



# LULA: DEL SINDICALISMO A LA REELECCIÓN

Un caso de comunicación,  
política y discurso social

Luciana Panke



# LULA: DEL SINDICALISMO A LA REELECCIÓN

Un caso de comunicación, política y discurso

Luciana Panke





Casa abierta al tiempo  
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**

Dr. Salvador Vega y León

*Rector General*

M. en C.Q. Norberto Manjarrez Álvarez

*Secretario General*

UNIDAD CUAJIMALPA

Dr. Eduardo Abel Peñalosa Castro

*Rector*

Dra. Caridad García Hernández

*Secretaria Académica*

Dra. Esperanza García López

*Directora de la División de Ciencias*

*de la Comunicación y Diseño*

Mtro. Raúl Roydeen García Aguilar

*Secretario Académico de la División de Ciencias*

*de la Comunicación y Diseño*

*Comité Editorial*

Mtra. Nora A. Morales Zaragoza

Mtro. Jorge Suárez Coéllar

Dr. Santiago Negrete Yankelevich

Dra. Alejandra Osorio Olave

Dr. J. Sergio Zepeda Hernández

Dra. Eska Elena Solano Meneses

# LULA: DEL SINDICALISMO A LA REELECCIÓN

Un caso de comunicación, política y discurso

Luciana Panke



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Clasificación Dewey: 324.281  
Clasificación LC: JL2498.A1

Panke , Luciana

Lula: del sindicalismo a la reelección : un caso de comunicación, política y discurso social / Luciana Panke . – México : UAM, Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, 2015.

224 p. 21.5 cm.

ISBN: 978-607-28-0521-7

1. Lula – 1945- -- Pensamiento político 2. Brasil – Política y gobierno – Siglo XXI 3. Campaña electoral – Brasil – 2006 – Partido de los Trabajadores

---

**Lula: del sindicalismo a la reelección.  
Un caso de comunicación, política y discurso**

Luciana Panke

Traducción: Daniele Leoz

Primera edición, 2015.

D.R. © Universidad Autónoma Metropolitana  
Unidad Cuajimalpa  
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño  
Avenida Vasco de Quiroga #4871,  
Colonia Santa Fe Cuajimalpa,  
Delegación Cuajimalpa, C.P: 05300  
México D.F.

*Diseño Editorial*

Mtro. Rodrigo Alvarez de Mattos

*Cuidado de la edición*

Lic. José Axel García Ancira

*Diseño de portada*

Iván Hernández Martínez

Prohibida la reproducción parcial o total de este libro por cualquier medio sin la autorización por escrito de la Universidad Autónoma Metropolitana, el editor o los autores.

ISBN: 978-607-28-0521-7

Derechos reservados © 2015  
Impreso en México

# ÍNDICE

<b>PRÓLOGO</b>	11
<b>PRESENTACIÓN</b>	15
<b>CAPÍTULO I</b>	19
<b>DISCURSO POLÍTICO Y ARGUMENTACIÓN</b>	
Concepto de discurso político	26
La nueva retórica	28
El público	34
El acuerdo	36
Las técnicas argumentativas	41
<b>CAPÍTULO II</b>	53
<b>EL DISCURSO DE LULA ANTES DE LA PRESIDENCIA</b>	
Fase 1: Extrema izquierda	56
Fase 2: Transición	90
<b>CAPÍTULO III</b>	99
<b>CAMPAÑA DE LA VICTORIA EN LA FASE CENTRO-IZQUIERDA</b>	
Expectación de la población	112
<b>CAPÍTULO IV</b>	115
<b>LULA PRESIDENTE: EL PRIMER AÑO EN EL GOBIERNO</b>	
En 20 años, muchas cosas pueden cambiar	124
Obsesión retórica	126
De vuelta a los orígenes: ataque y defensa	134

Líder mundial	141
Programa Primero Empleo	145
El segundo semestre del gobierno del PT	146
Contacto radiofónico	156
Final del primer año	163
¿Partido de los Trabajadores y gobierno de los trabajadores?	167
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>171</b>
<b>ES LULA DE NUEVO</b>	
Polarización y segmentación del público elector	173
La campaña por el empleo	176
Final de la primera vuelta	184
Segunda vuelta	185
Y la campaña llega a su fin	195
Balances y comparaciones	196
Discurso de la victoria	199
Síntesis: Lula en 30 años	200
<b>CONSIDERACIONES FINALES</b>	<b>205</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>213</b>

A mi hija Gabriela, que es mi vida, amor e inspiración.  
A mis padres y a todos los que creen en la posibilidad de lo imposible.





