Para lograr este objetivo, además de retomar los postulados de Aristóteles y de Charaudeau, consideraremos otras propuestas que han realizado algunas autoridades sobre el tema.

4.1 El contrato de comunicación política

El contrato de comunicación es el reconocimiento, por parte de los interlocutores, de las condiciones necesarias para producir y comprender un acto comunicativo. Estas condiciones confluyen en una determinada situación comunicativa. A continuación detallaremos cada uno de los elementos que forman parte del contrato de comunicación política.

4.1.1 Las instancias del contrato

La primera pregunta que debemos contestar es ¿Quiénes son los participantes de este contrato? Los participantes son sujetos comunicantes e interpretantes que, en virtud de sus identidades psicosociales, representan una entidad colectiva. Por ello, no se trata de sujetos empíricos, sino de instancias (Charaudeau, 2005a: 42). En el dispositivo de la comunicación política participan cuatro instancias: la instancia política, la instancia ciudadana, la instancia adversaria y la instancia mediática.

La instancia política es una entidad en la que se instauran distintos estatus y diversas situaciones. Se establecen distintos estatus en relación con los cargos y funciones de los actores políticos: jefe de Estado, jefe de gobierno, representantes parlamentarios, candidatos. Se instauran diversas situaciones porque la instancia puede encontrarse en una situación de debate (en la que tiene que confrontarse con otra parte opositora), en una situación de declaración (en la que tiene que hacer declaraciones ante el pueblo), en una situación de campaña electoral (en la que debe defender un proyecto) (Charaudeau, 2002: 116). Esta diversidad de situaciones hace que la instancia política establezca con la instancia ciudadana distintas relaciones, las cuales dependen de la manera en que la instancia política

concibe a la instancia ciudadana: como militantes con una orientación política definida, como un público heterogéneo sin características particulares, etc.

Los actores de la instancia política están motivados por el deseo de acceder al poder y mantenerse en él; pero este anhelo no lo pueden hacer explícito, ya que sería contraproducente (Charaudeau, 2005a: 43). De ahí que el discurso de la instancia política sólo pueda emplearse para:

- ❖ Justificar y defender las decisiones y las acciones de los actores políticos para obtener una aprobación.
- ❖ Criticar las ideas y las propuestas de los adversarios políticos, intentando con ello fortalecer su propia posición.
- ❖ Proponer proyectos políticos en los comicios electorales para hacer votar.
- ❖ Apelar al consenso social para obtener el apoyo de los ciudadanos.

El hecho de que el actor político represente a una determinada entidad política (institución, partido) le otorga el derecho para hablar y para dirigirse a los demás de determinada manera; es decir, le otorga legitimidad en nombre de un status, de un saber o de un saber-hacer.

La instancia ciudadana está constituida por un conjunto de individuos que tienen conciencia del papel que deben jugar en los asuntos públicos y políticos de su país. Esto significa que la noción de ciudadano no se restringe al individuo que tiene derecho a sufragar, sino que también comprende al individuo que quiere influir en los rumbos de la vida política, que ejerce y defiende sus derechos y que está atento a los actos de su gobierno.

La composición heterogénea de la instancia ciudadana hace de ella una instancia de recepción compleja, en la que se establece una multidestinación simultánea (García y Zoppi, 1992:32). En efecto, desde esta instancia podemos identificar varios tipos de receptores ciudadanos a partir de los cuales se configuran los posibles enunciatarios del discurso político.

Como se señaló anteriormente, la instancia política establece distintas relaciones con la instancia ciudadana, dependiendo de la situación comunicativa en la que se encuentre. Por ello, los receptores no siempre serán los mismos ni se encontrarán en la misma posición.

Albaladejo (2000) hace una distinción entre los receptores facultados para decidir y los receptores que no lo están. Podemos ilustrar esto poniendo como ejemplo diversas situaciones. En primer lugar, podemos ubicarnos en un recinto legislativo en donde el receptor prototípico del discurso parlamentario es un grupo de diputados o de senadores que, en su calidad de representantes políticos, tiene el derecho de decidir sobre una determinada iniciativa de ley. Por lo tanto, este tipo de receptor se encuentra más cercano a la instancia política que a la instancia ciudadana. En segundo lugar, podemos ubicarnos en un debate de campaña en el que los receptores del discurso electoral son, por un lado, los ciudadanos que tienen el derecho a decidir quiénes serán sus representantes, por otro lado, los adversarios políticos que se encuentran también en la búsqueda del poder.

Los receptores ciudadanos no tienen derecho a decidir de manera institucional cuando son meros espectadores de los debates parlamentarios y cuando no se encuentran en periodos electorales. Sin embargo, aunque éstos y otros ciudadanos no puedan decidir por estos medios, sí pueden decidir si están o no de acuerdo con las decisiones tomadas e iniciar así un discurso de reivindicación y de protesta. La instancia ciudadana puede instituirse como un contrapoder (Charaudeau, 2009d).

Si bien las relaciones que se establecen entre la instancia política y la instancia ciudadana son mucho más complejas, podemos basarnos en la propuesta de Eliseo Verón²⁹ (1987), trasladarla a un plano externo y postular tres grandes tipos de receptores del discurso político:

- El receptor partidario de la instancia política, que comparte con ésta sus ideas, sus valores y sus objetivos. Este receptor integra un colectivo de identificación.
- El receptor indeciso, aquel que todavía no ha tomado una postura. En él se enfoca todo lo relacionado con la función persuasiva.
- El receptor adversario, ciudadano o político, que queda excluido del colectivo de identificación.

La instancia adversaria compite con la instancia política por la aprobación social y la conquista de la ciudadanía. Esta situación de rivalidad articula entre estas instancias un juego discursivo en el que cada una deberá responder, de manera recíproca, a un discurso

²⁹ En la enunciación, Verón (1987) postula un prodestinatario (el partidario), un paradestinatario (el indeciso) y un contradestinatario (el adversario).

precedente que la alude, la crítica y la refuta. La existencia de esta instancia hace que el discurso político adquiera una dimensión polémica.

La instancia mediática, propia del espacio público, en su papel de informar y de promover el debate democrático, se atribuye el derecho de relatar, comentar e incluso denunciar el acontecer político. Este hecho, aunando con la labor de edición, la lleva a transformar y a fragmentar los eventos y los discursos que pasan a través de sus múltiples canales: televisión, radio, prensa escrita, Internet. Se trata de la mediatización de la política, es decir, el proceso por el cual los medios masivos de comunicación imponen su lógica en la construcción de la realidad política (Catalán y Sunkel, 1991, *apud* Mangone y Warley: 1994:10). Los actores políticos, por su parte, han sabido aprovechar los medios de difusión de la instancia mediática, prueba de ello lo encontramos en los debates televisivos entre candidatos, en las entrevistas que otorgan a reconocidos periodistas y en los esporádicos mensajes presidenciales en cadena nacional. La instancia mediática representa para ellos una nueva forma de vincularse con la opinión pública.

4.1. 2 La finalidad del contrato

Una vez identificados los participantes debemos identificar la finalidad discursiva que los une. Como mencionamos anteriormente³⁰, la finalidad constituye la respuesta a la pregunta ¿Estamos aquí para decir qué? Siguiendo a Charaudeau (2009c), propondremos que la situación de comunicación en la que se produce el discurso político posee un objetivo de incitación. En este objetivo:

- ♣ YO tiene la intención de “hacer hacer”, “hacer pensar” o “hacer decir” al TÚ.
- ♣ YO no se encuentra en posición de poder sancionar al TÚ, por lo que no puede mandarlo u obligarlo.
- ♣ YO debe entonces “hacer creer” al TÚ (por persuasión o por seducción) que si actúa como se le indica será el beneficiario de su propio acto.
- ♣ TÚ se encuentra en posición de "deber creer" que si actúa es por su bien.

La instancia política, ya sea que intente acceder al poder o se encuentre ya ejerciéndolo, tiende hacia un “actuar sobre el otro”. En el primer caso, intentará hacer adherir al ciudadano a sus promesas; en el segundo, intentará justificar su acción política. En ambos

³⁰ Ver apartado 3.2.1 El nivel de la situación comunicativa

casos, la instancia política se involucra en un acto de lenguaje cuyo objetivo es modificar el saber o el comportamiento de los demás por medio de la persuasión y la seducción.

El discurso político se encuentra, por este hecho, intrínsecamente relacionado con los modos de persuasión establecidos por Aristóteles en su *Retórica*. Para el Estagirita hay tres clases de persuasiones suministradas mediante el discurso: “unas, en efecto, están en el carácter del que habla; otras, en disponer de alguna manera al oyente; otras, en el discurso mismo, por medio del mostrar o aparecer que se muestra” (*Retórica I*, 1365a 2-5). Es decir, por un lado, el *ethos*, con el que el orador se construye discursivamente una imagen que le permita lograr una mayor identificación con su auditorio, por otro lado, el *pathos*, con el que intenta tocar la estructura afectiva del auditorio para predisponerlo favorablemente a su causa, y finalmente, el *logos*, entendido en el sentido de argumentación persuasiva.

4.1.3 El dominio temático y la organización del discurso político

Una vez identificados los participantes y la finalidad del contrato, debemos adentrarnos en el nivel de la construcción discursiva para establecer el dominio temático y la organización del discurso político. Como mencionamos anteriormente³¹, Charaudeau plantea cuatro modos de organización del discurso: el enunciativo, el descriptivo, el narrativo y el argumentativo. El objetivo de incitación del discurso político nos lleva a proponer que en la construcción de este tipo de discurso interviene de manera sobresaliente³² el modo argumentativo. En efecto, en el discurso político el sujeto se sirve del modo argumentativo para exponer un marco de cuestionamiento, una toma de posición y una serie de argumentos, con el fin de que el otro participante no encuentre refutaciones posibles y termine por compartir la visión que se le propone (Charaudeau, 2009f:280). Por supuesto, en el contexto persuasivo³³ la argumentación no es lógica, no se trata de establecer la verdad, sino un determinado punto de vista. Es por eso que se impone una razón subjetiva

³¹ Ver apartado 3.2.2 El nivel de la construcción discursiva

³² Esto significa que no es el único que se encuentra en el discurso político.

³³ Charaudeau expone tres tipos de contextos comunicacionales: el contexto de *explicación*, el contexto de *demonstración* y el contexto de *persuasión*. En el contexto de explicación “la verdad ya está establecida fuera del sujeto. El sujeto que explica supone que el otro no conoce esta verdad y hace que tenga conocimiento de ella. Encontramos este fenómeno en las situaciones de información y de enseñanza” (Charaudeau, 2009f: 281). El contexto de demostración “pone al sujeto en una posición en la que debe establecer una verdad y aportar la prueba más irrefutable posible de esa verdad. [...] Encontramos este tipo de contexto en las situaciones de coloquios o escritos científicos” (Charaudeau, 2009f: 281). En el contexto de persuasión “el sujeto no debe establecer una verdad, sino más bien tener razón y hacer que el otro comparta esta razón. [...] Encontramos este tipo de contexto en todas las situaciones de comunicación propagandísticas, así como en la mayoría de las conversaciones habituales” (Charaudeau, 2009f: 281).

que, con el fin de producir efectos, se conjuga con elementos pasionales (*pathos*) y con la imagen que proyecta el orador (*ethos*).

El campo temático gira en torno de un ideal de convivencia social, por eso el discurso político trata lo relacionado con la administración de los asuntos públicos y gubernamentales (Charaudeau, 2005a: 146-147). Como discurso de carácter público que pretende lograr el mayor consenso posible, se le presentan dos cuestiones fundamentales: la primera es ¿qué sistema de valores elegir para lograr establecer un lazo social entre los miembros de una instancia heterogénea? La segunda es ¿de qué manera presentar esos valores?

En un primer momento podría pensarse que los valores elegidos por la entidad política se corresponden con sus propias convicciones, sin embargo, en su elección intervienen otros factores. La instancia política debe considerar que sus valores pueden no coincidir con los valores dominantes de la opinión pública, por lo que, si quiere obtener un consenso favorable, tendrá que adaptarse a los valores de la mayoría³⁴. Otro factor a considerar radica en el hecho de que los valores pueden cambiar con el paso del tiempo, redefinirse y distribuirse de manera diferente entre los grupos de opinión, lo cual implica que no siempre generarán las mismas opiniones (positivas o negativas). Algunos valores invocados comúnmente en el discurso político son: la libertad, la justicia, la igualdad, la honestidad y la solidaridad.

Dado que la instancia receptora está constituida por un grupo heterogéneo de individuos, el discurso político debe presentar su contenido ajustándose a una condición de simplicidad, lo cual no significa que la estructura del discurso político sea simple, por el contrario, se trata de presentar de manera aparentemente sencilla un sistema de valores extremadamente complejo.

Otro factor importante en el discurso político es el tipo de argumentos que se ponen en escena. No es nuestra intención exponer aquí cada uno de los argumentos que puedan aparecer en el discurso político, solamente realizaremos una breve y general referencia a los más recurrentes:

³⁴ Sin embargo, no debe alejarse mucho de los valores que le son propios o característicos, ya que corre el riesgo de contradecirse y perder el apoyo de sus partidarios.

- El *argumento por el peso de las cosas*: se utiliza para justificar una decisión política; desplaza las indeterminaciones del mundo político hacia las determinaciones del mundo físico. Ejemplo: “Lo que sucede nos obliga a actuar así” (Plantín, 2002: 72).
- El *argumento voluntarista*: se utiliza para rechazar el determinismo establecido por el argumento por el peso de las cosas; permite dar paso a la figura del dueño de la situación y a la figura del hombre providencial. Ejemplo: “Donde hay voluntad, hay un camino” (Plantín, 2002: 72).
- El *argumento de autoridad*: consiste en sostener una conclusión P, puesto que X dice que P y X es una autoridad en la materia (Plantín, 2002: 145).
- El *argumento pragmático*: consiste en apreciar un acto o un acontecimiento con arreglo a sus consecuencias presentes o futuras (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989: 410)
- El *falso dilema*: plantea únicamente dos alternativas u opciones, dejando a un lado otras posibilidades: “De Gaulle o el caos” (Charaudeau, 2009f: 290)
- El *argumento ad hominem*: se enfoca en atacar directamente la figura del oponente para quitarles validez a sus argumentos. Su estructura básica puede formularse así (Walton, 2008: 213) :

A es una persona de mala conducta

Por lo tanto, el argumento **B** de **A** no debería ser aceptado

Por último señalaremos tres procedimientos frecuentes en este tipo de discurso. El primero de ellos es la singularización, que consiste en evitar la presentación abundante de ideas para no generar confusión, ya que, como indica Charaudeau (2009f: 291), “demasiadas ideas matan la idea”. El procedimiento de esencialización, que a menudo acompaña al anterior, consiste en presentar y en condensar una idea compleja en una forma nominalizada³⁵. El uso constante de esta nominalización en determinados contextos, la convierte en portadora de una noción que se impone de manera absoluta e incuestionable. El procedimiento por analogía consiste en establecer semejanzas con personas, situaciones y acontecimientos del pasado para generar un impacto en el auditorio.

³⁵ Por ejemplo, los términos globalización, inmigración, inseguridad.

4.1.4 Las condiciones materiales del contrato

En este punto surge la pregunta ¿En qué circunstancias se comunica? Para tratar de responder esta pregunta haremos una breve referencia a algunas de las variantes en las que se desarrolla el contrato de comunicación política.

En primer lugar, considerando como dos grandes ejes el tiempo y el espacio, y siguiendo a Velázquez García-Talavera (2002: 273-274), delimitaremos dos momentos importantes en los que acontece el discurso político: un *momento sostenido*, que corresponde a los periodos legislativos y a la actividad política cotidiana, y un *momento álgido*, correspondiente a los periodos de campañas electorales. En estos dos momentos ocurren variantes diferentes. En el primer caso, los escenarios que enmarcan la puesta en escena del discurso (y que condicionan los contenidos del mismo) son los parlamentos y los diversos espacios institucionalmente constituidos; en el segundo, los escenarios prototípicos son los lugares públicos y los espacios mediáticos en donde acontecen los actos de campaña (mítines, debates, reuniones, entrevistas).

En segundo lugar, consideraremos las materias y los soportes que forman parte de las condiciones materiales del acto comunicativo. La materia se manifiesta a través de un sistema semiológico, que puede ser fónico, gráfico, icónico o gestual. El soporte es, por un lado, el medio masivo por el cual se trasmite el mensaje: radio, televisión, prensa, por otro lado, el medio físico que porta el mensaje: papel, pantalla electrónica, etc. (Charaudeau, 2003: 135-137).

La conjugación de estos elementos (tiempo, lugar, materia y soporte) nos permite delinear algunas de las situaciones monolocutivas e interlocutivas que aparecen en este contrato. Con este fin, y a manera de bosquejo, presentamos el cuadro siguiente:

Variante	Situación	Momento	Lugar	Materia	Soporte
Debate parlamentario	Interlocutiva con intervenciones programadas	Sostenido	Parlamento	Oral y gestual	Micrófono Altavoces
Declaración presidencial en cadena nacional	Monolocutiva sin presencia del público	Sostenido	Espacio cerrado y adaptado ex profeso	Audiovisual y gestual	Radio Televisión
Entrevista televisiva	Interlocutiva con intervenciones espontáneas	Sostenido Álgido	Set televisivo	Audiovisual y gestual	Televisión
Entrevista radiofónica	Interlocutiva con intervenciones espontáneas	Sostenido Álgido	Cabina radiofónica	Oral	Radio
Mitin electoral	Monolocutiva con presencia del público	Álgido	Espacio público o privado, abierto o cerrado	Oral y gestual	Micrófono Altavoces
Debate entre candidatos	Interlocutiva con intervenciones programadas	Álgido	Espacio cerrado y adaptado ex profeso	Audiovisual y gestual	Radio Televisión Internet

Cuadro 3. Variantes del discurso político

5. El subgénero del discurso electoral

Después de establecer las características generales del discurso político, estamos en condiciones de determinar las características específicas del discurso electoral. En primer lugar, iniciaremos con la descripción de los elementos que integran este subcontrato de comunicación. Posteriormente, describiremos las características de una de sus variantes: el mitin de campaña.

5.1 El subcontrato de comunicación política

Este subcontrato aparece como parte de las campañas políticas que se realizan en tiempos de elecciones³⁶. Durante este proceso los actores políticos defienden un proyecto (constituido de promesas), con el cual intentan ganar la adhesión de la voluntad ciudadana, para poder ocupar legítimamente un cargo de representación en el gobierno. A continuación especificaremos las instancias que integran este subcontrato.

5.1.1 Las instancias del subcontrato

En las entidades democráticas los partidos políticos son los encargados de postular a los candidatos que los representarán de manera legítima en los comicios electorales. El candidato tiene dos grandes objetivos; por un lado, debe intentar adherir al ciudadano a sus promesas; por otro lado, debe intentar disuadirlo de creer en las promesas de sus adversarios. Para lograr estos objetivos no sólo necesita defender un proyecto con el que augure un bienestar común, sino también necesita poseer (o aparentar poseer) ciertas cualidades personales. En efecto, la adhesión que espera lograr mediante su discurso la conseguirá a través de sus promesas, a través de la imagen que se construya de sí mismo (*ethos*) y a través de las emociones que logre suscitar en el auditorio (*pathos*). Por todo lo anterior, podemos decir que la instancia política se encuentra representada principalmente en la figura del candidato.

La instancia ciudadana está integrada por los votantes potenciales, esto es, por los ciudadanos que reúnen determinados requisitos para ejercer su voto de manera

³⁶ “Las elecciones son el método a través del cual una comunidad, compleja y contradictoria, está en capacidad de elegir a sus gobernantes y legisladores” (Woldenberg, 2006: 31)

institucional³⁷. Aunque el discurso electoral pueda ser escuchado por la totalidad de la sociedad, éste construye como principales destinatarios a:

- El elector partidario, a quien busca reafirmar y motivar (es el llamado voto duro).
- El elector indeciso, destinatario-blanco del proyecto de persuasión.
- El adversario político, representante de la entidad política opositora, que compete también por la conquista de la instancia ciudadana.
- El elector opositor, a quien intenta desanimar para restarle votos al contrincante.

Evidentemente, el destinatario principal de las campañas (y del discurso electoral) es el elector indeciso, simpatizante débil de un partido o candidato, que puede ser persuadido para cambiar de opinión. Los electores partidarios y los electores opositores fieles no necesitan ser persuadidos para definir su voto, pues su decisión ya está tomada³⁸.

La instancia adversaria se hace más patente en este subcontrato, dado que las campañas electorales conllevan una serie de confrontaciones entre dos o más candidatos. Esta situación hace que el discurso electoral represente claramente la función polémica de todo discurso político. Amossy (2009:72), en esta línea, indica que el discurso electoral manifiesta un intento de persuasión programado en el que se refleja una modalidad polémica, que se caracteriza por la confrontación de dos (o más) instancias que intentan conseguir la convicción de un tercero que los escucha. La descalificación, la amenaza y la advertencia son algunas formas en las que se manifiesta dicha función.

Por otra parte, es innegable que en los tiempos actuales las campañas electorales no serían posibles sin el marketing político. Y, como señalan López Eire y Santiago Guervós (2000:13), “el marketing político comprende una gran cantidad y variedad de medios de comunicación [...]”. Sin duda, es en las temporadas de elecciones en donde se hace más evidente el vínculo entre los medios de comunicación y el campo político. Es por eso que la instancia mediática cobra especial relevancia en este subcontrato. Los medios de comunicación, en su papel de mantener informada a la ciudadanía, llevan a cabo la cobertura de los actos de campaña de los candidatos, aunque de manera fragmentada, ofreciendo únicamente trozos informativos de los eventos. La cobertura noticiosa (aparentemente objetiva) no está exenta de producir ciertos efectos en aquellos electores

³⁷ Si bien no todos los que están facultados para ejercer su voto lo hacen, no dejan de ser vistos por la instancia política como votantes potenciales.

³⁸ Aristóteles (*Retórica* II, 1391b 7-9) expresaba que el uso de los discursos persuasivos es para decisión, pues acerca de lo que se sabe y se ha decidido no se necesita ya del discurso.

despolitizados, que utilizan este tipo de comunicaciones como únicas fuentes para orientar la decisión de su voto. Por su parte, los candidatos han hecho de los medios de comunicación espacios idóneos para potenciar la difusión de sus mensajes y la visibilidad de su imagen. Frente a la mediatización de la política, las campañas electorales han tenido que desarrollar diversas estrategias de comunicación persuasiva para un auditorio-blanco heterogéneo y distante; además, han tenido que poner mayor énfasis en la construcción de la imagen del candidato (su vestimenta, sus gestos, su porte, su entonación) considerando, sobre todo, las condiciones propias de la televisión, ya que es en este medio donde se transmiten los debates, las entrevistas y los spots más importantes de las campañas.

5.1.2 La finalidad del subcontrato

En el discurso electoral se refleja claramente el objetivo de incitación del discurso político:

- ♣ YO tiene la intención de “hacer votar” al TÚ
- ♣ YO no se encuentra en posición de autoridad para obligar al TÚ a votar por él
- ♣ YO debe entonces “hacer creer” al TÚ que es el mejor candidato, que tiene el mejor proyecto.
- ♣ TÚ se encuentra en posición de "deber creer" que si vota por el candidato y por su proyecto es por su propio bien.

Este hecho hace que el discurso electoral proyecte primordialmente dos propósitos:

- 1) Un propósito persuasivo, que consiste en hacer creer al otro que lo que se dice es verdad, o por lo menos verosímil.
- 2) Un propósito de seducción, que consiste en hacer sentir al otro un determinado estado emocional.

El propósito persuasivo es el medio por el cual se logrará crear o transformar opiniones, convencer e incitar a realizar determinada acción. Se plantea aquí la cuestión de la credibilidad del sujeto comunicante, quien, consciente de esta necesidad, se preocupa por construirse discursivamente una imagen que le permita ser considerado digno de fe. En la construcción de su imagen (del *ethos*) el sujeto puede adoptar varias posturas, por ejemplo (Charaudeau 2005a; 2005c):

- Una postura de seriedad, que lo muestre ante el auditorio como alguien responsable y comprometido, preocupado por solucionar los problemas que aquejan a la sociedad.
- Una postura de neutralidad, con la que tome distancia respecto a los temas polémicos que se presentan en diversas situaciones de la vida política y social, de modo que no se le pueda reprochar la inclinación a favor o en contra de una posición.
- Una postura de ser competente, con la que muestre su saber y su poder-hacer, es decir, con la que muestre que tiene los conocimientos, la experiencia y los medios necesarios para lograr los objetivos que se plantea.

Sin duda, la clase de persona que un político proyecta llega a ser electoralmente significativa. El auditorio-elector usa la credibilidad del candidato como una guía para la aceptación o el rechazo de un mensaje, por eso la credibilidad es un elemento vital en el carácter persuasivo de la comunicación (Martínez Silva y Salcedo Aquino, 1998: 55).

El propósito de seducción, intrínsecamente ligado al propósito de persuasión, intenta generar efectos de *pathos* a través de imágenes y de mensajes con una fuerte carga emotiva; este factor es importante ya que se considera que las emociones participan en la construcción de los juicios. En efecto, desde la época de los antiguos griegos³⁹ se consideraba que no emitimos los juicios de igual manera si estamos gozosos o afligidos, si amamos u odiamos.

El objetivo del discurso electoral indica que sus elementos constitutivos tienen que ver con el campo de las apariencias y con las manifestaciones pasionales y no con la aparición del razonamiento puro. Sin embargo, en él se entretajan el *ethos*, el *pathos* y el *logos* para generar en la audiencia la ilusión de una adhesión racional.

³⁹ Puede verse a este respecto: PUIG, Luisa (2010): “Del pathos clásico al efecto patémico en el Análisis del discurso”, en *Acta Poética*, 2(29), México: UNAM; IIFL, pp. 393-413. Así como *Retórica*, de Aristóteles.

5.1.3 El dominio temático y la organización del discurso electoral

Como mencionamos anteriormente⁴⁰, la instancia política no puede manifestar su deseo de obtener el poder, por eso enmascara este deseo con la puesta en escena de un discurso en el que traza con promesas un proyecto de bienestar colectivo.

En el discurso electoral se articulan principalmente dos modos de organización del discurso: el narrativo y el argumentativo. El modo narrativo expone un esquema que no se considera exclusivo del discurso electoral, sino recurrente en todo discurso persuasivo (Charaudeau, 2012a; 2013). Este esquema presenta la siguiente estructura⁴¹:

- ◆ TÚ es colocado en una posición de carencia (“a Usted le falta X”)
- ◆ TÚ toma conciencia de esa carencia y emprende la búsqueda de “Y” para intentar colmarla
- ◆ YO le presenta a TÚ el objeto “Y” ideal que le permitirá compensar la carencia y el medio por el cual va a poder conseguir dicho objeto.

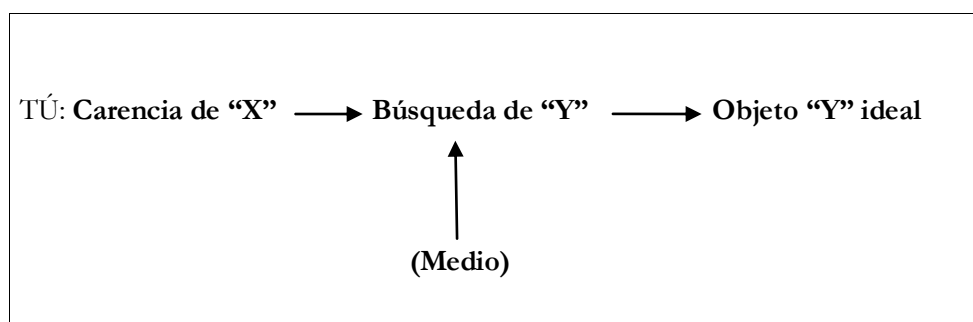


Figura 2. Estructura narrativa del discurso persuasivo

El modo argumentativo pretende invalidar las objeciones que pudieran surgir con respecto al esquema narrativo. Estas objeciones pueden ser principalmente dos:

1. TÚ puede manifestar que no tiene carencia de “X” y que no tiene razón para emprender la búsqueda de “Y”.
2. TÚ puede manifestar que sí tiene carencia de “X”, que sí quiere el objeto “Y” para satisfacer la carencia, pero se cuestiona sobre el medio que se le propone para obtenerlo: “¿por qué este medio? ¿no hay otros medios?”

⁴⁰ Ver apartado 4. 1. 1 Las instancias del contrato

⁴¹ Charaudeau (2005a: 70; 2013) indica que este esquema narrativo se asemeja en su estructura a la de los cuentos populares e historias de aventura. Puede consultarse a este respecto: PROPP, Vladimir (1970): *La morfología del cuento*, 2ª ed., Madrid: Fundamentos.

En el primer caso, el modo argumentativo tratará de imponer al TÚ la idea de que no puede no desear el objeto de la búsqueda (“a Usted esto le concierne necesariamente”). En el segundo caso, tratará de imponer la idea de que sólo el medio que YO le propone permitirá la obtención del objeto “Y” ideal (Charaudeau, 2013).

Es así como en el discurso electoral se pone al auditorio en una situación general de carencia (carencia de justicia, de seguridad, de salud, de desarrollo económico, de progreso social, de educación), de tal forma que no pueda no querer emprender la búsqueda de un mejor bienestar. Se le presenta entonces un proyecto en el que se augura el advenimiento de un régimen político que satisfará (o evitará) esas carencias. Y, ante las objeciones posibles, se insistirá en que sólo el proyecto del orador podrá reparar la situación existente y en que el único medio para lograrlo es votar por él.

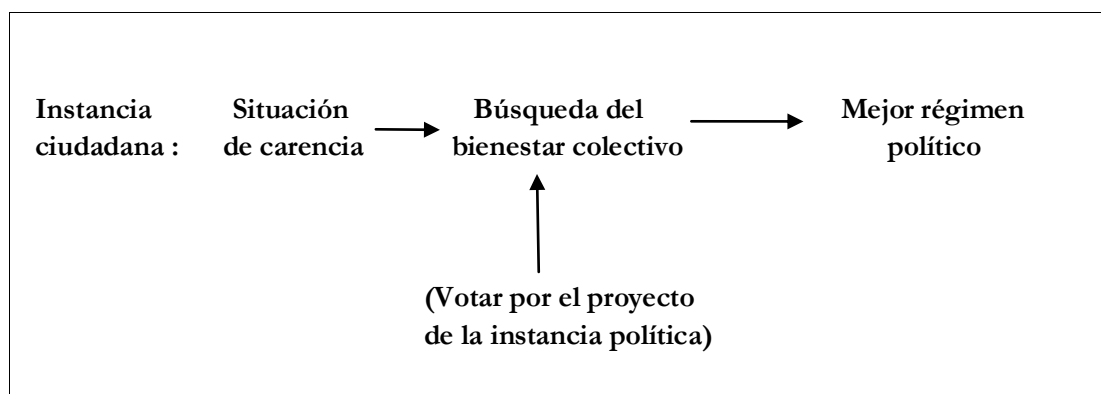


Figura 3. Estructura narrativa del discurso electoral

La situación de carencia puede presentarse como un hecho presente (“Usted ya tiene esas carencias”) o como un hecho por venir (“Usted tendrá esas carencias”). La situación de carencia como hecho presente es enfatizada generalmente por aquella instancia que no ha llegado a ejercer el poder. La carencia como situación potencial es presentada prototípicamente por la instancia que ya se encuentra en el poder y que intenta mantenerse en él. En cada uno de estos casos, el orador presentará a las entidades adversarias como la causa de los males presentes y futuros. Este aspecto manifiesta la función polémica del discurso electoral, que intenta desacreditar al oponente, criticando sus propuestas y construyendo discursivamente una imagen negativa de él. La polaridad que se deriva de esta función le permite al orador distinguirse de su competidor.

Ante el escenario caótico que se le plantea al auditorio, la única solución posible es el proyecto de idealidad social que promete el orador. La adhesión a este proyecto se pretende

realizar a través de la presentación de un sistema de valores que representa, supuestamente, el lazo social que une a los miembros de una comunidad. De esta forma, los individuos se agrupan en torno de un conjunto de creencias que les es común. Se trata de las comunidades de opinión, que desarrollan una actividad discursiva encaminada a construir los sistemas de pensamiento que fundamenten, en cada caso, su pertenencia ideológica (Charaudeau, 2002:113).

La adhesión también se pretende lograr suscitando una pasión común por el sujeto político. Los esfuerzos persuasivos se encaminan en este punto a la construcción discursiva de una imagen que coincida con las expectativas de la mayor parte del auditorio; es decir, se encaminan a la construcción de un *ethos* ideal, capaz de proyectar las virtudes que debe poseer el hombre político, según un sistema de representaciones sociales. De este modo, se traza la figura de un líder carismático y visionario, capaz de romper con el pasado y de salvar a la sociedad del estado caótico que la amenaza.

En cuanto al *pathos*, éste se manifiesta a través de un proceso de dramatización, que consiste en enfatizar el desorden social del cual es víctima (o será víctima) el ciudadano. Con esto se pretende suscitar en el auditorio estados de angustia y de preocupación (incluso de miedo), que lo inciten a buscar el anhelado orden social. Durante este proceso el orador también va suscitando sentimientos de esperanza hacia su persona y hacia su proyecto y sentimientos negativos hacia los adversarios.

El proyecto que se promete no sólo debe augurar un estado ideal de convivencia social, debe ofrecer también propuestas convincentes y viables (por lo menos en apariencia), es decir, no sólo debe parecer ideal, sino también real. Este aspecto ya era previsto de cierta forma por Aristóteles, cuando indicaba que: “es placentero el pensar que se obtendrá aquello que se anhela; y nadie anhela cosas que se manifiestan imposibles para sí” (*Retórica II*, 1378b 2-4).

Los planteamientos expuestos en este apartado nos permiten ver que en el análisis del discurso político-electoral es fundamental determinar cómo se articulan los modos de organización y cómo se entretajan *logos*, *ethos* y *pathos* en un intento por hacer adherir al ciudadano a determinados valores.

5.1.4 Variante: el mitin de campaña

De todos los actos de campaña que existen, nosotros nos enfocaremos en el mitin, ya que es esta la variante en donde se desarrollan los dos discursos que analizaremos más adelante.

Anteriormente señalamos, de manera breve, que el mitin de campaña surge en lo que se considera un momento álgido en la vida política, que es un evento que se realiza en un espacio público o privado, abierto o cerrado, en donde se establece una situación monolucativa oral, que utiliza como soportes micrófonos y altavoces para alcanzar a todo un colectivo de conciudadanos. Ahora expondremos con mayor detalle estos aspectos y mencionaremos otros factores importantes en este tipo de variante.

El mitin electoral es un acto de campaña altamente ritualizado. En la planeación de un evento de esta naturaleza deben considerarse el lugar y el horario en los que se llevará a cabo, la escenografía, la forma y la altura del estrado, así como todos aquellos factores que contribuyan a generar un ambiente propicio para motivar a los asistentes (Martínez Silva y Salcedo Aquino, 1998: 367). Además, debe considerarse la distribución espacial de los grupos convocados, como son 1) la comitiva que acompaña dentro y fuera del estrado al candidato, 2) el público previsto para el evento (militantes y simpatizantes en su mayoría) y 3) los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) que realizarán la cobertura noticiosa.

La planificación también está presente en el acto comunicativo mismo. En efecto, en una situación monolucativa de este tipo, el orador (o quien le escribe el discurso) tiene la posibilidad de organizar su participación teniendo en cuenta el lugar en donde se producirá el evento y el tiempo del que dispone⁴². Tiene, además, la posibilidad de planear lo que dirá y cómo lo dirá tomando en consideración el tipo de auditorio que estará presente (Calsamiglia y Tusón, 2007: 29). Por esta razón, aunque su participación es oral, no es espontánea, ya que se apoya comúnmente en un texto previamente elaborado.

Los elementos no verbales, como las expresiones faciales y los movimientos corporales, cobran en este escenario un papel comunicativo importante. Aplaudir, ondear banderas o pañuelos de colores, alzar los brazos de manera efusiva, son algunas de las expresiones corporales con las que el auditorio establece una interacción con el orador. Por supuesto,

⁴² En este punto es necesario recordar que aunque el candidato es la figura principal del evento, no es el único que toma la palabra.

en esta interacción debemos incluir también los elementos vocales no lingüísticos, como los silbidos y gritos de euforia, y las manifestaciones verbales, como las consignas y las porras. El orador, por su parte, es consciente de que sus gestos, sus movimientos, su vestimenta y su imagen en general, desempeñan, en el plano social, funciones significativas. Como sostiene Roland Barthes (1980), “la efigie del candidato establece un nexo personal entre él y los electores: el candidato no sólo da a juzgar un programa, sino que propone un clima físico, un conjunto de opciones cotidianas expresadas en una morfología, un modo de vestirse, una pose”. Sin duda, estos aspectos se proyectan aún más con la presencia del candidato en un mitin.

En su conjunto, el mitin de campaña debe generar un ambiente de entusiasmo, que contagie a los asistentes a modo de unificarlos emotivamente en torno del candidato y de la instancia que representa. Se pretende también que este tono festivo se proyecte en la cobertura noticiosa de los medios de comunicación, ya sea en tiempo real o en retransmisión⁴³, para despertar la curiosidad de aquellos electores despolitizados o simpatizantes débiles y para provocar en los electores opositores un cierto desaliento.

Las palabras de López Eire y Santiago Guervós (2000:91) sintetizan en gran medida lo que hemos expuesto ampliamente en los apartados 4 y 5:

“El discurso político es un acto de habla pragmático, interactivo, movido por el afán de poder, que aprovecha al máximo la fuerza del lenguaje y todas las circunstancias que se dan en el acto de habla, tanto las lingüísticas como las paralingüísticas y las extralingüísticas”

Hasta aquí hemos intentado describir las características del discurso político-electoral tratando de articular el espacio de las convenciones psicosociales con el espacio de las convenciones discursivas. Estos planteamientos han de servirnos para adentrarnos en las características externas e internas de nuestro corpus. De esta forma, siguiendo la línea de lo general a lo particular, iremos profundizando cada vez más en el nivel de la construcción discursiva y en el nivel de la construcción textual, para dar cuenta propiamente de la dinámica enunciativa de los discursos y de las estrategias discursivas que se implementan en ellos.

⁴³ Por supuesto, la intervención de la instancia mediática, con la edición, los comentarios, transforma y fragmenta el evento y el discurso, y con ello su impacto.

En el siguiente cuadro resumimos los elementos externos e internos del discurso político-electoral.