## AGRADECIMIENTOS

Si fuera a agradecer nominalmente a todos los que han creído en mi trabajo serían necesarias muchas páginas. Me siento realmente privilegiada por haber cruzado mi camino personas tan especiales. Cómo es bueno el hecho de tener más que agradecer que pedir...

A Dios, que me ha concedido el don de la vida.

A mis padres, Arlindo y Noemia, que me han depositado su confianza y amor incondicional.

A mi hija Gabriela, por nuestras charlas filosóficas y por siempre entender mucho más que todos a mí alrededor.

A mis hermanos, Raquel y Rafael, por su fuerza y charlas sin fin.

A la periodista Daniele Leoz por la traducción del libro. Al abogado Ricardo Franco Pinto por las orientaciones.

Al estimado anfitrión en la UAM-C, Dr. Edgar Esquivel Solís, por la amistad y hospitalidad.

A los profesores Dr. Adolpho Queiroz, Dra. Ana Isabel Blanco García, Mtra. Dolly Espínola F., de la UAM-Xochimilco, Dr. Márcio Fernandes y Dr. Luiz Alberto de Farias, por el incentivo.

A la UAM, por apoyar mi trabajo. A la Universidad Federal de Paraná, por la liberación para la estancia posdoctoral en México, que me proporcionó el tiempo para organizar esta edición. A Capes,<sup>1</sup> por la beca en parte de la estancia.

A mis amigos Neiva, Dani, Sadam, Adriana y Valéria. Ustedes saben de la importancia que tienen en mi vida.

A Yassine Hizaji, uno de los primeros en creer en este libro.

A mis *exorientados* de iniciación científica, Daniel y Thiago, y a mis alumnos y colegas de trabajo.

A todos aquellos que, de una u otra manera, forman parte de la historia de este libro.

<sup>1</sup> La Fundación Capes —Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (esp. Coordinación de Perfeccionamiento de Personal de Nivel Superior)—, dependiente del Ministerio de Educación, es la agencia federal brasileña de apoyo y evaluación de estudios de posgrado.



## PRÓLOGO

Ana Isabel Blanco García<sup>1</sup>

**E**l público tiene en sus manos una obra que será sin duda de gran trascendencia multidisciplinar. Especialistas en Ciencias de la Comunicación, politólogos, sociólogos, historiadores, lingüistas, expertos en *marketing* (por señalar solo algunos de los más relacionados con el tema central de la obra) cuentan con un referente de cuidadosa elaboración y excelente factura final. En buena medida, esto se debe a la perspicacia de la Dra. Panke a la hora de elegir el protagonista de su obra. No en vano, Luiz Inácio *Lula* da Silva fue elegido por la revista *Time* como el líder más influyente del mundo en 2010. Anteriormente (2008), la revista estadounidense *Newsweek* lo había considerado como una de las personas más influyentes en el escenario mundial (ocupaba entonces la décima octava posición). *Le Monde* y *El País* lo distinguieron como la personalidad del año 2009 y como protagonista de la década, ocupando la undécima posición, según el *Financial Times*.

<sup>1</sup> Ana Isabel Blanco es doctora en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid, catedrática de Escuela Universitaria en el área de Sociología desde 1992 y miembro del Departamento de Psicología, Sociología y Filosofía de la Universidad de León, España. Imparte cursos de doctorado sobre Metodología Cualitativa en Ciencias Sociales.

Otro valor destacable de esta investigación es la valentía de afrontar el estudio de un personaje contemporáneo, acotar su campo de estudio únicamente a las relaciones entre comunicación, política y discurso y exponer todo ello en un lenguaje claro y directo sin renunciar a la precisión. Es un trabajo monográfico, abarcable e inspirador de futuros estudios, cualidades a las que no debería renunciarse nunca.