EL DISCURSO POLÍTICO-ELECTORAL: CONDICIONES EXTERNAS E INTERNAS	
Participantes en el plano externo	<ul style="list-style-type: none"> ■ Instancia política ■ Instancia ciudadana ■ Instancia adversaria ■ Instancia mediática
Finalidad discursiva	<ul style="list-style-type: none"> ■ “Hacer hacer” a través de un “hacer creer” (objetivo de incitación)
Dominio temático	<ul style="list-style-type: none"> ■ Saberes de creencia ■ Idealidad social (bienestar colectivo) ■ El bien contra el mal
Organización discursiva	<ul style="list-style-type: none"> ■ Modo narrativo ■ Modo argumentativo
Condiciones materiales: Mitin de campaña	<ul style="list-style-type: none"> ■ Situación monolocutiva oral con presencia de público ■ Surge en un momento álgido de la vida política ■ Acontece en lugares públicos o privados, abiertos o cerrados ■ Utiliza principalmente micrófonos y altavoces

Cuadro 4. Condiciones externas e internas del discurso político-electoral

PARTE II

ANÁLISIS DEL CORPUS

Los aspectos teóricos que hemos expuesto en la primera parte de esta investigación constituyen los cimientos a partir de los cuales abordaremos el análisis de nuestro corpus. Para que la exposición en esta segunda fase del trabajo sea lo más clara posible hemos decidido establecer el orden siguiente: en primer lugar, presentaremos el análisis del discurso de Felipe Calderón Hinojosa. Este análisis consistirá en: 1) la determinación del género discursivo al que pertenece el material textual, 2) la identificación y la descripción de las estrategias discursivas que el locutor pone en funcionamiento como parte de su propio proyecto intencional. Esto significa que en el desarrollo de nuestro análisis estableceremos el espacio de obligaciones y el espacio de estrategias que articulan el acto comunicativo. En segundo lugar, presentaremos el análisis del discurso de Andrés Manuel López Obrador, siguiendo exactamente el mismo procedimiento.

Para determinar el género discursivo retomaremos tanto los criterios propuestos por Aristóteles en la *Retórica*⁴⁴, como los criterios propuestos por los autores contemporáneos vistos anteriormente (Charaudeau, Velázquez García-Talavera, López Eire). Este proceder nos permitirá contar, en cada caso, con dos tipos de caracterizaciones, una clásica y una moderna, que se complementan mutuamente. En el espacio de estrategias nos adentraremos en la estructura semiodiscursiva de nuestro corpus. A partir de la base textual podremos detectar los mecanismos utilizados por el sujeto hablante para organizar el discurso, para movilizar determinados imaginarios sociodiscursivos y para definir las identidades discursivas. Es necesario aclarar que, aunque pretendamos seccionar cada uno de los niveles (situacional, discursivo y lingüístico) que constituyen el acontecer comunicativo, no es posible explicar un nivel sin tomar en cuenta a los otros.

⁴⁴ Ver apartado 1.3 Los géneros retóricos de Aristóteles

La presentación del corpus en los análisis:

Antes de comenzar es necesario precisar cómo vamos a presentar el corpus a lo largo de los análisis. Para facilitar su manejo y comprensión hemos enumerado los párrafos que integran cada uno de los textos con los que vamos a trabajar (ver anexo). Esto nos ha permitido definir, en principio, dos formas de presentación. La primera consiste en citar el párrafo correspondiente (o fragmentos de éste), previamente enumerado, y hacer uso de la letra negrita, cuando sea necesario, para resaltar los elementos que sustenten y/o ejemplifiquen nuestra exposición. Ejemplo:

Número de párrafo



7. Porque ya, ya en 1982, ya hubo otro López, López Portillo, **que también** anunció aumentos del 10 y del 20 y 30 por ciento para los mexicanos [...]

La segunda consiste en citar el párrafo correspondiente (o fragmentos de éste), previamente enumerado, e incorporarlo a un cuadro que aborda un tema o aspecto específico del análisis. Ejemplo:

Párrafo	NOSOTROS	ELLOS
12	quienes queremos la unidad y la concordia de México	quienes promueven el odio y la división de los mexicanos
13	Los pacíficos	Los violentos

Cuadro 10. Dicotomía: Nosotros/Ellos

Finalmente, hemos establecido una tercera forma de presentación en la que no indicamos el número de párrafo al que corresponde el fragmento citado, debido a que el fragmento aparece incorporado en el desarrollo mismo de nuestra exposición. En estos casos se presenta entre comillas y en letra cursiva. Ejemplo:

En esta ocasión nos percatamos de que, en lo enunciado, el orador se refiere a sus adversarios de una manera general e indefinida: *“las fuerzas políticas del país”*, *“los de mero arriba”*, *“los influyentes”*, *“los servidores públicos”*.

II. 1 Análisis del discurso de Felipe Calderón Hinojosa

El material textual que constituye el objeto de nuestro análisis nos fue proporcionado por la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno Federal cuando Felipe Calderón era el primer mandatario. El texto, que consta de 3,025 palabras y 50 párrafos, fue escrito con antelación para que el candidato panista lo pronunciara, con ayuda de un apuntador electrónico⁴⁵, en el mitin de cierre de campaña que se realizó en el Estadio Azteca. Dado que no fue posible obtener un video oficial del evento recurrimos a videos disponibles en la plataforma de Youtube⁴⁶ y al documento *Las plazas sí votan: etnografía política comparada de los cierres de campaña electoral, 2000-2006*, de Sergio Tamayo, para realizar la adecuada descripción de las condiciones materiales en las que se desarrolló el acto comunicativo.

6. El espacio de obligaciones

Es importante mencionar que, en este primer aspecto del análisis, nuestro objetivo es presentar aquellos elementos que nos permitan determinar la pertenencia genérica del corpus, por lo que no es nuestra intención profundizar aún en los rasgos particulares y distintivos de este discurso (aunque puedan entrecerse). Estos últimos se abordarán cuando entremos propiamente en el espacio interno de las estrategias.

6.1 Caracterización aristotélica

Para llevar a cabo este tipo de caracterización aplicaremos a este discurso los criterios que el Estagirita estableció para la determinación de los tres géneros retóricos⁴⁷. El primer parámetro que tomaremos en cuenta será el tipo de auditorio al que va dirigido el discurso, dado el especial interés que brindó Aristóteles a este factor.

⁴⁵ Se trata, pues, de un texto escrito dicho oralmente.

⁴⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=CN8e3SIEIE8>
<https://www.youtube.com/watch?v=9zN8-8w-Ro>
<https://www.youtube.com/watch?v=BRxVa-JsExw>
<https://www.youtube.com/watch?v=T-tVvuFrh2Y>

⁴⁷ Estos criterios han sido previamente expuestos en el apartado 3.1 Los géneros retóricos de Aristóteles

a) El tipo de auditorio al que se dirige el orador (ciudadanos, espectadores, jueces):

Desde lo enunciado, observamos que el orador emplea los términos “*mexicanas*” y “*mexicanos*” para apelar a una sociedad políticamente organizada⁴⁸. Esto nos indica que la audiencia a la que va dirigido este discurso coincide con el tipo de audiencia característica del género deliberativo, es decir, el auditorio-ciudadano que está facultado para tomar decisiones a través de su voto.

A partir de la identificación del auditorio podemos determinar el contenido de los demás criterios.

b) El tipo de actividad que el auditorio debe realizar (decidir, evaluar, juzgar):

Los ciudadanos deben tomar una decisión respecto a su futuro, deben decidir cuál proyecto político cubre mejor el ámbito del bienestar colectivo. Cabe señalar que algunos ciudadanos ya no necesitan ser persuadidos, pues previamente han tomado su decisión, otros (los indecisos) tienen que evaluar las opciones que tienen ante sí y decidir. Esto último nos lleva a indicar que no sólo está presente la actividad del discurso deliberativo, sino también la actividad evaluativa del discurso epidíctico.

c) Los fines que persigue el orador (aconsejar/disuadir; elogiar/vituperar; defender/acusar):

Es característico del género deliberativo que el orador exhorte a los ciudadanos a elegir la propuesta política que él representa y que al mismo tiempo trate de disuadirlos de elegir las propuestas de los contrincantes. Este objetivo se encuentra presente en el discurso que analizamos:

3. En esta elección se va a decidir el rumbo del país para las próximas décadas, los mexicanos tenemos que elegir entre dos programas de gobierno, dos proyectos que se contrastan entre sí y que tienen consecuencias radicalmente distintas para la vida de los mexicanos.

Sin embargo, también se hace presente el objetivo del género epidíctico, pues el orador recurre al vituperio para intentar disuadir a la audiencia de confiar en su principal contrincante⁴⁹. Este proceder le permite construir una imagen negativa de su adversario al

⁴⁸ Si bien el orador utiliza otros términos como “*amigos*” y “*amigas*”, basten, por el momento, los términos “*mexicanas*” y “*mexicanos*” como claros indicadores del tipo de auditorio al que va dirigido el discurso.

⁴⁹ Este aspecto será tratado ampliamente en el espacio de estrategias.

mismo tiempo que se construye una imagen positiva de sí mismo al presentarse como lo opuesto de aquello que censura.

d) El tipo de valores que se aluden (lo benéfico y lo perjudicial; lo hermoso y lo vil; lo justo y lo injusto): Este discurso pone claramente en escena valores que tienen que ver con lo que sería benéfico o perjudicial para los ciudadanos en un tiempo futuro. El orador propone que lo benéfico es elegir un proyecto (el de él) que garantice la estabilidad económica, el empleo, la inversión, la paz y la unidad entre los mexicanos. Por otro lado, indica que lo perjudicial es elegir el proyecto del PRD⁵⁰ porque traería lo opuesto, es decir, crisis económicas, desempleo, inflación, violencia y división entre los mexicanos.

e) El tipo de argumentación más conveniente (paradigma, amplificación, entimema): En este inciso mencionaremos brevemente algunos de los recursos argumentativos que hemos detectado hasta el momento a reserva de abordar en detalle la estructura argumentativa en el apartado 7.1.2. Entendemos la amplificación no como un recurso estilístico o literario sino como un mecanismo persuasivo encaminado a: 1) exaltar positivamente los valores, las acciones y las intenciones que defiende el orador, 2) amplificar negativamente los valores, las acciones y las intenciones atribuidas a los adversarios. Los siguientes fragmentos del corpus son un ejemplo de la amplificación negativa que el orador hace del proyecto del adversario, de los valores que supuestamente éste representa y de las intenciones que le son atribuidas. Con este procedimiento intenta influir en la percepción que el auditorio tiene del personaje vituperado.

6. Nuestros adversarios representan una alternativa cultivada en el odio y en la calumnia, quieren estafar a los mexicanos con la mentira de que aumentarán sus ingresos como por arte de magia.

10. Hace unos días escuché al candidato perredista que enviaría a los panistas al basurero de la historia [...]

También hace uso de la amplificación positiva para establecer una comunión en torno a ciertos valores reconocidos por el auditorio. Por ejemplo, el orador termina su discurso gritando tres veces “*¡Viva México!*” Lo cual representa una exaltación de la nación mexicana,

⁵⁰ El orador hace referencia al proyecto de su principal adversario como “*la opción que representa el PRD*”, no hace mención de los otros partidos que integran la Coalición por el Bien de Todos, ni de la Coalición misma.

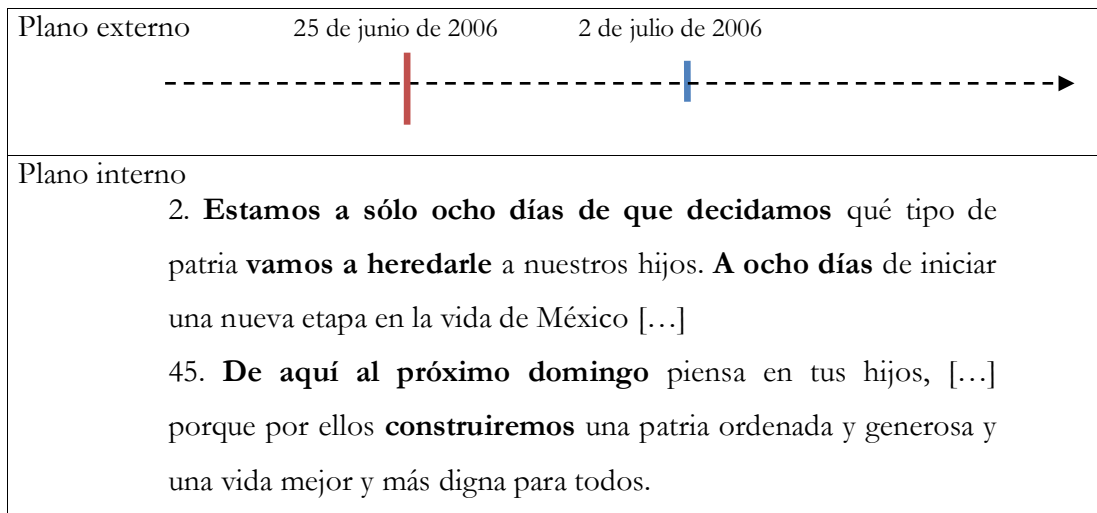
una apelación a los valores patrios y un recurso emotivo para crear en el auditorio un sentido de pertenencia.

Encontramos además el uso del paradigma. El fragmento siguiente funciona como un ejemplo de lo que, según el orador, podría pasar si se sigue nuevamente una política de endeudamiento en el gobierno:

7. Mexicanos, esa película ya la vimos y fue una película de terror que pagamos muy caro todos los mexicanos. Porque ya, ya en 1982, ya hubo otro López, López Portillo, que también anunció aumentos del 10 y del 20 y 30 por ciento para los mexicanos, pero el resultado que no debe repetirse fue un resultado desastroso, porque por cada 20 por ciento que aumentaron el salario a los trabajadores, también le aumentaron a los trabajadores los precios y el costo de la vida no en 20, sino en 120 por ciento en ese año.

El paradigma es “como la parte respecto a la parte, lo semejante respecto a lo semejante...pues cuando ambas están bajo el mismo género, y el uno es más conocido que el otro, hay paradigma” (*Retórica* I 1357b 25-30). En este caso la audiencia puede fabricarse una imagen de lo que ha sucedido con ciertas decisiones pasadas y lo que podría pasar con decisiones futuras que se plantean como similares.

f) El tiempo al que se refiere la argumentación (futuro, presente, pasado): Para explicar la orientación temporal de este discurso partiremos de las condiciones externas que enmarcan el contrato de comunicación. Tomaremos como punto de referencia el 25 de junio de 2006, presente del momento de la enunciación. A partir de este punto vemos que el orador proyecta en el discurso dos momentos futuros. El primero de ellos es el día de las elecciones (el 2 de julio), el segundo tiene que ver con lo que sucederá después de ese día, es decir, después de que el candidato en cuestión resulte ganador de esos comicios. Aunque el orador se refiere también a hechos pasados y a situaciones presentes, es indudable (como veremos en apartados posteriores) que lo hace para resaltar la importancia de decidir sobre el futuro del país y de actuar en un futuro cercano. En el cuadro siguiente representamos tanto el plano externo como el plano interno del acto comunicativo. De este último presentamos dos fragmentos en los que resaltamos, a manera de ejemplo, los verbos y los elementos con valor temporal cuyo punto de referencia es el momento de la enunciación.



Cuadro 5. La orientación temporal del discurso de Felipe Calderón

En el cuadro siguiente sintetizamos los rasgos que hemos detectado en este discurso de acuerdo con los criterios propuestos por Aristóteles. Si bien posee ciertos rasgos del epidíctico, observamos que coincide en su totalidad con las características del género deliberativo.

Género discursivo	Auditorio	Actividad del auditorio	Objetivo del orador	Valores aludidos	Tipo de argumentación	Tiempo
Deliberativo	Ciudadanos	Decidir	Aconsejar/ Disuadir	Lo benéfico/ Lo perjudicial	Paradigma	Futuro
Epidíctico		Evaluar	Vituperar		Amplificación	

Cuadro 6. Caracterización aristotélica del discurso de Felipe Calderón

6. 2 Caracterización contemporánea

Para llevar a cabo la caracterización moderna de este discurso debemos identificar los elementos que constituyen el contrato de comunicación. En este punto determinaremos los siguientes aspectos: 1) quiénes son los participantes del contrato, 2) cuál es la finalidad discursiva que se persigue y 3) en qué circunstancias materiales se comunica⁵¹.

1) Las identidades psicosociales de los participantes

La instancia política: Felipe Calderón Hinojosa es el sujeto empírico que ha sido postulado como candidato a la Presidencia de la República por la entidad política denominada Partido Acción Nacional (PAN). Este hecho hace que Felipe Calderón adquiera ciertos atributos psicosociales que le confieren el derecho para hablar y para dirigirse a los demás de determinada manera⁵². Como hemos señalado anteriormente, en el espacio externo no es el sujeto empírico el objeto de interés, sino el papel que éste desempeña como sujeto de comunicación.

La instancia ciudadana: En México no todos los mexicanos son ciudadanos. Según el artículo 34 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para ser ciudadano se requiere, además de la nacionalidad mexicana, haber cumplido 18 años y tener un modo honesto de vivir. El hecho de cumplir con estos requisitos le otorga al individuo la posibilidad de incorporarse al padrón electoral y obtener su credencial para votar. Esto nos indica que los sujetos interpretantes de este contrato son aquellos ciudadanos que cubren los requisitos necesarios para poder ejercer su voto en las elecciones. Por esta razón, debemos distinguir entre los sujetos empíricos⁵³ y los sujetos con una identidad psicosocial de ciudadanos-electores. A su vez, dentro de este grupo de ciudadanos, debemos identificar a:

- Los electores partidarios que la instancia política debe motivar y afianzar
- Los electores indecisos que la instancia política intenta persuadir y seducir
- Los electores opositores que la instancia política procura desmotivar y desalentar

⁵¹ El dominio temático será abordado más adelante junto con la organización del discurso.

⁵² “La legitimidad es siempre una cualidad atribuida por una entidad exterior al sujeto” (Charaudeau, 2005c: 312)

⁵³ Los sujetos empíricos son en este caso los asistentes al mitin (entre los que se encontraban niños y adolescentes) y los individuos que escucharon el discurso a través de los medios de comunicación y que no necesariamente cumplen con los requisitos antes señalados.

La instancia adversaria: En la introducción de esta investigación mencionamos que en las elecciones presidenciales de 2006, además del PAN, hubo otras cuatro instancias políticas que competían por el voto de la ciudadanía. No obstante, la contienda se centró principalmente en dos fuerzas políticas: el PAN y la Coalición por el Bien de Todos⁵⁴. Las constantes alusiones que en el discurso hace el candidato del PAN al candidato de esta Coalición, nos lleva a establecer a este último como la instancia adversaria de mayor peso para esta instancia política.

La instancia mediática: Diversos medios de comunicación (prensa escrita, radio, televisión, canales de Internet) dieron cuenta del evento que se realizó en el Estadio Azteca. Cada uno de estos medios, además de cumplir con el papel de informar a la ciudadanía, representó la posibilidad de alcanzar a la audiencia-blanco prevista por el orador en su discurso. Sin embargo, no hay que olvidar que los diversos tratamientos noticiosos que los medios hacen del evento, alteran de una u otra forma el mensaje⁵⁵ y con ello también sus posibles efectos.

2) La finalidad discursiva

La finalidad discursiva que se manifiesta en esta situación comunicativa coincide con el objetivo de incitación del discurso político-electoral:

- ♣ El candidato del PAN tiene la intención de “hacer votar” a los ciudadanos
- ♣ El candidato no tiene una posición de autoridad para obligar a los ciudadanos a votar por él (por lo menos no en un verdadero régimen democrático)
- ♣ El candidato debe entonces “hacer creer” a los ciudadanos que él es el mejor candidato y que tiene el mejor proyecto
- ♣ Esto coloca a la instancia ciudadana en posición de "deber creer" que si vota por la instancia política en cuestión, obtendrá un beneficio colectivo

⁵⁴ Coalición integrada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido del Trabajo (PT) y Convergencia por la Democracia.

⁵⁵ Pueden consultarse al respecto las ligas siguientes:

<http://www.esmas.com/noticierotelevisa/mexico/545899.html>

<http://www.jornada.unam.mx/2006/06/26/index.php?section=politica&article=006n1pol>

http://es.wikinews.org/wiki/Concluyen_la_campa%C3%B1as_de_los_candidatos_a_la_presidencia_de_M%C3%A9xico

<http://www.youtube.com/watch?v=CN8e3SIEIE8>

En este punto podemos hacernos la pregunta: ¿Qué estrategias discursivas pone en escena el candidato panista para lograr este objetivo? Intentaremos responder esta interrogante cuando abordemos el espacio interno del acto comunicativo.

3) El escenario físico (coordenadas espacio-temporales)

El domingo 25 de junio de 2006, el candidato panista celebró el fin de su campaña con un gran mitin en el Estadio Azteca (espacio privado y cerrado perteneciente al grupo Televisa). El lugar, con un lleno total⁵⁶, fue el escenario de un festejo que incluyó grupos musicales⁵⁷, globos y confeti de colores, mantas con la frase “Vamos juntos hasta la victoria” y una ola de banderas blancas con el logotipo del PAN.

En el centro de la cancha se encontraba un gran templete que, en su conjunto, semejaba el recuadro de una boleta electoral: con el logo del PAN, el nombre *Felipe Calderón* y el lema *Presidente del empleo*. De cada una de las esquinas del recuadro salía una línea anaranjada que se extendía a lo largo de la cancha. En perspectiva, estas líneas semejaban una cruz en el recuadro.

Los funcionarios del partido y los asistentes que portaban gafetes de “invitado especial” fueron ubicados alrededor del gran templete y en los palcos del estadio; a nivel de cancha se ubicaron pequeños grupos de indígenas, y en las gradas ubicaron al resto de los simpatizantes (en su mayoría provenientes de sectores populares). Para los medios de comunicación se instalaron pequeños templetos a ras de cancha.

Previo a la aparición del orador principal, tomaron la palabra Demetrio Sodi, candidato a la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal, y Manuel Espino, Presidente Nacional del PAN. Felipe Calderón salió al escenario con la mano en alto y una sonrisa en el rostro; vestía una camisa azul, un saco azul marino y un pantalón caqui. Tras él aparecieron brevemente su esposa, Margarita Zavala, y sus hijos: María, Luis Felipe y Juan Pablo. Después de un eufórico recibimiento, el candidato pronunció su discurso con la ayuda de un micrófono, un apuntador electrónico⁵⁸ y varias bocinas colocadas estratégicamente en el estadio.

⁵⁶ Se calcula que la capacidad del Estadio Azteca es de 104.000 asistentes.

⁵⁷ Grupos musicales como La Original Banda Limón, Los Primos de Durango y Jeans.

⁵⁸ El uso del apuntador electrónico nos confirma lo que hemos señalado en el apartado 5.1.4: en este tipo de situación comunicativa aunque la participación del locutor es oral, hay un texto escrito con anticipación, por lo que su participación no es espontánea.

En el cuadro siguiente presentamos los elementos que se conjugaron en este escenario:

Situación	Momento	Lugar	Materia	Soportes	Formas de interacción de la audiencia
Monolucutiva con presencia de público	Álgido	Estadio Azteca: espacio privado y cerrado	Oral	Micrófono, bocinas, apuntador electrónico/ Medios de comunicación	Aplausos, gritos, porras, etc.

Cuadro 7. Características del mitin en el Estadio Azteca

En esta primera fase del análisis hemos presentado dos tipos de caracterizaciones. Con la caracterización moderna pudimos establecer varios puntos: 1) la identidad psicosocial de los participantes (candidato/ciudadano/adversario), la cual es propia del contrato de comunicación del discurso electoral, 2) la finalidad discursiva (que refleja un objetivo de incitación) y 3) las condiciones materiales en las que se desarrolla este contrato, las cuales son propias de la variante del mitin de campaña. Con la caracterización aristotélica echamos una primera mirada al interior del corpus para poder determinar que, aunque se trata de un discurso deliberativo, posee ciertos rasgos del epidíctico. Así, una vez establecido el contrato de comunicación (que nos indica el género con el que estamos tratando) podemos pasar a la segunda fase del análisis esperando encontrar cierto ordenamiento discursivo-argumentativo y la presentación de determinados valores.

7. El espacio de estrategias

La puesta en escena del decir tiene que ver con una actividad estratégica que toma en cuenta los límites del marco situacional. De modo que el sentido del discurso se explora poniendo en relación los datos internos con los datos externos del acto comunicativo. En los siguientes apartados nos adentraremos en el nivel de la construcción discursiva y en el nivel de la construcción textual. A partir de la configuración formal⁵⁹, detectaremos los modos de organización del discurso y los sistemas de pensamiento que se ponen en escena⁶⁰, así como las identidades discursivas que construye el orador, la manera en que pretende descalificar a su adversario y los efectos patémicos que intenta suscitar en el auditorio.

7.1 La organización del discurso

El primer aspecto que intentaremos develar en esta fase del análisis es cómo está organizado globalmente el discurso. En el contrato de comunicación del discurso electoral se entretajan, principalmente, dos modos de organización: el modo narrativo y el modo argumentativo. Veremos cómo se desarrolla cada uno de ellos en nuestro objeto de análisis.

7.1.1 La estructura narrativa

Como señalamos anteriormente, Charaudeau (2005a; 2013) detecta en los discursos persuasivos un esquema narrativo que se asemeja en su estructura a la de los cuentos populares⁶¹. En el caso del discurso electoral dicho esquema pone al auditorio en un escenario de carencia (para incitarlo a buscar un cambio), señala a los adversarios como la fuente de los males, presenta la única solución posible para reparar el caos (el proyecto del orador) y pide realizar una acción (votar) para entrar en posesión del orden deseado. A continuación identificaremos cómo se pone en escena esta estructura en el objeto de nuestro estudio, pero antes haremos una alusión breve al inicio del discurso a reserva de retomarlo en posteriores apartados.

⁵⁹ “El contenido sólo puede captarse a través de las formas y estas son las que semiotizan al mundo” (Charaudeau, 2003: 30)

⁶⁰ Ver apartado 3.2.2 El nivel de la construcción discursiva

⁶¹ Ver apartado 5.1.3 El dominio temático y la organización del discurso electoral, así como la nota a pie número 41.

Inicio del discurso:

[Párrafo 1] El sujeto discursivo comienza agradeciendo a los asistentes su confianza y su elección.

[Párrafo 2] Resalta la proximidad del día de las elecciones y lo que ese día significa: la decisión del tipo de patria que heredarán los hijos; el inicio de una nueva era en la vida de México; la victoria contundente en las urnas.

[Párrafo 3] Acota la contienda electoral a dos proyectos, cada uno de ellos con consecuencias diferentes.

◆ Presentación de una potencial situación de carencia: la amenaza de López

[Párrafos 4-13] Esta fase del discurso parte de un contraste entre la propuesta del orador y la propuesta del adversario. Por un lado, se presenta un escenario en el que se exponen los beneficios y las consecuencias positivas que promete el orador con su proyecto. Por otro lado, se construye un escenario en el que se resaltan las consecuencias negativas que se generarían si se llegase a aplicar en el país el proyecto que propone su principal contrincante. Los fragmentos que presentamos a continuación muestran claramente estos dos escenarios:

Párrafo	El proyecto del orador representa:	El proyecto del adversario representa:
4	un México con crecimiento	la opción de la deuda
4	[un México] con estabilidad económica	la opción de la inflación
4	[un México] con empleo	la opción de la devaluación
4		la opción de las crisis económicas
5	atraer inversión	
5	Crear empresas [...] que generen el empleo que necesitamos los mexicanos, que generen riqueza en el campo, en la industria, en la construcción, en la vivienda, en el turismo	
6		una alternativa cultivada en el odio y en la calumnia
9	la opción de los empleos	
9	la opción del gobierno responsable con la economía y con la justicia	
9	la opción que representa el futuro para todos los mexicanos	

11	[un] proyecto que respeta a los ciudadanos y los escucha	[un proyecto] que se basa en el desprecio a la opinión y a las demandas de la ciudadanía
11	un proyecto que es democrático	[un proyecto] que en su intolerancia es la semilla misma del autoritarismo que ya hemos dejado atrás.
11	un proyecto que garantiza la unidad de los mexicanos fundada en la ley	[un] proyecto que desprecia la ley y que siembra el odio y la división entre los mexicanos

Cuadro 8. Presentación contrastiva de los proyectos

El énfasis que el enunciador pone en el tema económico incita a despertar sentimientos de angustia ante las amenazas contra la estabilidad económica y el bienestar de la población. La intención es generar en los receptores miedo: miedo a la desestabilización económica, al desempleo; pero también miedo a la violencia, miedo a tener un gobernante autoritario e intolerante. El enunciador refuerza su mensaje apocalíptico recurriendo a las experiencias del auditorio, a su conocimiento compartido, sobre todo en lo que respecta a las devaluaciones y crisis económicas sufridas en el pasado. La manera de vincular a su principal contrincante con estas prácticas es asociarlo con el partido que las provocó: el Partido Revolucionario Institucional (PRI)⁶². En efecto, el enunciador echa mano del apellido de López Obrador para evocar a López Portillo y traer a la memoria de la audiencia la crisis económica que padeció México en el sexenio de este ex presidente como consecuencia de su política de endeudamiento⁶³. Este procedimiento, además, hace que la amenaza, el origen de los males futuros, ya no se conciba como algo abstracto (en un proyecto), sino que se personifique, se encarne en la figura de su contrincante:

7. Porque ya, ya en 1982, ya hubo otro **López, López Portillo, que también** anunció aumentos del 10 y del 20 y 30 por ciento para los mexicanos, [...]

Este vínculo también le permite al enunciador resaltar un contraste entre el pasado y el futuro:

⁶² El PRI en ese momento histórico carecía de aceptación.

⁶³ Como señala Gutiérrez Vidrio (2007: 35) “en la construcción discursiva del enemigo el enunciador recurre a una serie de valores, creencias, preconstruidos culturales e ideológicos que están fuertemente arraigados en el imaginario social de una nación”.

Párrafo	PASADO	Párrafo	FUTURO
7	fue un resultado desastroso	9	vamos por la opción que representa el futuro para todos los mexicanos
7	le aumentaron a los trabajadores los precios y el costo de la vida	9	vamos por Acción Nacional.
8	El peso mexicano se devaluó como nunca	12	México votará el 2 de julio por el empleo y no por las deudas porque queremos un futuro mejor.
8	México sufrió una de las peores crisis		
8	la irresponsabilidad económica que ensombreció a pasadas generaciones de mexicanos.		

Cuadro 9. Dicotomía: lo pasado/lo futuro

Teresa Carbó (1984:42) indica que el discurso político suele presentar este tipo de dicotomías (lo pasado/lo futuro; el bien/el mal) con el fin de mostrar una versión simplificada de la realidad y de delinear grupos de pertenencia. En efecto, vemos cómo el enunciador traza un claro contraste entre dos grupos⁶⁴:

Párrafo	NOSOTROS	ELLOS
12	quienes queremos la unidad y la concordia de México	quienes promueven el odio y la división de los mexicanos
12	Los pacíficos	Los violentos
12	[quienes garantizamos] la estabilidad económica	quienes representan la crisis económica
13	Los pacíficos	Los violentos

Cuadro 10. Dicotomía: Nosotros/Ellos

Esta parte del discurso intenta unir a la comunidad bajo el pretexto de hacer frente a la amenaza que atenta contra su bienestar; por un lado, se intenta aumentar la cohesión de los prodestinatarios, por otro, se pretende adherir a los paradestinatarios a través del miedo: miedo a los violentos, a los que generan crisis⁶⁵. Así, una vez que se ha captado la atención del auditorio-blanco (“a Usted esto le concierne, dado que sus intereses están

⁶⁴ En el ámbito de los Estudios Críticos del Discurso (ECD), Van Dijk (2009) ha resaltado la presencia de estrategias que consisten en la autopresentación positiva del locutor y la presentación negativa del otro o los otros para destacar de esta forma las diferencias entre grupos opuestos.

⁶⁵ Abordaremos este punto (la puesta en escena del *pathos*) con mayor detalle en el apartado 7.2.3 La captación del auditorio.

amenazados”) y se le ha predispuesto para buscar una salida a la adversidad, hacen su entrada “el salvador” y el objeto “Y” ideal.

◆ **Aparición plena del líder visionario que salvará a la sociedad del caos que la amenaza**

[Párrafos 14-39] En esta parte del discurso se traza con mayor claridad la imagen que el sujeto comunicante quiere proyectar de sí mismo⁶⁶. El escenario potencialmente caótico presentado en la fase anterior da entrada a la figura de un líder capaz de romper con el pasado y salvar a la sociedad de cualquier amenaza, a la figura de un líder que promete el advenimiento de una especie de tierra prometida⁶⁷:

16. Yo me imagino, amigas y amigos, yo me imagino un México justo donde las niñas y los niños indígenas de las zona mazatecas de Oaxaca, de las zonas mazahuas del Estado de México, de la sierra de Zongolica en Veracruz, tienen la misma oportunidad de estudiar y de salir adelante que las niñas y los niños de las mejores colonias de la ciudad de México [...]

19. Sueño, amigos, sueño con un México que es capaz de sembrar justicia y amor donde ahora sólo ha habido desprecio y abandono. Sueño con un México seguro, un México libre, donde nuestros hijos puedan crecer, jugar, aprender, vivir intensamente, donde puedan ser felices.

El hecho de que el orador proyecte ante los ojos del auditorio un lugar imaginario con rasgos paradisíacos que contrasta con la realidad actual, le permite delinear plenamente en el discurso la imagen de un hombre visionario, que con su llegada a la presidencia traerá una nueva era en la vida de México. Esto mismo le permite perfilar la imagen de un hombre decidido y competente, que sabe lo que quiere porque ya lo previó y sabe cómo hacerlo realidad (con lo cual aporta la seguridad y la confianza que busca inspirar en los receptores, pues no se trataría solamente de un sueño utópico, sino de la realidad que les

⁶⁶ Decimos que se traza con mayor claridad porque, como indica Maingueneau (2010), “desde su emergencia la palabra es llevada por cierto *ethos*, el cual, [...], se valida progresivamente a través de la misma enunciación”.

⁶⁷ Abordaremos ampliamente la construcción de la imagen del orador en el apartado 7.2.1 La construcción de la imagen de sí.

espera si votan por el candidato en cuestión). Es por eso que enuncia las siguientes promesas en materia de educación, seguridad pública, salud, medio ambiente y empleo:

párrafo	EJES TEMÁTICOS	PROMESAS
27	Educación	<p>⌘ Ese México, ese México vendrá y por eso voy a impulsar como nunca las becas escolares y un proyecto educativo de calidad de la mano de los maestros y los padres de familia para que nuestros hijos reciban una educación que esté a la altura de las mejores del mundo</p>
28	Seguridad pública	<p>⌘ Ese México vendrá y para que venga no descansaré hasta depurar y profesionalizar los cuerpos policiacos, no descansaré hasta recuperar la seguridad de nuestras calles para nuestros hijos.</p>
29	Salud	<p>⌘ Ese México que sueño vendrá y por eso promoveré el seguro médico para todos empezando por los niños. Por eso, saldrán las caravanas de la salud a los pueblos y comunidades más remotos de México que no tienen clínica, para que no haya en mi gobierno un solo niño, una sola niña, que carezca de médico, de medicinas y de atención oportuna para cualquier enfermedad, por cualquier tratamiento, por cualquier medicamento que necesite.</p>
30	Medio ambiente	<p>⌘ Porque ese México viene, porque ese México lo haremos venir, voy a promover el Proárbol para apoyar a los indígenas que viven en la miseria de lo que queda de las selvas y los bosques y que al mismo tiempo que ellos salgan de la miseria nosotros recuperemos selvas y bosques para el México que viene no en las próximas décadas sino en los próximos siglos.</p>
31	Empleo	<p>⌘ Ese México viene y por ello abriré la puerta más grande para salir de la miseria, abriré, amigos, la puerta del trabajo, del trabajo digno [...]. Trabajo en el campo productivo de la industria, trabajo en el comercio, en la construcción, en la vivienda y en el turismo.</p> <p>⌘ Haremos de México una plataforma de inversión y de comercio y el mejor destino del mundo para invertir, para producir y generar puestos de trabajo para las mujeres y para los jóvenes mexicanos.</p>

Cuadro 11. Las promesas de Felipe Calderón

◆ **El enunciador incita a la audiencia a votar, dado que es la única manera de librarse de la amenaza y de llegar al ansiado bienestar común**

[Párrafos 40-50] En esta parte del discurso se manifiesta plenamente la función de hacer hacer, es decir, el propósito factitivo que consiste en hacer que el otro participante del intercambio actúe de determinada manera. De hecho, como pudimos observar, las dos primeras partes del discurso (en las que predomina el intento por hacer sentir más que por hacer pensar) están encaminadas a la realización del objetivo de hacer votar.

El enunciador incita a sus seguidores a divulgar (cual apóstoles) su mensaje: el advenimiento de una época de prosperidad, de una nueva era, con la llegada de Calderón a la presidencia⁶⁸:

41. Les pido el día de hoy que no cedan ni un milímetro de sus sueños, que abran su espíritu a la esperanza y al anhelo de un México mejor, que vayan con alegría a convencer a los mexicanos que aun no deciden y que están esperando a que toquemos la puerta de su entendimiento y de su corazón [...]

42. Vamos a recorrer todos, sección por sección, manzana por manzana, en estos ocho días que faltan no debe quedar ninguna colonia por visitar, ningún rancho, ni una puerta sin tocar, sin escuchar nuestro mensaje. Vayan con sus vecinos e inviten a todos a votar por la mejor opción para México, la opción de las propuestas, la opción de las manos limpias, la opción del México para que vivamos mejor.

Votar por el proyecto de un México ideal y por aquel que lo puede hacer posible representa la única solución para librarse del mal temido y de la amenaza del pasado. El mensaje del orador es claro: “Usted estará en peligro si no vota por mí”. Eso es la estrategia del miedo.

El esquema narrativo que hemos detectado en este discurso nos indica que el enunciador intenta persuadir al auditorio de que el cambio es perjudicial; lo hace principalmente intentando suscitar sentimientos de angustia y de miedo, en la primera parte, y de esperanza

⁶⁸ Esto en cierta forma nos remite a lo que hacen algunos grupos religiosos en México, en especial los Testigos de Jehová

y de fe, en la segunda. La continuidad del gobierno panista significa la continuidad de la estabilidad económica y social del país, por eso lo que ofrece no es un cambio [A por B], sino una alternativa “*distinta y mejor*” [Aa por Ab]. En el siguiente cuadro representamos la estructura narrativa:

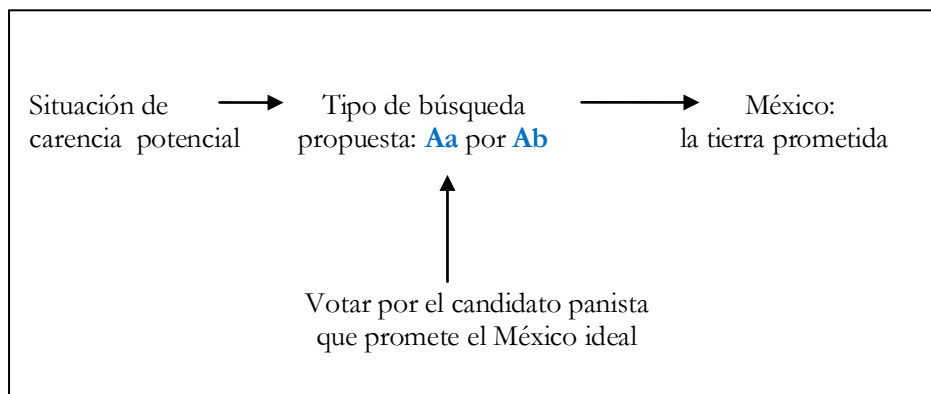


Figura 4. Esquema narrativo del discurso de Felipe Calderón

7.1.2 La estructura argumentativa

Para develar la estructura argumentativa de este discurso recurriremos al modelo propuesto por Stephen E. Toulmin en 1958 y a la caracterización de los argumentos que Perelman y Olbrechts-Tyteca propusieron en ese mismo año en su *Tratado de la argumentación*. Recordemos que en este trabajo entendemos la argumentación como un modo de organización del discurso, mediante el cual el sujeto expone un marco de cuestionamiento, una toma de posición y una serie de argumentos con el fin de que el auditorio termine por compartir la visión que se le propone (Charaudeau, 2009f). Ilustraremos esto con un breve ejemplo, la siguiente proposición expresa un punto de vista:

El proyecto del PAN es el único que puede salvar a México

El auditorio puede aceptar sin más esta proposición o puede cuestionarla: ¿Por qué este proyecto es el único que puede salvar a México? ¿No hay mejores propuestas? Al cuestionar la proposición, ésta se problematiza:

¿El proyecto del PAN es el único que puede salvar a México?

El proponente dirá sí, el oponente dirá no. El proponente tendrá entonces que defender su punto de vista presentando argumentos que fundamenten la proposición inicial (Plantin,

2002: 34-35). Es precisamente en esta parte del proceso argumentativo donde la propuesta de Toulmin cobra especial interés. En efecto, en el modelo de Toulmin la proposición inicial antes planteada es la conclusión (C) (*claim*) que, al ser puesta en duda, debe justificarse con datos fácticos (D) (*grounds*); pero para que el dato se convierta propiamente en una justificación es necesario evidenciar la relación entre el dato y la conclusión. Este paso se logra formulando una garantía o ley de paso⁶⁹ (G) (*warrant*) que constituiría el puente entre (D) y (C). La ley de paso otorga al dato fáctico el estatus de argumento para sostener la conclusión. En ocasiones, la garantía misma puede ser cuestionada, en estos casos será necesario recurrir a datos que la validen o la respalden (R) (*backing*). Otro aspecto a considerar es que en las argumentaciones cotidianas las aserciones conclusivas no son categóricas, sino probables, posibles o presumibles, por lo que con frecuencia figurará un modalizador (M) (*qualifiers*) que indicará el grado de certeza o fuerza de la aserción. Algunos ejemplos de modalizadores son: *quizá, probablemente, presumiblemente*. Finalmente, debemos considerar que este modelo argumentativo contempla un lugar para las condiciones de refutación (E) (*rebuttals*), es decir, para las condiciones excepcionales o extraordinarias que puedan debilitar o invalidar la aserción conclusiva. Estas condiciones pueden manifestarse a través de expresiones como *a menos que* o *a excepción de*. En el cuadro siguiente presentamos el esquema argumentativo de Toulmin:

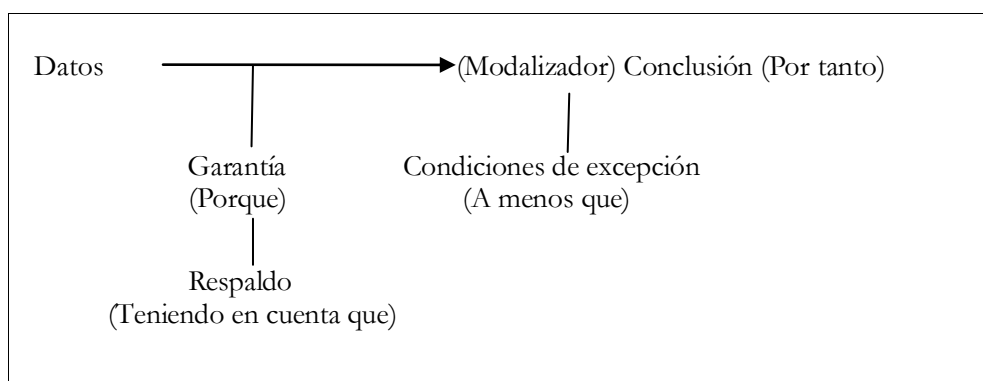


Figura 5. Modelo argumentativo de S. E. Toulmin

Perelman y Olbrechts-Tyteca, en su obra *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*, hacen un análisis de las técnicas argumentativas poniendo el énfasis en el razonamiento dialéctico, es decir, en el razonamiento que, a diferencia del razonamiento lógico, parte de opiniones generalmente aceptadas o verosímiles. Distinguen entre esquemas argumentativos de enlace y esquemas argumentativos de disociación. Los procedimientos de enlace unen elementos

⁶⁹ “[...] reglas, principios, enunciados, etc., que nos permitan realizar inferencias en lugar de agregar información adicional” (Toulmin, 2007:134).

distintos y establecen entre ellos una solidaridad con el fin de estructurarlos o valorizarlos positiva o negativamente. Los procedimientos de disociación separan elementos que previamente han sido integrantes de un mismo sistema de pensamiento. Entre los esquemas de enlace encontramos: 1) *los argumentos cuasi lógicos* que sacan su fuerza persuasiva de su aproximación a las estructuras lógicas (contradicción, identidad, transitividad) y a las relaciones matemáticas (relación de la parte con el todo, relación de frecuencia, de lo menor con lo mayor), 2) *los argumentos basados en la estructura de lo real* que establecen una asociación entre juicios admitidos por el auditorio y juicios que el orador desea promover (relaciones de sucesión y de coexistencia), y 3) *los argumentos que fundamentan la estructura de lo real*, entre los que se encuentran los argumentos que tienen en cuenta el caso particular y los que intentan reestructurar ciertos elementos del pensamiento de acuerdo con esquemas admitidos en otros campos de lo real (el ejemplo, el modelo, la analogía, la ilustración, la metáfora).

Cuando abordamos la organización del discurso político electoral⁷⁰, indicamos que el modo argumentativo pretende invalidar las objeciones que pudieran surgir con respecto al esquema narrativo. Estas objeciones pueden ser principalmente dos:

- 1) El auditorio puede manifestar que no ve una situación de carencia y que no tiene razón para emprender la búsqueda del objeto “Y” ideal.
- 2) El auditorio puede manifestar que sí ve una situación de carencia, que sí quiere reparar esa situación, pero se cuestiona sobre el medio que se le propone como solución: “¿por qué este medio?”

En el primer caso, el modo argumentativo trata de imponer la idea de que hay una situación de carencia (en este caso potencial) para incitarlo a buscar una solución ya que sus intereses están en juego. En el segundo caso, expone las razones por las cuales el medio que YO le propone es el único para obtener el objeto “Y” deseado (Charaudeau, 2013).

Los siguientes fragmentos del corpus nos permiten extraer la proposición de la cual partiremos para desarrollar el proceso argumentativo que se origina de la primera objeción:

3. En esta elección se va a decidir el rumbo del país para las próximas décadas, los mexicanos tenemos que elegir entre dos programas de

⁷⁰ Ver apartado 5.1.3 El dominio temático y la organización del discurso electoral.

gobierno, dos proyectos que se contrastan entre sí y que tienen consecuencias radicalmente distintas para la vida de los mexicanos.

4. El nuestro, amigos, un proyecto construido con el alma de miles y miles de mexicanos, representa la posibilidad de tener un México con crecimiento, con estabilidad económica y con empleo. Esta es la opción que México necesita y frente a ella está otra opción, la opción de la deuda, la opción de la inflación, la opción de la devaluación, la opción de las crisis económicas que representa el PRD [...]

Proposición:

El proyecto de López Obrador terminará con la estabilidad económica del país

Al ser cuestionada por el auditorio, se problematiza:

¿El proyecto de López Obrador terminará con la estabilidad económica del país?

Es entonces cuando el proponente aporta los datos siguientes:

Datos fácticos:

7. [...] ya en 1982, ya hubo otro López, López Portillo, que también anunció aumentos del 10 y del 20 y 30 por ciento para los mexicanos, pero el resultado que no debe repetirse fue un resultado desastroso, porque por cada 20 por ciento que aumentaron el salario a los trabajadores, también le aumentaron a los trabajadores los precios y el costo de la vida no en 20, sino en 120 por ciento en ese año.

8. El peso mexicano se devaluó como nunca, de 24 pesos a 125 pesos por dólar tan sólo en ese 1982. México sufrió una de las peores crisis que registre su historia [...]

La ley de paso que sirve de puente entre los datos fácticos y la conclusión se fundamenta en un conjunto de creencias compartidas respecto a los colapsos económicos que ha sufrido el país a raíz de la aplicación de políticas de endeudamiento. Una de las maneras en las que

podemos formular la garantía es mediante un enunciado hipotético “Si D, entonces C” (Toulmin, 2007:134):

Ley de paso: Porque

Si López Obrador llega a la presidencia seguirá la misma política de contratación de deuda pública que siguió López Portillo durante su sexenio, entonces habrá nuevamente crisis, devaluación y desempleo.

Toulmin (2007:143) indica que “el respaldo para las garantías puede expresarse en forma de enunciados categóricos sobre hechos, al igual que sucede con los datos que se alegan para apoyar directamente las conclusiones”. En este caso, el respaldo lo constituyen datos validados en los campos financiero y económico:

Respaldo: Teniendo en cuenta que

“La deuda pública es una herramienta útil para el financiamiento de los órganos de gobierno, pero su abuso y falta de planeación puede traer problemas económicos en el mediano y largo plazo” (Sevilla, 2014).

Conclusión: Por tanto

El proyecto de López Obrador terminará con la estabilidad económica del país

Siguiendo con el desarrollo argumentativo que se deriva de la primera objeción, inferimos una segunda proposición del siguiente fragmento del corpus:

11. Este dos de julio decidiremos entre nuestro proyecto que respeta a los ciudadanos y los escucha y otro que se basa en el desprecio a la opinión y a las demandas de la ciudadanía; entre un proyecto que es democrático y otro que en su intolerancia es la semilla misma del autoritarismo que ya hemos dejado atrás. Este domingo vamos a elegir entre un proyecto que garantiza la unidad de los mexicanos fundada en la ley y otro proyecto que desprecia la ley y que siembra el odio y la división entre los mexicanos.

Proposición:

El proyecto de López Obrador representa una amenaza para el sistema democrático del país

Al cuestionarse, se problematiza:

¿El proyecto de López Obrador representa una amenaza para el sistema democrático del país?

El proponente ofrece los siguientes datos:

Datos fácticos:

10. **Hace unos días escuché al candidato perredista que enviaría a los panistas al basurero de la historia**, yo les digo, amigos, que cuando yo sea presidente no voy a enviar ni a mis peores enemigos a ningún basurero, porque a lo que aspiro es a tener un país donde cada mexicana y cada mexicano independientemente de cómo piense, sea respetado y tenga un lugar en la construcción de un México mejor.

12. [...] en la disyuntiva del dos de julio vamos a elegir entre **quienes promueven el odio y la división de los mexicanos** o quienes queremos la unidad y la concordia de México y en esa opción ganaremos los pacíficos sobre **los violentos** [...]

La ley de paso o garantía se sustenta en un conocimiento sociocultural respecto a ciertas acciones represivas por parte del Estado en sexenios pasados y respecto a las características de las dictaduras que se viven en otros países:

Ley de paso: Porque

Si López Obrador llega a la presidencia impondrá un régimen antidemocrático, en el que prevalecerán la ilegalidad y la opresión como formas de conducción política.

El respaldo de la garantía se basa en estereotipos relacionados con las características de determinados grupos en la sociedad:

Respaldo: Teniendo en cuenta que

Las personas violentas generan conflictos y rupturas en el tejido social al no apegarse a los patrones de comportamiento socialmente aceptables (como son el cumplimiento de las leyes y la solución pacífica de las desavenencias). Las personas intolerantes no respetan a los que actúan o piensan diferente a ellas y tratan de imponer su punto de vista a los demás.

Conclusión: Por tanto

El proyecto de López Obrador representa una amenaza para el sistema democrático del país

Del proceso argumentativo que hemos desarrollado hasta aquí, podemos derivar la siguiente conclusión general:

El proyecto de López Obrador terminará con la estabilidad nacional

Con base en la caracterización de los argumentos hecha por Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989: 409-411) podemos determinar que en esta estructura argumentativa se pone en escena el argumento pragmático, el cual forma parte de los argumentos basados en la estructura de lo real y consiste en apreciar un acto o un acontecimiento con arreglo a sus consecuencias (favorables o desfavorables). En efecto, vemos en este caso que la intención es que el auditorio aprecie el posible triunfo de López Obrador desde la óptica de sus consecuencias futuras. El argumento pragmático puede influir en la conducta o en el juicio de las personas, por lo que tiene una importancia directa para la acción, por ejemplo: si un determinado evento lleva consigo consecuencias negativas, se debe evitar. Notamos también el uso del argumento *ad hominem*⁷¹ para inducir en el auditorio una evaluación negativa de su contrincante y de su grupo de seguidores, apoyándose en las creencias preconcebidas acerca de los comportamientos de los grupos de individuos en la sociedad (estereotipos) (Amossy y Herschberg Pierrot, 2010:119-120).

En el desarrollo argumentativo que se origina de la segunda objeción, es decir, de aquella en la que se cuestiona el medio que se propone como solución, nos encontramos con la

⁷¹ Los argumentos que constituyen un ataque contra la persona del adversario y que tienden a descalificarlo (argumentos *ad hominem* y otros tipos de falacias) serán abordados ampliamente en el apartado 7.2.2 La descalificación del adversario.

aplicación del principio del tercero excluido (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989:370). En efecto, desde el inicio del discurso (y a lo largo del mismo) el orador limita la contienda a dos alternativas. Una de ellas representa una amenaza para la estabilidad económica y social del país, la otra representa una opción que traería consigo consecuencias favorables para los mexicanos y sus familias. Así se da la apariencia de que los ciudadanos pueden elegir entre dos caminos, sin embargo nadie elegiría un opción negativa para sí, por lo que se trata de una falsa disyuntiva o falso dilema en el que sólo existe una posibilidad, la opción que propone el orador:

12. Por eso, amigos, **por eso en esta disyuntiva, en la disyuntiva del dos de julio** vamos a elegir entre quienes promueven el odio y la división de los mexicanos o quienes queremos la unidad y la concordia de México **y en esa opción ganaremos los pacíficos sobre los violentos**. Vamos a optar entre quienes representan la crisis económica o la estabilidad económica **y por supuesto ganaremos quienes garanticemos la estabilidad económica de México**. Vamos a decidir entre las deudas y el empleo, **y por supuesto todo México votará el dos de julio por el empleo y no por las deudas**⁷² porque queremos un futuro mejor. De eso es la elección del próximo domingo.

Del anterior fragmento del corpus inferimos la proposición de la cual partimos para desarrollar esta parte del proceso argumentativo:

Proposición:

Votar por el PAN es la única vía para mantener la estabilidad del país y para tener un futuro mejor

Al cuestionarse, se problematiza:

¿Votar por el PAN es la única vía para mantener la estabilidad del país y para tener un futuro mejor?

El proponente dice sí y ofrece los siguientes datos:

⁷² De hecho el cuantificar de un modo total, como sucede en “*todo México votará el dos de julio por el empleo*”, implica la exclusión de cualquier otra posibilidad (Fernández Lagunilla, 1999: 52).

Datos fácticos:

5. Amigos, amigas, garantizamos nosotros un proyecto donde podamos atraer inversión, donde podamos crear empresas medianas, pequeñas, grandes, que generen el empleo que necesitamos los mexicanos, que generen riqueza en el campo, en la industria, en la construcción, en la vivienda, en el turismo, en todos aquellos aspectos, en todo aquél potencial de nuestro país.

9. [...] ¿Quieren, ustedes, otra crisis económica como esa? ¿Quieren otra devaluación? ¿Quieren que a nuestros hijos otra vez les quede un México marcado por la miseria que nosotros heredamos de generaciones anteriores? Por supuesto que no, amigas y amigos. Por eso este dos de julio vamos por la opción de los empleos, vamos por la opción del gobierno responsable con la economía y con la justicia. Este dos de julio vamos por la opción que representa el futuro para todos los mexicanos, vamos por Acción Nacional.

44. Amigas y amigos, México está cambiando, este dos de julio es la hora de decidir entre el pasado o el futuro, entre el pasado que quebró a México o el futuro promisorio que habremos de construir. En esta hora crítica ni un paso atrás. Pienso en el futuro y vamos por el futuro. Ese sueño, ese sueño me ha traído hasta aquí, hasta este magnífico día. Habrá, mexicanos, una patria distinta y mejor.

La garantía o ley de paso se sustenta en un conocimiento compartido que dispara las experiencias negativas que gran parte de la población mexicana vivió con los gobiernos anteriores al gobierno panista y en las creencias colectivas de la necesidad de avanzar y mejorar:

Ley de paso: Porque

Seguir con un gobierno panista significa no volver a las prácticas del pasado y continuar con la transición política del país.

En este caso el respaldo de la ley de paso se justifica con datos⁷³ sociales, políticos e históricos que versan sobre lo que significa, implica y conlleva una transición política en el país:

Respaldo: Teniendo en cuenta que

El triunfo del PAN en las elecciones presidenciales del 2000 terminó con 70 años de gobiernos priistas. Tanto en el plano nacional como en el plano internacional la reacción fue positiva, pues se vislumbraba el inicio de una transformación en la vida política, social y democrática del país⁷⁴.

Conclusión: Por tanto

Votar por el PAN es la única vía para mantener la estabilidad del país y para tener un futuro mejor

Además del argumento pragmático que nos permite apreciar el acontecimiento de acuerdo con sus consecuencias positivas, nos encontramos con una argumentación que recurre a las creencias y a los valores del auditorio (Plantin, 2002: 134-137). En efecto, vincular a López Obrador con el PRI es un mecanismo que le permite al orador descalificar a su adversario a través de la evocación de las experiencias negativas que dejaron los gobiernos priistas. Una vez que se traen a la memoria estas experiencias (devaluaciones, crisis, autoritarismo), se apela al valor de la familia y se hace énfasis en la preocupación de los padres por el bienestar de los hijos. Así, pone en escena el contraste entre el pasado penoso de los padres bajo los gobiernos del PRI y el futuro promisorio de los hijos bajo los nuevos gobiernos del PAN.

⁷³ Por ejemplo, puede verse al respecto el texto de Juan Antonio Crespo “México 2000: la elección de la alternancia”, en: <http://biblioteca.itam.mx/estudios/60-89/62-63/JoseAntonioCrespoMexico2000Laelecciondelaalternacia.PDF>

⁷⁴ A pesar de las esperanzas puestas en esta alternancia, la política económica siguió siendo la misma que se aplicó en México a partir del proceso de globalización económica de mediados de la década de los ochenta. De acuerdo con un estudio realizado por Emilio Caballero Urdiales (2006), “el gobierno de Vicente Fox logró durante su mandato la estabilidad de variables financieras tales como los precios, la tasa de interés y el tipo de cambio, así como el control del déficit comercial externo. [...] Sin embargo, el crecimiento económico durante el gobierno de Fox resultó insuficiente para satisfacer las necesidades de ocupación productiva de los trabajadores de México. En efecto, el desempleo de la mano de obra se elevó de manera sostenida durante el sexenio, la tasa de desocupación abierta casi se duplicó entre 2000 y el período enero-junio de 2006”.

Ya que hemos expuesto la organización global del discurso (su estructura narrativa y sus principales células argumentativas) nos adentraremos en el análisis de cada una de las estrategias discursivas que el orador puso en funcionamiento en su intento por persuadir al auditorio.

7.2 Las estrategias persuasivas

En los siguientes apartados nos centraremos en tres aspectos importantes: el primero, es la construcción discursiva de la imagen (o imágenes) que el orador proyecta de sí mismo para lograr una identificación con su auditorio y obtener credibilidad; el segundo, es la manera en cómo intenta desacreditar a su adversario a través de la imagen negativa que construye de él y de sus seguidores; el tercero, es la captación de los ciudadanos a través de la imagen que propone de ellos y de la puesta en escena del *pathos*.

7.2.1 La construcción de la imagen de sí

Uno de los aspectos que más preocupa al candidato político es cómo debe concebirlo la opinión pública. De esta inquietud surge en el sujeto comunicante la necesidad de construir, en el acto de enunciación, una imagen de sí mismo que coincida con las expectativas de la mayor parte del auditorio. Charaudeau (2005a:90-128) en su libro *Le discours politique: les masques du pouvoir* agrupa en dos grandes categorías los tipos de *ethos* que se pueden proyectar en el campo del discurso político. La primera categoría agrupa los *ethos* de credibilidad con los que el sujeto muestra su sinceridad, su saber y su poder hacer. La segunda, concentra los *ethos* de identificación con los que se pretende despertar en el auditorio una pasión por el sujeto político.

En los siguientes apartados analizaremos los procesos lingüísticos que reflejan la presencia y el posicionamiento del sujeto comunicante en lo enunciado⁷⁵ y presentaremos los imaginarios sociodiscursivos que son movilizados para construir el *ethos* en este discurso.

7.2.1.1 La deixis de persona

Debemos considerar que en el contrato de comunicación que se desarrolla en una campaña electoral es importante que el candidato despliegue en su discurso una identidad individual a la par de una identidad colectiva (Charaudeau, 2005a:90). La identidad individual se

⁷⁵ Estos aspectos remiten al fenómeno de la subjetividad en el lenguaje.

construye, entre otras formas, mediante el uso de unidades deícticas⁷⁶ como los pronombres personales *yo, me, mí*, los posesivos *mi, mis* y las desinencias verbales que manifiestan la primera persona del singular. La identidad colectiva se construye a través del empleo de los pronombres *nosotros, nos*, de los posesivos *nuestro (a), nuestros (as)* y de las desinencias verbales en plural que manifiestan la primera persona.

Un hecho que debemos resaltar es que el pronombre *nosotros* tiene una complejidad referencial, dado que no corresponde a un *yo* plural⁷⁷ (salvo en casos excepcionales) sino a un *yo* y un *no-yo*. Ese *no-yo* puede ser *tú* o *ustedes* (*nosotros* inclusivo), *él* o *ellos* (*nosotros* exclusivo) o un *yo* dilatado (*nosotros* de majestad y *nosotros* de autor u orador) (Benveniste, 1982:234-235). Dentro del discurso político, Fernández Lagunilla (1999:54) ha detectado en este pronombre una serie de valores que representa en términos de equivalencias:

- a) *nosotros*= el gobierno (el cual explica su política a través de un portavoz)
- b) *nosotros*= un determinado grupo político (los diputados, los senadores)
- c) *nosotros*= los correligionarios o grupo militante (los panistas, los priistas)
- d) *nosotros* colectivo o nacional= los mexicanos, el país, la nación, el pueblo, México

Mostraremos cómo estas unidades, que hacen referencia a la persona, contribuyen en la configuración de las identidades (individual y colectiva) del orador. Pero antes haremos algunas precisiones respecto a los procedimientos de modalización.

7.2.1.2 La modalización

Para Charaudeau (1992: 572-573) la modalización es una categoría conceptual que forma parte del fenómeno de la enunciación y que permite explicitar las posiciones del sujeto hablante con respecto a sí mismo, a su interlocutor y al asunto o tema que trata. La modalización se manifiesta a través de tres tipos de actos locutivos, que son: el acto

⁷⁶ Kerbrat-Orecchioni (1997:48) define las unidades deícticas como aquellas cuyo funcionamiento semántico-referencial implica considerar algunos de los elementos constitutivos de la situación de comunicación. Este tipo de unidades se clasifican en deixis personal, deixis espacial y deixis temporal. Entre la deixis personal se encuentran los pronombres personales, las desinencias verbales y los adjetivos posesivos; en la espacial se encuentran los pronombres demostrativos, ciertos adverbios (*aquí, allá*) y verbos de movimiento (*ir, venir*); y en la temporal encontramos las desinencias verbales, locuciones adverbiales, determinados adjetivos (*próximo, actual*) y adverbios (*hoy, mañana*). Kerbrat sostiene que lo que cambia con cada situación comunicativa es el referente de estas unidades y no su sentido. Se distancia así de autores como Jespersen, quien, por el contrario, considera que en estas palabras varía el sentido, o como Benveniste, quien considera a los pronombres personales formas vacías de contenido semántico.

⁷⁷ Es decir, no es la suma de yo+ yo+ yo.

elocutivo, el acto alocutivo y el acto delocutivo. Cada uno de ellos, a su vez, posee ciertas modalidades enunciativas. En este apartado expondremos las modalidades del acto elocutivo, dado que son éstas las que nos permiten apreciar cómo el orador se implica en lo que dice y la manera en que manifiesta sus puntos de vista.

7.2.1.2.1 Las modalidades elocutivas

Charaudeau (1992:599-618) establece para el acto elocutivo las siguientes modalidades:

- La constatación: el orador constata un hecho respecto al cual trata de tomar una posición lo más objetiva posible. Su configuración explícita se realiza con los verbos *observar, ver, constatar*. En su configuración implícita se puede manifestar con enunciados afirmativos que describen un hecho de manera objetiva.
- El saber/la ignorancia: el locutor dice tener conocimiento (o no) respecto a cierta información o hecho. Explícitamente se manifiesta con los verbos *saber e ignorar*. En su configuración implícita puede manifestarse con enunciados interrogativos con los que el locutor expresa su no-saber y con ciertos enunciados con forma afirmativa en los que se sobrentiende que el locutor sabe lo que afirma.
- La opinión: el orador expresa un punto de vista con base en el lugar que tiene una información o un hecho dentro de su espacio de creencias. En esta modalidad encontramos dos variantes: a) la convicción, en la que el locutor siente la necesidad de expresar la certeza que él tiene sobre un hecho o una información que ha sido puesta en duda; b) la suposición, en la que no hay certeza total sobre el hecho o la información, de modo que el locutor expresa su opinión conforme a su propio grado de certeza. La suposición se mueve en un eje que va de la certeza fuerte al presentimiento.
- La apreciación: el locutor hace un juicio de valor favorable o desfavorable dentro de determinados dominios de valor, como son el ético (bien/mal), el estético (bello/feo), el hedónico (felicidad/desgracia) y el pragmático (útil/inútil). Explícitamente se configura con perífrasis verbales y verbos seguidos en subjuntivo. De manera implícita todo enunciado es susceptible de manifestar una apreciación positiva o negativa, por lo que es el contexto el que determinará si caen dentro de esta modalidad o no.
- La obligación: el orador expresa una acción que debe llevarse a cabo por él mismo. La obligación puede ser interna (su origen se encuentra en el locutor mismo) o

externa (asignada al orador por una instancia con autoridad). Explícitamente esta modalidad se manifiesta con perífrasis verbales y verbos seguidos de infinitivo (*debo hacer, debo votar*), pero también con locuciones y construcciones impersonales (*hay que, es necesario que*).

- La posibilidad: esta modalidad expresa la aptitud (disposición) del locutor para realizar una acción que sólo depende de él. La posibilidad es interna cuando revela una aptitud natural, física o intelectual, del locutor, pero cuando su poder-hacer requiere de la autorización de alguien más la posibilidad es externa. Se configura explícitamente con perífrasis verbales y verbos seguidos de infinitivo (*yo puedo hacerlo*).
- La voluntad: se plantea una situación de carencia que se desearía reparar por medio de determinada acción, pero el locutor no puede llevarla a cabo por sí solo, de manera que debe recurrir a otro agente. Su configuración explícita se realiza con verbos como *desear, exigir*.
- La promesa: el locutor enuncia una acción cuya realización depende de él mismo, lo que supone expresar su poder-hacer para cumplir con la acción prometida. Se manifiesta explícitamente a través de verbos como *prometer, comprometerse y jurar*.
- La aceptación/el rechazo: el orador acepta o rechaza cumplir/realizar una petición que le fue hecha. Esta modalidad puede expresarse con un simple *sí* o *no*, pero también con perífrasis verbales y verbos (*aceptar, rehusar, rechazar*).
- El acuerdo/el desacuerdo: el locutor expresa si está o no de acuerdo con alguna declaración hecha por alguien más y al hacer esto contribuye a validar positiva o negativa esa declaración. Se expresa explícitamente a través de *sí* o *no* y de expresiones del tipo: *estoy de acuerdo con, no estoy de acuerdo, ciertamente, en absoluto*.
- La declaración: el orador posee un saber y supone que el interlocutor ignora ese saber o lo pone en duda. Esta modalidad tiene como variantes la confesión, la revelación, la afirmación y la confirmación. Explícitamente se manifiesta con perífrasis verbales y verbos (*yo reconozco que, afirmo que, confirmo que*). De manera implícita, todo enunciado puede tener un efecto de declaración de acuerdo al contexto.
- La proclamación: el locutor, por su posición institucional, realiza una acción por el hecho mismo de enunciar esa acción (*proclamo que*). Es decir, realiza un acto de habla performativo.

Una vez que hemos expuesto cada una de las modalidades elocutivas que plantea Charaudeau (1992), identificaremos cuáles son puestas en escena y describiremos cómo, junto con las marcas de referencia a la persona, contribuyen en la construcción del *ethos* del locutor.

7.2.1.3 El *ethos* del líder profeta

Esta imagen pertenece a la categoría de los *ethos* de identificación y posee las siguientes características: el líder profeta es portador de un mensaje que le ha sido dado por una voz del más allá, esta voz constituye una tercera instancia que representa el papel de figura ideal de referencia (Charaudeau, 2005a:67); el mensaje, que se le ha revelado en un sueño o en una visión, consiste en anunciar el advenimiento de una especie de paraíso terrenal con la asunción del orador al poder, pero también en vaticinar épocas catastróficas si siguen a los “falsos profetas” y no el camino propuesto, que es el camino verdadero. A su vez, esta imagen permite posicionarse como un padre protector y un salvador que, con su intervención, reparará el caos, los males y las amenazas que aquejan a la sociedad (Charaudeau, 2005a:119-120).

En el discurso político el enunciador se posiciona en un punto intermedio entre una zona de idealidad social fundada en valores y una zona de expectativas atribuidas al auditorio (Charaudeau, 2005a: 105). Esta posición discursiva crea la necesidad de proyectar una imagen que inspire confianza, una imagen que logre la identificación con el auditorio y sea capaz de convencerlo de que es posible congregar ambas zonas. Es por esta razón que en el caso que estamos analizando el sujeto comunicante intenta lograr una identificación con los sujetos interpretantes a través de la construcción de un sujeto discursivo que, supuestamente, encarna los deseos y los valores atribuidos a estos sujetos:

párrafo	Construcción del <i>ethos</i> del líder profeta	Unión de la zona de idealidad social con la zona de expectativas
15	soy un hombre que se ha guiado en la vida por sus sueños y toda la vida, toda la vida he soñado con tener	→ un México distinto y mejor.
16	Yo me imagino, amigas y amigos, yo me imagino	→ un México justo

17	Soy un hombre, amigos, soy un hombre que sueña, que sueña y lucha por	→	un México equitativo que ofrezca a todos oportunidades de salud, de educación, de vivienda
17	que al igual que ustedes sueño con	→	un México generoso que apoya a las familias más necesitadas para que vivan con dignidad y abandonen la pobreza.
18	Sueño con	→	un México que es hermano de sus hermanos, un México solidario que apoya a quienes tienen más adversidad
19	Sueño, amigos, sueño con	→	un México que es capaz de sembrar justicia y amor donde ahora sólo ha habido desprecio y abandono.
19	Sueño con	→	un México seguro, un México libre, donde nuestros hijos puedan crecer, jugar, aprender, vivir intensamente, donde puedan ser felices.
21	El México en el que sueño, el México por el que lucho, amigas y amigos, es	→	un México limpio, un México donde hemos rescatado nuestras selvas y nuestros bosques, que han detenido su deterioro y ahora crecen cuidados por la mano del hombre, un México donde los ríos han dejado de ser los drenajes de las ciudades y son ríos nuevamente.
22	Por el México que quiero, por el que lucho,	→	las ciudades son nuevamente espacios dignos para todos. Son espacios donde la vivienda está al alcance prácticamente de cualquier padre de familia, son ciudades donde mis hijos juegan, estudian, trabajan, se divierten, son felices.
23	En el México que sueño hay	→	un México democrático, los gobernantes rinden cuentas, los gobernantes cumplen con su deber y cada ciudadano sabe donde está su dinero y cómo se decide su futuro.

Cuadro 12. Construcción del *ethos* y unión de la zona de idealidad con la zona de expectativas

El sujeto se proyecta como el portador de un sueño colectivo (de un ideal social) fundado en un sistema de valores con el cual pretende establecer una especie de alianza con el auditorio. Este sueño se pretende a la vez idealista y realista. Es por eso que evoca, con la repetición de la frase “*sueño con*”, el célebre discurso *I have a dream* del Dr. Martin Luther King, Jr.⁷⁸. En efecto, sabemos que el sueño que alguna vez tuvo Martin Luther King se ha hecho, al menos en parte, realidad; de modo que se pretende gestar la idea de que no se trata de un sueño maravilloso pero imposible o de un proyecto meramente utópico, sino de la realidad que le espera al auditorio si hace lo que se le pide. De esta forma, el orador

⁷⁸ El discurso de Luther King, conocido como *I have a dream*, fue pronunciado en las escalinatas del monumento a Lincoln en la ciudad de Washington, DC., el 28 de agosto de 1963.

pretende suscitar sentimientos de fe y de esperanza y bloquear la incertidumbre propia de los eventos futuros. La evocación de este discurso también nos permite establecer una asociación que no parece casual: la información sobre los orígenes del Partido Acción Nacional, al cual representa Calderón, indica entre sus cimientos una orientación religiosa (la católica)⁷⁹, y sabemos, por otra parte, que Luther King era un pastor religioso líder en su comunidad.

Veamos ahora los siguientes fragmentos:

10. [...] **yo** les digo, amigos, que cuando **yo sea** presidente [...]
16. **Yo me imagino**, amigas y amigos, **yo me imagino** un México justo
16. **Yo me imagino**, amigos, un México [...]
19. **Sueño**, amigos, **sueño** con un México [...]
19. **Sueño con** un México seguro, un México libre [...]
20. [...] **yo sueño**, amigos, **sueño** con un México [...]
24. **Yo** les digo a esas mujeres que estaré con ellas [...]
45. **Yo** los invito a que soñemos en ese México [...]

El uso del pronombre personal *yo* y de los verbos de representación mental conjugados en primera persona del singular (“*imagino*”, “*sueño*”), le permite al sujeto enunciante configurar su identidad individual. La explicitación del pronombre *yo* tiene el objetivo de cimentar y reforzar la figura del líder en el que recaerá la responsabilidad del nuevo gobierno. Los verbos de representación mental, especialmente el uso intransitivo del verbo *soñar*, perfilan la imagen del profeta al que le ha sido revelada la tierra de promisión.

Continuando con la manifestación de sus dotes proféticas enuncia: “*Les digo esto, amigas y amigos, con una convicción profunda, que ese México en el que sueño, ese México vendrá; ese México será una realidad*”. De hecho, deja ver que la irrupción de ese lugar paradisíaco no está lejos:

2. [...] Estamos a sólo ocho días de que decidamos qué tipo de patria vamos a heredarle a nuestros hijos. A ocho días de iniciar una nueva

⁷⁹ Puede consultarse al respecto ARRIOLA, Carlos “*El Partido Acción Nacional (origen y circunstancia)*” en: http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/C62M6L2E3KG2UB59NY4LTIS5TGDCVP.pdf

etapa en la vida de México, una era de progreso, una era de paz, de desarrollo con justicia, de seguridad, de oportunidades para los mexicanos. Una historia de respeto al medio ambiente y a los demás.

Esto no sólo proyecta la imagen del profeta sino también la figura del Mesías redentor que, con su aparición e intervención en la escena presidencial, instaurará un nuevo orden que apartará a la nación de las crisis y demás adversidades que la aquejan y la amenazan.

7.2.1.4 El *ethos* de ser competente

Esta imagen se caracteriza por permitirle al sujeto manifestar discursivamente su capacidad de hacer, su saber y su experiencia. Pertenece a la categoría de los *ethos* de credibilidad.

5. Amigos, amigas, **garantizamos nosotros** un proyecto donde **podamos atraer** inversión, donde **podamos crear** empresas medianas, pequeñas, grandes, que generen el empleo que **necesitamos** los mexicanos, que generen riqueza en el campo, en la industria, en la construcción, en la vivienda, en el turismo, en todos aquellos aspectos, en todo aquél potencial de **nuestro país**.

Aunada a la imagen de un líder que anuncia un futuro mejor, el sujeto comunicante necesita construirse una imagen que le permita ser creíble a los ojos de la instancia ciudadana. Con este fin apela al poder hacer de la entidad política a la que representa a través del uso del *nosotros* exclusivo: “*garantizamos nosotros*”, “*podamos atraer*”, “*podamos crear*”. El verbo “*necesitamos*” y el posesivo “*nuestro*” equivalen a un *nosotros* nacional con el que pretende generar una empatía con los destinatarios, pues conoce cuáles son las necesidades de los mexicanos y sabe cómo remediarlas. Las perífrasis en subjuntivo (“*podamos atraer*”, “*podamos crear*”) manifiestan una modalidad de posibilidad.

37. **Estoy listo, estoy listo** para la responsabilidad que viene, **estoy preparado** profesional y espiritualmente para la tarea. Toda **mi vida me he preparado** para ella porque **conozco** los problemas de México, porque **conozco** las alternativas para resolverlos, porque **tengo** la experiencia. Se los digo con absoluta tranquilidad de conciencia, **estoy listo** para ser el próximo Presidente de México.

Para poner en relieve sus capacidades personales el sujeto enunciante se expresa con las formas de la primera persona del singular (*“Estoy listo”, “estoy preparado”, “conozco”*). Esto le permite construir la imagen de un hombre capaz de realizar lo que promete, dado que posee el saber y la experiencia necesarios para poder gobernar el país. Aunque no da detalles de cómo adquirió esa experiencia ni de en qué consiste la formación profesional y espiritual que dice tener, la modalidad de declaración en su variante de afirmación le da la contundencia necesaria a sus palabras.

7.2.1.5 El *ethos* de carácter

Esta imagen, que pertenece a la clase de los *ethos* de identificación, le permite al sujeto enunciante manifestar una fuerza de espíritu y la voluntad de no abandonar jamás sus compromisos. También manifiesta una tenacidad combativa para afrontar la adversidad y para polemizar con sus adversarios, reprobando sus (supuestas) acciones e intenciones (Charaudeau, 2005a: 107-110).