Este libro no es solo la síntesis de los principales elementos de una investigación, sino un acto de participación política en sí misma. Con esto, no estamos aludiendo a ninguna adscripción ideológica que pueda interferir en los resultados de la investigación, sino al hecho de que entendemos “la política” no como mero ejercicio del poder del Estado frente a la sociedad civil, sino como la participación activa de los individuos en las actividades del grupo y en la definición y cuestionamiento de sus normas, así como en la construcción social y crítica del propio modelo de convivencia. Desde este punto de vista, la contribución de los intelectuales es esencial para conseguir una socialización política creadora de una cultura que permita al ciudadano explicarse y comprender el escenario en el que se desarrollan sus vidas cotidianas. El análisis del discurso del actor principal se completa con datos cuantitativos acerca de sus efectos y con la recopilación de materiales procedentes de las distintas clases sociales implicadas en el proceso. Esta triangulación metodológica, que implica no solo un buen posicionamiento frente al tema, sino un arduo trabajo subyacente en la elaboración e interpretación del tema central, es otro de los logros destacables de la obra que presentamos. Como bien han señalado Manheim y Rich, tanto el análisis empírico como el normativo, aun siendo diferentes, son necesariamente complementarios. Y la investigación científica es un modo de conocimiento autocorrector, en continuo desarrollo (Manheim, J. B y Rich, R.C. 1988). Este es el tipo de conocimiento que nos otorga, como una incitación para proseguir, la autora del libro.

De entre los aspectos más interesantes que pueden verse desmenuzados en este texto destacan fundamentalmente dos: el relacionado con la legitimidad para ejercer el poder y el papel de los medios en la producción, mantenimiento y reproducción o eclipse de los gobernantes.

Por lo que se refiere al primero, y retomando la conocida definición de autoridad de Max Weber, podemos observar cómo, en el caso de Lula, son dos los pilares básicos que le permitieron no solo llegar al poder, sino mantenerse en él, a pesar de las acusaciones de corrupción y otros *affaires* relacionados con su vida personal: el carisma y la legitimidad legal-racional.

La obediencia es un elemento esencial para que el Estado pueda ejercer el poder, pero no es un elemento menor conseguir la aceptación por parte de la sociedad. La obediencia se consigue a través de cuatro elementos: el miedo, la costumbre, el interés y la legitimidad. Los dos últimos han sido, tal como se verá a lo largo de estas páginas, las piedras de toque esenciales en la trayectoria de Da Silva. El interés, entendido como un cálculo que realizan los individuos de los beneficios que esa obediencia (o lealtad) les puede reportar y que se vio corroborado por la disminución de las desigualdades objetivas, junto a la legitimidad, que implica una valoración de la naturaleza del poder político y de sus poseedores. Luiz Inácio da Silva consigue, a lo largo de toda su trayectoria (comenzando por su actividad sindical y hasta su elección como presidente), convencer a los ciudadanos brasileños de su derecho a dar órdenes y a ejecutarlas, incluso aunque en algún momento puedan aparecer como contradictorias.

Y es aquí donde, como demuestra la autora, el discurso es su principal aliado. Un discurso que se rodea de los elementos precisos en cada momento, para adaptarse tanto a la cambiante situación personal, como a las relaciones internacionales con las que se ve obligado a interactuar a lo largo de este proceso. Aunque en ocasiones podamos observar ciertos rasgos de maquiavelismo, lo cierto es que Lula consigue la aceptación de sus conciudadanos

a través de la creencia en su propia figura y mediante un proceso de socialización política que tiene como resultado la aceptación de unas normas impersonales establecidas dentro de un contexto de racionalidad (ya sea con arreglo a fines o a valores). Todo ello va creando otro elemento de estabilidad y continuidad, no contemplado en la tipología weberiana, como es la creencia en la superioridad del sistema político democrático frente a otras alternativas. Cualquier creencia, a pesar de que es un tipo de conocimiento difícilmente modificable puede, sin embargo, ser cuestionada. No obstante, y tal como expuso Linz (1987), esto es más difícil si se conjugan los siguientes elementos: una socialización política a través de la educación, la familia y los medios de comunicación; la tradición y el carisma personal de los líderes; la eficacia y la efectividad; la identificación con el Estado o la nación; la actitud de los grupos de interés; el papel de los actores internacionales y, finalmente, el papel de los intelectuales.

Todos estos componentes, utilizados por el Presidente de la República brasileña para conseguir ser visto como la persona capaz de convertir una nación, atravesada por múltiples desigualdades sociales —a pesar de su potencial económico hasta ese momento desaprovechado—, en el modelo a seguir por otros Estados (principalmente de América del Sur) son magistralmente develados en el texto, ateniéndose de principio a fin a la disciplina del método científico, con las adaptaciones propias que nuestro objeto de estudio posee: su reflexividad, su constante cambio y la necesidad de un enfoque multidisciplinar para poder abarcarlo.