32. **Estoy acostumbrado a luchar**, hoy culmina una campaña en la cual **hemos enfrentado** la adversidad y **hemos superado** la adversidad. Día con día, día con día, **hemos sacado** fuerzas de **nuestros sueños**, de **nuestras convicciones**, de **nuestro anhelo** de tener un México distinto y mejor. **Hemos sacado** fuerzas de lo profundo del espíritu para enfrentar los obstáculos y **he sido** siempre un inconforme, **he sido** un desobediente, no con ustedes, no con **mi padre** a quien **amé** y **respeté** y **seguí** siempre, sino un rebelde contra la injusticia, contra la miseria, contra la dictadura de unos cuantos que pretendieron imponerse para siempre sobre millones y millones de mexicanos, que ya **derrotamos** en el pasado y **los vamos a derrotar** nuevamente el próximo domingo de julio.

El sujeto enunciante hace uso de las formas de la primera persona del singular para continuar configurando su identidad individual. Su empleo en las construcciones y sintagmas correspondientes le permite articular la figura de un hombre tenaz y persistente en el logro de sus anhelos (*“Estoy acostumbrado a luchar”*). También le permite configurar la imagen de un hombre cuyo proceder político se arraiga en los principios y los valores que le vienen de familia. Las formas verbales de la primera persona del plural (*“hemos enfrentado”, “hemos superado”, “derrotamos”*), así como las formas posesivas (*“nuestros”, “nuestras”*), con un

valor referencial de *nosotros* exclusivo (yo+ El PAN) le permite construir una identidad partidista que, en congruencia con su identidad individual, comparte sus anhelos, sus fortalezas y sus convicciones. En este párrafo se hace presente la modalidad de declaración-afirmación (“*ya derrotamos*”, “*los vamos a derrotar*”).

34. Jamás, **jamás acepté, nunca he aceptado** que hay realidades que no se puedan cambiar. **Jamás acepté** que había obstáculos insuperables y por eso **hemos venido remontando** una y otra vez todos los obstáculos, todas las encuestas adversas, todos los malos augurios.

La modalidad de rechazo que se manifiesta con las estructuras “*jamás acepté*”, “*nunca he aceptado*” sigue reflejando la tenacidad y la persistencia que dice poseer el sujeto para afrontar los obstáculos. La proyección de estos rasgos funciona como una guía del futuro desempeño del candidato: si fue capaz de superar los retos y las dificultades que se le presentaron durante la campaña también puede superar los problemas que se le presenten como gobernante del país. La forma en plural “*hemos venido remontando*” con un valor referencial de yo+ El PAN ofrece una constatación de la capacidad que tiene esta opción política para cambiar la realidad.

7.2.1.6 Formas de la tercera persona

Un aspecto que se habrá notado en algunos de los párrafos que hemos expuesto para sustentar nuestra interpretación de la puesta en escena del *ethos* del líder profeta⁸⁰ es el uso de verbos y de posesivos que refieren a una tercera persona:

15. Soy un hombre **que se ha guiado** por **sus** convicciones, soy un hombre **que se ha guiado** en la vida por **sus** sueños y toda la vida, toda la vida he soñado con tener un México distinto y mejor.

17. Soy un hombre, amigos, soy un hombre **que sueña, que sueña** y **lucha** por un México equitativo [...]

Este procedimiento le permite al locutor borrar su estatus de persona de interlocución para proyectarse como un Tercero que encarna a la instancia ideal de referencia. “Pronunciar

⁸⁰ Ver cuadro 12. Construcción del *ethos* y unión de la zona de idealidad con la zona de expectativas en el apartado 7.2.1.3 El *ethos* del líder profeta.

una palabra *profética*⁸¹ [...] es ponerse en el lugar del “querer de un tercero”, hacerse el eco del mensaje (de redención o de castigo) de un Tercero del más allá (un Tercero con T mayúscula). Al hacerse el portavoz, se convierte él mismo en Tercero” (Charaudeau, 2009e: 28-29). Veremos en que consiste este Tercero en el siguiente apartado.

7.2.1.7 El Tercero como instancia de referencia: el país ideal

Nos encontramos en el espacio de la interdiscursividad, en el que se muestra el posicionamiento del sujeto con respecto a un sistema de pensamiento que propone o trata de imponer al otro para incluirlo en su universo de discurso o para excluirlo de él. En la interdiscursividad el sujeto comunicante coincide con un metaenunciador (el Tercero) que es la voz que encarna los conocimientos, las creencias y las opiniones que circulan en una comunidad (Charaudeau, 2009e).

En el caso que nos ocupa se recurre a un Tercero mítico, cuya palabra remite a diversas representaciones socialmente idealizadas. En efecto, se trata de lo que anteriormente hemos denominado “zona de idealidad”, que constituye un imaginario colectivo de lo que deben ser la convivencia humana y el bienestar social.

Veamos algunos párrafos como ejemplos:

17. Soy un hombre, amigos, soy un hombre que sueña, que sueña y lucha por un México equitativo que ofrezca a todos oportunidades de salud, de educación, de vivienda, que al igual que ustedes sueño con un México generoso que apoya a las familias más necesitadas para que vivan con dignidad y abandonen la pobreza.

18. Sueño con un México que es hermano de sus hermanos, un México solidario que apoya a quienes tienen más adversidad, que apoya a las madres solteras, que apoya a las personas con discapacidad, que apoya a los adultos mayores y no hay distinción entre un mexicano y otro, no hay distinción entre un niño que viene y el adulto que ha cumplido con la vida, no hay distinción entre mujeres y hombres, entre joven y adulto, entre indígena y no indígena.

⁸¹ En cursivas en el original.

El sujeto se presenta como el portavoz de un sistema de creencias que articula una serie de valores de naturaleza afectiva y de carácter aspiracional: la igualdad entre los hombres, la convivencia pacífica y armónica, el respeto al entorno en el cual se vive, el acceso a bienes indispensables como la alimentación, la salud, la vivienda; es decir, valores que impulsan a la comunidad a querer transformar la realidad cotidiana. Sin embargo, el hecho de que estos valores se inscriban en una concepción idealizada del país que nos remite a los imaginarios de la tierra prometida y del paraíso terrenal propios de algunas religiones, nos indica que, en este tramo del discurso, la instancia política pretende establecer un vínculo con la instancia ciudadana recurriendo a un sistema de pensamiento dogmático⁸² que se funda en una palabra revelada (Charaudeau, 2009e: 36). De esta forma, el imaginario del paraíso terrenal se manifiesta mediante un intermediario (el líder profeta) que transmite la revelación:

39. Con nuestra victoria, que será la victoria de todos los mexicanos, iniciaremos una nueva época en la vida de México, una época de paz y de prosperidad, una época de conciliación nacional, de crecimiento económico con empleo estable y bien remunerado. Empezaremos a cerrar en México la brecha entre los ricos y los pobres y la brecha entre el hombre y la naturaleza.

7.2.2 La descalificación del adversario

La proyección del *ethos* del líder profeta le permite al orador configurar la imagen negativa de su adversario y de su grupo de seguidores, pues un elemento fundamental de este tipo de *ethos* es vaticinar épocas catastróficas si se sigue a los “falsos profetas”. A continuación mostraremos cómo se pone en escena otro tipo de Tercero: el Tercero como instancia adversaria.

En la estructura argumentativa que expusimos en el apartado 7.1.2 pudimos percatarnos de la puesta en escena de argumentos orientados hacia las (supuestas) características negativas del adversario y de su grupo de seguidores. Este tipo de argumentos se conocen como *ad hominem* porque tienen como característica eludir el tema en cuestión para enfocarse directamente en atacar la figura del contrincante. En este apartado expondremos con mayor profundidad la emergencia de estos y otros tipos de argumentos considerados como

⁸² Es decir, en un sistema de creencias ligadas a la fe.

falaces. Para coadyuvar con este objetivo se hace necesario introducir dos herramientas analíticas importantes: las modalidades delocutivas y el léxico subjetivo (subjetivemas).

7.2.2.1 Las modalidades delocutivas

Estas modalidades presentan la información bajo una apariencia de objetividad, es decir, no dependiente de los puntos de vista de los interlocutores. Charaudeau (1992:599-618) expone dos tipos de modalidades delocutivas: la aserción y el discurso referido.

- La aserción: en la modalidad delocutiva existen diversos tipos de aserciones las cuales se corresponden con las modalidades elocutivas (constatación, apreciación, obligación, posibilidad, etc.), pero se distinguen de éstas en que la responsabilidad del locutor se oculta a través del uso de construcciones no personales, por ejemplo: “se ha constatado que...”, “es necesario que...”
- El discurso referido: se realiza siguiendo un proceso en el cual el sujeto hablante delega a otro el origen enunciativo del discurso, ya sea para asumirlo o para rechazarlo⁸³. Esta modalidad se expresa mediante la cita, el discurso integrado, el discurso narrativizado y el discurso evocado.

En el ámbito del discurso político resaltan tres usos de la cita⁸⁴: 1) *la autocita*, en la que los enunciados que son retomados en el discurso actual fueron emitidos por el mismo locutor en otra instancia de enunciación, 2) *la cita de autoridad*, en la que se recurre a lo dicho por otro locutor a quien se considera autorizado en el tema o que goza de cierto prestigio, 3) *la cita polémica*, en la que el locutor retoma y refuta los enunciados que fueron emitidos por (o atribuidos a) sus adversarios (García y Zoppi, 1992:75-78).

El discurso integrado se manifiesta a través del estilo indirecto: “Pedro me dijo que su auto estaba descompuesto”, una de las características de esta modalidad es que los pronombres y los tiempos verbales del discurso original son adaptados a la enunciación actual. En el discurso narrativizado los enunciados referidos se integran totalmente en el decir del locutor, con ciertas transformaciones morfológicas, así un enunciado como “estoy decepcionado” en esta modalidad se expresará como “él me ha confesado su

⁸³ Esta modalidad nos remite al fenómeno de la polifonía, el cual implica “interpretar el discurso atendiendo a las relaciones que el enunciado instaaura con otros enunciados anteriores, a las propiedades dialógicas de la palabra, a la presencia simultánea de diversas autorías, lenguajes, puntos de vista, visiones del mundo y voces sociales e históricas en un mismo discurso e, incluso, en un mismo enunciado” (Puig, 2009: 29).

⁸⁴ Un aspecto que hay que resaltar es que la cita no sólo se puede reproducir mediante el uso del discurso directo, sino también mediante el discurso indirecto y el discurso indirecto libre (García y Tordesillas, 2001: 163).

decepción”. Finalmente, el discurso evocado se manifiesta en frases del tipo “Como ha dicho (X)” y en proverbios y máximas que aluden al saber popular.

7.2.2.2 El léxico subjetivo

Kerbrat-Orecchioni (1997:93-94) llama subjetivemas a las unidades léxicas que se caracterizan por enunciar juicios de valor o compromisos emocionales del hablante respecto a lo denotado. Estas unidades poseen rasgos como el [afectivo], el [axiológico] y el [modalizador]. Se clasifican en:

Sustantivos axiológicos: expresan un juicio evaluativo el cual puede ser peyorativo o elogioso. Si la intención ilocutiva del discurso es resaltar positivamente los atributos de algo o de alguien predominarán los términos encomiásticos; si, por el contrario, lo que se pretende es descalificar un objetivo, entonces predominarán los términos con una connotación negativa.

Adjetivos subjetivos: se clasifican en: a) adjetivos afectivos, con los que se manifiesta una reacción emocional del sujeto respecto al objeto denotado, b) adjetivos evaluativos no axiológicos, que implican una evaluación cualitativa o cuantitativa del objeto denotado por el sustantivo al que determinan y c) adjetivos evaluativos axiológicos que aplican un juicio de valor, positivo o negativo, al objeto denotado por el sustantivo.

Verbos subjetivos: estos verbos se clasifican en: a) ocasionalmente subjetivos y b) intrínsecamente subjetivos, según los siguientes criterios:

- 1) ¿Quién hace el juicio evaluativo?
- 2) ¿Qué es lo que se evalúa?
- 3) ¿Cuál es la naturaleza del juicio evaluativo?

El que realiza el juicio evaluativo puede ser el orador mismo o el agente del proceso (que puede o no coincidir con el orador); lo que se evalúa puede ser el proceso mismo o el objeto del proceso (un individuo, una cosa, un hecho); el juicio evaluativo puede encontrarse en el dominio de lo axiológico (bueno/malo) o en el dominio de la modalización (verdadero/falso/incierto). Así, los verbos ocasionalmente subjetivos (que no implican un juicio evaluativo a menos que estén conjugados en primera persona) expresan una evaluación del objeto del proceso por parte del agente en términos de bueno/malo o verdadero/falso. Los verbos intrínsecamente subjetivos implican una evaluación cuya

fuente siempre es el orador. Se dividen a su vez en: 1) verbos intrínsecamente axiológicos, los cuales evalúan el proceso denotado (y por extensión a su agente), y 2) verbos intrínsecamente modalizantes, en los que se emite un juicio evaluativo sobre la verdad, falsedad o incertidumbre de los contenidos enunciados.

Adverbios subjetivos: manifiestan el grado en que el orador se adhiere, rechaza o muestra incertidumbre respecto a los contenidos enunciados. Adverbios como *quizá, sin duda, ciertamente*, implican un juicio de verdad, mientras que adverbios como *realmente, efectivamente, verdaderamente*, implican un juicio sobre la realidad.

Una vez que hemos expuesto las modalidades del acto delocutivo y la clasificación del léxico subjetivo propuesta por Kerbrat-Orecchioni, podemos pasar a la detección de estos elementos en el corpus y ver cómo contribuyen en la configuración de las estrategias que fueron puestas en escena con la intención de descalificar y vituperar al adversario.

7.2.2.3 Argumentos *ad hominem* y otras falacias

Dentro de la literatura sobre el tema existen diversos planteamientos sobre lo que se considera una argumentación falaz⁸⁵. Desde una perspectiva lógica, una falacia (o paralogismo) es un argumento que incurre en un error de razonamiento al no respetar alguna de las reglas que aseguran la validez del silogismo (Plantín, 2008: 122). Desde un enfoque informal o crítico, una falacia es “una argumentación que incumple alguna de las normas de procedimiento correcto, en un determinado marco de diálogo o contexto de discusión, pero que simula o reviste una apariencia de corrección y constituye un serio obstáculo para la realización de los fines propios de la discusión o del diálogo” (Vega Reñón, 2008: 196). Desde un punto de vista retórico, la intención persuasiva resulta relevante para la determinación de lo que se considera una falacia: una argumentación será falaz cuando el orador tiene el propósito de inducir al auditorio a adoptar una creencia o una decisión mediante el engaño deliberado⁸⁶ (Vega Reñón, 2008: 197-199).

⁸⁵ Puede verse al respecto *De las falacias: argumentación y comunicación*, MARAFIOTI, R., y SANTIBÁÑEZ, C. (eds.), Buenos Aires: Biblos, 2008.

⁸⁶ Es pertinente aclarar que los teóricos hacen una distinción entre sofisma y paralogismo. El sofisma se encuentra cargado de una intención maliciosa y engañosa. La falacia se encuentra del lado del error o equivoco involuntario (Plantín, 2002: 48-50; Vega Reñón, 2008: 197-199). Sin embargo, se acepta que, por el significado mismo de las palabras *falacia* y *falaz*, el paralogismo se mueve hacia el sentido que se le ha dado al sofisma.

De acuerdo con estos planteamientos, podemos considerar, en términos generales, que un argumento es falaz cuando desvía o aleja el desarrollo argumentativo de las vías racionales. El discurso político electoral es un campo fértil para la emergencia de este tipo de procedimientos, pues, como hemos indicado, sus elementos constitutivos tienen que ver con el campo de las apariencias y con las manifestaciones pasionales y no con la aparición del razonamiento puro. En el análisis siguiente expondremos los argumentos a los que ha recurrido el orador con el afán no de contribuir al diálogo y a la confrontación de ideas, sino de adherir a toda costa a la audiencia-blanco.

En apartados precedentes hemos indicado que en este discurso el orador se sirve del apellido de López Obrador para evocar al ex presidente priista, López Portillo. Esto le permite establecer una serie de semejanzas entre estos dos personajes políticos:

7. Porque ya, ya en 1982, ya hubo otro **López, López Portillo, que también anunció aumentos** del 10 y del 20 y 30 por ciento para los mexicanos, pero el resultado que no debe repetirse fue un resultado desastroso, porque por cada 20 por ciento que aumentaron el salario a los trabajadores, también le aumentaron a los trabajadores los precios y el costo de la vida no en 20, sino en 120 por ciento en ese año.

Podemos detectar que mediante el uso de una modalidad de aserción el orador trata de hacer pasar sus dichos como datos objetivos e incuestionables. Sin embargo, aunque es un dato objetivo que López Portillo anunció aumentos del 10, del 20 y del 30 por ciento para los trabajadores, no lo es que López Obrador propusiera el mismo tipo de aumento salarial. De hecho, lo que el candidato de la Coalición propuso fue un aumento del 20 por ciento al salario de las familias, cuyos ingresos mensuales fueran de 2 mil 500 a 9 mil pesos⁸⁷. Como vemos, se trata de una falsa analogía, con la que el orador trata de hacer pasar como similares dos situaciones completamente distintas. De esta forma, el efecto (el “*resultado desastroso*”) que supuestamente se derivaría de la aplicación de esos mismos aumentos salariales, queda sin validez, pues se apoya en una falacia. Pero, aun considerando el hipotético caso de que López Obrador hubiese propuesto efectivamente el tipo de aumentos que le imputa el candidato panista, seguiría sin existir una relación causal entre este acontecimiento y el hecho de aumentarles los precios y el costo de la vida a los trabajadores, por lo que se trata también de un paralogismo de la causa falsa.

⁸⁷ Puede consultarse al respecto: www.eluniversal.com.mx/notas/352443.html

Otro aspecto que puede observarse es que el orador articula la falsa analogía poniendo en escena un saber compartido por los mexicanos: la importante caída del peso en febrero de 1982, como consecuencia de las acciones y las políticas implementadas durante el gobierno de López Portillo⁸⁸. También recurre a la puesta en escena de la opinión común a través de la modalidad del discurso evocado. Como indicamos anteriormente⁸⁹, este tipo de opinión tiene un alcance universal y se manifiesta con proverbios, dichos o enunciados de valor general, como es el caso de “*los pueblos que no recuerden su historia están condenados a repetir sus tragedias*”. Con su empleo, el orador pretende establecer un discurso de verdad avalado por la tradición de la sabiduría popular:

8. **El peso mexicano se devaluó como nunca**, de 24 pesos a 125 pesos por dólar tan sólo en ese 1982. **México sufrió una de las peores crisis que registre su historia**, la lección es clara, **los pueblos que no recuerden su historia están condenados a repetir sus tragedias** [...]

Veamos ahora los siguientes párrafos del corpus:

6. Nuestros adversarios representan una alternativa cultivada en el **odio** y en la **calumnia**, **quieren estafar** a los mexicanos con la **mentira** de que aumentarán sus ingresos como por **arte de magia**.

Podemos apreciar en este párrafo la puesta en escena del argumento *petitio principii* (petición de principio) y del argumento *ad hominem*. El empleo de este último tiene la intención de restarles credibilidad a sus oponentes mediante la atribución de una intención censurable, “*quieren estafar a los mexicanos*”, para implicar que son unos estafadores y unos mentirosos y que, por tanto, no se puede confiar en ellos, ni en su proyecto, ni en nada de lo que dicen. Este argumento, además de presentar las propuestas de sus adversarios como mentiras inviábiles o desatinadas, le permite al orador desacreditar sus acusaciones o señalamientos, en particular una que resultó ser muy polémica: la revelación que hizo el candidato de la

⁸⁸ La creciente producción petrolera que se anunciaba en ese sexenio (1976-1982) le otorgó al gobierno mexicano la capacidad de pedir créditos a la Banca Internacional con el objeto de financiar un plan de desarrollo nacional; sin embargo, el gobierno no contaba ni con la caída de los precios internacionales del petróleo que sobrevino tiempo después, ni con el impacto negativo que esto generaría.

⁸⁹ Ver apartado 3.2.2 El nivel de la construcción discursiva en donde se exponen el saber de creencia y los tipos de opiniones que propone Charaudeau.

Coalición por el Bien de Todos, en el segundo debate presidencial del 6 de junio, cuando señaló que Felipe Calderón, en su paso por la Secretaría de Energía, había favorecido a su cuñado Hildebrando Zavala con contratos millonarios. La petición de principio se define como un argumento en el cual la conclusión que se intenta establecer se asume implícita o explícitamente como premisa (Copi y Cohen, 2005: 183). Aquí este argumento es puesto en escena cuando el orador intenta persuadir al auditorio de que sus adversarios son unos mentirosos (conclusión), indicando que “*representan una alternativa cultivada [...] en la calumnia*” y que “*quieren estafar a los mexicanos con la mentira de que aumentarán sus ingresos como por arte de magia*” (premisas), es decir, cuando se intenta probar que los adversarios mienten, asumiendo que son unos mentirosos.

10. Hace unos días **escuché al candidato perredista que enviaría a los panistas al basurero de la historia**, yo les digo, amigos, que cuando yo sea presidente no voy a enviar ni a mis peores enemigos a ningún basurero, porque a lo que aspiro es a tener un país donde cada mexicana y cada mexicano independientemente de cómo piense, sea respetado y tenga un lugar en la construcción de un México mejor.

Nos encontramos ahora con la puesta en escena del argumento del hombre de paja, el cual, según Gauthier (1995:178), es una variante del argumento *ad hominem*⁹⁰, que consiste en atribuirle al oponente un punto de vista ficticio o en distorsionar sus palabras o su posición para poder refutarlo fácilmente. El orador de este discurso recurre a la modalidad del discurso referido para retomar las palabras de su adversario, sacarlas de contexto y atacarlo después. El candidato de la Coalición por el Bien de Todos indicó que los panistas (en especial Vicente Fox) se irían al basurero de la historia por no haber cumplido sus promesas de campaña durante su estancia en el poder. Felipe Calderón utiliza una parte de esta declaración para imputarle a López Obrador un tentativo acto de venganza, no sólo contra los panistas, sino contra todos aquellos que no piensan como él. Este proceder le permite configurar la imagen de su oponente como alguien intolerante y rencoroso, lo cual también le permite reforzar, por contraste, su propia imagen presentándose como alguien tolerante e incluyente.

⁹⁰ Otras variantes del argumento *ad hominem* que aparecen con frecuencia en la comunicación política son: el argumento de la veleta, el argumento del hipócrita y el argumento de la culpabilidad por asociación (Gauthier, 1995: 176-179).

Finalmente, veamos el siguiente párrafo:

12. Por eso, amigos, por eso **en esta disyuntiva**, en la disyuntiva del dos de julio **vamos a elegir entre quienes promueven el odio y la división de los mexicanos o quienes queremos la unidad y la concordia de México** y en esa opción ganaremos los pacíficos sobre los violentos. [...] **Vamos a decidir entre las deudas y el empleo**, y por supuesto **todo México votará el dos de julio por el empleo y no por las deudas** porque queremos un futuro mejor. De eso es la elección del próximo domingo.

Aparecen tres falacias importantes: la falsa dicotomía, el argumento *ad populum* y el argumento *ad hominem*. La primera, ocurre cuando el orador plantea únicamente dos caminos a seguir y deja a un lado las demás alternativas que se encuentran en la escena electoral (la opción de la Coalición Alianza Por México, la del PANAL y la del PASC). Estas dos opciones a las que limita la contienda son diametralmente opuestas, por lo que en realidad no plantea dos opciones viables, sino únicamente el camino que él propone. La segunda falacia (*ad populum*) ocurre cuando el orador enuncia, mediante una modalidad de aserción, que “*todo México votará el dos de julio por el empleo y no por las deudas*”, con lo cual intenta influir en la percepción del auditorio indicando que esa es la línea de acción de la mayoría de los ciudadanos. El argumento *ad hominem* ocurre cuando hace una caracterización negativa del colectivo de identificación de su adversario, mediante el empleo del sustantivo axiológico “**violentos**”, y cuando le atribuye a este grupo ciertas acciones que van en contra de los valores comúnmente admitidos: “*promueven el odio y la división*”. De esta forma, además de construir una imagen colectiva esencialista y simplificada (“Todos los seguidores y simpatizantes de López Obrador son violentos”), construye indirectamente la imagen de su oponente, presentándolo como alguien que amenaza el orden y la paz de la comunidad.

7.2.3 La captación del auditorio

El sujeto destinatario es el sujeto discursivo ideal que el sujeto comunicante construye a partir de los valores, los intereses y los conocimientos que les atribuye a los receptores. En el acto enunciativo se identifica a través de los pronombres personales *tú, ustedes*, de los posesivos *tu, sus* y de los morfemas verbales de la segunda persona; pero también puede

designarse con un *nosotros* inclusivo, con el uso de la tercera persona y con vocativos en general (Otaola Olano, 2006:141).

En esta parte del trabajo nos interesa mostrar cómo se ponen en escena los efectos de sentido que tienen que ver con la emoción. Es necesario precisar que desde la óptica del análisis del discurso las emociones no se abordan como una sensación que experimenta el sujeto, sino como el efecto que puede producir un discurso en relación con la posible gestación de un sentimiento (Charaudeau, 2010). Para explicar este aspecto del análisis nos enfocaremos en las modalidades alocutivas, en el léxico con valor afectivo y en los imaginarios sociodiscursivos que emplea el orador.

7.2.3.1 Las modalidades alocutivas

Estas modalidades manifiestan el tipo de relación que el sujeto comunicante quiere instaurar con el interlocutor. Algunas de las modalidades que Charaudeau (1992:579-596) establece para el acto alocutivo son:

- La interpelación: el orador designa a su interlocutor con un término de identificación con el que espera que reaccione a su interpelación. Los términos pueden establecer una identificación indeterminada (*hey*), una identificación genérica (*señor, mujer, joven*), una identificación profesional (*director, jefe, doctor*), una identificación grupal (*ciudadanos, mexicanos, compañeros*) o una identificación afectiva, que puede ser positiva (*amigo*) o negativa (*canalla*).
- La advertencia: el orador advierte a sus interlocutores sobre algún evento negativo para ellos o sobre alguna situación que los amenaza (Charaudeau, 2005a:109).
- La sugerencia: el locutor sabe o supone que el interlocutor se encuentra en una situación desfavorable y le propone realizar una acción para mejorar su situación. El interlocutor tiene la libertad de realizar o no la acción sugerida. Esta modalidad se manifiesta con los verbos *sugerir, aconsejar, recomendar, invitar, exhortar, alentar*.
- La propuesta: el locutor propone realizar una acción en favor de su interlocutor o puede proponer que juntos realicen la acción para que ambos salgan beneficiados. El locutor manifiesta su poder-hacer, pero el resultado depende de si el interlocutor acepta o no su propuesta. Se configura con perífrasis verbales y verbos como *proponer, ofrecer*, pero también pueden explicitar esta modalidad verbos característicos de la modalidad de sugerencia.

- La interrogación: esta modalidad puede aparecer bajo la forma de una interpelación retórica, que se funda en las creencias o el conocimiento compartido por el auditorio sobre lo que es bueno o malo para ellos.

Una vez que hemos expuesto las modalidades alocutivas, identificaremos cuáles son puestas en escena y describiremos cómo articulan, junto con el léxico subjetivo y los imaginarios sociodiscursivos, el proceso de dramatización.

7.2.3.2 La puesta en escena del *pathos*

En esta parte del análisis expondremos cómo el locutor intenta persuadir y seducir a los paradesinatarios mediante la construcción de una determinada imagen de su grupo de apoyo y mediante la proyección de mensajes con una fuerte carga emotiva.

Como hemos dicho anteriormente, los prodestinatarios conforman el colectivo de identificación que comparte con la instancia política sus ideas, sus valores y sus objetivos. Esto significa que este grupo no necesita ser persuadido ni seducido, simplemente el orador necesita reafirmar su apoyo y reforzar su cohesión.

Los siguientes fragmentos del corpus son representativos de la imagen discursiva que el orador construye de este grupo:

1. Gracias, muchas gracias, **amigas y amigos**. Gracias por venir de todos los rincones de México, gracias por su confianza, por su decisión de construir juntos el México de sus **hijos**, el México ganador que **todos anhelamos**, el México ganador que merecen nuestros **hijos**.

12. [...] en la disyuntiva del dos de julio vamos a elegir entre quienes promueven el odio y la división de los mexicanos o **quienes queremos la unidad y la concordia de México** y en esa opción ganaremos **los pacíficos** sobre los violentos [...]

13. Este dos de julio, **amigos**, vamos a ganar **los pacíficos** sobre los violentos.

26. Ese México, **amigos**, vendrá con la fuerza de los que luchan, de **los que guardan la paz en su corazón**. Vendrá con la fuerza de ustedes,

amigos míos, que hoy colman este singular cierre de campaña en este Estado Azteca que por primera vez llena sus tribunas y su campo para ser **una expresión política de paz** y para anticipar la victoria que viene en ocho días más.

Los sustantivos axiológicos que aparecen en los sintagmas “los **pacíficos**”, “una expresión política de **paz**” y en las construcciones “quienes queremos la **unidad** y la **concordia**”, “los que guardan la **paz** en su **corazón**” son utilizados para caracterizar a los prodestinatarios como un grupo conformado por gente de bien, que representa (supuestamente) los deseos y los valores de los ciudadanos mexicanos, por ejemplo: el deseo de una convivencia pacífica, el deseo de la unidad, el valor de la familia (nótese el uso del sustantivo “**hijos**”). Estos términos de connotación positiva manifiestan el contraste que se quiere delinear entre NOSOTROS y ELLOS, dando paso a dicotomías como: los buenos y los malos, los pacíficos y los violentos, que tienen su cimiento en representaciones colectivas que existen en la sociedad. Esto pone en escena una concepción simplificada y determinista de la realidad, pues reduce la complejidad del mundo y borra las demás posibilidades. Como señala Lozada (2004:196), “la percepción estereotipada de grupos opuestos dificulta las posibilidades de dialogar, de llegar a acuerdos a partir del debate de ideas y propuestas de solución de asuntos de interés común. Las personas, los hechos y las cosas ya no se miden por lo que son en sí, sino en función de lo que representan a favor o en contra de la confrontación: nosotros-ellos”.

En lo que respecta al tipo de relación que el sujeto enunciante quiere instaurar con su grupo de apoyo, observamos el uso de términos como: “*amigas y amigos*”, “*amigos*”, “*amigos míos*”. La interpelación con estos términos de identificación afectiva se encamina a mostrar al orador como alguien cercano y confiable, supone una forma de involucrarlo totalmente con la audiencia que lo acompaña, lo cual también se refleja en el uso del nosotros inclusivo “*todos anhelamos*”, que refuerza el grado de aproximación y de complicidad que desea proyectar, ya que equivale a decirles: “soy parte de ustedes y quiero lo mismo que ustedes”.

La caracterización que el locutor realiza de su grupo de seguidores no sólo representa un elogio (pues son los buenos, los pacíficos) y una manera de unificarlos en torno de ciertos valores y creencias, sino también representa una forma de incitar a los electores indecisos a identificarse con la imagen que construye de ellos. En efecto, si en el plano externo

tenemos a un auditorio heterogéneo, en el plano discursivo el orador tiene que homogeneizarlos, debe intentar eliminar las diferencias haciendo que se identifiquen con los valores, las ideas y la imagen que él les propone.

∅ **El miedo, la aflicción y el odio como efectos patémicos:**

Otra forma en la que se intenta adherir a los paradesinatarios es presentando mensajes con una fuerte carga emotiva. Comenzaremos este aspecto del análisis con los siguientes párrafos:

4. [...] Esta es la opción que México necesita y frente a ella está otra opción, la opción de la **deuda**, la opción de la **inflación**, la opción de la **devaluación**, la opción de las **crisis económicas** que representa el PRD y que derrotaremos en las urnas el próximo domingo.

11. Este dos de julio decidiremos entre nuestro proyecto que respeta a los ciudadanos y los escucha y otro que se basa en el **desprecio** a la opinión y a las demandas de la ciudadanía; entre un proyecto que es democrático y otro que en su **intolerancia** es la semilla misma del **autoritarismo** que ya hemos dejado atrás [...]

12. [...] en la disyuntiva del dos de julio vamos a elegir entre quienes promueven el **odio** y la **división** de los mexicanos o quienes queremos la unidad y la concordia de México y en esa opción ganaremos los pacíficos sobre los **violentos**. Vamos a optar entre quienes representan la **crisis económica** o la estabilidad económica [...] Vamos a decidir entre las **deudas** y el empleo, y por supuesto todo México votará el dos de julio por el empleo y no por las **deudas** porque queremos un futuro mejor [...]

El primer aspecto que hemos de tomar en cuenta en el estudio del *pathos* es el empleo de términos que describen emociones o que pueden desencadenar emociones. Los términos “*deuda*”, “*inflación*”, “*devaluación*”, “*crisis*”, “*desprecio*”, “*intolerancia*”, “*autoritarismo*”, “*odio*”, “*división*”, “*violentos*”, son sustantivos axiológicos de connotación negativa que, en este contexto, tienen la finalidad de suscitar sentimientos de miedo y de angustia.

De acuerdo con Aristóteles (*Retórica* II: 1382a 5) el miedo es:

“[...] cierto pesar o turbación por la imaginación de algún mal venidero, destructivo o aflictivo; pues no todos los males se temen, como si alguien será injusto o torpe, sino cuantos significan pesares o destrucciones; y éstos, si se manifestaren no lejos, sino con inminencia, de manera que van a suceder [...] Peligro, en efecto, es esto, proximidad de lo temible”.

En este caso la amenaza inminente, es decir, lo que desata el miedo, es el hecho de volver a padecer devaluaciones, crisis y actos de autoritarismo si el candidato de la oposición, Andrés Manuel López Obrador, llega a la presidencia. El efecto patémico del miedo se fundamenta en los conocimientos y en las experiencias de la sociedad mexicana respecto a las dificultades económicas (como las vividas con López Portillo) y las represiones (como el 68) que se han vivido en el país durante los gobiernos priistas. La modalidad alocutiva de advertencia que se manifiesta en esta parte del discurso le permite al orador aparecer bajo una luz favorable, pues se muestra como alguien que sólo quiere prevenir a la audiencia de la catástrofe que llegaría en pocos meses de ser gobernados por la opción del PRD.

El hecho de evocar en el auditorio los sucesos negativos que padecieron en el pasado tiene también el objetivo de desencadenar otra emoción: la aflicción por el bienestar y el futuro de los hijos. En este sentido hay que subrayar que tanto en el plano psicosocial como en el plano discursivo se intenta dar un lugar prominente al valor de la familia. Recordemos que en el mitin de cierre de campaña el candidato hace su aparición acompañado de su esposa y de sus hijos, lo cual indica la importancia que, desde ese plano, se pretende dar al aspecto familiar. En el plano discursivo esta importancia se refleja principalmente en el uso constante del término “*hijos*”. Veamos el cuadro siguiente:

Párrafo	El uso del sustantivo <i>hijos</i>
1	el México de sus hijos
1	el México ganador que merecen nuestros hijos
2	qué tipo de patria vamos a heredarle a nuestros hijos
8	que no ensombrezca el futuro de nuestros hijos la irresponsabilidad económica que ensombreció a pasadas generaciones de mexicanos
9	¿Quieren que a nuestros hijos otra vez les quede un México

	marcado por la miseria que nosotros heredamos de generaciones anteriores?
19	un México libre, donde nuestros hijos puedan crecer
27	vamos a empezar con la educación de nuestros hijos
28	no descansaré hasta recuperar la seguridad de nuestras calles para nuestros hijos
45	Yo los invito a que soñemos en ese México y no sólo soñemos, sino que luchemos por heredarlo a nuestros hijos
45	De aquí al próximo domingo piensa en tus hijos

Cuadro 13. El uso del sustantivo *hijos*

La apelación al bienestar y al porvenir de los hijos es una estrategia que utiliza el orador a lo largo de su discurso tanto para movilizar a los prodestinatarios como para adherir a los paradesinatarios. La estrategia se fundamenta en: a) un imaginario sociodiscursivo que puede formularse de la siguiente manera: “Para los padres de familia no hay nada más importante que el bienestar y la felicidad de los hijos” y en b) la responsabilidad moral que tienen los padres de brindar protección y cuidado a sus hijos. El uso de la modalidad de interrogación bajo la forma de una interpelación retórica en el caso de “*¿Quieren que a **nuestros hijos** otra vez les quede un México marcado por la miseria que nosotros heredamos de generaciones anteriores?*”, tiene justamente el papel de recalcar la responsabilidad de los padres de salvaguardar el bienestar y el futuro de sus hijos, sobre todo de aquellos que aún no son ciudadanos y que por lo tanto no tienen la capacidad de decidir por ellos mismos. Además, mediante el empleo del adjetivo posesivo “*nuestros*”, el orador pretende lograr una identificación y una empatía con los ciudadanos, pues le permite establecer un interés común: “*nuestros hijos*”.

Recurrir al valor de la familia también le da la posibilidad de proyectarse como un miembro más de la instancia ciudadana, esto es, como un padre de familia preocupado por sus seres queridos. Veamos el siguiente fragmento del corpus:

22. Por el México que quiero, por el que lucho, las ciudades son nuevamente espacios dignos para todos. Son espacios donde la vivienda está al alcance prácticamente de cualquier padre de familia, son ciudades donde **mis hijos juegan, estudian, trabajan, se divierten, son felices.**

Surge así la figura del padre protector que no sólo resguardará a sus propios hijos, sino que, por extensión, será el padre protector de la nación entera (de la gran familia mexicana). Este aspecto lo podemos ver reflejado también en el siguiente párrafo del corpus, en el cual el locutor se dirige a las madres solteras para mostrarse como un padre (virtual) que velará por ellas y por sus hijos:

24. [...] ese México vendrá con la fuerza de las madres solteras, de las viudas, de las mujeres separadas que sacan adelante a sus hijos. Yo les digo a esas mujeres que estaré con ellas porque no sólo sacan adelante a sus hijos, están sacando adelante a la patria y entre todos saldremos adelante juntos.

Incitar en los electores-padres de familia el miedo y la aflicción ante la proximidad de un mal que tendrá, sobre todo, fuertes repercusiones en el futuro de sus hijos, tiene además el objetivo de generar otro efecto patémico: el odio. Hemos mencionado anteriormente⁹¹ que el vínculo que se establece entre López Portillo y López Obrador hace que la fuente de los males no se conciba en lo abstracto de un proyecto, sino que se personifique en la figura del principal adversario. De acuerdo con Gutiérrez Vidrio y Plantin (2010), construir Miedo + Responsable identificado induce a odiar a ese responsable que deliberadamente quiere causar un daño. Si López Obrador constituye una amenaza para todos, entonces hay que rechazarlo y tratar de eliminarlo de alguna manera. Designar a una persona como encarnación del caos es una estrategia de propaganda persecutoria⁹², que hace que el contrincante de la instancia política se convierta en el enemigo de toda la nación (Gutiérrez Vidrio, 2007: 44).