El empleo es un tema central en esta globalizada y convulsa época en la que nos encontramos. Esta fue la bandera y el compromiso de Lula, así como la razón de ser de su lucha política. Escuchar y analizar su discurso desde localizaciones o deslocalizaciones diferentes nos enseñará sin duda los caminos por los que podemos discurrir y aquellos otros que jamás deberíamos volver a pisar.

León, 23 de junio de 2011.

## PRESENTACIÓN

**N**o hay cómo hacer política sin discurso. El espacio privilegiado del habla constituye una de las razones para la lucha simbólica por el poder. Elemento determinante, capaz de provocar reacciones infinitamente variadas, el discurso político es el objeto de discusión de este libro, que pretende ofrecer reflexiones sobre comunicación, discurso y política, tomando como ejemplo la trayectoria del actual<sup>2</sup> presidente de la República de Brasil, Luiz Inácio *Lula* da Silva (PT).<sup>3</sup>

La elección de Lula, en 2002, fue el elemento motivador del material que se expone en las próximas páginas. Parte del contenido es resultado de la tesis doctoral presentada en la Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo,<sup>4</sup> en 2005. Entonces, se pensaba en examinar cómo serían los discursos de Lula tras su elección. Sin embargo, se sintió la necesidad de ampliar la investigación con el objetivo de verificar cuáles fueron los cambios en sus argumentos y cuándo habían ocurrido, con lo cual

<sup>2</sup> N. de la T: Se refiere a Lula como “actual presidente” debido a que el libro original fue publicado en 2010, meses antes que Dilma Rouseff fuera elegida presidenta de Brasil.

<sup>3</sup> N. de la T: Partido de los Trabajadores.

<sup>4</sup> Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo.



el trabajo retomó su vida pública acompañando los períodos en que fue sindicalista, diputado federal y candidato a la presidencia, desde 1989 hasta su primer año como presidente. El libro, no obstante, va más allá. En esta obra también se encuentran los resultados de la investigación desarrollada después de la defensa de la tesis, llegando hasta el análisis de los discursos presentados en la campaña electoral de 2006.

Reelegido en aquel año para otros cuatro años más de gobierno, Lula permaneció en el Palácio do Planalto,<sup>5</sup> resultado, entre otros factores, de un efecto “teflón”. La expresión, utilizada por el periódico francés *Le Monde* en las vísperas de la primera vuelta, ilustra la situación de la imagen del presidente en aquel período. A pesar de las denuncias de corrupción en las que estaba implicado el Partido de los Trabajadores y diversas esferas del Gobierno Federal y de que la oposición intentó vincular a Lula con algunos escándalos, el resultado en las urnas demostró que la imagen del presidente no había sido desacreditada.

En la campaña electoral de 2002, Lula afirmaba que no era el resultado de las elecciones sino de una historia. Muy utilizada en los momentos electorales como un recurso argumentativo, esa historia sirve aquí como contextualización para el análisis de sus palabras en el transcurso de las tres décadas de vida pública. Luiz Inácio se consolidó por ser líder sindical y presidente del Partido de los Trabajadores. Parte de su re-elección se debe a esta supuesta representatividad junto a la clase trabajadora.

A partir de la primera campaña presidencial victoriosa, tras tres derrotas consecutivas, Lula recibió el apodo de *Lulinha, paz y amor*<sup>6</sup> debido a la ponderación discursiva presentada públicamente. Consideramos que esa modificación ha influido sensiblemente en la elección de los argumentos emitidos en sus discursos. Para ejemplificar los probables cambios, se escogió

<sup>5</sup> N. de la T: “Palácio do Planalto” es equiparable en español a “Palacio de la Meseta”. Es la sede del Poder Ejecutivo del Gobierno Federal brasileño.

<sup>6</sup> Esp. Lulita paz y amor.

el tópico del *empleo* teniendo en cuenta el histórico político de Lula y su sigla partidaria. Además, según el IBGE,<sup>7</sup> se constató que el presidente heredó en la primera gestión 7.9 millones de desempleados.

La indagación sobre los discursos de Luiz Inácio *Lula* da Silva demuestra el valor de la palabra como una manifestación político-ideológica por excelencia, por el hecho de que Lula ha pasado por funciones pertenecientes a dos extremos: de sindicalista opositor a presidente de la República. Las posibles alteraciones en los argumentos, influidas por el contexto, el *status* conquistado y por una nueva ideología emergente pueden haberse originado en su historia de vida: inicialmente, excluido de la clase dominante, con escasos recursos financieros, una escolarización escasa, migrante *nordestino*, *obrero* y, actualmente, ocupando la posición de mandatario de una de las mayores economías de naciones en desarrollo.

El libro se divide en cinco partes. En el primer capítulo se discuten cuestiones teóricas sobre el discurso y la argumentación. Se buscó un enlace entre el análisis del discurso (AD) francesa<sup>8</sup> y la teoría de la argumentación, enfatizando las ideas de Chaim Perelman, principal autor de la última corriente.

El segundo capítulo presenta la clasificación de los discursos de Lula de acuerdo con cuestiones históricas y políticas. Con ello, concluimos que el discurso político de Lula está dividido en tres fases. En este apartado, procuramos demostrar que los cambios de Lula, que se comentan tomando datos de la campaña electoral de 2002, venían ocurriendo durante la década de los noventa. Aquí se analizan los períodos del sindicalismo hasta las campañas de la década de los noventa. El período correspondiente a las dos primeras fases del discurso de Lula: la primera, la fase de extrema izquierda, y la segunda, la fase de transición.

<sup>7</sup> N. de la T: Instituto Brasileño de Geografía y Estadística.

<sup>8</sup> N. de la T: Se refiere al análisis del discurso de la escuela francesa con base en los trabajos de Foucault (1996), Pêcheux (1969), Althusser (1974) y Courtine (1982).

La campaña victoriosa de 2002 es analizada en el tercer capítulo. La primera señal de que el gobierno del PT sería de centro se dio durante la publicación de la Carta al Pueblo Brasileño, en junio de 2002. A pesar de no haber analizado ese documento, podemos decir que, con él, se oficializó el comienzo de la fase de centro-izquierda, publicitada durante la campaña electoral. Ese tramo del libro se dedica al análisis de las estrategias de comunicación adoptadas en aquel período, enfatizando las alteraciones discursivas.

En el siguiente capítulo, analizamos el discurso de Lula sobre el empleo durante el primer año de gobierno. Buscamos ejemplificar las principales características con algunas de las partes más emblemáticas. A su vez, el quinto capítulo trae el análisis de la campaña electoral que le reeligió en 2006. En las consideraciones finales del libro, publicamos una tabla con la síntesis de las tres fases. Consideramos ese cierre una forma de visualización eficiente, que contempla los cambios del discurso político de Luiz Inácio *Lula* da Silva.

Por lo tanto, la lectura ofrece una muestra significativa de esas décadas de vida pública del primer presidente de la República elegido en virtud de la sigla del Partido de los Trabajadores. Resaltamos que en esta obra no se pretende juzgar o analizar los hechos del Gobierno, sino ofrecer reflexiones sobre discurso, comunicación y política, teniendo como base la importancia histórico-social que Luiz Inácio *Lula* da Silva representa para Brasil y para el mundo.

# CAPÍTULO I

## DISCURSO POLÍTICO Y ARGUMENTACIÓN

**L**as investigaciones desarrolladas sobre argumentación pueden demostrar la fuerza de los discursos, habida cuenta de que estos dimensionan el mundo, ordenan los hechos y presentan recortes de la realidad. La argumentación es la que desencadena esa ordenación, por inducción o deducción, al transmitir el pensamiento, las ideologías y las visiones del mundo de quien hace uso de la palabra. Con ello, la palabra pasa a ser un bien a ser conquistado, pues su utilización pública —para públicos o masas— solo es posible a los que han conquistado el estatus social que les confiere ese ejercicio.

Según Foucault (1996), la opresión o la coacción son recursos utilizables para el ejercicio del poder. Para el autor, el discurso es una lucha por la palabra, con la palabra y una restricción de la palabra. Este es el blanco del ejercicio de los poderes que la controlan, que no inciden solamente sobre los cuerpos, sino también sobre las palabras. Cuando explica el tercer grupo de procedimientos que permiten el control de los discursos, defiende que “se trata de determinar las condiciones de su funcionamiento, de imponer a los individuos que los pronuncian cierto número de reglas y así de no permitir que todo el mundo tenga acceso a ellos” (Foucault 1996, 36).