∅ **La solución al mal temido:**

Hemos visto cómo en este discurso se recurre a los efectos patémicos del miedo y de la aflicción para incitar a los paradesinatarios a buscar una solución que los libre del mal temido. La única solución que el orador plantea es votar por la opción que siga manteniendo la estabilidad económica y social del país. Así, intenta persuadirlos de no votar por el cambio, sino por la continuidad de los gobiernos panistas, que representan la

⁹¹ Ver el apartado 7.1.1. La estructura narrativa

⁹² De acuerdo con Puig (2008:258), el discurso propagandístico tiene como objetivo “dar una representación abusivamente simplificadora y supuestamente coherente que impone una visión determinista del mundo”.

transición hacia un futuro mejor. Como indica Santiago Guervós (2008: 50), “el miedo provoca la búsqueda de seguridad, y la seguridad la aporta la previsibilidad. El ser humano hace lo posible para posibilitar un mundo más o menos estable, predecible y controlable. Lo previsible es familiar y a lo familiar se le otorga confianza”.

Los subjetivemas juegan un papel importante en esta estrategia de persuasión, porque articulan en el plano discursivo el dilema que, desde el plano psicosocial, Felipe Calderón y su equipo de trabajo quisieron resaltar como parte de su denominada *campana de contraste*⁹³. Veamos el siguiente cuadro:

Párrafo	Lo que la Coalición representa	Párrafo	Lo que el PAN representa
44	Pasado	44	Futuro
8	Irresponsabilidad económica	9	Gobierno responsable
9	Crisis económica	12	Estabilidad económica
12	Deudas	12	Empleo
9	Miseria	5	Riqueza
32	Injusticia	9	Justicia
13	Violentos	13	Pacíficos
12	División	12	Unidad
11	Odio	26	Paz

Cuadro 14. Subjetivemas

Estas unidades léxicas se encuentran cargadas tanto con valores axiológicos que suponen un juicio de valor en términos de polos opuestos (bueno/malo) como con valores afectivos que pretenden suscitar una reacción emotiva. Las palabras con una connotación positiva intentan generar en el auditorio la confianza en el líder que salvará a los mexicanos de las crisis, de la miseria y de los falsos profetas que los quieren engañar, también intentan suscitar sentimientos de fe y de esperanza ante el advenimiento de una nueva era llena de prosperidad, de paz, de empleo y de riqueza, es decir, ante el paraíso terrenal prometido. Las palabras con una connotación negativa, como ya hemos mencionado, intentan desencadenar el miedo y la angustia. Se pretende que los paradestinatarios asocien a los adversarios con la parte negativa de la dicotomía para que rechacen esa opción y se adhieran al candidato que (supuestamente) comparte con los ciudadanos los mismos

⁹³ Puede verse al respecto: La campaña negativa de 2006, documentada por Sergio Aguayo en <http://www.adnpolitico.com/2012/2012/04/12/la-campana-negativa-de-2006-documentada-por-sergio-aguayo>

valores (como el valor de la familia), los mismos deseos (de seguridad, de prosperidad, de estabilidad) y un mismo sueño (el sueño de una situación distinta a la que se vive en el presente y a las que se han vivido en el pasado).

Veamos ahora los párrafos finales del corpus:

44. **Amigas y amigos**, México está cambiando, este dos de julio es la hora de decidir entre el pasado o el futuro, entre el pasado que quebró a México o **el futuro promisorio que habremos de construir** [...]

45. **Yo los invito a que soñemos en ese México** y no sólo soñemos, sino que **luchemos por heredarlo a nuestros hijos**, que de aquí al próximo domingo entreguemos alma y corazón para que el sueño se haga realidad. De aquí al próximo domingo **piensa en tus hijos, piensa fuerte en ellos**, míralos a la cara, recuérdalos en cada instante **porque por ellos construiremos una patria ordenada y generosa y una vida mejor y más digna para todos**.

El final del discurso es una parte importante porque constituye la última oportunidad que tiene el locutor para lograr persuadir a la audiencia y movilizar efectos de *pathos*. La modalidad de interpelación con los términos de identificación afectiva “*Amigas y amigos*”, le permite al locutor en esta parte del discurso reforzar los lazos de cercanía y de confianza que quiere establecer con el público presente, pero sobre todo con su auditorio-blanco. La modalidad alocutiva de sugerencia que se manifiesta en “*Yo los invito a que soñemos en ese México*”, le da la posibilidad de incitar a los destinatarios a realizar una acción (votar) que los lleve a obtener el objeto “Y” deseado, esto es, el México ideal que representa el sueño colectivo. Nuevamente apela a la estructura afectiva de los individuos para motivarlos a votar pensando en el bienestar y en la felicidad de los hijos: “*De aquí al próximo domingo piensa en tus hijos, piensa fuerte en ellos, [...] porque por ellos construiremos una patria ordenada y generosa [...]*”, esto también le permite establecer una especie de pacto con los ciudadanos, ya que juntos construirán un futuro mejor: “*el futuro promisorio que habremos de construir*”.

46. Por ese México que viene, por ese México ganador, vamos con todo, **vamos juntos hasta la victoria** el dos de julio. **Vamos hasta la victoria, mexicanas y mexicanos, que ganaremos el próximo domingo**.

47. Gracias y a ganar

48. ¡Viva México!

49. ¡Viva México!

50. ¡Viva México!

Anunciarse como la opción ganadora tiene el objetivo de proyectar la (supuesta) gran fuerza electoral de la instancia política, para persuadir a los paradesinatarios de adherirse a lo que parece ser la voluntad aplastante de la mayoría⁹⁴. No unirse a este grupo significaría para ellos ir en contra de la voluntad ciudadana y quedar excluido del grupo de los vencedores. Finalmente, vemos que el locutor utiliza los términos de identificación grupal, “*mexicanas y mexicanos*”, para interpelar a los destinatarios en su calidad de miembros de una entidad políticamente constituida, esto le sirve de preámbulo para terminar su discurso gritando tres veces “¡Viva México!”, lo cual constituye un recurso emotivo (basado en el amor a la patria) para generar en el auditorio un sentido de pertenencia y para realizar una exaltación de la nación mexicana.

⁹⁴ Presentarse como la opción ganadora es una estrategia que se conoce en psicología social como el efecto *bandwagon*. El término *bandwagon* remite al carro de la banda de música que animaba los desfiles de celebración de la victoria electoral (Gil Calvo, 2003:197, *apud* Santiago Guervós, 2008: 55).

En el siguiente cuadro sintetizamos los aspectos más relevantes del análisis que hemos realizado:

ANÁLISIS DEL DISCURSO DE FELIPE CALDERÓN HINOJOSA	
La construcción de la imagen de sí	<p>El orador va articulando:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ El <i>ethos</i> del líder profeta, que anuncia el advenimiento de una especie de paraíso terrenal con la asunción del orador al poder y advierte sobre una catástrofe financiera y social si siguen a sus adversarios ■ El <i>ethos</i> de ser competente, con el que pone en relieve su saber y su experiencia ■ El <i>ethos</i> de carácter, con el que se proyecta como un hombre tenaz y persistente en el logro de sus anhelos y en la superación de los obstáculos
La descalificación del adversario	<ul style="list-style-type: none"> ■ Realiza una condena moral mediante el uso de argumentos falaces ■ Construye una imagen esencialista y simplificada para el adversario y para los contradestinatarios: ELLOS los violentos, los intolerantes, los rencorosos y los mentirosos
La captación del auditorio	<ul style="list-style-type: none"> ■ Realiza una caracterización positiva de los prodestinatarios: NOSOTROS los pacíficos, los representantes de los deseos y de los valores predominantes en la sociedad mexicana ■ Pretende que los electores indecisos se identifiquen con la imagen que se proyecta de los prodestinatarios y que vean en el orador la imagen de un salvador y de un padre protector que los apartará de las amenazas
La puesta en escena del <i>pathos</i>	<p>Se pretende suscitar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Sentimientos de angustia y de miedo ante un futuro desolador ■ Sentimientos de esperanza y de fe ante la proyección de un futuro distinto y mejor

Cuadro 15. Aspectos esenciales del análisis del discurso de Felipe Calderón

II. 2 Análisis del discurso de Andrés Manuel López Obrador

El material textual que es objeto de nuestro análisis nos fue proporcionado en las oficinas de Andrés Manuel López Obrador ubicadas en San Luis Potosí 64 en la colonia Roma. El texto consta de 3,380 palabras y 45 párrafos. En este caso tampoco nos fue posible obtener un video oficial del evento, por lo que tuvimos que recurrir nuevamente a videos subidos en Youtube⁹⁵ y al documento de Sergio Tamayo *Las plazas sí votan: etnografía política comparada de los cierres de campaña electoral, 2000-2006*, para poder realizar la descripción de las condiciones materiales que envolvieron el acto comunicativo.

8. El espacio de obligaciones

Iniciaremos esta etapa de la investigación realizando la caracterización del discurso que ahora constituye nuestro objeto de estudio. Es posible que en esta primera parte del análisis encontremos muchas similitudes con la caracterización del discurso previamente analizado. Sin embargo, no se trata de una simple repetición, sino de la exposición de los rasgos que comparten los discursos como parte de su pertenencia a un género discursivo. Las diferencias entre cada uno de ellos, como se verá más adelante, aparecen plenamente en el espacio de estrategias.

Comenzaremos por identificar el tipo de auditorio al que va dirigido el discurso para poder determinar el contenido de los demás criterios establecidos por Aristóteles.

8.1 Caracterización aristotélica

a) El tipo de auditorio al que se dirige el orador (ciudadanos, espectadores, jueces):

Desde lo enunciado, el empleo de términos como “*mexicanos*”, “*ciudadanos*” y “*pueblo*” para apelar a los integrantes de una entidad geopolíticamente constituida, nos indica que la

⁹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=5HudUYvxMCs>
<https://www.youtube.com/watch?v=JwEg2t4OJ1k>
https://www.youtube.com/watch?v=G7DSFmpL_yQ
<https://www.youtube.com/watch?v=UsgktIJLH0>
https://www.youtube.com/watch?v=Jr9_7yR-spk

audiencia a la que se dirige el discurso coincide con el tipo de audiencia característica del género deliberativo.

b) El tipo de actividad que el auditorio debe realizar (decidir, evaluar, juzgar): Los ciudadanos deben decidir cuál propuesta (de las que les han presentado los oradores) representa mejor los intereses comunes. Algunos de ellos previamente han tomado su decisión (partidarios) y otros la tomarán después de conocer y evaluar las diversas opciones (indecisos).

c) Los fines que persigue el orador (aconsejar/disuadir; elogiar/vituperar; defender/acusar): El orador exhorta a los ciudadanos-electores a seguir el proyecto que les está presentando, es decir, el Proyecto Alternativo de Nación. Al mismo tiempo intenta disuadirlos de apoyar los proyectos de sus adversarios. Podemos sintetizar este aspecto de la manera siguiente: el orador les aconseja votar por **B** y no votar por **A**.

d) El tipo de valores que se aluden (lo benéfico y lo perjudicial; lo hermoso y lo vil; lo justo y lo injusto): En coincidencia con los valores característicos del género deliberativo, el orador manifiesta una dicotomía entre lo benéfico y lo perjudicial. Indica como perjudicial para el país continuar con las viejas estructuras del poder, con la política tradicional que permite la corrupción, la deshonestidad y los privilegios de las élites. Indica como benéfico cambiar esa forma tradicional de hacer política implementando un gobierno que no permita la corrupción y que garantice una sociedad más igualitaria. Encontramos también la puesta en escena de los valores característicos del género forense, es decir, lo justo y lo injusto, sin embargo consideramos que en este caso están dentro del contexto de género deliberativo, pues podemos decir que algo conveniente para los ciudadanos es la justicia y algo perjudicial, la injusticia⁹⁶.

e) El tipo de argumentación más conveniente (paradigma, amplificación, entimema): La estructura argumentativa la abordaremos en detalle en el apartado 9.1.2, por el momento nos interesa mostrar que en este discurso el uso del paradigma es

⁹⁶ Los rasgos propuestos para cada uno de los géneros no son excluyentes ni exclusivos; el uso de recursos de un género en otro ya era previsto por Aristóteles pues afirma en la *Retórica* (I, 1358b 20-29): “[...] Y el fin para cada uno de éstos –géneros– es diferente, y son tres para los tres que son: para el que delibera, lo conveniente y lo dañoso; pues el uno, exhortando, delibera de la mejor manera; el otro, disuadiendo, disuade de lo peor; y añade las otras cosas a ésta, o justo o injusto, o hermoso o vergonzoso. Y para los que entablan juicio, lo justo y lo injusto; éstos también añaden las otras cosas a éstas. Y para los que elogian y vituperan, lo hermoso y lo vergonzoso; también éstos agregan las otras cosas a éstas”.

frecuente, lo que coincide con el tipo de argumentación propuesto por Aristóteles para el género deliberativo. El Estagirita en la *Retórica* (II, 1393a 25-30) plantea dos clases de paradigmas o ejemplos: paradigmas inventados (parábola, fábula) y paradigmas reales, e indica que estos últimos son más útiles para deliberar, pues a partir de los acontecimientos sucedidos juzgamos las cosas futuras. A continuación mostraremos algunos fragmentos del discurso que funcionan como paradigmas reales:

Ejemplo de la desigualdad y de la política de privilegios que imperan en el país:

28. [...] desde aquí, desde el zócalo, lo vuelvo a repetir, no va a haber pensión a los ex presidentes de México, ya no le vamos a seguir dando 180, 000 pesos a Carlos Salinas de Gortari, no es justo que un trabajador después de 30 años de trabajo reciba 1,600 pesos al mes y no es posible que Carlos Salinas de Gortari siga recibiendo libre de polvo y paja 180,000 pesos mensuales [...]

Ejemplos de la conducta, la experiencia y el compromiso del orador:

32. [...] cuando fui Jefe de Gobierno en la ciudad de México, todos los días, incluidos sábados y domingos, me reunía con el Secretario de Seguridad Pública y con el Procurador, recibíamos el parte de la policía con todo lo sucedido en las últimas 24 horas y tomábamos decisiones, lo mismo voy a hacer como presidente de la República.

Ejemplos de represión por parte de las fuerzas del Estado:

34. Nunca más una represión, como la de Acteal, como la de Aguas Blancas, como la de Atenco, como la de Lázaro Cárdenas; no vamos a utilizar la fuerza bruta para resolver los problemas.

f) El tiempo al que se refiere la argumentación (futuro, presente, pasado): El plano psicosocial que enmarca el contrato comunicativo nos permite tomar como punto de referencia el 28 de junio de 2006, presente del momento en que habla el orador. A partir de este punto se resaltan en el discurso dos momentos futuros importantes: el día de las elecciones (el 2 de julio) y lo que sucederá después de ese día si el candidato gana la presidencia de la República. Uno de los aspectos que salta a la vista es el uso abundante de las formas de futuro: 78 formas de la perífrasis *ir a + infinitivo* y 47 formas del futuro simple.

Esto se explica porque el discurso se enfoca más en la exposición del proyecto del orador y menos en evocar el pasado y en resaltar la situación actual (desfavorable) del país.

En el siguiente cuadro sintetizamos los rasgos encontrados en esta caracterización:

Género discursivo	Auditorio	Actividad del auditorio	Objetivo del orador	Valores aludidos	Tipo de argumentación	Tiempo
Deliberativo	Ciudadanos	Decidir	Aconsejar/ Disuadir	Lo benéfico/ Lo perjudicial	Paradigma	Futuro
Epidíctico		Evaluar				
Forense				Lo justo/ Lo injusto		

Cuadro 16. Caracterización aristotélica del discurso de Andrés Manuel López Obrador

8.2 Caracterización contemporánea

Para realizar la caracterización moderna de este discurso debemos identificar los elementos que constituyen el contrato de comunicación. Esto significa que debemos identificar las identidades psicosociales de los participantes, la finalidad discursiva que se persigue y el escenario físico que envuelve la comunicación. El dominio temático será abordado dentro del espacio de estrategias junto con la organización del discurso.

1) Las identidades psicosociales de los participantes

La instancia política: Andrés Manuel López Obrador es el sujeto empírico que ha sido postulado como candidato a la Presidencia de la República por la Coalición por el Bien de Todos. Este nombramiento lo investió de la legitimidad necesaria para poder dirigirse a la ciudadanía y ser escuchado en función del papel social que le ha sido concedido. Nuevamente resaltamos aquí que nos interesa la identidad psicosocial del sujeto comunicante y no el sujeto empírico en sí mismo.

La instancia ciudadana: Está representada por el conjunto de ciudadanos mexicanos que tienen el derecho a decidir, a través del sufragio, quiénes serán sus representantes. Dentro de este grupo identificamos a los electores simpatizantes de la instancia política, a los electores indecisos o indiferentes y a los opositores.

La instancia adversaria: Las campañas electorales conllevan una serie de confrontaciones entre dos o más candidatos. En esta ocasión nos percatamos de que, en lo enunciado, el orador se refiere a sus adversarios de una manera general e indefinida: “*las fuerzas políticas del país*”, “*los de mero arriba*”, “*los influyentes*”, “*los servidores públicos*”.

La instancia mediática: Como sabemos, el orador no sólo habla para las personas que se encuentra con él en el mitin, también habla para el resto de los ciudadanos, a los cuales pretende alcanzar gracias a la intervención de los medios de comunicación. Estos últimos no suelen transmitir en su totalidad el discurso, aun así es innegable que logran, de una u otra forma, vincular a la instancia política con la instancia ciudadana y generar en esta última determinados efectos⁹⁷.

⁹⁷ Los efectos producidos en los sujetos interpretantes no son parte de los objetivos de esta investigación, que sólo se enfoca en los efectos posibles que refleja el texto que analizamos.

2) La finalidad discursiva

La finalidad discursiva que se manifiesta en esta situación comunicativa coincide con el objetivo de incitación del discurso político-electoral:

- ♣ El candidato de la Coalición por el Bien de Todos tiene la intención de “hacer votar” a los ciudadanos
- ♣ El candidato no tiene una posición de autoridad para obligar a los ciudadanos a votar por él
- ♣ El candidato debe entonces “hacer creer” a los ciudadanos que él es el mejor candidato y que tiene el mejor proyecto
- ♣ La instancia ciudadana está en posición de "deber creer" que si vota por la instancia política en cuestión, obtendrá un beneficio colectivo

Nuevamente en este punto podemos preguntarnos: ¿Qué estrategias discursivas pone en escena el candidato de la Coalición por el Bien de Todos para lograr este objetivo?

3) El escenario físico (coordenadas espacio-temporales)

El miércoles 28 de junio de 2006 el candidato de la Coalición por el Bien de Todos cerró su campaña política con un gran mitin en el Zócalo de la Ciudad de México (uno de los espacios públicos más importantes y significativos del país). La plaza y calles aledañas albergaron a miles de simpatizantes (provenientes principalmente de sectores populares, grupos sindicales y organizaciones civiles⁹⁸). Los invitados especiales, los funcionarios de la Coalición y algunos miembros de la prensa observaron el evento desde los balcones del Hotel Majestic y desde el edificio del Gobierno del Distrito Federal. De estos mismos edificios colgaban mantas monumentales con la figura del escudo nacional.

El escenario, del que sobresalía una gran estructura metálica, tenía como fondo la fachada del Palacio Nacional. En los costados del escenario se observaban enormes grúas que sostenían bocinas y pantallas de gran tamaño. Además, de la parte baja y frontal del templete, se extendía la bandera de México. En el escenario, una comitiva esperaba al candidato.

⁹⁸ Entre estos grupos se encontraban la Alianza de Tranviarios de México, el Sindicato de Trabajadores del Seguro Social, la Unión Popular Revolucionaria Emiliano Zapata, Campamento 2 de octubre y la Organización no gubernamental Protectora de Animales.

El ambiente festivo (que incluyó banderas y globos, principalmente de color amarillo, lluvia de confeti, sonido de matracas y gritos de apoyo) se volvió eufórico cuando los asistentes vieron a López Obrador atravesar la plancha del Zócalo para llegar al gran templete. Una vez allí, Marcelo Ebrard, candidato a la Jefatura del Gobierno del D.F., tomó la palabra e inició oficialmente el evento. Después, entre miles de voces que gritaban “Obrador”, “Obrador”, Andrés Manuel se dirigió a un atril de acrílico con dos micrófonos y pronunció su discurso⁹⁹; vestía un traje color negro, camisa blanca y corbata amarilla. Durante su participación era interrumpido por los asistentes, quienes interactuaban con él a través de aplausos, de porras y de consignas como “duro”, “duro”, “duro”. El evento terminó con el canto del Himno Nacional y la presentación del grupo musical Intocable.

A continuación presentamos los elementos que se conjugaron en este escenario:

Situación	Momento	Lugar	Materia	Soportes	Formas de interacción de la audiencia
Monolucativa con presencia de público	Álgido	Zócalo capitalino: espacio público y abierto	Oral	Micrófonos, bocinas, pantallas/ Medios de comunicación	Aplausos, gritos, consignas, etc.

Cuadro 17. Características del mitin en el Zócalo de la Ciudad de México

Hasta aquí hemos presentado de forma sistemática los elementos que nos permiten determinar la pertenencia genérica de nuestro corpus: se trata de un discurso político-electoral (o deliberativo, en términos de Aristóteles). Esta etapa de la investigación tiene importantes repercusiones en nuestro posterior análisis, dado que podemos esperar cierto ordenamiento discursivo y la presencia de saberes y valores característicos de este género.

⁹⁹ También en este caso el discurso había sido previamente elaborado. López Obrador lo llevaba impreso y se dedicó a leerlo.

9. El espacio de estrategias

Aunado a las instrucciones que el contrato de comunicación impone para posibilitar la comprensión e interpretación del discurso, encontramos la libertad que tiene el sujeto hablante, dentro de la escena enunciativa, para elegir la composición de su decir siguiendo sus propias intenciones comunicativas. En este espacio identificaremos y describiremos los mecanismos discursivos, argumentativos y lingüísticos que han sido elegidos por el orador con el fin de cambiar o reforzar las opiniones y las acciones de la audiencia.

9.1. La organización del discurso

Iniciaremos esta etapa del análisis determinando la organización global del discurso. Expondremos el esquema narrativo característico de este género y, posteriormente, retomaremos el modelo de Toulmin y las técnicas argumentativas propuestas por Perelman y Olbrechts-Tyteca para determinar la estructura argumentativa que se pone en escena.

9.1.1 La estructura narrativa

Como indicamos anteriormente, el modo narrativo en el discurso político-electoral expone un esquema con la siguiente estructura: Se presenta una situación de carencia o penuria donde el ciudadano es la víctima > se identifica la causa del mal (los adversarios) > se presenta la solución para reparar el caos (el proyecto del orador) > finalmente se pide al ciudadano realizar una acción (votar) para entrar en posesión del objeto deseado (un régimen político mejor). A continuación, identificaremos cómo se pone en escena esta estructura en el objeto de nuestro análisis.

Inicio del discurso:

[Párrafo 1] Apelación con los vocativos “*Amigos y amigas*”

[Párrafo 2] El sujeto discursivo agradece a los asistentes su participación en el evento y hace un recuento de las acciones de campaña.

[Párrafo 3] Indica los objetivos de la campaña: dar a conocer el Proyecto Alternativo de Nación, desatar la participación ciudadana y obtener el triunfo para transformar la vida pública de México.

[Párrafo 4] Resalta la importancia de elegir un proyecto de nación en las próximas elecciones y no sólo un presidente y representantes públicos.

◆ **Se propone un cambio ante la situación de carencia imperante y se identifica la fuente de los males**

[Párrafos 5-8] En esta parte del discurso el enunciador comienza con una crítica hacia sus adversarios por proponer la continuidad del régimen político actual, que, desde su punto de vista, significa seguir con un *“proyecto antipopular y entreguista”* que representa los intereses de una minoría y deja a un lado los intereses del pueblo. Contrario a esto, propone cambiar la forma de hacer política, remover las viejas estructuras de poder y dar paso a un nuevo gobierno incluyente que conduzca a la transformación de la vida pública del país.

El cambio que propone, como veremos más adelante, es motivado por diversos aspectos que a lo largo del discurso presenta como contrarios al bien común. Pero, en esta parte, se enfoca particularmente en la política económica, la cual, indica, no ha funcionado porque no ha habido crecimiento económico ni se han generado empleos:

6. [...] como lo demuestra el hecho evidente y triste de 4 millones de mexicanos que en este sexenio han tenido que emigrar del país para buscar trabajo del otro lado de la frontera.

◆ **Se presenta el instrumento para cambiar la situación actual: El Proyecto Alternativo de Nación**

[Párrafos 9-37] El proyecto de nación que se propone abarca: 1) las propuestas del candidato, es decir, todo lo que hará al llegar a la Presidencia, 2) cómo hará posible estas propuestas y 3) las nuevas políticas que se seguirán en la conducción del gobierno. A continuación abordaremos cada uno de estos aspectos. Comenzaremos presentando en el cuadro siguiente los ejes temáticos que se abordan (los cuales hemos establecido a través del análisis) y las propuestas que se plantean en cada uno de ellos.

Párrafos	EJES TEMÁTICOS	PROPUESTAS-COMPROMISOS
11-12	Campo	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Nos proponemos sacar al campo del abandono en que se encuentra ⌘ Se fomentará al sector agropecuario, pesquero y forestal ⌘ Vamos a regresar a las políticas de fomento ⌘ Vamos a apoyar a comuneros, a ejidatarios y a pequeños propietarios ⌘ Regresará el crédito a las actividades productivas ⌘ Se fijarán precios de garantía ⌘ Vamos a proteger a los productores nacionales como lo hacen todos los gobiernos del mundo ⌘ Vamos a revisar cláusulas del Tratado de Libre Comercio, que afectan a productores nacionales y que afectan al mercado interno
13-14	Reactivación de la economía	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Vamos a impulsar la industria de la construcción, no sólo porque hace falta crear infraestructura y hacer obra pública, sino porque de esa manera vamos a reactivar rápido la economía y vamos a generar muchos empleos ⌘ Vamos también a fomentar el turismo, México tiene un gran potencial turístico, además se generan divisas y se generan empleos
15-17	Sector energético	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Vamos a modernizar el sector energético ⌘ Vamos a cambiar la actual política petrolera que consiste, básicamente, en vender petróleo crudo al extranjero y comprar gasolinas, gas y productos petroquímicos ⌘ Nosotros vamos a darle valor agregado a la materia prima ⌘ Vamos a integrar todo el sector energético, desde la exploración de pozos petroleros, pasando por la producción, la refinación, la petroquímica, la extracción de gas y la generación de energía eléctrica

		<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Se invertirá lo necesario en investigación científica y tecnológica ⌘ Se buscarán fuentes alternas para la generación de energía ⌘ Vamos a construir tres nuevas refinerías, para dejar de importar gasolinas ⌘ Vamos a extraer el gas que México tiene en el subsuelo ⌘ Cumpliremos el compromiso de bajar el precio de la energía eléctrica, del gas y de las gasolinas
19	Pueblos indígenas	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Impulsaremos el reconocimiento de los derechos de las comunidades y de los pueblos indígenas ⌘ Haremos valer todo lo que esté de nuestra parte, en cuanto al respeto de los acuerdos de San Andrés Larráinzar
20-21	Sectores sociales vulnerables	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Vamos a dotar de servicios públicos a las colonias populares de las grandes ciudades, incluidas las ciudades fronterizas y los principales centros turísticos ⌘ Se aplicará el programa de la pensión alimentaria para todos los adultos mayores del país, para todos los ancianos respetables de México ⌘ Se apoyará con becas a los discapacitados, a madres solteras para que sus hijos no abandonen la escuela ⌘ Se garantizará la atención médica y los medicamentos gratuitos
21	Educación	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Se impulsará de manera prioritaria la educación pública gratuita y de calidad en todos los niveles escolares ⌘ Cumpliremos el compromiso de alcanzar el 100% de cobertura de educación superior
22	Cultura	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Vamos a dar toda la atención que merece la actividad cultural ⌘ La política en esta materia la definirán los propios creadores y de ellos saldrá el nuevo responsable de su aplicación

Cuadro 18. Propuestas-compromisos de Andrés Manuel López Obrador

Cómo cumplir con los compromisos expuestos: El enunciador expone tres puntos fundamentales para obtener recursos y financiar las propuestas que se plantean.

1) Combate a la corrupción	
26	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ No permitir la corrupción ⌘ No permitir que se sigan robando el presupuesto, que es dinero de todo el pueblo
2) Política de austeridad	
27	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Vamos a reducir el costo del gobierno a la sociedad ⌘ Vamos a ahorrar desde el primer año 100, 000 millones de pesos, ello implicará terminar con los privilegios de las altas esferas del gobierno ⌘ Vamos a ser un gobierno sobrio, austero.
3) Combate a la política de privilegios y a la evasión fiscal	
28-31	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Se van a terminar los privilegios ⌘ No va a haber pensión a los ex presidentes de México ⌘ Vamos a terminar también con los privilegios fiscales ⌘ No permitiré en el gobierno el nepotismo ⌘ Ningún miembro de mi familia formará parte del gobierno, ni hará negocios al amparo del poder público, tampoco habrá amiguismo, ni influyentismo, ninguna de esas lacras de la política

Cuadro 19. Medidas gubernamentales para cumplir los compromisos

Implementación de nuevas políticas en materia de:

Relaciones exteriores:	
31	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ La política exterior de nuestro gobierno se sujetará a los principios constitucionales de no intervención, autodeterminación de los pueblos, solución pacífica para las controversias y cooperación para el desarrollo ⌘ Vamos a mantener buenas relaciones con todos los pueblos y con todos los

	<p>gobiernos del mundo, pero vamos a llevar a cabo una política exterior mesurada, nada protagónica</p> <p>⌘ No nos vamos a meter en asuntos de otros pueblos o de otros gobiernos porque no queremos que nadie intervenga en los asuntos que sólo competen a los mexicanos, como país libre y soberano que somos</p>
Seguridad pública:	
32	<p>⌘ Vamos a dar un enfoque social al problema de la inseguridad pública</p> <p>⌘ La mejor manera de garantizar la seguridad pública es creando mejores condiciones de vida y de trabajo para nuestro pueblo</p> <p>⌘ No permitiremos la corrupción en los cuerpos policiacos</p> <p>⌘ No permitiremos que se asocie la delincuencia organizada con la autoridad</p> <p>⌘ No vamos a permitir que se combata una banda y se proteja a otra, la ley se tiene que aplicar por parejo</p>
Gobernabilidad:	
33-36	<p>⌘ Aspiramos a establecer en México la justicia en el marco de la libertad y del respeto</p> <p>⌘ Gobernaremos con el apego a la constitución de las leyes</p> <p>⌘ Seremos respetuosos de la legalidad</p> <p>⌘ Se fortalecerá la división y el equilibrio entre los poderes</p> <p>⌘ No se permitirán violaciones a las garantías individuales y a los derechos humanos</p> <p>⌘ Vamos a demostrar que la gobernabilidad es posible sin autoritarismo y sin represión</p> <p>⌘ Haremos valer el principio juarista de que “nada por la fuerza, todo por la razón y el Derecho”</p> <p>⌘ No vamos a utilizar la fuerza bruta para resolver los problemas</p> <p>⌘ Vamos a garantizar la libertad de expresión</p> <p>⌘ Vamos a respetar la libertad religiosa, la libertad de crítica, el derecho a disentir, el derecho a la diversidad y el derecho de las minorías</p>

Cuadro 20. Propuesta de nuevas políticas gubernamentales

◆ **Se pide al auditorio realizar una acción (votar) para entrar en posesión del objeto deseado (un régimen político diferente)**

[Párrafos 38-45] El orador concibe las elecciones del 2 de julio como un acontecimiento equiparable a los importantes momentos de la historia de México. En efecto, las elecciones del 2 de julio, desde su planteamiento, significan una oportunidad de marcar un antes y un después, de lograr un cambio profundo en el país, tal y como sucedió con el movimiento de Independencia (que terminó con la subordinación colonial), con el movimiento de Reforma (que terminó con la imposición extranjera) y con la Revolución (que terminó con la dictadura de Porfirio Díaz). Pero, a diferencia de estos acontecimientos históricos, el cambio no sería por las armas, sino por el voto de los ciudadanos. De ahí la importancia, en esta última etapa del discurso, de incitarlos a votar.

41. Vamos a hacer historia, vamos a inaugurar una etapa nueva en la vida pública de México. Va a ser esto muy parecido a lo que fue en su momento, el movimiento de Independencia, el movimiento de Reforma, el movimiento revolucionario de 1910 y lo vamos a lograr de manera pacífica, repito, por el camino de la concordia; sólo con la participación de todos los ciudadanos libres y conscientes de México.

Remitiéndonos al plano externo podemos percatarnos de que el candidato de la Coalición por el Bien de Todos apuesta en su discurso por resaltar sus propuestas, por exponer su Proyecto Alternativo de Nación, dejando estratégicamente en un segundo plano la confrontación. En el plano interno, el esquema narrativo que hemos detectado nos indica que el enunciador intenta persuadir al auditorio de que cambiar las condiciones actuales del país se puede lograr con la elección de un proyecto que implemente un gobierno diferente. Propone un cambio radial del tipo **B** por **A**. Presentamos en el siguiente cuadro el esquema narrativo que se propone en este discurso:

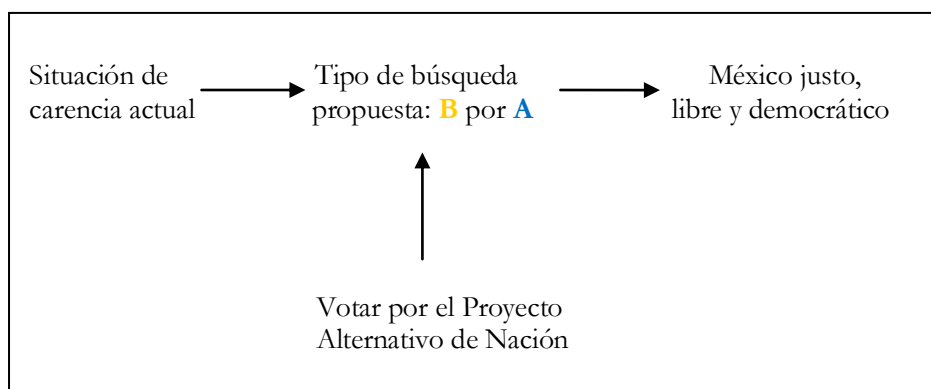


Figura 6. Esquema narrativo del discurso de Andrés Manuel López Obrador

9.1.2 La estructura argumentativa

Para describir el proceso argumentativo del discurso que estamos analizando retomaremos el modelo de Toulmin y la caracterización de los argumentos hecha por Perelman y Olbrechts-Tyteca¹⁰⁰. Nos centraremos en explicar cómo a través del modo argumentativo puesto en escena el enunciador pretende invalidar las objeciones que pueden surgir en el auditorio. Estas objeciones pueden ser principalmente dos:

- 1) El auditorio puede manifestar que no ve una situación de carencia (actual) y que no tiene razón para emprender la búsqueda del objeto “Y” ideal.
- 2) El auditorio puede manifestar que sí ve una situación de carencia, que sí quiere reparar esa situación, pero se cuestiona sobre el medio que se le propone como solución: “¿por qué este medio?”

Los siguientes fragmentos del corpus nos permiten inferir la proposición a partir de la cual desarrollaremos la dinámica argumentativa que se origina de la primera objeción:

26. [...] Siempre he sostenido que nada ha dañado más al país que la deshonestidad de los gobernantes, que esa es la causa principal de la desigualdad social y de la desigualdad económica de nuestro país [...]

27. [...] Actualmente le cuesta mucho al pueblo mantener al gobierno, vamos a ahorrar desde el primer año 100, 000 millones de pesos, ello implicará terminar con los privilegios de las altas esferas del gobierno. Repito, en ninguna circunstancia, menos aún en una situación de

¹⁰⁰ Ver apartado 7.1.2 La estructura argumentativa

estancamiento económico, desempleo y empobrecimiento, los servidores públicos pueden disponer del presupuesto para obtener altos salarios, para obtener prestaciones, beneficios y comodidades, por el contrario, esos recursos deben canalizarse a la atención de las necesidades apremiantes de la gente, no puede haber gobierno rico con pueblo pobre.

Proposición:

El país vive en un entorno de estancamiento económico, de desempleo, de injusticias y de desigualdades

Al ser cuestionada por el auditorio, se problematiza:

¿El país vive en un entorno de estancamiento económico, de desempleo, de injusticias y de desigualdades?

Entonces el proponente da los siguientes datos:

Datos fácticos:

6. [...] la actual política económica [...] no ha funcionado, porque no ha habido crecimiento económico ni se han generado empleos; como lo demuestra el hecho evidente y triste de 4 millones de mexicanos que en este sexenio han tenido que emigrar del país para buscar trabajo del otro lado de la frontera.

28. [...] no es justo que un trabajador después de 30 años de trabajo reciba 1,600 pesos al mes y no es posible que Carlos Salinas de Gortari siga recibiendo libre de polvo y paja 180,000 pesos mensuales [...]

29. En México tenemos una evasión fiscal del 50%, somos uno de los países con más privilegios fiscales en el mundo, por ejemplo, los de mero arriba, los influyentes, los que están cerca de la Secretaría de Hacienda, de Los Pinos, no pagan impuestos y cuando pagan se los devuelven. Pagan impuestos nada más los integrantes de las clases

medias, pequeños, medianos empresarios, comerciantes, profesionistas y el pueblo raso, pero no los de arriba [...]

La garantía que sirve de puente entre los datos fácticos y la conclusión se sustenta en la percepción que tiene gran parte de la sociedad mexicana sobre la situación de inequidad que se vive en el país:

Ley de paso: Porque

Las políticas que se aplican en el país benefician principalmente a las élites y dejan a un lado los intereses del pueblo.

El respaldo de la garantía se justifica apelando a los acuerdos presidenciales 7637 y 2763-BIS¹⁰¹ y a los manuales de percepciones publicados en el Diario Oficial de la Federación¹⁰², en los cuales se encuentran datos sobre las percepciones y los beneficios de los que gozan los servidores públicos y los ex presidentes:

Respaldo: Teniendo en cuenta que

Desde los acuerdos presidenciales de 1976 y 1987 los que han desempeñado el cargo de titular del Ejecutivo Federal gozan de una pensión vitalicia (equivalente al salario que percibe un Secretario de Estado), un seguro de vida y de gastos médicos mayores con cargo al presupuesto de egresos de la Federación. Los diputados y senadores de la República, así como los ministros de la Suprema Corte de Justicia, gozan de sueldos ostentosos, de seguro de vida y de gastos médicos mayores, de ayuda para despensa, pago de viáticos, chóferes, personal para su seguridad y otras prestaciones de las que no goza la mayoría de los trabajadores mexicanos.