El discurso, a su vez, se conceptúa como el resultado de un efecto de sentido construido por la articulación entre procesos ideológicos y fenómenos lingüísticos y no lingüísticos. Es construido y modificado por las situaciones en las que se encuentra inserto e influenciado por posiciones ideológicas subyacentes, conforme al AD, originado en Francia. Para que los estudios lingüísticos llegasen a ese nivel de discusión fue necesaria la ruptura propuesta por Saussure.

A partir de la noción dicotómica de lengua '*langue*' y habla '*parole*' se derivaron estudios sobre arbitrariedad/linealidad respecto a la diferencia entre sincronía (funcionamiento) y diacronía (evolución), desembocando en la visión saussuriana, que concebía la lengua como un sistema de valores. La lengua —sistema— es “la parte social del lenguaje, exterior al individuo, que por sí solo no puede crearla ni modificarla; no existe más que en virtud de una especie de contrato establecido entre los miembros de la comunidad” (Saussure 1969, 22).

La concepción del autor, considerado “padre” de la lingüística moderna, generó otros estudios, entre ellos el del discurso. “El lenguaje tiene un lado individual y un lado social, siendo imposible concebir uno sin el otro” (Saussure 1969, 16).

Las investigaciones realizadas por los rusos, especialmente por Bakhtin, también fueron decisivas para la implementación de los primeros pasos a lo que se llama discurso. Sin embargo, Brandão (1994) afirma que el abordaje inicial todavía tropezó con el estructuralismo, que proponía únicamente analizar el texto por sí mismo. No fue sino hasta la década de los cincuenta del siglo XX que autores como Jakobson y Benveniste empezaron a trazar un nuevo marco, observando la existencia de un fenómeno llamado enunciación. Benveniste abordó conceptos innovadores al preocuparse por el sujeto en el acto de emitir enunciados. Fue en Francia donde los estudios sobre el discurso tuvieron un avance significativo. Entre los factores que viabilizaron ese resultado se encuentra la tradición intelectual europea, que posibilitaba la ar-

ticulación entre disciplinas tales como la lingüística, el psicoanálisis y el marxismo y la práctica escolar, que estimulaba el estudio de textos en varios niveles escolares.

De esta forma, el AD francés se desarrolló mediante un marco interdisciplinar, teniendo como foco los aspectos sociales e históricos de las manifestaciones lingüísticas. Con eso

el lenguaje pasa a ser un fenómeno que debe ser estudiado no solo en relación a su sistema interno, en tanto que formación lingüística, al exigir de sus usuarios una competencia específica, sino también como formación ideológica (Brandão 1994, 18).

Por lo tanto, el concepto de ideología está íntimamente ligado a los estudios sobre el discurso. El AD toma como reflexión el argumento de autores como Marx (1965), Althusser (1974) y Ricoeur (1977).

Marx y Engels identificaron a la ideología como un medio de separación entre la producción de las ideas y las condiciones sociales e históricas en que estas son producidas. Para ellos, la ideología es un sistema de ideas, reglas o normas formuladas por quien no comparte las mismas condiciones materiales; por lo tanto, sería un sistema de dominación y manipulación de las clases menos favorecidas.

Althusser defendía que la ideología está a favor de las clases dominantes para la generación de mecanismos de perpetuación o de reproducción de las condiciones materiales, ideológicas y políticas de explotación. Siguiendo ese punto de vista, existirían los *aparatos represivos del Estado* (ARE), que comprendían el Gobierno, el Ejército, los tribunales y los *aparatos ideológicos del Estado* (AIE), que serían instituciones como la Iglesia, la escuela y la familia. Para enunciar el concepto de ideología, el autor formula tres hipótesis: la ideología representa la relación imaginaria de los individuos con sus reales condiciones de existencia; la ideología tiene una existencia porque se manifiesta siempre en un apa-

rato y en su práctica o prácticas y, por último, la ideología asume a los individuos como sujetos.

Por otro lado, Ricoeur alertaba sobre la limitación de la concepción ideológica teniendo como base solamente las relaciones entre las clases, conforme defiende el marxismo. Para él, sería necesaria una discusión general sobre la ideología para luego observar la función de dominación y de deformación. En un primer momento, la ideología perpetúa un acto fundador inicial e impulsa toda la *praxis* social. Además, esta es esquemática, operativa y sirve como conservación de valores. En cuanto a la función de dominación, la ideología legitima la autoridad actuando como un sistema justificador de dominación.