Conclusión: Por tanto

El país vive en un entorno de estancamiento económico, de desempleo, de injusticias y de desigualdades

¹⁰¹ Puede verse a este respecto: Licona Vire, Cecilia (2007): *Estudio en materia de pensiones, percepciones o compensaciones y demás beneficios a ex presidentes de México*, México: Cámara de Diputados.

¹⁰² Puede verse a este respecto: *Diario Oficial de la Federación* con fecha de viernes 26 de febrero de 2010 y *Diario Oficial de la Federación* con fecha de miércoles 29 de febrero de 2012.

Siguiendo con la caracterización propuesta por Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989:405) podemos determinar que en esta estructura se pone en escena una argumentación por el nexo causal. Este tipo de argumentación forma parte de los argumentos basados en la estructura de lo real y permite realizar argumentaciones que: a) tienden a aproximar dos acontecimientos de modo recíproco, b) tratan de descubrir las causas que determinan un acontecimiento y c) tratan de evidenciar los efectos que resultan de un acontecimiento dado. En el caso que nos ocupa vemos que el proceso argumentativo pone el énfasis en las causas que determinan la situación desventajosa que afecta a la mayoría de los mexicanos.

Para exponer la dinámica argumentativa que se deriva de la segunda objeción (de aquella en la que se cuestiona el medio que se propone como solución), inferiremos una proposición de los fragmentos del corpus que presentamos a continuación:

7. Sostenemos que hay que cambiar la forma de hacer política, que hay que remover las viejas estructuras del poder, terminar con el caduco sistema de control y de manipulación, hacer a un lado al político prepotente, fante, mediocre y ladrón que tanto daño le ha hecho al país.

8. Planteamos [...] que el gobierno no debe seguir siendo un comité al servicio de una minoría y que debe cambiar la política tradicional, esa donde todos los intereses cuentan menos el interés del pueblo, pero, sobre todo, creemos firmemente en la necesidad de establecer una nueva convivencia social, más humana y más igualitaria, para darle a cada niño, a cada joven, a cada anciano, a cada mujer, a cada hombre, nuevas, importantes y poderosas razones para vivir, para soñar y para triunfar en este país generoso y fraterno.

9. Afortunadamente millones de mexicanos, mujeres y hombres de buena voluntad, han hecho suya esta propuesta alternativa de nación [...]

Proposición:

El único medio para terminar con la política de privilegios que impera en el país y lograr una sociedad justa, libre y democrática es implementar el Proyecto Alternativo de Nación

Al ser puesta en duda se problematiza:

¿El único medio para terminar con la política de privilegios que impera en el país y lograr una sociedad justa, libre y democrática es implementar el Proyecto Alternativo de Nación?

El proponente ofrece entonces los siguientes datos¹⁰³:

Datos fácticos:

18. Nuestra propuesta significa progreso con justicia, porque el progreso sin justicia es retroceso, estamos a favor de la modernidad, pero formada desde abajo y para todos [...]

21. Se aplicará el programa de la pensión alimentaria para todos los adultos mayores del país, para todos los ancianos respetables de México; se apoyará con becas a los discapacitados, a madres solteras para que sus hijos no abandonen la escuela, se garantizará la atención médica y los medicamentos gratuitos; se impulsará de manera prioritaria la educación pública gratuita y de calidad en todos los niveles escolares, de manera específica, cumpliremos el compromiso de alcanzar el 100% de cobertura de educación superior, ningún joven va a ser rechazado de las universidades públicas.

30. [...] Ningún miembro de mi familia formará parte del gobierno, ni hará negocios al amparo del poder público, tampoco habrá amiguismo, ni influyentismo, ninguna de esas lacras de la política [...]

33. [...] aspiramos a establecer en México la justicia en el marco de la libertad y del respeto, gobernaremos con el apego a la constitución de las leyes, seremos respetuosos de la legalidad, se fortalecerá la división y el equilibrio entre los poderes, no se permitirán violaciones a las garantías individuales y a los derechos humanos.

¹⁰³ Además, por supuesto, de los datos expuestos en el apartado 9.1.1 La estructura narrativa, específicamente en el rubro: Se presenta el instrumento para cambiar la situación actual: El Proyecto Alternativo de Nación

La ley de paso se sustenta en la creencia colectiva acerca de la posibilidad de terminar con el régimen político actual mediante la implementación de un gobierno nuevo e incluyente que conduzca a la transformación de la vida pública del país:

Ley de paso: Porque

Si la Coalición por el Bien de Todos llega a la presidencia, implementará un proyecto de desarrollo nacional con políticas públicas que beneficiarán a la mayoría de los mexicanos.

El respaldo de la ley de paso o garantía se justifica recurriendo a la noción de *democracia* que se expone en las diversas teorías del Estado desarrolladas en los campos de la Ciencias Políticas y el Derecho¹⁰⁴:

Respaldo: Teniendo en cuenta que

En una verdadera democracia representativa se deben implementar proyectos que velen por los intereses colectivos, que reflejen los valores fundamentales de la democracia (como son: la libertad, la igualdad, el respeto, la honestidad) y que promuevan el desarrollo humano –medido en términos de salud, educación, ingresos personales–.

Conclusión: Por tanto

El único medio para terminar con la política de privilegios que impera en el país y lograr una sociedad justa, libre y democrática es implementar el Proyecto Alternativo de Nación

En esta estructura se pone en escena una argumentación sobre los valores y los intereses del auditorio (Plantín: 2002:134). En efecto, el orador basa su razonamiento en la creencia compartida de lo que se supone debe ser una sociedad democrática y resalta los valores que deberían prevalecer en ella: la igualdad, la justicia, la libertad, la legalidad, la solidaridad. Pero también hay una argumentación pragmática, pues plantea las consecuencias positivas

¹⁰⁴ Puede verse al respecto el texto de Miguel Ángel Garita Alonso “Democracia representativa en el Estado Mexicano”, disponible en: http://www.derecho.unam.mx/investigacion/publicaciones/revista-cultura/pdf/CJ3_Art_17.pdf Además del texto de Sergio García Ramírez “Estado democrático y social de derecho”, disponible en: <http://www.ejournal.unam.mx/bmd/bolmex098/BMD09804.pdf>

que se derivarían de la aplicación de un proyecto de desarrollo nacional diferente (con lo cual apela a los intereses del auditorio).

9.2 Las estrategias persuasivas

En los siguientes apartados analizaremos cómo el sujeto comunicante se construye discursivamente una imagen de sí; cómo intenta desacreditar a sus adversarios a través de la imagen que construye de ellos y cómo pretende captar la atención de los ciudadanos para adherirlos a su propuesta.

9.2.1 La construcción de la imagen de sí

Anteriormente indicamos que Charaudeau (2005a) propone en el discurso político la aparición de dos clases de *ethos*, el de credibilidad y el de identificación. El primero, se funda en un discurso orientado hacia la razón; el segundo, se manifiesta en un discurso orientado hacia los afectos. En el discurso que ahora analizamos se entretajan varios *ethos*. Por un lado, aparecen el *ethos* de seriedad, el de virtud y el de ser competente, todos pertenecientes a la clase de los *ethos* de credibilidad. Por otro lado, aparece el *ethos* de humanidad, clasificado dentro de los *ethos* de identificación. Para explicitar la construcción de estas imágenes nuevamente recurriremos a la detección de los pronombres personales, los posesivos, las flexiones verbales y las modalidades elocutivas.

9.2.1.1 El *ethos* de seriedad

El *ethos* de seriedad se construye con declaraciones que el orador hace sobre sí mismo en las que expresa los motivos que lo llevan a ser un hombre político y en las que expresa su preocupación por el bien público. Se muestra responsable y pragmático al no ofrecer proyectos con tintes utópicos, sino propuestas viables apegadas a sus medios y a la realidad (Charaudeau, 2005a:92-94).

15. **Vamos a modernizar** el sector energético para que se convierta en palanca de desarrollo nacional. Por eso, **vamos a cambiar** la actual política petrolera que consiste, básicamente, en vender petróleo crudo al extranjero y comprar gasolinas, gas y productos petroquímicos. **Nosotros vamos a darle valor agregado** a la materia prima. **Vamos a integrar** todo el sector energético, desde la exploración de pozos petroleros, pasando por la producción, la

refinación, la petroquímica, la extracción de gas y la generación de energía eléctrica.

Hemos visto que una parte importante en este discurso la constituye la exposición del Proyecto Alternativo de Nación, el cual se configura a través de una serie de propuestas. Esto le permite al locutor perfilar el *ethos* de seriedad al enunciar promesas que presenta como asequibles y al comprometerse a llevarlas a cabo una vez que asuma las facultades que le otorga el Ejecutivo Federal. La modalidad que predomina a lo largo del discurso es la promesa, la cual se manifiesta, en la mayoría de los casos, por medio de la perífrasis verbal *ir+* infinitivo (“*vamos a modernizar*”, “*vamos a integrar*”). En este párrafo, tales formas adquieren un valor referencial equivalente a *yo+* ellos [el equipo que integrará el nuevo gobierno de la Coalición].

36. [...] **no es mi fuerte la venganza, yo no odio, soy un hombre feliz**, lo único que **quiero** es que todos **vivamos** en una sociedad mejor y que no haya privilegios, que no haya mexicanos de primera y mexicanos de segunda, todos **somos** iguales.

En este párrafo el sujeto enunciante muestra su desacuerdo con respecto a la imagen que le han creado sus adversarios e intenta desacreditar las afirmaciones hechas por ellos declarando que es todo lo contrario: un hombre feliz al que no lo motiva una ambición personal, sino un interés colectivo. Nótese a este respecto el uso del *nosotros* nacional “*vivamos*” y “*somos*”. La modalidad de desacuerdo y la modalidad de declaración contribuyen en la articulación del *ethos* de seriedad al permitirle proyectar su sinceridad y su visión democrática de la política.

9.2.1.2 El *ethos* de virtud

El *ethos* de virtud manifiesta la fidelidad del locutor a sus principios, a sus líneas de pensamiento y a sus modos de actuar. Proyecta la figura de un ser honesto, sincero, de un ser tolerante, de apertura y con una visión noble de la política. Este *ethos* se construye a lo largo del tiempo por lo que debe reflejarse una congruencia entre el comportamiento público del sujeto comunicante y lo que dice en su discurso. En conjunto, proyecta una fuerza de convicción (Charaudeau, 2005a:94-95).

24. Nuestros adversarios últimamente, sobre todo porque están muy desesperados, no les funcionó la guerra sucia, y ya no hay ni qué hacer, han venido diciendo, metiendo miedo a la gente, que vamos a endeudar al país con **nuestra propuesta** de crecimiento, de empleo y bienestar. Nada de eso. **No vamos a actuar** de manera irresponsable, **no vamos nosotros a provocar** ninguna crisis, nadie debe preocuparse, **vamos a actuar** como siempre con responsabilidad y sensatez.

El uso de las formas en plural (“*nuestra*”, “*nosotros*”, “*vamos a actuar*”) con un valor referencial de *nosotros* exclusivo (yo+ La Coalición) le permite al sujeto hablar en nombre de la entidad política a la que representa; la inserción de algunas de estas formas en una construcción de negación (“*no vamos nosotros a provocar*”) le permite manifestar que no llevarán a cabo ninguna acción que vaya en contra del interés general o que signifique continuar con la política de privilegios que tanto critican. Contradecir a sus adversarios a través de la modalidad de rechazo le permite a la vez reafirmar la fidelidad a sus principios y la continuidad de sus modos de proceder.

26. **Siempre he sostenido** que nada ha dañado más al país que la deshonestidad de los gobernantes, que esa es la causa principal de la desigualdad social y de la desigualdad económica de nuestro país. **Siempre he creído** también que la corrupción no sólo hay que combatirla por razones de índole moral, sino porque ello permite liberar fondos para el desarrollo.

El sujeto enunciante hace uso de las formas verbales de la primera persona del singular para configurar su identidad individual, perfilándose como un hombre que a lo largo de su trayectoria política ha seguido sus mismas líneas de pensamiento, motivado por un sentido del deber, pero también por un sentido pragmático. Emplea la modalidad de opinión para transmitir la convicción con la que efectúa sus declaraciones.

30. También **aprovecho** para decirles que **no permitiré** en el gobierno el nepotismo. Ningún miembro de **mi familia** formará parte del gobierno, ni hará negocios al amparo del poder público, tampoco habrá amiguismo, ni influyentismo, ninguna de esas lacras de la política. Afortunadamente **llegamos** al final de la campaña sin

haber creado compromisos vergonzantes con grupos de intereses creados, **no voy a llegar atado de pies y manos** a la Presidencia de la República, el único y fundamental compromiso es con ustedes, con el pueblo de México.

En este párrafo sigue con la configuración de su identidad individual con el uso de la primera persona del singular que, en este caso, le permite articular la figura de un hombre cuyos principios no son negociables. La cualidad de ser incorruptible es precisamente la base en la que fundamenta la congruencia de las medidas que implementará en el gobierno. Esta misma cualidad se traspa al grupo político que representa con el uso del *nosotros* exclusivo, “*llegamos*”, yo+ La Coalición.

9.2.1.3 El *ethos* de ser competente

Este *ethos* pone en escena el saber-hacer y el poder-hacer del orador, es decir, manifiesta sus conocimientos del campo en cuestión, la experiencia adquirida a lo largo de su carrera y las aptitudes de las que dispone para lograr los compromisos que se plantea y obtener los resultados previstos (Charaudeau, 2005a: 96).

32. **Estoy convencido** de que este problema [el de la inseguridad pública] requiere de mucha perseverancia, cuando **fui** Jefe de Gobierno en la ciudad de México, todos los días, incluidos sábados y domingos, **me reunía con** el Secretario de Seguridad Pública y con el Procurador, **recibíamos** el parte de la policía con todo lo sucedido en las últimas 24 horas y **tomábamos** decisiones, lo mismo **voy a hacer** como presidente de la República. Todos los días desde las 6 de la mañana, **voy a reunirme con** el Secretario de la Defensa, con el Secretario de Marina, con el Secretario de Seguridad Pública, con el Secretario de Gobernación y con el Procurador para revisar lo acontecido en las últimas 24 horas en el país, y tomar las decisiones sobre este asunto que tanto le preocupa a **nuestro** pueblo.

Una forma de mostrarse como un ser competente es subrayar su trayectoria política, en este caso en su papel de Jefe de Gobierno del Distrito Federal. Mostrar su proceder en un puesto de poder le otorga credibilidad pues garantiza su saber-hacer y poder-hacer a través de lo que ya ha hecho. Da a entender que las medidas que ha aplicado en el pasado han

sido efectivas y han traído beneficios para los ciudadanos y que eso mismo puede hacer a nivel nacional. El uso del *nosotros* exclusivo (“*recibíamos*”, “*tomábamos*”) con un valor referencial de yo + ellos [el Secretario de Seguridad Pública y el Procurador] le permite mostrar su capacidad de trabajar en equipo y reflejar la noción de que el gobierno no es una cuestión individual, sino una acción colectiva. La estructura “*Estoy convencido*” manifiesta una modalidad de opinión-convicción con la que el locutor expresa su convencimiento con respecto a lo que dice.

20. **Vamos a dotar** de servicios públicos a las colonias populares de las grandes ciudades incluidas las ciudades fronterizas y los principales centros turísticos. Es un compromiso y **lo voy a cumplir: voy a tomar posesión** del cargo de presidente el 1 de diciembre y desde el primer día, el primer recorrido que **voy a hacer** va a iniciar en los municipios del Estado de México, conurbados al Distrito Federal, **voy a empezar** por Chalco, el Valle de Chalco, en Chimalhuacán, en Ecatepec, en Los Reyes la Paz, donde viven millones de familias sin los servicios públicos más indispensables. Luego **voy a ir** a Guerrero, a Oaxaca y a Chiapas y así **voy de nuevo a recorrer** todo el país, para echar a andar los programas productivos y los apoyos a la gente humilde y a la gente pobre.

Otra forma de mostrarse como un hombre capaz de gobernar y administrar el país es resaltando la experiencia que adquirió a través de las visitas y recorridos que hizo durante su campaña, ya que esto le da un conocimiento de primera mano de las carencias sociales y económicas que existen en diversos sectores de la población. La experiencia y el conocimiento de la situación del país son la base para poder implementar los programas necesarios. Las perífrasis “*Vamos a dotar*”, “*voy a cumplir*” revelan una modalidad de promesa con la que el locutor proyecta su intención y capacidad de cumplimiento, mientras que la perífrasis “*voy a tomar (posesión)*” señala más bien una modalidad de declaración con la que afirma su arribo a la presidencia.

9.2.1.4 El *ethos* de humanidad

El *ethos* de humanidad se caracteriza por proyectar la imagen de un hombre sensible, que se preocupa por lo demás, en especial por aquellos que viven en condiciones precarias; este *ethos* pretende adherir al auditorio a través de la movilización de los afectos (Charaudeau, 2005a:114-115).

18. **Nuestra** propuesta significa progreso con justicia, porque el progreso sin justicia es retroceso, **estamos** a favor de la modernidad, pero formada desde abajo y para todos, por eso el gobierno que **encabezaré** se guiará por el principio de que por el bien de todos, primero los pobres.

Con el uso de las formas de la primera persona del plural, “*Nuestra*”, “*estamos*”, con un valor referencial de yo+ La Coalición, el sujeto enunciante se presenta como el portavoz de una propuesta política incluyente e interesada en el bienestar de los grupos ciudadanos que han sido menos favorecidos por las medidas que implementa el gobierno en el poder. La construcción “*el gobierno que encabezaré*” resalta la figura de un líder que velará por todos, pero sobre todo por los más pobres y los más humildes, con lo cual pretende lograr una identificación con estos sectores de la población.

19. **Vamos a empezar a pagar** la deuda que tenemos con las comunidades y con los pueblos indígenas de México, la verdad más íntima de nuestro país. **Impulsaremos** el reconocimiento de los derechos de las comunidades y de los pueblos indígenas y **haremos valer** todo lo que esté de nuestra parte, en cuanto al respeto de los acuerdos de San Andrés Larráinzar.

La modalidad de promesa que se expresa a través de las formas verbales en plural “*Vamos a empezar a pagar*”, “*Impulsaremos*” y “*haremos valer*” manifiesta el compromiso de la Coalición por responder a las demandas que las comunidades indígenas han planteado a lo largo del tiempo y que no han sido atendidas, a pesar de los acuerdos, ni por el gobierno priista ni por el gobierno panista. Estas promesas revelan una congruencia con el principio de apoyar a los sectores humildes y marginados.

9.2.1.5 Formas impersonales

Además de las formas y procedimientos que revelan la inscripción del orador en su discurso, encontramos construcciones lingüísticas que suponen la eliminación de toda referencia a la persona, como las oraciones pasivas y las impersonales. El empleo de estas construcciones se interpreta comúnmente como una manera de evadir la responsabilidad de los contenidos enunciados, sin embargo, en este discurso en particular, dado que se ha visto que el locutor asume su responsabilidad y manifiesta su compromiso, el uso de estas formas durante la exposición de su Proyecto Alternativo de Nación lo hemos de atribuir a la intención del orador de resaltar más sus propuestas que su propia figura y de ofrecer una mirada objetiva a tal proyecto:

24. Mantendremos, y esto va para financieros y para empresarios, el control de las variables macroeconómicas, es decir, **habrá control del déficit público: se garantizará la autonomía del Banco de México y se evitará la inflación**, en pocas palabras, **habrá un manejo técnico no ideológico de la economía.**

9.2.2 La descalificación del adversario

El dispositivo en el que se desarrolla este acto comunicativo coloca a la instancia adversaria en posición de Tercero. Esto significa que los actos de descalificación, de refutación o de advertencia de los cuales es objeto son parte de una destinación encubierta (García y Tordesillas, 2001:56-57), pues no es a un TÚ al que se habla, sino a un ÉL o ELLOS a través de formas de la tercera persona, la negación y otros recursos que veremos en este apartado.

En esta parte del análisis retomaremos dos planteamientos de Eliseo Verón (1987). El primero, indica que todo acto de enunciación política supone necesariamente la existencia de otros actos de enunciación (reales o posibles) opuestos al propio, respecto a los cuales se configura una réplica. El segundo, se refiere a la necesidad de todo discurso político de construir la imagen del oponente o del contradestinatario. Estos planteamientos (y la naturaleza misma del discurso) nos han llevado a enfocarnos en: 1) cómo a través de un juego polifónico se intenta desacreditar a los oponentes refutando sus puntos de vista y en 2) cómo se construye discursivamente una imagen de ellos mediante el empleo del léxico de connotación negativa. En el análisis recurriremos nuevamente a las modalidades delocutivas (aserción y discurso referido) y al léxico subjetivo.

9.2.2.1 Pugna polifónica por la palabra autorizada

La pugna polifónica por la palabra autorizada es una estrategia discursiva que consiste en poner en escena a dos enunciadores, cada uno con puntos de vista opuestos. Mediante el empleo de recursos lingüísticos como los enunciados negativos o los conectores adversativos, uno de ellos terminará por desautorizar/desacreditar la voz del otro (García Negroni, 1988: 95). Ducrot (1984: 265)¹⁰⁵ indica que cuando se emplea el recurso de la negación se cristaliza un diálogo entre E1 que afirma X y E2 que se opone a lo que dice E1, es decir, afirma no X. En estos casos, el locutor, responsable de la enunciación, se identifica con el punto de vista de E2.

Encontramos una plena manifestación de este fenómeno en los siguientes párrafos:

5. Ahora es más claro de qué lado están realmente las fuerzas políticas del país y qué intereses representan. Nuestros adversarios tuvieron que salir a defender, sin tapujos, el proyecto antipopular y entreguista que se ha venido aplicando. Salieron a defenderlo con expresiones claras, directas, como esa de que debemos seguir por el mismo camino o que hay que cambiar de jinete, pero no cambiar de caballo.

En este fragmento podemos observar el uso de una modalidad delocutiva de aserción constativa: “*Ahora es más claro de que lado están...*” También podemos observar el empleo de la cita polémica para evocar, en un estilo indirecto, una de las frases que el presidente Vicente Fox había dicho meses atrás durante el periodo de campaña¹⁰⁶: “*Salieron a defenderlo con expresiones claras, directas, como esa de que debemos seguir por el mismo camino o que hay que cambiar de jinete, pero no cambiar de caballo*”. Retomar el discurso del tercero adversario le permite al locutor hacer uso del recurso de la negación para refutar y desacreditar lo dicho:

6. **Nosotros no estamos de acuerdo con esa manera de pensar,**
con esa forma de ver las cosas, **por el contrario, sostenemos que el**

¹⁰⁵ En este punto se hace pertinente mencionar las distinciones que hizo Oswald Ducrot (2001: 251-277) en su teoría polifónica de la enunciación. Este lingüista traza una diferencia entre: a) el sujeto empírico (SE), aquel que es autor efectivo de lo enunciado, b) el locutor (L), sujeto discursivo al que se atribuye la responsabilidad de lo enunciado y c) los enunciadores (E), orígenes de los diferentes puntos de vista que se presentan en el enunciado.

¹⁰⁶ “Hay que cambiar de jinete, pero ¿para qué cambiar de caballo?, si el caballo va caminando bien. Así que ahí les encargo, hagan su parte”. Fueron las palabras efectivamente dichas por Vicente Fox, durante una reunión en Aguascalientes, el 19 de abril de 2006.

país ya no aguanta más de lo mismo, que se requiere una transformación profunda, una renovación tajante, una verdadera purificación de la vida pública.

De esta forma en los párrafos 5 y 6 podemos observar la presencia de dos enunciadores:

E1 que afirma:

- Debemos seguir por el mismo camino
- Hay que cambiar de jinete, pero no cambiar de caballo

E2 que rechaza lo afirmado por E1:

- No estamos de acuerdo con esa manera de pensar
- Por el contrario, sostenemos que el país ya no aguanta más de lo mismo

El locutor se identifica con el punto de vista de E2 y se opone al punto de vista de E1. La negación, materializada en enunciados negativos y en el uso de la locución adverbial (*por el contrario*), implica la desautorización de las palabras del adversario.

Otra manifestación de esta misma estrategia la encontramos en el siguiente párrafo:

24. Nuestros adversarios últimamente, sobre todo porque están muy desesperados, no les funcionó la guerra sucia, y ya no hayan ni qué hacer, **han venido diciendo**, metiendo miedo a la gente, **que vamos a endeudar al país** con nuestra propuesta de crecimiento, de empleo y bienestar. **Nada de eso. No vamos a actuar de manera irresponsable, no vamos nosotros a provocar ninguna crisis**, nadie debe de preocuparse, vamos a actuar como siempre con responsabilidad y sensatez.

Mediante el discurso narrativizado el locutor evoca las palabras del tercero adversario para después refutarlas utilizando el recurso de la negación:

E1 afirma:

- Van a endeudar al país
- Actuarán de manera irresponsable
- Van a provocar crisis

E2 rechaza lo afirmado por E1:

- Nada de eso
- No vamos a endeudar al país
- No vamos a actuar de manera irresponsable
- No vamos a provocar ninguna crisis

En este párrafo observamos un juego polifónico en el que el locutor responde a discursos precedentes que lo aluden y lo critican (es decir, responde a los discursos de su oponente panista, Felipe Calderón). El empleo de la negación le permite identificarse con el punto de vista de E2 y oponerse al punto de vista de E1. Este proceder también le permite desacreditar a su adversario pues, al negar sus dichos, lo deja implícitamente como un mentiroso.

Por último, veamos el siguiente párrafo:

36. Vamos al cambio por el camino de la concordia, repito, **no es mi fuerte la venganza, yo no odio**, soy un hombre feliz, lo único que quiero es que todos vivamos en una sociedad mejor y que no haya privilegios, que no haya mexicanos de primera y mexicanos de segunda, todos somos iguales.

El locutor rechaza, mediante el uso de enunciados negativos, los rasgos de carácter que le han sido atribuidos por sus adversarios en discursos anteriores. De esta forma, pone en escena a dos enunciadores:

E1 que afirma:

- El candidato perredista es vengativo
- Representa una alternativa cultivada en el odio

E2 que rechaza lo afirmado por E1:

- No es mi fuerte la venganza
- Yo no odio

El locutor se identifica plenamente con E2 y rechaza lo que afirma E1. El recurso de la negación, en este caso, no sólo le sirve para desacreditar el discurso adversario, sino también para intentar contener los efectos del ataque y reafirmar el *ethos* de seriedad que ha creado de sí mismo.

9.2.2.2 La construcción discursiva del adversario

El uso de expresiones de connotación negativa constituye otra estrategia para descalificar a los adversarios. Es por eso que nos centraremos en el análisis de estas expresiones para explicitar: a) la forma en que son designados los adversarios, b) las cualidades y las acciones que les atribuye el orador y c) las consecuencias negativas que generan para los ciudadanos.

a) Formas de designar a los adversarios

7. Sostenemos que hay que cambiar la forma de hacer política, que hay que remover **las viejas estructuras del poder**, terminar con **el caduco sistema de control y de manipulación**, hacer a un lado al **político prepotente, fanteche, mediocre y ladrón** que tanto daño le ha hecho al país.

29. En México tenemos una evasión fiscal del 50%, somos uno de los países con más privilegios fiscales en el mundo, por ejemplo, los de mero arriba, **los influyentes, los que están cerca de la Secretaría de Hacienda**, de Los Pinos, no pagan impuestos y cuando pagan se los devuelven.

Estos párrafos contienen una muestra representativa de las formas que se emplean a lo largo del discurso para designar a las instancias adversarias. Así, podemos señalar el empleo de construcciones relativas (como “*los que están cerca de la Secretaría de Hacienda*”) y el uso tanto de sustantivos abstractos (“*estructuras*”, “*sistema*”) como de sustantivos concretos (“*político*”, “*influyentes*”). Estos sustantivos, que no son propiamente subjetivemas, se impregnan de una valoración peyorativa por el contexto lingüístico en el que aparecen. Un rasgo peculiar es que en todos estos casos el orador hace una referencia general e indefinida con la que alude a todo un proceso de deterioro político.

Los adjetivos que modifican a algunos de estos sustantivos, como en el caso de “*las viejas estructuras*”, “*el caduco sistema*” y “*político prepotente, fanteche, mediocre y ladrón*” pertenecen a la clase de los adjetivos evaluativos axiológicos, dado que implican un juicio de valor negativo por parte del orador tanto del sistema político imperante como de la clase política en general. En cuanto a los sustantivos “*control*” y “*manipulación*”, que se encuentran en las frases preposicionales que modifican indirectamente al sustantivo “*sistema*”, podemos

decir que son intrínsecamente axiológicos desvalorizantes, que refuerzan en este caso el juicio evaluativo del orador.

b) Atribución de cualidades y de acciones contrarias al bien común

26. La primera, no permitir **la corrupción**, no permitir que **se sigan robando el presupuesto**, que es dinero de todo el pueblo. Siempre he sostenido que nada ha dañado más al país que **la deshonestidad de los gobernantes** [...]

27. [...] los servidores públicos **pueden disponer del presupuesto para obtener altos salarios, para obtener prestaciones, beneficios y comodidades**, por el contrario, esos recursos deben canalizarse a la atención de las necesidades apremiantes de la gente, no puede haber gobierno rico con pueblo pobre.

30. También aprovecho para decirles que no permitiré en el gobierno **el nepotismo**. Ningún miembro de mi familia formará parte del gobierno, ni hará **negocios al amparo del poder público**, tampoco habrá **amiguismo**, ni **influyentismo**, ninguna de esas lacras de la política.

Una de las acciones negativas que el orador les imputa a los grupos que se encuentran en el poder (gobernantes, servidores públicos) es el robo del presupuesto público, del cual disponen sin restricciones para obtener beneficios y privilegios. El verbo *robar* es un verbo intrínsecamente subjetivo con el cual el locutor realiza un juicio evaluativo de tipo axiológico que le permite desvirtuar a sus adversarios dentro de la escala de los valores éticos y morales. Otras prácticas que les imputa son expresadas mediante los términos “*nepotismo*”, “*amiguismo*” e “*influyentismo*”. Se trata de sustantivos axiológicos claramente peyorativos que remiten a prácticas deshonestas, como es el caso de utilizar los puestos de poder para favorecer a parientes y a amigos u obtener ventajas o beneficios de terceros. El orador también emplea los sustantivos “*deshonestidad*” y “*corrupción*” para designar algunas de las cualidades de la clase política.

c) Consecuencias negativas para los ciudadanos

26. Siempre he sostenido que nada ha dañado más al país que la deshonestidad de los gobernantes, que esa es la causa principal de la desigualdad social y de la desigualdad económica de nuestro país.

27. Repito, en ninguna circunstancia, menos aún en una situación de estancamiento económico, desempleo y empobrecimiento, los servidores públicos pueden disponer del presupuesto para obtener altos salarios [...]

Las consecuencias de la deshonestidad y de la corrupción de los grupos de poder se manifiestan, en este discurso, mediante el empleo de sustantivos axiológicos que portan de manera inherente una connotación negativa, como *“desigualdad”*, *“estancamiento”*, *“desempleo”* y *“empobrecimiento”*. De esta forma, el orador hace una evaluación desfavorable de la situación en la que se encuentra la mayoría de los mexicanos debido a las acciones de los gobernantes y a la estructura política dominante.

Así pues, la descalificación de los adversarios en este discurso se manifiesta en la elección de las expresiones de connotación negativa, que le permiten al orador hacer referencia a un sistema integrado por un grupo elitista, que lleva a cabo una serie de acciones en contra del bien común.

9.2.3 La captación del auditorio

En este apartado recurriremos al análisis de las modalidades alocutivas para explicitar el tipo de relación que el sujeto comunicante quiere instaurar con los ciudadanos y también expondremos los imaginarios sociodiscursivos a los que recurre para intentar adherirlos a su propuesta.

9.2.3.1 Análisis de las modalidades alocutivas

- La interpelación: Comenzaremos presentando los términos de identificación con los cuales el orador interpela a su auditorio:

-Términos que establecen una identificación afectiva positiva:

1. Amigos y amigas:
23. Amigas y amigos:
38. Amigas y amigos:
40. [...] a ustedes, amigas y amigos, muchas gracias.

El uso de los términos “*amigas y amigos*” es una estrategia con la que el sujeto enunciante pretende anular simbólicamente la distancia entre la instancia ciudadana y la instancia política que él representa. Pero, además de intentar establecer una relación de cercanía y de familiaridad con el auditorio, estos términos le sirven para presentarse como alguien distante de la clase política, ya que equivale a decir: “yo no formo parte de los grupos políticos a los que critico, yo estoy cercano a ustedes”.

-Términos que establecen una identificación grupal:

39. Me da gusto poder decir, desde el zócalo, que gracias a ustedes, gracias a millones de **mexicanos, mujeres y hombres** conscientes y esperanzados en un cambio verdadero, vamos a transformar el país [...]

41. Va a ser esto muy parecido a lo que fue en su momento, el movimiento de Independencia, el movimiento de Reforma, el movimiento revolucionario de 1910 y lo vamos a lograr de manera pacífica, repito, por el camino de la concordia; sólo con la participación de todos los **ciudadanos** libres y conscientes de México.

Dos aspectos saltan a la vista en estos párrafos. El primero, es la aparición de los términos de identificación grupal “*mexicanos*” y “*ciudadanos*”, con los cuales el sujeto enunciante apela al espíritu nacional y cívico del auditorio. El segundo, es la caracterización de su grupo de seguidores mediante la construcción apositiva “*mujeres y hombres conscientes y esperanzados en un cambio verdadero*” y mediante los adjetivos “*libres*” y “*conscientes*”, que modifican al término “*ciudadanos*”, con lo cual intenta que los paradesinatarios se identifiquen con estos atributos y se adhieran al grupo.

-Términos que establecen una identificación profesional y nombres propios:

22. Aquí abro un paréntesis para agradecer el apoyo que hemos recibido de **intelectuales, escritores, artistas visuales, académicos, científicos, cineastas**, a lo largo de todos estos meses de lucha y de resistencia. De manera particular, quiero agradecer el apoyo, entre muchos otros, de **Elenita Poniatowska**, de **Fernando del Paso**, de **Sergio Pitol** y de **Carlos Monsiváis**.

24. Mantendremos, y esto va para **financieros** y para **empresarios**, el control de las variables macroeconómicas, es decir, habrá control del déficit público: se garantizará la autonomía del Banco de México y se evitará la inflación, en pocas palabras, habrá un manejo técnico no ideológico de la economía.

Mediante los términos de identificación profesional el orador se dirige a sectores específicos de la población: en un caso, les agradece a los miembros de los sectores culturales y académicos el apoyo brindado durante la campaña y, en otro caso, se dirige a miembros del sector financiero para despejar desconfianzas, indicándoles las políticas que seguirá su gobierno en materia económica. En cuanto a los nombres propios, el hecho de dirigirse a estas personalidades en particular, además de mostrarlo como un hombre agradecido, le permite hacer uso del prestigio y del reconocimiento del que gozan estos escritores para atraer a los electores que simpaticen o se identifiquen con ellos.

-Términos que se consideran meta-colectivos singulares:

30. [...] Afortunadamente llegamos al final de la campaña sin haber creado compromisos vergonzantes con grupos de intereses creados, no voy a llegar atado de pies y manos a la Presidencia de la República, el único y fundamental compromiso es con **ustedes**, con **el pueblo de México**.

Eliseo Verón (1987) clasifica el término *pueblo* dentro de los llamados meta-colectivos singulares, dado que designa en singular a un colectivo amplio y complejo. La interpelación al pueblo es recurrente en este discurso y le permite al orador establecer una línea divisoria

entre el gobierno rico, conformado por las elites, y el pueblo pobre, integrado por las clases populares y victimizado por las fuerzas del poder.

- La propuesta: Anteriormente hemos indicado que en la modalidad alocutiva de la propuesta el locutor propone realizar una acción en favor de sus interlocutores o puede proponer que juntos realicen la acción para que haya un beneficio mutuo. En este discurso, vemos que el sujeto enunciante le propone al auditorio realizar la acción de salir a votar por la opción política que él representa, para poder obtener como beneficio colectivo la transformación del país. El sujeto previamente ha manifestado su poder-hacer mediante el *ethos* de competencia, pero el resultado dependerá de si el auditorio acepta o no su propuesta:

41. Vamos a transformar al país a partir del 2 de julio, **les pido que el domingo todos salgamos a votar, que todos participemos**, estamos arriba en la intención de voto, pero tenemos que ganar con amplio margen, con una buena ventaja para que no nos regateen nuestro triunfo. **Vamos a la transformación del país**, vamos a hacer historia, hay que apoyar también a todos nuestros candidatos, voto parejo para candidatos a la asamblea en el Distrito Federal, candidatos a jefes y a jefas delegacionales. Hay que apoyar a Marcelo Ebrard que será el próximo jefe de gobierno de la ciudad de México. Hay que apoyar a nuestros candidatos y candidatas a diputados federales, hay que apoyar a nuestros candidatos a senadores. **Todos juntos para transformar a nuestro país [...]**

9.2.3.2 El Tercero como instancia de referencia: el ideal de la democracia

Una de las cuestiones fundamentales que surgen durante el análisis del discurso político es ¿a qué sistema de valores apela el sujeto para lograr establecer un lazo social entre los distintos miembros de una instancia ciudadana? Responder a esta pregunta implica adentrarnos nuevamente en el espacio de la interdiscursividad para conocer el tipo de instancia de referencia que se pone en escena.

En este caso, el sujeto intenta construir un lazo simbólico de unión apelando a lo que Charaudeau (2005a: 175) ha denominado el imaginario de la soberanía popular. Este imaginario se caracteriza por enaltecer los ideales de la democracia (como la igualdad, la

justicia, la solidaridad, la libertad) y por promover una mayor participación de los ciudadanos en las decisiones de interés general. Los siguientes párrafos del corpus reflejan algunos de los discursos de valor que configuran este imaginario:

- ✦ El discurso de la igualdad: aboga por una sociedad fundada en la justicia absoluta (Charaudeau, 2005a: 180), en la que exista un equilibrio en la distribución de los bienes y servicios, en la que se reconozcan los mismos deberes y los mismos derechos para todos y en la que cada individuo tenga las mismas oportunidades de mejorar sus condiciones de vida.

8. [...] creemos firmemente en la necesidad de establecer una nueva convivencia social, más humana y más igualitaria, para darle a cada niño, a cada joven, a cada anciano, a cada mujer, a cada hombre, nuevas, importantes y poderosas razones para vivir, para soñar y para triunfar en este país generoso y fraterno.

21. [...] se impulsará de manera prioritaria la educación pública gratuita y de calidad en todos los niveles escolares, de manera específica, cumpliremos el compromiso de alcanzar el 100% de cobertura de educación superior, ningún joven va a ser rechazado de las universidades públicas.

- ✦ El discurso de la solidaridad: estrechamente ligado al discurso de la igualdad, refleja la intención de auspiciar un Estado fraterno y humanitario que promueva acciones y programas dirigidos a los sectores de la población con mayores carencias y con menos posibilidades de subsistir dignamente.

21. Se aplicará el programa de la pensión alimentaria para todos los adultos mayores del país, para todos los ancianos respetables de México; se apoyará con becas a los discapacitados, a madres solteras para que sus hijos no abandonen la escuela [...]

- ✦ El discurso de la libertad: se funda en los principios de respeto y de tolerancia. Apela a la instauración de un Estado en el que impere el respeto a la diversidad de creencias, de conductas, de convicciones, de formas de pensar y de manifestarse, es decir, apela a la

configuración de un Estado en el que se respeten las diferencias inherentes a la vida democrática, pero dentro de un marco de legalidad.

35. Vamos a garantizar la libertad de expresión, ningún medio de comunicación va a ser censurado, molestado.

36. Vamos a respetar la libertad religiosa, la libertad de crítica, el derecho a disentir, el derecho a la diversidad y el derecho de las minorías.

- ✦ El discurso de la legalidad: enmarca la gobernabilidad en un Estado de Derecho que haga valer los derechos y las obligaciones de los ciudadanos; en este discurso, además, se la enmarca bajo un régimen democrático que, apegado al principio juarista, renuncie a las tendencias autoritarias y represivas y privilegie el diálogo, el acuerdo y la tolerancia.

33. También manifiesto que aspiramos a establecer en México la justicia en el marco de la libertad y del respeto, gobernaremos con el apego a la constitución de las leyes, seremos respetuosos de la legalidad, se fortalecerá la división y el equilibrio entre los poderes, no se permitirán violaciones a las garantías individuales y a los derechos humanos. Vamos a demostrar que la gobernabilidad es posible sin autoritarismo y sin represión. Es responsabilidad del gobierno mantener la estabilidad social y política. Sin embargo, una autoridad democrática tiene que garantizar la gobernabilidad mediante el dialogo, el acuerdo y la tolerancia, sin recurrir a la represión.

34. Haremos valer el principio juarista de que “nada por la fuerza, todo por la razón y el Derecho”. Nunca más una represión, como la de Acteal, como la de Aguas Blancas, como la de Atenco, como la de Lázaro Cárdenas; no vamos a utilizar la fuerza bruta para resolver los problemas.

También observamos la puesta en escena del imaginario de la tradición (Charaudeau, 2005a: 163), que consiste, en este caso, en recuperar la experiencia histórica emanada de personajes (mandatarios, líderes, luchadores sociales) que contribuyeron en la fundación de

la soberanía nacional y en el construcción de caminos más justos y democráticos para el país.

40. Rindo homenaje a José María Morelos, a Benito Juárez, a Francisco Villa, a Emiliano Zapata, a Francisco I. Madero, al General Lázaro Cárdenas del Río, rindo homenaje también a muchos luchadores sociales y políticos que con esfuerzo, con sacrificio, con sus vidas, nos abrieron espacios, para avizorar un México justo, libre y democrático. De manera especial, mi respeto a los líderes estudiantiles del 68, a todos los jóvenes del 68, a los indígenas de Chiapas, de Oaxaca, de Guerrero, de todos los pueblos que han resistido y que han luchado por su dignidad. Rindo homenaje, desde este zócalo, a Demetrio Vallejo, a Valentín Campa, a Othón Salazar, a Rosario Ibarra, a Heberto Castillo y a Cuauhtémoc Cárdenas y a todos los precursores y héroes anónimos de nuestra historia y a ustedes, amigas y amigos, muchas gracias.

En el cuadro siguiente sintetizamos los aspectos más relevantes de este análisis:

ANÁLISIS DEL DISCURSO DE ÁNDRES MANUEL LÓPEZ OBRADOR	
La construcción de la imagen de sí	<p>El orador va articulando:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ El <i>ethos</i> de seriedad, con el que muestra su sinceridad y su responsabilidad ■ El <i>ethos</i> de virtud, que le permite reafirmar la fidelidad a sus principios ■ El <i>ethos</i> de ser competente, con el que proyecta su saber, su poder-hacer y su experiencia ■ El <i>ethos</i> de humanidad, con el que manifiesta su interés por los sectores humildes y marginados
La descalificación del adversario	<ul style="list-style-type: none"> ■ Desacredita la voz de los oponentes panistas mediante el uso de las modalidades delocutivas de discurso referido y mediante el recurso de la negación ■ Sobresale el empleo de expresiones de connotación negativa para hacer referencia a un sistema político conformado por gobernantes y elites de poder, que llevan a cabo acciones y políticas que van en contra del interés común
La captación del auditorio	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apuesta por presentar el Proyecto Alternativo de Nación como el instrumento que posibilitará la implementación de nuevas políticas públicas y que terminará con viejas prácticas deshonestas de los grupos de poder ■ Recurre al imaginario de la soberanía popular y al imaginario de la tradición ■ Se resaltan los valores de la igualdad, de la solidaridad, de la libertad y de la legalidad

Cuadro 21. Aspectos esenciales del análisis del discurso de Andrés Manuel López Obrador

PARTE III

CONCLUSIONES

En esta tercera y última parte del trabajo presentamos un análisis comparativo que muestra las diferencias y las semejanzas más significativas que encontramos en las estrategias utilizadas por cada locutor. Se presentan aspectos que no fueron abordados en la segunda parte del trabajo y se exponen algunas consideraciones y reflexiones finales.

10. Análisis comparativo

I. En ambos discursos se presenta la estructura narrativa característica de los discursos político-electorales, esto es: se pone al auditorio en un escenario de carencia o penuria para predisponerlo a buscar una salida a la adversidad, se presenta el objeto “Y” ideal que permitirá reparar el caos y se pide realizar una acción para entrar en posesión del objeto deseado. Pero se distinguen en:

a) El tipo de situación de carencia que ponen en escena (potencial vs. actual):

El discurso de Felipe Calderón presenta el estado de carencia (es decir, la crisis económica, el desempleo y la inestabilidad social) no como algo que tenga lugar en el presente, sino como algo que sucederá en el futuro a consecuencia de la implementación del proyecto que propone su principal oponente. En cambio, el discurso de Andrés Manuel López Obrador presenta la situación negativa del país como un estado presente, actual, cuya causa es el mantenimiento de las estructuras de poder, que posibilitan la corrupción, el influyentismo, los privilegios y otras prácticas de las elites.

b) El tipo de búsqueda que proponen (continuidad vs. cambio): El esquema narrativo que hemos detectado en el discurso de Felipe Calderón nos indica que el enunciador intenta persuadir a los destinatarios de que es necesario seguir manteniendo la estabilidad económica y social del país por el bien de los hijos y de las generaciones futuras. La estabilidad deseada requiere continuar con el gobierno panista, por eso la búsqueda propuesta no es hacia un cambio, sino hacia la misma

alternativa, pero distinta y mejorada: [Aa por Ab]. Por otro lado, en el discurso de López Obrador el esquema narrativo nos indica que se intenta persuadir a los destinatarios de que es necesario implementar un nuevo gobierno que conduzca a la transformación de la vida pública del país. Esta transformación significa cambiar el actual régimen panista por el gobierno que propone la Coalición; es decir, se propone la búsqueda de un cambio radical del tipo [A por B].

- c) **El tipo de objeto “Y” prometido:** En el discurso de Felipe Calderón el objeto “Y” prometido lo constituye un lugar en el que prevalecen la convivencia pacífica, la justicia, la fraternidad, el respeto al medio ambiente y el acceso equitativo a bienes indispensables como la alimentación, la salud, la educación y la vivienda. Este México constituye una concepción idealizada del país que se fundamenta en los imaginarios de la tierra prometida y del paraíso terrenal correspondientes a un sistema de pensamiento dogmático. En el discurso de Andrés Manuel López Obrador el objeto “Y” descansa, principalmente, en el imaginario de la soberanía popular, por eso promete un país en el que se terminen las viejas prácticas deshonestas de los grupos de poder y se encarnen los valores fundamentales de la democracia, es decir, la igualdad, la solidaridad, la libertad, la justicia, la legalidad.
- d) **El medio para alcanzar el objeto deseado (votar por un candidato vs. votar por un proyecto):** En ambos discursos el medio que se propone para obtener el objeto prometido es votar; sin embargo, en el discurso de Felipe Calderón se pide votar por el sueño colectivo y por el candidato que lo hará realidad. En el discurso de López Obrador, la figura del candidato es importante, pero se pide sobre todo votar por el proyecto que haga posible un cambio estructural en el país.

II. La estructura argumentativa de ambos discursos pretende invalidar las objeciones que pueden surgir con respecto al esquema narrativo. Por un lado, se trata de imponer la idea de que existe una situación de carencia y de que es necesario buscar una solución. Por otro lado, se exponen las razones por las cuales el medio que cada uno propone es el único que permitirá llegar a la situación deseada. Las diferencias radican en el tipo de argumentos empleados en cada caso. El discurso de Felipe Calderón utiliza argumentos pragmáticos para resaltar las consecuencias negativas que se generarían si llegase a ganar el contrincante y las consecuencias positivas que se derivarían del triunfo del propio orador. También emplea una serie de argumentos falaces como los *ad hominem* y *ad populum*, el falso dilema, la falsa analogía, el paralogismo de la causa falsa, el hombre de paja y la petición de principio

que, en su conjunto, articulan una condena moral¹⁰⁷. El discurso de Andrés Manuel López Obrador hace uso de una argumentación por el nexo causal para poner el énfasis en las causas que determinan la situación de estancamiento, de injusticias y desigualdades en la que se encuentra el país. Pero también hace uso de una argumentación pragmática para resaltar las consecuencias positivas que se derivarían de la aplicación del Proyecto Alternativo de Nación.

III. En cuanto a la construcción de la imagen de sí, podemos señalar algunas diferencias significativas. La primera, tiene que ver con la frecuencia con la que aparecen en cada uno de los discursos las formas que manifiestan la primera persona, tanto en singular como en plural. Veamos los datos siguientes, derivados de un análisis cuantitativo:

<i>Formas en singular:</i>	Yo	Me	Mi/Mis	Desinencias verbales	Total:
En el discurso de Felipe Calderón	8	5	5	71	89
En el discurso de López Obrador	2	3	3	41	49

Cuadro 22. Ocurrencias de las formas de la primera persona del singular en los discursos de los candidatos

<i>Formas en plural:</i>	Nosotros	Nos	Nuestro(s) Nuestra(s)	Desinencias verbales	Total:
En el discurso de Felipe Calderón	4	4	20	79	107
En el discurso de López Obrador	5	6	29	104	144

Cuadro 23. Ocurrencias de las formas de la primera persona del plural en los discursos de los candidatos

Comparando los resultados que obtuvimos en este análisis observamos que:

- El uso de las formas de la primera persona del singular en el discurso de Felipe Calderón es significativamente más alto (65%) que en el discurso de López Obrador (35%).

¹⁰⁷ La tendencia hacia el vituperio y la condena manifiesta un rasgo característico del género epidíctico.

- El uso de las formas de la primera persona del plural tiene un porcentaje mayor (57%) en el discurso de López Obrador que en el discurso de Felipe Calderón (43%).

Anteriormente señalamos que es característico del discurso político que el candidato despliegue una identidad individual a la par de una identidad colectiva. Fernández Lagunilla (1999:52-53) indica que si sobresale la presencia de la primera persona del singular, expresada tanto por los pronombres como por las formas verbales, nos encontramos frente a un discurso individual, pero si abundan las formas que manifiestan la primera persona del plural estamos entonces ante un discurso colectivo. En este sentido, podemos determinar que el discurso de Felipe Calderón puede ser clasificado como un discurso individual, en el que las formas en singular juegan un papel importante en la exaltación del hablante político como individuo, dado que le permiten centrarse en sí mismo para manifestar sus cualidades personales y resaltar sus capacidades como líder¹⁰⁸. Mientras que el discurso de Andrés Manuel López Obrador puede clasificarse como un discurso colectivo, dado que trata de difuminar el personalismo a través de: a) un *nosotros* exclusivo que resalta las propuestas de la Coalición por el Bien de Todos, b) un *nosotros* exclusivo con el que manifiesta los compromisos de su nuevo equipo de gobierno y c) un *nosotros* inclusivo nacional que refleja el interés público.

La segunda diferencia tiene que ver con el tipo de modalidades elocutivas que los locutores ponen en escena para implicarse en lo que dicen y expresar sus puntos de vista. En el siguiente cuadro presentamos las modalidades que detectamos en cada discurso:

¹⁰⁸ Nótese a este respecto la aparición del pronombre personal *yo*, el cual, como sabemos, no es necesario explicitar en español a menos que se utilice por motivos de énfasis expresivo. Calsamiglia y Tusón (2007: 129), señalan que “el uso del “yo” deviene un uso comprometido, arriesgado”, ya que con su empleo el orador asume la responsabilidad de lo enunciado y en cierta forma se impone sobre los demás.

Modalidades elocutivas	
Discurso de Felipe Calderón	Discurso de López Obrador
<ul style="list-style-type: none"> ■ Modalidad de promesa (<i>voy a promover el Proárbol</i>) ■ Modalidad de posibilidad (<i>podamos atraer</i>) ■ Modalidad de declaración-afirmación (<i>estoy listo</i>) ■ Modalidad de rechazo (<i>jamás acepté</i>) ■ Modalidad de constatación (<i>hemos venido remontando</i>) ■ Modalidad de saber (<i>sé que los ciudadanos</i>) ■ Modalidad de declaración-confesión (<i>he sido un desobediente</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Modalidad de promesa (<i>Cumpliremos</i>) ■ Modalidad de desacuerdo (<i>Nosotros no estamos de acuerdo</i>) ■ Modalidad de declaración-afirmación (<i>manifiesto que</i>) ■ Modalidad de declaración-confirmación (<i>repito</i>) ■ Modalidad de rechazo (<i>No podemos aceptar</i>) ■ Modalidad de opinión-convicción (<i>creemos firmemente</i>) ■ Modalidad de obligación (<i>Sostenemos que hay que cambiar</i>)

Cuadro 24. Las modalidades elocutivas en los discursos de los candidatos

Finalmente, observamos que, de acuerdo con las dos grandes categorías de *ethos* propuestas por Charaudeau (2005a:91), en el discurso de Felipe Calderón predominan los *ethos* de identificación con los cuales se pretende despertar en el auditorio una pasión por el sujeto político para que se adhiera al universo de discurso que pone en escena, mientras que en el discurso de López Obrador sobresalen los *ethos* de credibilidad con los que el sujeto enunciante pretende reflejar una congruencia entre lo que dice y lo que hace y mostrar su capacidad para llevar a cabo lo que anuncia o promete. El cuadro siguiente muestra los tipos de *ethos* que encontramos en cada uno de los discursos:

Discurso de Felipe Calderón	Discurso de López Obrador
* <i>Ethos</i> de líder-profeta (<i>ethos</i> de identificación)	* <i>Ethos</i> de seriedad (<i>ethos</i> de credibilidad)
* <i>Ethos</i> de carácter (<i>ethos</i> de identificación)	* <i>Ethos</i> de virtud (<i>ethos</i> de credibilidad)
* <i>Ethos</i> de ser competente (<i>ethos</i> de credibilidad)	* <i>Ethos</i> de ser competente (<i>ethos</i> de credibilidad)

	* <i>Ethos</i> de humanidad (<i>ethos</i> de identificación)
--	--

Cuadro 25. Los *ethos* en los discursos de los candidatos

IV. En la descalificación del adversario, además de los argumentos que ya hemos mencionado, ambos discursos recurren a la puesta en escena de los estereotipos. De acuerdo con Amossy y Herschberg Pierrot (2010, 30-34), los estereotipos son creencias u opiniones, preestablecidas culturalmente, que determinan el modo en que los integrantes de una sociedad perciben a alguien o a algo; se caracterizan por proporcionar una visión esquemática y simplificada de la realidad y por delinear grupos de pertenencia. El discurso de Felipe Calderón recurre a las creencias compartidas por la comunidad acerca de las características y de los comportamientos de los individuos que son catalogados como violentos, para encapsular al colectivo de identificación del oponente dentro de esos rasgos, es decir, moviliza una percepción estereotipada para etiquetarlos como aquellos que odian, que dividen y que amenazan el orden y la paz de la comunidad. De esta forma, se dibuja una línea divisoria entre un *nosotros* los pacíficos y un *ellos* los violentos. El discurso de Andrés Manuel López Obrador se basa en las opiniones negativas que circulan en un gran sector de la sociedad acerca de los políticos mexicanos, los grupos de poder y la clase política en general, para movilizar una percepción estereotipada de todo el sistema político imperante. De esta forma, establece una frontera entre el gobierno rico y el pueblo pobre, entre el gobierno corrupto y ladrón y el pueblo honesto y trabajador, entre los de arriba y los de abajo.

Recurrir a los estereotipos permite inscribir al auditorio en comunidades discursivas, cuyos límites están definidos por las creencias y los valores compartidos que configuran su identidad colectiva y su pertenencia ideológica. La identidad del grupo adversario se construye mediante la proyección de los valores que son contrarios a la comunidad discursiva a la que se apela.

Otro aspecto a considerar en la descalificación del adversario es el tipo de modalidades delocutivas que cada locutor pone en escena, ya sea para presentar sus opiniones bajo una apariencia de objetividad, ya sea para retomar y refutar los dichos de los adversarios. Veamos el cuadro siguiente:

Modalidades delocutivas	
Discurso de Felipe Calderón	Discurso de López Obrador
<ul style="list-style-type: none"> ■ Modalidad de aserción ■ Modalidad de discurso evocado ■ Modalidad de discurso referido 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Modalidad de aserción constatativa ■ Modalidad de cita polémica ■ Modalidad de discurso narrativizado

Cuadro 26. Las modalidades delocutivas en los discursos de los candidatos

V. En lo que respecta a la captación del auditorio señalaremos las diferencias más relevantes. Dentro de la modalidad alocutiva de interpelación cada discurso pone en escena los términos de identificación “*amigas*” y “*amigos*”; sin embargo, en el discurso de Felipe Calderón su aparición es más recurrente (30 ocurrencias, 79%) que en el discurso de López Obrador (8 ocurrencias, 21%). En ambos casos su empleo se encamina a estrechar simbólicamente la distancia entre la instancia ciudadana y la instancia política correspondiente, pretendiendo un acercamiento afectivo e inclusivo (este último mediante las marcas de género femenino y masculino). El hecho de que en el discurso del candidato panista se utilicen con mayor frecuencia esos términos lo podríamos atribuir a una necesidad por parte del sujeto hablante de continuar reforzando la aparente familiaridad y empatía con la audiencia. Otro aspecto importante a considerar en la interpelación es el uso del término “*pueblo*”, el cual no aparece en absoluto con este fin en el discurso de Felipe Calderón, pero sí de manera frecuente en el discurso de López Obrador. La aparición de este término en el discurso del candidato de la Coalición sirve, principalmente, para establecer una dicotomía entre los grupos elitistas y las clases populares a las que se apela; aunque también es empleado en menor medida como sinónimo de nación.

En cuanto a la puesta en escena del *pathos*, cada uno de los discursos intentan movilizar los afectos de su audiencia; pero, como hemos podido observar, la dramatización es más patente en el discurso de Felipe Calderón. En este caso, se recurre a unidades léxicas con connotación negativa, como *deuda*, *inflación*, *devaluación*, *crisis*, *desprecio*, *intolerancia*, *autoritarismo*, *odio*, *violentos*, para provocar el efecto patémico del miedo: miedo a la desestabilización económica y social, miedo a la violencia y miedo a tener un régimen autoritario. Asimismo se recurre a palabras con una connotación positiva, como *riqueza*, *unidad*, *paz*, *empleo*, *estabilidad*, *futuro*, para desencadenar un efecto de esperanza por el advenimiento de la nueva era que promete el orador. Otro rubro relevante es el uso del conocimiento compartido y de los imaginarios sociodiscursivos, para producir en los

ciudadanos-padres de familia los efectos patémicos de preocupación y de angustia ante los factores que ponen en riesgo el bienestar y el porvenir de los hijos. En el caso del discurso de Andrés Manuel López Obrador se recurre a expresiones de connotación negativa, como “*influyentismo*”, “*amiguismo*”, “*desigualdad*”, “*empobrecimiento*”, “*caduco sistema*”, “*viejas estructuras*”, con el fin de inducir en el auditorio una reacción emocional de enojo y de indignación ante las prácticas deshonestas de los gobernantes y la estructura política dominante. También se apela a los valores de la honestidad, la responsabilidad, la austeridad y la lealtad hacia el pueblo, para despertar un efecto de esperanza ante la promesa de construir caminos más justos y democráticos en el país.

VI. Finalmente, otro punto digno de resaltar tiene que ver con la noción de gobierno incluyente que presenta cada locutor. Veamos los siguientes párrafos pertenecientes al discurso de Felipe Calderón:

30. Porque ese México viene, porque ese México lo haremos venir, voy a promover el Proárbol para apoyar a **los indígenas** que viven en la miseria de lo que queda de las selvas y los bosques y que al mismo tiempo que **ellos salgan** de la miseria **nosotros recuperemos** selvas y bosques para el México que viene no en las próximas décadas sino en los próximos siglos.

38. Desde ahora anuncio que convocaré a un gobierno de unidad nacional y estoy dispuesto, **si es necesario**, a integrar un gobierno de coalición que sume a mexicanas y mexicanos honestos y capaces **que quieran** el mismo México distinto y mejor **que proponemos**.

Entre los factores que saltan a la vista en estos fragmentos se encuentra la aparición de un *nosotros* nacional (“*nosotros recuperemos*”) y de un *ellos* con el que el orador hace referencia a los indígenas. El hecho de que haga esta distinción mediante el uso de la tercera persona implica que *ellos, los indígenas*, no están incluidos dentro del *nosotros, los mexicanos*, lo cual pone en entredicho los valores de igualdad y de inclusión que enarbola a lo largo de su discurso. Por otro lado, su intención de instituir un gobierno de unidad nacional queda reducida a aquellos mexicanos que quieran lo mismo que el panismo propone. No hay una verdadera intención de considerar la diversidad de propuestas y de pensamientos que se conjugan en una nación. Por lo que también son cuestionables la apertura, la pluralidad y la integración que dice proponer. De hecho, como podemos ver, en el mismo discurso deja en claro que

ese gobierno de coalición es considerado como una eventualidad, como un recurso al que se apelaría solo “*si es necesario*”.

Veamos ahora el siguiente párrafo del discurso de Andrés Manuel López Obrador:

37.Desde el lunes próximo, voy a empezar a convocar a representantes de empresarios, de las iglesias, de la sociedad civil, a representantes indígenas, campesinos, de obreros, de profesionistas, de intelectuales, para construir un acuerdo, un nuevo pacto nacional, con el propósito principal de sacar adelante a nuestro país, de colocar a México en el sitio que le corresponde en el concierto de las naciones del mundo y sobre todo para sacar a nuestro pueblo del atraso, de la pobreza y de la marginación.

En este fragmento del discurso se resalta la propuesta de establecer un gobierno incluyente que sume voluntades de diversos sectores de la población para que coadyuven en el desarrollo democrático y en la transformación del país. En este caso el orador, además de reflejar una congruencia con los principios de inclusión, de igualdad y de solidaridad que abandera a lo largo de su discurso, refleja una constancia en su intención de implementar un gobierno humanitario que ayude a los sectores menos favorecidos del país.

11. Consideraciones finales

El objetivo principal de esta investigación ha sido desentrañar las estrategias discursivas que los dos candidatos más importantes de la elección presidencial de 2006 emplearon con la intención de cambiar o reforzar las opiniones y las acciones del auditorio-ciudadano. En el estudio abordamos la naturaleza del género del discurso político y las particularidades del subgénero del discurso electoral, describiendo la finalidad discursiva que persiguen, los modos de organización que emplean, los valores dominantes que reflejan y las situaciones comunicativas en las que emergen. Hemos adoptado la propuesta psicossociológica y semiocomunicacional de Patrick Charaudeau, pero también hemos recurrido a otras perspectivas teóricas, que nos han permitido complementar nuestro análisis y lograr una mejor comprensión de los fenómenos discursivos.

El análisis que realizamos del discurso de Felipe Calderón develó la imagen del líder-profeta, que auguraba una nueva era en la vida pública de México con la llegada del candidato panista a la presidencia. Este es uno de los puntos dignos de resaltar porque en el plano sociopolítico nunca se percibió a Felipe Calderón como un mesías, por el contrario, era a Andrés Manuel López Obrador al que diversos intelectuales y editorialistas señalaban (de manera despectiva) como el “mesías tropical”¹⁰⁹, supuestamente por ser ésta la figura que el candidato enarbolaba de sí mismo (el ser providencial, el redentor de la nación). Otro punto a resaltar es el hecho de que al candidato de la Coalición también se lo acusaba de querer dividir al país y de incitar a la violencia, sin embargo hemos visto que quien fortaleció discursivamente la división y el odio fue Felipe Calderón. En efecto, en nuestro análisis observamos tanto la puesta en escena de una visión dicotómica y esencialista de la realidad (los violentos, los que dividen vs. los pacíficos, los que unen) como la articulación de una incitación al odio derivada de la estrategia del miedo. Como han señalado Gutiérrez Vidrio y Plantin (2010), construir Miedo + Responsable identificado incita también a odiar a la persona; si López Obrador representaba una amenaza para todos, entonces había que despreciarlo y eliminarlo de alguna manera.

El análisis del discurso de Andrés Manuel López Obrador reflejó una constancia en su intención de resaltar sus propuestas y de exponer su Proyecto Alternativo de Nación. También reflejó una coincidencia entre el Yo comunicante que constituye el ser psicosocial

¹⁰⁹ Puede verse al respecto: GRAYSON, George W. (2006): *Mesías mexicano: Biografía crítica de Andrés Manuel López Obrador*, México: Grijalbo y *El mesías tropical*, por Enrique Krauze en <http://www.lettraslibres.com/revista/convivio/el-mesias-tropical?page=full>

y los *ethos* discursivos que constituyen el Yo enunciator. En este sentido, recordamos que en el plano social el estilo de vida del candidato pretendía ser congruente con los principios de sencillez, de austeridad y de cercanía con el pueblo que enarbolaba a lo largo de sus discursos, de ahí que viviera en un pequeño departamento en Copilco y se movilizara en un Tsuru (carro característico de las clases medias¹¹⁰). La dimensión polémica se manifestó principalmente a través de un juego polifónico con el que el locutor refuta y desacredita lo dicho por sus adversarios y mediante la explotación de los estereotipos negativos que la sociedad mexicana tiene de los engranajes políticos.

Como lo hemos venido señalando, el análisis que llevamos a cabo se enfoca en los efectos posibles y no en los efectos producidos, es decir, nos enfocamos en las intenciones persuasivas y en las emociones que los discursos pretendieron movilizar y no en las repercusiones que estos intentos tuvieron en las preferencias electorales ni en las emociones que se produjeron efectivamente en los votantes.

El análisis de las estrategias discursivas nos ha permitido ofrecer una caracterización del discurso político-electoral mexicano. También nos ha permitido contribuir con un estudio que puede trascender hacia una reflexión social pues, al conocer el tipo de estrategias discursivas que los candidatos utilizan como parte de sus campañas electorales, los ciudadanos pueden ser más críticos a la hora de elegir a sus representantes políticos.

¹¹⁰ Aunque las clases medias no tienen chófer, como sí lo tenía el candidato presidencial.

OBRAS CITADAS

ALBALADEJO, Tomás (2000): “El texto político de escritura periodística: la configuración retórica de su comunicación”, en *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, Universidad Complutense de Madrid, (en línea) Consultado el 11/05/2014 en <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/circulo/no1/albalade.pdf>

AMOSSY, Ruth (2009): “Argumentación y análisis del discurso: perspectivas teóricas y recortes disciplinarios”, en PUIG, L. (ed.): *El discurso y sus espejos*. México: UNAM, pp. 67-97.

AMOSSY, Ruth y HERSCHBERG PIERROT, Anne (2010): *Estereotipos y Clichés*. Buenos Aires: Eudeba.

ARISTÓTELES (2010): *Retórica*, 2.^a ed., (traducción de Arturo Ramírez Trejo). México: UNAM.

BARTHES, Roland (1980): “Fotogenia electoral”, en *Mitologías*, México: Siglo XXI.

BENVENISTE, Emile (1982) [1966]: *Problemas de lingüística general 1*, 10.^a ed., México: Siglo Veintiuno.

CABALLERO URDIALES, Emilio (2006): “Estabilidad financiera, estancamiento y desigualdad”, en *Revista Economía Informa*, No.343, noviembre-diciembre (en línea) Consultado el 11/08/2015 en el sitio www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/343/EmilioCaballero.pdf

CALSAMIGLIA, Helena y TUSÓN, Amparo (2007): *Las cosas del decir: manual de análisis del discurso*, 2.^a ed., Barcelona: Ariel.

CAMACHO, Óscar y ALMAZÁN, Alejandro (2006): *La victoria que no fue: López Obrador: entre la guerra sucia y la soberbia*. México: Grijalbo.

CAMARENA, Salvador y ZEPEDA PATTERSON, Jorge (2007): *El presidente electo: Instructivo para sobrevivir a Calderón y su gobierno*. México: Planeta.

CARBÓ, Teresa (1984): *Discurso político: Lectura y análisis*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.

CHARAUDEAU, Patrick (1992): *Grammaire du sens et de l'expression*, Paris: Hachette.

— — — (2001a): “De la competencia social de comunicación a las competencias discursivas”, en *Revista latinoamericana de estudios del discurso*. Vol. 1. Venezuela: Latina, (en línea) Consultado el 17/11/2013 en el sitio de P. Charaudeau <http://www.patrick-charaudeau.com/De-la-competencia-social-de.html>

— — — (2001b): “Las problemáticas de base de una lingüística del discurso”, en DE BUSTOS TOVAR J. (coord.): *Lengua, discurso, texto: I Simposio Internacional de Análisis del Discurso (1998: Madrid, España)*, Madrid: Visor, pp. 39-52.

— — — (2002): “¿Para qué sirve analizar el discurso político?”, en *DeSignis* No 2, Barcelona: Gedisa, pp.109-124.

— — — (2003) [1997]: *El discurso de la información: la construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.

— — — (2004): “La problemática de los géneros: de la situación a la construcción textual”, en *Revista Signos*. Vol. 37. No. 56. Valparaíso, (en línea) Consultado el 02/02/2014 en el sitio http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-09342004005600003&script=sci_arttext

— — — (2005a): *Le discours politique: les masques du pouvoir*, París: Vuibert.

— — — (2005b): “Un análisis semiolingüístico del discurso”, en *Polifonía. Revista de lingüística y literatura*. Nos. 5 y 6. Barranquilla: UNIATLÁNTICO, pp. 9-28.

— — — (2005c): “El discurso mediático: legitimidad, credibilidad y captación”, en HARVEY, A (comp.): *En torno al discurso: contribuciones de América Latina*, Chile: Universidad Católica de Chile, pp. 311-316.

- – – (2009a): “Análisis del discurso e interdisciplinariedad en las ciencias humanas y sociales”, en PUIG, L. (ed.): *El discurso y sus espejos*, México: UNAM, pp.99-133.
- – – (2009b): “El contrato de comunicación en una perspectiva lingüística: convenciones psicosociales y convenciones discursivas”, *Références à compléter (Opción Maracaibo)* (en línea) Consultado el 11/ 10 /2013 en el sitio de P. Charaudeau <http://www.patrick-charaudeau.com/El-contrato-de-comunicacion-en-una.html>
- – – (2009c): “Il n’y a pas de société sans discours propagandiste”, en OLLIVIER-YANIV, C & RINN, M (dirs.): *Communication de l’État et gouvernement social*, Presses Universitaires de Grenoble, (en línea) Consultado el 07/03/2014 en el sitio de P. Charaudeau <http://www.patrick-charaudeau.com/Il-n-y-a-pas-de-societe-sans.html>
- – – (2009d): “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, en *Revista Discurso y Sociedad* (en línea) Consultado el 10/ 12 /2013 en el sitio de P. Charaudeau <http://www.patrick-charaudeau.com/Reflexiones-para-el-analisis-del.html>
- – – (2009e): “Tercero, ¿Dónde estás? A propósito del tercero del discurso”, en MONTES, R., y CHARAUDEAU, P. (eds.): *El tercero: fondo y figura de las personas del discurso*, Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, pp.17-43.
- – – (2009f): “La argumentación persuasiva: el ejemplo del discurso político”, en SHIRO, M., BENTIVOGLIO, P., y ERLICH, F. (eds.): *Haciendo discurso: homenaje a Adriana Bolívar*, Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- – – (2010): “*Las emociones como efectos de discurso*”, (en línea) Consultado el 10/ 12 /2013 en el sitio de P. Charaudeau <http://www.patrick-charaudeau.com/Las-emociones-como-efectos-de.html>
- – – (2011): “Dize-me qual é teu *corpus*, eu te direi qual é a tua problemática”, en *Revista Diadorim / Revista de Estudos Linguísticos e Literários do Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas da Universidade Federal do Rio de Janeiro*. Vol. 10, Dezembro, (en línea) Consultado el 18/03/2014 en el sitio de P. Charaudeau <http://www.patrick-charaudeau.com/Dize-me-qual-e-teu-corpus-eu-te.html>

– – – (2012a): “El discurso de la propaganda: un intento de tipologización”, en SHIRO, M., CHARAUDEAU, P., y GRANATO, L. (eds.): *Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas: teorías y análisis*, Madrid: Iberoamericana; Frankfurt: Vervuert, pp.125-138.

– – – (2012b): “Los géneros: una perspectiva socio-comunicativa”, en SHIRO, M., CHARAUDEAU, P., y GRANATO, L. (eds.): *Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas: teorías y análisis*, Madrid: Iberoamericana; Frankfurt: Vervuert, pp.19-44.

– – – (2013): “Discurso propagandístico: entre seducción y manipulación”, conferencia dictada en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México el 06 de noviembre de 2013 (en línea) Consultado el 07/02/2014 en el sitio <https://www.youtube.com/watch?v=ZKCwGdDE0yY>

CHARAUDEAU, Patrick y MAINGUENEAU, Dominique (2005) [2002]: *Diccionario de análisis del discurso*, Buenos Aires: Amorrortu.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Texto vigente. Última reforma: 07/07/2014 (en línea) Consultado el 26/10/2014 en el sitio http://www.pgjqueretaro.gob.mx/MarcoLegal/ConstFed_Jul2014.pdf

COPI, Irving y COHEN, Carl (2005): *Introducción a la lógica*, 2ª ed, México: Limusa.

DUCROT, Oswald (2001): *El decir y lo dicho*, 3ª ed, Buenos Aires: Edicial.

FERNÁNDEZ LAGUNILLA, Marina (1999): *La lengua en la comunicación política I: el discurso del poder*, Madrid: ArcoLibros.

GARCÍA NEGRONI, María (1988): “La destinación del discurso político: una categoría múltiple”, en *Lenguaje en Contexto I* (1/2), pp.85-111.

GARCÍA NEGRONI, María y TORDESILLAS COLADO, Martha (2001): *La enunciación en la lengua: de la deixis a la polifonía*, Madrid: Gredos.

GARCÍA NEGRONI, María y ZOPPI FONTANA, Mónica (1992): *Análisis lingüístico y discurso político: el poder de enunciar*, Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

GAUTHIER, Gilles (1995): “L’argumentation périphérique dans la communication politique: le cas de l’argument ad hominem”, en *Hermes, La Revue*, vol. 2, no. 6, pp. 167-185.

GUTIÉRREZ VIDRIO, Silvia (2007): “La construcción de la imagen de López Obrador en los spots de sus adversarios” en *Cultura y representaciones sociales*, vol. 1, no.2, marzo (en línea) Consultado el 12/05/2015 en el sitio <http://www.culturayrs.org.mx/revista/num2/Gvidrio.pdf>

GUTIÉRREZ VIDRIO, Silvia y PLANTIN, Christian (2010): “Argumentar por medio de las emociones: la campaña del miedo del 2006”, en *Revista Versión: Estudios de Comunicación y Política*, no.22, abril, pp.41-69.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1997): *La enunciación de la subjetividad en el lenguaje*, 3ª ed., Buenos Aires: Edicial.

LÓPEZ EIRE, Antonio (2005): *Sobre el carácter retórico del lenguaje y de cómo los antiguos griegos lo descubrieron*, México: UNAM, Instituto de Investigaciones Filológicas.

LÓPEZ EIRE, Antonio y SANTIAGO GUERVÓS, Javier de (2000): *Retórica y comunicación política*, Madrid: Cátedra.

LOZADA, Mireya (2004): “El otro es el enemigo: imaginarios sociales y polarización”, en *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, vol. 10, no.2, mayo-agosto, pp.195-209 (en línea) Consultado el 30/04/2016 en el sitio <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17710214>

MAINGUENEAU, Dominique (1980): *Introducción a los métodos de análisis del discurso: problemas y perspectivas*, Buenos Aires: Hachette.

— — — (2009): *Análisis de textos de comunicación*, Buenos Aires: Nueva Visión.

— — — (2010): “El enunciador encarnado: la problemática del *ethos*”, en *Versión: Estudios de comunicación y política*, año 20, no. 24, abril, UAM-X (en línea) Consultado el 01/09 /2014 en el sitio http://148.206.107.15/biblioteca_digital/articulos/7-502-7189ibk.pdf

MANGONE, Carlos y WARLEY, Jorge (eds.) (1994): *El discurso político: del foro a la televisión*, Buenos Aires: Biblos.

MARTÍNEZ SILVA, Mario y SALCEDO AQUINO, Roberto (1998): *Manual de campaña: teoría y práctica de la persuasión electoral*. México: Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, A.C.

OTAOLA OLANO, Concepción (2006): *Análisis lingüístico del discurso: la lingüística enunciativa*, Madrid: Ediciones Académicas.

PLANTIN, Christian (2002): *La argumentación*, 3ª ed., Barcelona: Ariel.

— — — (2008): “El argumento del paralogismo”, en MARAFIOTI, R., y SANTIBÁÑEZ, C. (eds.): *De las falacias: argumentación y comunicación*. Buenos Aires: Biblos, pp. 115-133.

PERELMAN, Chaim y OLBRECHTS-TYTECA, Lucie (1989) [1958]: *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*, Madrid: Gredos.

PUIG, Luisa (2008): “Someter, controlar y amedrentar: acerca de la retórica política”, en RAMIREZ, V. (ed.): *Conceptos y objetos de la retórica de ayer y hoy*, México: UNAM, pp.257-265.

— — — (2009): “El discurso: orígenes y disyuntivas teóricas”, en PUIG, L. (ed.): *El discurso y sus espejos*. México: UNAM, pp.15-66.