Tan solo en un tercer momento el análisis de Ricoeur se encuentra con la noción marxista y considera que las clases interpelean al sujeto, apuntando un discurso para mantener determinado poder. La ideología actúa por el individuo, sin necesariamente estar en su nivel de conciencia. Es una reproducción discursiva que hace recortes de la realidad, difundiendo visiones distorsionadas del mundo.

La ideología actúa, por tanto, en dos niveles, el superficial y el profundo. Superficial en lo que respecta a la apariencia de la realidad y profundo como un sistema de valores que regirán la sociedad. Las propuestas de generación de empleo, por ejemplo, aparentemente pretenden mejorar las condiciones de vida. Examinando detalladamente, se nota la necesidad de acciones como esa para justificar la existencia de poderes como el Ejecutivo y el Legislativo, así como para apaciguar la realidad vivida, que apunta hacia una profunda desigualdad entre las clases.

Existen individuos que detentan los medios de producción y hay aquellos que venden su fuerza de trabajo. En un nivel superficial, esa diferencia —atestada por la dominación— tan solo es una forma de organización social que puede desencadenar otros conceptos como “la vida es así”, generando conformismo y alienación.

Aquí, el concepto de ideología comulga con los autores citados enfatizando que, como sistema abstracto de ideas, esta se propaga en connivencia con las clases dominantes —las mismas que tienen el poder de la palabra— como universal, válida para toda la sociedad.

...la ideología es ilusión, eso es, abstracción e inversión de la realidad, ella permanece siempre en el plano inmediato del *parecer ser social*. [...] Esto significa que una ideología siempre posee una *base real*, sólo que esa base está al revés, es la *apariencia social* (Chauí 1984, 104).

Para Chauí, la ideología es producida en tres momentos fundamentales. En el primero de ellos, pensadores de una nueva clase en ascensión crean un conjunto de ideas “para que esa nueva clase aparezca como representante de los intereses de toda la sociedad, representando los intereses de todos lo no dominantes”. Es ese primero momento el que legitima la lucha de la nueva clase por el poder. Luego, las ideas son difundidas para que se conviertan en sentido común, interiorizando los conceptos en la conciencia de los miembros no dominantes de la sociedad. La autora determina, en seguida, que “se convierte en un conjunto de ideas y de valores concatenados y coherentes, aceptados por todos los que son contrarios a la dominación existente y que imaginan una nueva sociedad que realice esas ideas y esos valores”. Por último, la ideología se consolida como sentido común y se mantiene aun con la victoria de la clase emergente, que pasa a ser dominante, repitiendo el proceso de negación de los intereses de los dominados. Por lo tanto, el discurso pasa a ser el espacio en que emergen las significaciones.

Según las perspectivas del AD, el proceso discursivo es compuesto por la formación discursiva (FD), las condiciones de producción (CP) y la formación ideológica (FI) para la producción de sentido, aliados a la cuestión del sujeto. Foucault (1996) utiliza el



término “formación discursiva” (FD) para teorizar la dispersión de los discursos, correspondiendo al AD el establecimiento de reglas capaces de regir ese proceso. Sin embargo, la noción de la FD fue elaborada por Pêcheux (1969), representando para el AD el lugar central en la articulación entre lengua y discurso. Se pueden considerar tres tipos de funcionamiento de la FD: *paráfrasis*, *polisemia* y *preconstrucción*.

La *paráfrasis* se refiere al espacio en el cual los enunciados son retomados y donde se delimitan las fronteras para evitar la pérdida de su identidad. Por el contrario, *la polisemia* entrecruza discursos, rompiendo esas barreras y, en consecuencia, instala la multiplicidad de sentidos. El funcionamiento *preconstruido* remite a una construcción anterior y exterior al enunciado que ofrece los conceptos de mundo. Es el espacio donde las ideologías interpelan al sujeto, determinando el conocimiento individual, el qué debe ser dicho, cuándo y por quién. Así, una FD busca una homogeneidad discursiva, pero también presenta las contradicciones ideológicas de clase en el interior de la unidad del mismo campo discursivo.

A su vez, conforme explica Brandão (1994, 38), la formación ideológica tiene necesariamente una o varias formaciones discursivas interconectadas. Para consolidar las ideas que interesan a la clase dominante son necesarias algunas inserciones de discursos en la sociedad para reafirmar, repetir y consolidar los conceptos propuestos, lo que significa que los discursos son gobernados por formaciones ideológicas.