RODRÍGUEZ DOVAL, Fernando (2007): “Chachalacas, encuestas y empleo: breve recuento de la campaña presidencial de 2006”, en *Bien común*, no.151, Julio 2007 (en línea) Consultado el 17/ 06 /2013 en <http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc151/chachalacas.pdf>

ROQUE, Georges (2009): “Discurso argumentativo e imagen visual”, en PUIG, L. (ed.): *El discurso y sus espejos*. México: UNAM, pp. 237-253.

SALA, Josep M. (s.f.): *Notas sobre organización y movilización electoral*, (en línea) Consultado el 10/ 12/2013 en el sitio de M. Iceta <http://www.iceta.org/salacamp.pdf>

SANTIAGO GUERVÓS, Javier de (2008): *Comentarios de textos persuasivos*, Madrid: Arcolibros.

SEVILLA, Antonio (2014): *Endeudamiento en gobiernos municipales: ¿una decisión más política que técnica?*, (en línea) Consultado el 06/07/2015 en http://clepso.flacso.edu.mx/sites/default/files/clepso.2014_eje3_sevilla.pdf

TAMAYO, Sergio (2007): “Las plazas sí votan: etnografía política comparada de los cierres de campaña electoral, 2000-2006”, en *Sociológica*, año 22, no. 65, septiembre-diciembre, pp.217-249.

TOULMIN, Stephen (2007) [1958]: *Los usos de la argumentación*, 1ª ed., Barcelona: Península.

VAN DIJK, Teun A. (2009): *Discurso y poder: contribuciones a los estudios críticos del discurso*, Barcelona: Gedisa.

VEGA REÑÓN, Luis (2008): “La argumentación a través del espejo de las falacias”, en MARAFIOTI, R., y SANTIBÁÑEZ, C. (eds.): *De las falacias: argumentación y comunicación*. Buenos Aires: Biblos, pp. 185-207.

VELÁZQUEZ GARCÍA-TALAVERA, Teresa (2002): “El discurso de las campañas electorales en televisión: la efervescencia signica”, en *DeSignis No 2*, Barcelona: Gedisa, pp. 273-287.

VERÓN, Eliseo (1987): “La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política”, en *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires: Hachette, pp. 11-26.

WALTON, Douglas (2008): “Estudio del uso de *ad hominem* circunstancial en la argumentación política”, en MARAFIOTI, R., y SANTIBÁÑEZ, C. (eds.): *De las falacias: argumentación y comunicación*. Buenos Aires: Biblos, pp. 209-222.

WOLDENBERG, José (2006): *Para entender los partidos políticos y las elecciones de los Estados Unidos Mexicanos*, México: Instituto Electoral del Estado de Jalisco.

ANEXO

DISCURSO DE CIERRE DE CAMPAÑA DE FELIPE CALDERÓN HINOJOSA

(25 de junio de 2006)

1. Gracias, muchas gracias, amigas y amigos. Gracias por venir de todos los rincones de México, gracias por su confianza, por su decisión de construir juntos el México de sus hijos, el México ganador que todos anhelamos, el México ganador que merecen nuestros hijos.
2. Por fin, por fin ha llegado el día por el que hemos luchado con tanta alegría. Estamos a sólo ocho días de que decidamos qué tipo de patria vamos a heredarle a nuestros hijos. A ocho días de iniciar una nueva etapa en la vida de México, una era de progreso, una era de paz, de desarrollo con justicia, de seguridad, de oportunidades para los mexicanos. Una historia de respeto al medio ambiente y a los demás. Sobre todo, amigos, estamos a ocho días de una victoria contundente en las urnas el dos de julio.
3. En esta elección se va a decidir el rumbo del país para las próximas décadas, los mexicanos tenemos que elegir entre dos programas de gobierno, dos proyectos que se contrastan entre sí y que tienen consecuencias radicalmente distintas para la vida de los mexicanos.
4. El nuestro, amigos, un proyecto construido con el alma de miles y miles de mexicanos, representa la posibilidad de tener un México con crecimiento, con estabilidad económica y con empleo. Esta es la opción que México necesita y frente a ella está otra opción, la opción de la deuda, la opción de la inflación, la opción de la devaluación, la opción de las crisis económicas que representa el PRD y que derrotaremos en las urnas el próximo domingo.
5. Amigos, amigas, garantizamos nosotros un proyecto donde podamos atraer inversión, donde podamos crear empresas medianas, pequeñas, grandes, que generen el empleo que necesitamos los mexicanos, que generen riqueza en el campo, en la industria, en la construcción, en la vivienda, en el turismo, en todos aquellos aspectos, en todo aquél potencial de nuestro país.
6. Nuestros adversarios representan una alternativa cultivada en el odio y en la calumnia, quieren estafar a los mexicanos con la mentira de que aumentarán sus ingresos como por arte de magia.
7. Mexicanos, esa película ya la vimos y fue una película de terror que pagamos muy caro todos los mexicanos. Porque ya, ya en 1982, ya hubo otro López, López Portillo, que también anunció aumentos del 10 y del 20 y 30 por ciento para los mexicanos, pero el resultado que no debe repetirse fue un resultado desastroso, porque por cada 20 por ciento que aumentaron el salario a los trabajadores, también le aumentaron a los trabajadores los precios y el costo de la vida no en 20, sino en 120 por ciento en ese año.
8. El peso mexicano se devaluó como nunca, de 24 pesos a 125 pesos por dólar tan sólo en ese 1982. México sufrió una de las peores crisis que registre su historia, la lección es clara, los pueblos que no recuerden su historia están condenados a repetir sus tragedias, por eso nosotros no debemos permitir que se repita esa historia de trabajo, que no ensombrezca el futuro de nuestros hijos la irresponsabilidad económica que ensombreció a pasadas generaciones de mexicanos.

9. No lo permitiremos jamás, amigos, o les pregunto: ¿Quieren, ustedes, otra crisis económica como esa? ¿Quieren otra devaluación? ¿Quieren que a nuestros hijos otra vez les quede un México marcado por la miseria que nosotros heredamos de generaciones anteriores? Por supuesto que no, amigas y amigos. Por eso este dos de julio vamos por la opción de los empleos, vamos por la opción del gobierno responsable con la economía y con la justicia. Este dos de julio vamos por la opción que representa el futuro para todos los mexicanos, vamos por Acción Nacional.
10. Hace unos días escuché al candidato perredista que enviaría a los panistas al basurero de la historia, yo les digo, amigos, que cuando yo sea presidente no voy a enviar ni a mis peores enemigos a ningún basurero, porque a lo que aspiro es a tener un país donde cada mexicana y cada mexicano independientemente de cómo piense, sea respetado y tenga un lugar en la construcción de un México mejor.
11. Este dos de julio decidiremos entre nuestro proyecto que respeta a los ciudadanos y los escucha y otro que se basa en el desprecio a la opinión y a las demandas de la ciudadanía; entre un proyecto que es democrático y otro que en su intolerancia es la semilla misma del autoritarismo que ya hemos dejado atrás. Este domingo vamos a elegir entre un proyecto que garantiza la unidad de los mexicanos fundada en la ley y otro proyecto que desprecia la ley y que siembra el odio y la división entre los mexicanos.
12. Por eso, amigos, por eso en esta disyuntiva, en la disyuntiva del dos de julio vamos a elegir entre quienes promueven el odio y la división de los mexicanos o quienes queremos la unidad y la concordia de México y en esa opción ganaremos los pacíficos sobre los violentos. Vamos a optar entre quienes representan la crisis económica o la estabilidad económica y por supuesto ganaremos quienes garanticemos la estabilidad económica de México. Vamos a decidir entre las deudas y el empleo, y por supuesto todo México votará el dos de julio por el empleo y no por las deudas porque queremos un futuro mejor. De eso es la elección del próximo domingo.
13. Este dos de julio, amigos, vamos a ganar los pacíficos sobre los violentos. Este domingo que viene quien va a ganar va a ser México y todos los mexicanos.
14. Amigas y amigos:
15. Soy un hombre que se ha guiado por sus convicciones, soy un hombre que se ha guiado en la vida por sus sueños y toda la vida, toda la vida he soñado con tener un México distinto y mejor.
16. Yo me imagino, amigas y amigos, yo me imagino un México justo donde las niñas y los niños indígenas de las zona mazatecas de Oaxaca, de las zonas mazahuas del Estado de México, de la sierra de Zongolica en Veracruz, tienen la misma oportunidad de estudiar y de salir adelante que las niñas y los niños de las mejores colonias de la ciudad de México. Yo me imagino, amigos, un México donde los niños de la selva lacandona o los de la Huasteca o los de Chalco o Chimalhuacán reciben la misma atención médica y hospitalaria que los niños de Guadalajara o de Monterrey.
17. Soy un hombre, amigos, soy un hombre que sueña, que sueña y lucha por un México equitativo que ofrezca a todos oportunidades de salud, de educación, de vivienda, que al igual que ustedes sueño con un México generoso que apoya a las familias más necesitadas para que vivan con dignidad y abandonen la pobreza.
18. Sueño con un México que es hermano de sus hermanos, un México solidario que apoya a quienes tienen más adversidad, que apoya a las madres solteras, que apoya a las personas con discapacidad, que apoya a los adultos mayores y no hay distinción entre un mexicano y otro, no hay distinción entre un niño que viene y el adulto que

- ha cumplido con la vida, no hay distingo entre mujeres y hombres, entre joven y adulto, entre indígena y no indígena.
19. Sueño, amigos, sueño con un México que es capaz de sembrar justicia y amor donde ahora sólo ha habido desprecio y abandono. Sueño con un México seguro, un México libre, donde nuestros hijos puedan crecer, jugar, aprender, vivir intensamente, donde puedan ser felices.
 20. Hoy, sé que los ciudadanos estamos en peligro, que estamos presos tras las rejas de la casa, del departamento, del negocio; que mientras el ciudadano está preso los delincuentes están libres y en la calle, yo sueño, amigos, sueño con un México donde ocurra lo contrario, donde los delincuentes estén presos, bien presos tras las rejas y los ciudadanos libres y en la calle ejerciendo su libertad.
 21. El México en el que sueño, el México por el que lucho, amigas y amigos, es un México limpio, un México donde hemos rescatado nuestras selvas y nuestros bosques, que han detenido su deterioro y ahora crecen cuidados por la mano del hombre, un México donde los ríos han dejado de ser los drenajes de las ciudades y son ríos nuevamente. Un México donde los campos dejan de ser basureros de plásticos sueltos y vuelven a ser campos nuevamente.
 22. Por el México que quiero, por el que lucho, las ciudades son nuevamente espacios dignos para todos. Son espacios donde la vivienda está al alcance prácticamente de cualquier padre de familia, son ciudades donde mis hijos juegan, estudian, trabajan, se divierten, son felices.
 23. En el México que sueño hay un México democrático, los gobernantes rinden cuentas, los gobernantes cumplen con su deber y cada ciudadano sabe donde está su dinero y cómo se decide su futuro.
 24. Les digo esto, amigas y amigos, con una convicción profunda, que ese México en el que sueño, ese México vendrá; ese México será una realidad, ese México vendrá con la fuerza de los pacíficos, ese México vendrá con la fuerza de las madres solteras, de las viudas, de las mujeres separadas que sacan adelante a sus hijos. Yo les digo a esas mujeres que estaré con ellas porque no sólo sacan adelante a sus hijos, están sacando adelante a la patria y entre todos saldremos adelante juntos.
 25. Ese México es posible y vendrá con la fuerza de los indígenas que cuidan sus bosques, de los campesinos que labran la tierra, con la fuerza de los pescadores que tiran sus redes, de los artesanos que crean magia con sus manos que son artesanías orgullo de México en el mundo. Ese México vendrá con la fuerza de los taxistas que luchan día con día por ganar su ingreso, con la fuerza de los deportistas que son orgullo de México, con la fuerza de los artistas que crean y se expresan y nos divierten y nos enseñan.
 26. Ese México, amigos, vendrá con la fuerza de los que luchan, de los que guardan la paz en su corazón. Vendrá con la fuerza de ustedes, amigos míos, que hoy colman este singular cierre de campaña en este Estado Azteca que por primera vez llena sus tribunas y su campo para ser una expresión política de paz y para anticipar la victoria que viene en ocho días más.
 27. Ese México, ese México vendrá y por eso voy a impulsar como nunca las becas escolares y un proyecto educativo de calidad de la mano de los maestros y los padres de familia para que nuestros hijos reciban una educación que esté a la altura de las mejores del mundo porque quiero un México ganador y vamos a empezar con la educación de nuestros hijos.
 28. Ese México vendrá y para que venga no descansaré hasta depurar y profesionalizar los cuerpos policíacos, no descansaré hasta recuperar la seguridad de nuestras calles para nuestros hijos. Por eso, amigos, gobernaré con mano firme, con la ley en la

- mano pero con mano firme, sin tregua, sin descanso, hasta lograr el México seguro que merecen las familias mexicanas.
29. Ese México que sueño vendrá y por eso promoveré el seguro médico para todos empezando por los niños. Por eso, saldrán las caravanas de la salud a los pueblos y comunidades más remotos de México que no tienen clínica, para que no haya en mi gobierno un solo niño, una sola niña, que carezca de médico, de medicinas y de atención oportuna para cualquier enfermedad, por cualquier tratamiento, por cualquier medicamento que necesite.
 30. Porque ese México viene, porque ese México lo haremos venir, voy a promover el Proárbol para apoyar a los indígenas que viven en la miseria de lo que queda de las selvas y los bosques y que al mismo tiempo que ellos salgan de la miseria nosotros recuperemos selvas y bosques para el México que viene no en las próximas décadas sino en los próximos siglos.
 31. Ese México viene y por ello abriré la puerta más grande para salir de la miseria, abriré, amigos, la puerta del trabajo, del trabajo digno porque la pobreza no se alivia con promesas irresponsables, la pobreza se cura con empleo. Por eso seré el Presidente del empleo en México. Trabajo en el campo productivo de la industria, trabajo en el comercio, en la construcción, en la vivienda y en el turismo. Haremos de México una plataforma de inversión y de comercio y el mejor destino del mundo para invertir, para producir y generar puestos de trabajo para las mujeres y para los jóvenes mexicanos.
 32. Estoy acostumbrado a luchar, hoy culmina una campaña en la cual hemos enfrentado la adversidad y hemos superado la adversidad. Día con día, día con día, hemos sacado fuerzas de nuestros sueños, de nuestras convicciones, de nuestro anhelo de tener un México distinto y mejor. Hemos sacado fuerzas de lo profundo del espíritu para enfrentar los obstáculos y he sido siempre un inconforme, he sido un desobediente, no con ustedes, no con mi padre a quien amé y respeté y seguí siempre, sino un rebelde contra la injusticia, contra la miseria, contra la dictadura de unos cuantos que pretendieron imponerse para siempre sobre millones y millones de mexicanos, que ya derrotamos en el pasado y los vamos a derrotar nuevamente el próximo domingo de julio.
 33. Sobre todo he sido un rebelde contra la fatalidad porque sé que el ser humano ha sido creado como un ser libre y que mientras haya libertad en los seres humanos no hay destinos manifiestos, menos en una elección Presidencial. Por eso, jamás creí que esta elección ya estaba decidida como nos lo querían venir a hacer creer desde hace 3 años.
 34. Jamás, jamás acepté, nunca he aceptado que hay realidades que no se puedan cambiar. Jamás acepté que había obstáculos insuperables y por eso hemos venido remontando una y otra vez todos los obstáculos, todas las encuestas adversas, todos los malos augurios.
 35. Jamás, jamás acepté el mito de que había candidatos indestructibles. Jamás acepté la fatalidad y por eso no sólo hemos cambiado la realidad de esta campaña electoral porque rompimos todos los augurios, porque después de haber oído una y otra vez que era imposible, hoy estamos a escasos ocho días de una victoria contundente en la Presidencia de la República.
 36. Y quiero ver con claridad lo que ocurrirá este domingo. A esta hora las elecciones estarán transcurriendo de manera pacífica. Al filo de las 11 de la noche el Presidente del IFE anunciará que se ha registrado la mayor votación en la historia de México y que en esta intensa contienda habremos ganado, ganaremos por un millón y medio de votos de ventaja.

37. Estoy listo, estoy listo para la responsabilidad que viene, estoy preparado profesional y espiritualmente para la tarea. Toda mi vida me he preparado para ella porque conozco los problemas de México, porque conozco las alternativas para resolverlos, porque tengo la experiencia. Se los digo con absoluta tranquilidad de conciencia, estoy listo para ser el próximo Presidente de México.
38. Desde ahora anuncio que convocaré a un gobierno de unidad nacional y estoy dispuesto, si es necesario, a integrar un gobierno de coalición que sume a mexicanas y mexicanos honestos y capaces que quieran el mismo México distinto y mejor que proponemos.
39. Con nuestra victoria, que será la victoria de todos los mexicanos, iniciaremos una nueva época en la vida de México, una época de paz y de prosperidad, una época de conciliación nacional, de crecimiento económico con empleo estable y bien remunerado. Empezaremos a cerrar en México la brecha entre los ricos y los pobres y la brecha entre el hombre y la naturaleza.
40. Mexicanas y mexicanos:
41. Les pido el día de hoy que no cedan ni un milímetro de sus sueños, que abran su espíritu a la esperanza y al anhelo de un México mejor, que vayan con alegría a convencer a los mexicanos que aun no deciden y que están esperando a que toquemos la puerta de su entendimiento y de su corazón, que no permitan que nadie se rinda, que multipliquen sus esfuerzos que tan generosamente han hecho todos estos meses, que en todo México hondeen las banderas del compromiso, de la alegría, de la fuerza, del sueño, de la victoria, las banderas del PAN, las banderas de México.
42. Vamos a recorrer todos, sección por sección, manzana por manzana, en estos ocho días que faltan no debe quedar ninguna colonia por visitar, ningún rancho, ni una puerta sin tocar, sin escuchar nuestro mensaje. Vayan con sus vecinos e inviten a todos a votar por la mejor opción para México, la opción de las propuestas, la opción de las manos limpias, la opción del México para que vivamos mejor.
43. Vamos a ganar porque tenemos la razón, porque tenemos la verdad, porque buscamos la justicia, porque tenemos la fuerza de los pacíficos. Vamos a ganar porque tenemos las mejores propuestas y porque a pesar de las calumnias, a pesar de las mentiras, vamos a ganar porque tenemos las manos limpias y no tenemos cola que nos pisen.
44. Amigas y amigos, México está cambiando, este dos de julio es la hora de decidir entre el pasado o el futuro, entre el pasado que quebró a México o el futuro promisorio que habremos de construir. En esta hora crítica ni un paso atrás. Pienso en el futuro y vamos por el futuro. Ese sueño, ese sueño me ha traído hasta aquí, hasta este magnífico día. Habrá, mexicanos, una patria distinta y mejor.
45. Yo los invito a que soñemos en ese México y no sólo soñemos, sino que luchemos por heredarlo a nuestros hijos, que de aquí al próximo domingo entreguemos alma y corazón para que el sueño se haga realidad. De aquí al próximo domingo piensa en tus hijos, piensa fuerte en ellos, míralos a la cara, recuérdalos en cada instante porque por ellos construiremos una patria ordenada y generosa y una vida mejor y más digna para todos.
46. Por ese México que viene, por ese México ganador, vamos con todo, vamos juntos hasta la victoria el dos de julio. Vamos hasta la victoria, mexicanas y mexicanos, que ganaremos el próximo domingo.
47. Gracias y a ganar
48. ¡Viva México!
49. ¡Viva México!
50. ¡Viva México!

DISCURSO DE CIERRE DE CAMPAÑA DE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR

(28 de junio de 2006)

1. Amigos y amigas:
2. Muchas gracias por su presencia, por su participación en este acto. Hoy, en esta tarde, en este zócalo, corazón político, económico, social y cultural de nuestro país, cerramos nuestra campaña política. Durante 10 meses de precampaña y de campaña, recorrimos 140,000 kilómetros de carretera para llegar a pueblos y ciudades de todas las regiones de México, celebramos 681 mítines y nos reunimos con 3, 500,000 personas.
3. La campaña tuvo desde el principio dos propósitos fundamentales: dar a conocer y lograr la aceptación, el más amplio consenso, del Proyecto Alternativo de Nación que estamos postulando y a partir de ello desatar la participación ciudadana para obtener el triunfo y transformar la vida pública de México.
4. Por eso el 2 de julio, no sólo se elegirá al próximo presidente de México, a los diputados, a los senadores, a las autoridades locales, como es el caso del Distrito Federal y de otros estados, sino también, y eso es lo más importante, los mexicanos van a elegir el proyecto de nación que queremos para nuestro país, para nosotros, para nuestros hijos, para las generaciones futuras. Este posicionamiento permitió darle a la elección del domingo próximo un sentido más profundo y menos electorero.
5. Ahora es más claro de qué lado están realmente las fuerzas políticas del país y qué intereses representan. Nuestros adversarios tuvieron que salir a defender, sin tapujos, el proyecto antipopular y entreguista que se ha venido aplicando. Salieron a defenderlo con expresiones claras, directas, como esa de que debemos seguir por el mismo camino o que hay que cambiar de jinete, pero no cambiar de caballo.
6. Nosotros no estamos de acuerdo con esa manera de pensar, con esa forma de ver las cosas, por el contrario, sostenemos que el país ya no aguanta más de lo mismo, que se requiere una transformación profunda, una renovación tajante, una verdadera purificación de la vida pública. Nosotros sostenemos que hay que cambiar la actual política económica porque no ha funcionado, porque no ha habido crecimiento económico ni se han generado empleos; como lo demuestra el hecho evidente y triste de 4 millones de mexicanos que en este sexenio han tenido que emigrar del país para buscar trabajo del otro lado de la frontera.
7. Sostenemos que hay que cambiar la forma de hacer política, que hay que remover las viejas estructuras del poder, terminar con el caduco sistema de control y de manipulación, hacer a un lado al político prepotente, fantoche, mediocre y ladrón que tanto daño le ha hecho al país.
8. Planteamos también que el gobierno no debe seguir siendo un comité al servicio de una minoría y que debe cambiar la política tradicional, esa donde todos los intereses cuentan menos el interés del pueblo, pero, sobre todo, creemos firmemente en la necesidad de establecer una nueva convivencia social, más humana y más igualitaria, para darle a cada niño, a cada joven, a cada anciano, a cada mujer, a cada hombre, nuevas, importantes y poderosas razones para vivir, para soñar y para triunfar en este país generoso y fraterno.
9. Afortunadamente millones de mexicanos, mujeres y hombres de buena voluntad, han hecho suya esta propuesta alternativa de nación, y en mucho gracias a ello, vamos a triunfar el domingo próximo, el 2 de julio.
10. Aquí en el zócalo quiero dar respuesta puntual a quienes preguntan de buena fe ¿Qué haremos al llegar a la Presidencia de la República? Vamos a reactivar la

- economía, vamos a generar empleos, vamos a garantizar mejores condiciones de vida para la mayoría de nuestro pueblo.
11. Nos proponemos sacar al campo del abandono en que se encuentra, se fomentará al sector agropecuario, pesquero y forestal; vamos a regresar a las políticas de fomento, sin excesos y sin corrupción, vamos a apoyar a comuneros, a ejidatarios y a pequeños propietarios, regresará el crédito a las actividades productivas, se fijarán precios de garantía y vamos a proteger a los productores nacionales como lo hacen todos los gobiernos del mundo.
 12. Vamos a revisar cláusulas del Tratado de Libre Comercio, que afectan a productores nacionales y que afectan al mercado interno. No podemos aceptar que entre en vigor esa cláusula del tratado que ya se firmó según la cual para el 2008 van a quedar libres las importaciones de maíz y de frijol, esa cláusula no va a entrar en vigor, porque no vamos a seguir golpeando a los productores.
 13. Vamos a impulsar la industria de la construcción, no sólo porque hace falta crear infraestructura y hacer obra pública, sino porque de esa manera vamos a reactivar rápido la economía y vamos a generar muchos empleos.
 14. Vamos también a fomentar el turismo, México tiene un gran potencial turístico, además se generan divisas y se generan empleos, y lo vamos a hacer, desde luego, protegiendo el patrimonio histórico, el patrimonio cultural y protegiendo el medio ambiente.
 15. Vamos a modernizar el sector energético para que se convierta en palanca de desarrollo nacional. Por eso, vamos a cambiar la actual política petrolera que consiste, básicamente, en vender petróleo crudo al extranjero y comprar gasolinas, gas y productos petroquímicos. Nosotros vamos a darle valor agregado a la materia prima. Vamos a integrar todo el sector energético, desde la exploración de pozos petroleros, pasando por la producción, la refinación, la petroquímica, la extracción de gas y la generación de energía eléctrica.
 16. Se invertirá lo necesario en investigación científica y tecnológica, se buscarán fuentes alternas para la generación de energía, vamos a construir tres nuevas refinerías, para dejar de importar gasolinas y vamos a extraer el gas que México tiene en el subsuelo.
 17. Cumpliremos el compromiso de bajar el precio de la energía eléctrica, del gas y de las gasolinas, así se impulsará la industrialización del país y podremos ser competitivos en el mercado internacional y todo esto, que se oiga bien, y que se oiga lejos, todo esto lo vamos a lograr sin privatizar la industria eléctrica ni el petróleo.
 18. Nuestra propuesta significa progreso con justicia, porque el progreso sin justicia es retroceso, estamos a favor de la modernidad, pero formada desde abajo y para todos, por eso el gobierno que encabezaré se guiará por el principio de que por el bien de todos, primero los pobres.
 19. Vamos a empezar a pagar la deuda que tenemos con las comunidades y con los pueblos indígenas de México, la verdad más íntima de nuestro país. Impulsaremos el reconocimiento de los derechos de las comunidades y de los pueblos indígenas y haremos valer todo lo que esté de nuestra parte, en cuanto al respeto de los acuerdos de San Andrés Larráinzar.
 20. Vamos a dotar de servicios públicos a las colonias populares de las grandes ciudades incluidas las ciudades fronterizas y los principales centros turísticos. Es un compromiso y lo voy a cumplir: voy a tomar posesión del cargo de presidente el 1 de diciembre y desde el primer día, el primer recorrido que voy a hacer va a iniciar en los municipios del Estado de México, conurbados al Distrito Federal., voy a empezar por Chalco, el Valle de Chalco, en Chimalhuacán, en Ecatepec, en Los

Reyes la Paz, donde viven millones de familias sin los servicios públicos más indispensables. Luego voy a ir a Guerrero, a Oaxaca y a Chiapas y así voy de nuevo a recorrer todo el país, para echar a andar los programas productivos y los apoyos a la gente humilde y a la gente pobre.

21. Se aplicará el programa de la pensión alimentaria para todos los adultos mayores del país, para todos los ancianos respetables de México; se apoyará con becas a los discapacitados, a madres solteras para que sus hijos no abandonen la escuela, se garantizará la atención médica y los medicamentos gratuitos; se impulsará de manera prioritaria la educación pública gratuita y de calidad en todos los niveles escolares, de manera específica, cumpliremos el compromiso de alcanzar el 100% de cobertura de educación superior, ningún joven va a ser rechazado de las universidades públicas.
22. Vamos a dar toda la atención que merece la actividad cultural. La política en esta materia la definirán los propios creadores, y de ellos saldrá el nuevo responsable de su aplicación. Aquí abro un paréntesis para agradecer el apoyo que hemos recibido de intelectuales, escritores, artistas visuales, académicos, científicos, cineastas, a lo largo de todos estos meses de lucha y de resistencia. De manera particular, quiero agradecer el apoyo, entre muchos otros, de Elenita Poniatowska, de Fernando del Paso, de Sergio Pitó y de Carlos Monsiváis.
23. Amigas y amigos:
24. Es oportuno explicar de manera sencilla la forma de cómo vamos a financiar el desarrollo del país y a cumplir todos nuestros compromisos. Nuestros adversarios últimamente, sobre todo porque están muy desesperados, no les funcionó la guerra sucia, y ya no hay ni qué hacer, han venido diciendo, metiendo miedo a la gente, que vamos a endeudar al país con nuestra propuesta de crecimiento, de empleo y bienestar. Nada de eso. No vamos a actuar de manera irresponsable, no vamos nosotros a provocar ninguna crisis, nadie debe preocuparse, vamos a actuar como siempre con responsabilidad y sensatez. Mantendremos, y esto va para financieros y para empresarios, el control de las variables macroeconómicas, es decir, habrá control del déficit público: se garantizará la autonomía del Banco de México y se evitará la inflación, en pocas palabras, habrá un manejo técnico no ideológico de la economía.
25. Además, nuestra fórmula para financiar el desarrollo del país no requiere de la contratación de deuda pública, ni de aumentar impuestos, ni de crear nuevos impuestos; estoy absolutamente convencido de lo que estoy diciendo. Nuestra propuesta para obtener recursos y financiar el desarrollo se sustenta en tres grandes decisiones, por eso no está muy complicado.
26. La primera, no permitir la corrupción, no permitir que se sigan robando el presupuesto, que es dinero de todo el pueblo. Siempre he sostenido que nada ha dañado más al país que la deshonestidad de los gobernantes, que esa es la causa principal de la desigualdad social y de la desigualdad económica de nuestro país. Siempre he creído también que la corrupción no sólo hay que combatirla por razones de índole moral, sino porque ello permite liberar fondos para el desarrollo.
27. Segundo, vamos a tener recursos para impulsar el crecimiento, generar empleos y garantizar el bienestar, porque vamos a aplicar una política de austeridad de Estado; vamos a reducir el costo del gobierno a la sociedad. Actualmente le cuesta mucho al pueblo mantener al gobierno, vamos a ahorrar desde el primer año 100, 000 millones de pesos, ello implicará terminar con los privilegios de las altas esferas del gobierno. Repito, en ninguna circunstancia, menos aún en una situación de estancamiento económico, desempleo y empobrecimiento, los servidores públicos pueden disponer del presupuesto para obtener altos salarios, para obtener

- prestaciones, beneficios y comodidades, por el contrario, esos recursos deben canalizarse a la atención de las necesidades apremiantes de la gente, no puede haber gobierno rico con pueblo pobre. Vamos a ser un gobierno sobrio, austero.
28. Tercero. Se van a terminar los privilegios y desde aquí, desde el zócalo, lo vuelvo a repetir, no va a haber pensión a los ex presidentes de México, ya no le vamos a seguir dando 180, 000 pesos a Carlos Salinas de Gortari, no es justo que un trabajador después de 30 años de trabajo reciba 1,600 pesos al mes y no es posible que Carlos Salinas de Gortari siga recibiendo libre de polvo y paja 180,000 pesos mensuales, ya no se va a continuar con esa política de privilegios.
 29. Vamos a terminar también con los privilegios fiscales. En México tenemos una evasión fiscal del 50%, somos uno de los países con más privilegios fiscales en el mundo, por ejemplo, los de mero arriba, los influyentes, los que están cerca de la Secretaría de Hacienda, de Los Pinos, no pagan impuestos y cuando pagan se los devuelven. Pagan impuestos nada más los integrantes de las clases medias, pequeños, medianos empresarios, comerciantes, profesionistas y el pueblo raso, pero no los de arriba, esto se va a terminar y con ello vamos a fortalecer la Hacienda Pública y con esto vamos a poder financiar el desarrollo del país.
 30. También aprovecho para decirles que no permitiré en el gobierno el nepotismo. Ningún miembro de mi familia formará parte del gobierno, ni hará negocios al amparo del poder público, tampoco habrá amiguismo, ni influyentismo, ninguna de esas lacras de la política. Afortunadamente llegamos al final de la campaña sin haber creado compromisos vergonzantes con grupos de intereses creados, no voy a llegar atado de pies y manos a la Presidencia de la República, el único y fundamental compromiso es con ustedes, con el pueblo de México.
 31. Asimismo reafirmo que la política exterior de nuestro gobierno se sujetará a los principios constitucionales de no intervención, autodeterminación de los pueblos, solución pacífica para las controversias y cooperación para el desarrollo. Vamos a mantener buenas relaciones con todos los pueblos y con todos los gobiernos del mundo, pero vamos a llevar a cabo una política exterior mesurada, nada protagónica, no vamos a ser candil de la calle y oscuridad de la casa. La mejor política exterior es la interior, si hacemos bien las cosas en nuestro país, si en México hay progreso, hay seguridad y hay paz social, nos van a respetar afuera. No nos vamos a meter en asuntos de otros pueblos o de otros gobiernos porque no queremos que nadie intervenga en los asuntos que sólo competen a los mexicanos, como país libre y soberano que somos, el próximo presidente de México no será pelele de ningún gobierno extranjero.
 32. También sostengo que vamos a dar un enfoque social al problema de la inseguridad pública. Considero que la mejor manera de garantizar la seguridad pública es creando mejores condiciones de vida y de trabajo para nuestro pueblo. Claro que también hay que atender los efectos, no permitiremos la corrupción en los cuerpos policiacos, no permitiremos que se asocie la delincuencia organizada con la autoridad, porque entonces ya no hay frontera, ya no hay autoridad; no vamos a permitir que se combata una banda y se proteja a otra, la ley se tiene que aplicar por parejo. Estoy convencido de que este problema requiere de mucha perseverancia, cuando fui Jefe de Gobierno en la ciudad de México, todos los días, incluidos sábados y domingos, me reunía con el Secretario de Seguridad Pública y con el Procurador, recibíamos el parte de la policía con todo lo sucedido en las últimas 24 horas y tomábamos decisiones, lo mismo voy a hacer como presidente de la República. Todos los días desde las 6 de la mañana, voy a reunirme con el Secretario de la Defensa, con el Secretario de Marina, con el Secretario de Seguridad Pública, con el Secretario de Gobernación y con el Procurador para

- revisar lo acontecido en las últimas 24 horas en el país, y tomar las decisiones sobre este asunto que tanto le preocupa a nuestro pueblo. Pero insisto, la mejor forma de garantizar la tranquilidad y la seguridad pública consiste en crear mejores condiciones de vida y de trabajo para nuestro pueblo; así vamos, de manera definitiva, a serenar a la sociedad y habrá seguridad pública.
33. También manifiesto que aspiramos a establecer en México la justicia en el marco de la libertad y del respeto, gobernaremos con el apego a la constitución de las leyes, seremos respetuosos de la legalidad, se fortalecerá la división y el equilibrio entre los poderes, no se permitirán violaciones a las garantías individuales y a los derechos humanos. Vamos a demostrar que la gobernabilidad es posible sin autoritarismo y sin represión. Es responsabilidad del gobierno mantener la estabilidad social y política. Sin embargo, una autoridad democrática tiene que garantizar la gobernabilidad mediante el diálogo, el acuerdo y la tolerancia, sin recurrir a la represión.
 34. Haremos valer el principio juarista de que “nada por la fuerza, todo por la razón y el Derecho”. Nunca más una represión, como la de Acteal, como la de Aguas Blancas, como la de Atenco, como la de Lázaro Cárdenas; no vamos a utilizar la fuerza bruta para resolver los problemas.
 35. Vamos a garantizar la libertad de expresión, ningún medio de comunicación va a ser censurado, molestado. Queremos que los medios de comunicación, como ha venido sucediendo, afortunadamente, estén más cerca del pueblo, de la sociedad y más distantes del poder, esté quién esté en el poder.
 36. Vamos a respetar la libertad religiosa, la libertad de crítica, el derecho a disentir, el derecho a la diversidad y el derecho de las minorías. Vamos al cambio por el camino de la concordia, repito, no es mi fuerte la venganza, yo no odio, soy un hombre feliz, lo único que quiero es que todos vivamos en una sociedad mejor y que no haya privilegios, que no haya mexicanos de primera y mexicanos de segunda, todos somos iguales.
 37. Desde el lunes próximo, voy a empezar a convocar a representantes de empresarios, de las iglesias, de la sociedad civil, a representantes indígenas, campesinos, de obreros, de profesionistas, de intelectuales, para construir un acuerdo, un nuevo pacto nacional, con el propósito principal de sacar adelante a nuestro país, de colocar a México en el sitio que le corresponde en el concierto de las naciones del mundo y sobre todo para sacar a nuestro pueblo del atraso, de la pobreza y de la marginación.
 38. Amigas y amigos:
 39. Muchas gracias por la confianza, el apoyo y el respaldo de siempre. Yo sabré estar a la altura de ustedes, sabré conducirme con rectitud y principios, no les voy a fallar, no voy a traicionar al pueblo de México. Me da gusto poder decir, desde el zócalo, que gracias a ustedes, gracias a millones de mexicanos, mujeres y hombres conscientes y esperanzados en un cambio verdadero, vamos a transformar el país; el pueblo es el principal motor del cambio verdadero, por eso me da gusto celebrar que el 2 de julio no sólo ganaremos, también quedará de manifiesto, que no siempre triunfa el dinero sobre la moral y la dignidad de nuestro pueblo.
 40. Es un timbre de orgullo encabezar, dirigir, este movimiento popular que agrupa a todas las clases sociales, pero que siempre ha tenido su principal sustento en los más humildes y en los más pobres de México. Rindo homenaje a José María Morelos, a Benito Juárez, a Francisco Villa, a Emiliano Zapata, a Francisco I. Madero, al General Lázaro Cárdenas del Río, rindo homenaje también a muchos luchadores sociales y políticos que con esfuerzo, con sacrificio, con sus vidas, nos abrieron espacios, para avizorar un México justo, libre y democrático. De manera

especial, mi respeto a los líderes estudiantiles del 68, a todos los jóvenes del 68, a los indígenas de Chiapas, de Oaxaca, de Guerrero, de todos los pueblos que han resistido y que han luchado por su dignidad. Rindo homenaje, desde este zócalo, a Demetrio Vallejo, a Valentín Campa, a Othón Salazar, a Rosario Ibarra, a Heberto Castillo y a Cuauhtémoc Cárdenas y a todos los precursores y héroes anónimos de nuestra historia y a ustedes, amigas y amigos, muchas gracias.

41. Vamos a transformar al país a partir del 2 de julio, les pido que el domingo todos salgamos a votar, que todos participemos, estamos arriba en la intención de voto, pero tenemos que ganar con amplio margen, con una buena ventaja para que no nos regateen nuestro triunfo. Vamos a la transformación del país, vamos a hacer historia, hay que apoyar también a todos nuestros candidatos, voto parejo para candidatos a la asamblea en el Distrito Federal, candidatos a jefes y a jefas delegacionales. Hay que apoyar a Marcelo Ebrard que será el próximo jefe de gobierno de la ciudad de México. Hay que apoyar a nuestros candidatos y candidatas a diputados federales, hay que apoyar a nuestros candidatos a senadores. Todos juntos para transformar a nuestro país. Vamos a hacer historia, vamos a inaugurar una etapa nueva en la vida pública de México. Va a ser esto muy parecido a lo que fue en su momento, el movimiento de Independencia, el movimiento de Reforma, el movimiento revolucionario de 1910 y lo vamos a lograr de manera pacífica, repito, por el camino de la concordia; sólo con la participación de todos los ciudadanos libres y conscientes de México.
42. ¡Vamos a hacer historia!
43. ¡La alegría está por llegar!
44. ¡Sonríe, vamos a ganar!
45. Muchas gracias.