La especie discursiva pertenece [...] al *género* ideológico, lo que es lo mismo que decir que las formaciones ideológicas [...] soportan necesariamente, como uno de sus componentes, una o varias *formaciones discursivas* interconectadas que delimitan lo que puede y lo que debe ser dicho (articulado bajo la forma de una arenga, un sermón, un panfleto, una exposición, un programa, etc.) a partir de una posición dada en una coyuntura, eso es, en una cierta relación de lugares

en el interior de un aparato ideológico, e inscrita en una relación de clases. Diremos, entonces, que toda formación discursiva deriva de *condiciones de producción* específicas (Gadet 1993, 166).

Pêcheux desarrolló la primera definición empírica de la noción de CP observando que hay lugares sociales al contrario de presencia física. En el discurso, actúan por medio de formaciones imaginarias que designan los lugares discursivos entre el sujeto autor y su interlocutor. Courtine (1982) por su parte, propone una noción de CP que alinee las contradicciones ideológicas presentes en la materialidad de los discursos y se articule con el concepto de la formación discursiva. De acuerdo con el autor, los orígenes de la noción de condiciones de producción serían: a) análisis de contenido; b) admisión de variables sociológicas; c) situación.

Entre los elementos fundamentales para el AD se encuentra, por lo tanto, la noción del sujeto. A fin de cuentas ¿quién es el enunciador en el discurso, aquel que se apropia de él? ¿En nombre de quién o de qué se habla? De acuerdo con Foucault, el sujeto es *sometido* porque reproduce hablas anteriores, refleja concepciones ideológicas y personifica esa ideología. Sin embargo, el sujeto personificado no conlleva la presencia de un yo, sino de una clase representada por aquel yo material. El sujeto —persona o institución— establece los recortes posibles y aceptables para determinado momento, contribuyendo a la reproducción de las ideas dominantes y pertinentes para aquella ocasión como el contexto social, económico y político.

A su vez, la forma del discurso es responsable de la materialización de la ideología. Possenti (1993, 117) define forma como el “[...] vehículo lingüístico, realizado sonoramente, que vehicula o provoca los efectos de sentido [...]” en oposición al concepto de contenido: “cualquier efecto de sentido que la forma, utilizada contextualmente, es capaz de producir”. La articulación textual presentando los enunciados en determinado momento, propicia un desarrollo del raciocinio en el cual está involucrado el interlocutor.

En el nivel sintáctico del discurso parece evidente que no existe neutralidad discursiva, pues si el enunciado está en el orden presentado es porque existe una elección que nunca es imparcial. El efecto de sentido producido en el encadenamiento lexical se rige por el contexto en que está inserto y pertenece a un proceso de enunciación. En este sentido, se encuentra la importancia de la estructura argumentativa que organiza el raciocinio con el auxilio de estrategias adecuadas para cada situación, como veremos adelante.

#### CONCEPTO DE DISCURSO POLÍTICO

Los elementos del AD, aliados a la teoría de la argumentación, son los aparatos considerados necesarios para comprender el foco principal de este trabajo que es el discurso político. ¿Al final, cómo se puede conceptualizar el discurso político? Hay una serie de usos equivocados del término. Se le suele relacionar directamente con el habla de personas que aspiran a cargos públicos gubernamentales o legislativos, sea en el momento de las elecciones o después del pleito. Sin embargo, esta es una visión simplista. Discurso político no es sinónimo de discurso electoral. Discurso electoral es una de las posibilidades o clasificaciones que proceden del discurso político.

Así que el discurso político es la manifestación pública y lingüística de la *polis* o el espacio público, realizada por individuos, partidos, gobiernos, sujetos institucionales o grupos organizados. De esta forma, el discurso político posee ramificaciones conforme a los campos discursivos con los cuales esté relacionado el texto. Los géneros más conocidos son el discurso electoral, proferido por candidatos durante el periodo de la campaña; el discurso gubernamental, que corresponde a la divulgación de los principios que orientan determinada gestión como, por ejemplo, la presentación de cuentas, y el discurso partidario, realizado por partidos políticos para la generación de identidad y la divulgación

de ideas. Otros ejemplos de discurso son el religioso, el jurídico, el económico, el sindical y el escolar.

Los aspectos comunes entre ellos son los que caracterizan ese tipo de discurso. En primer lugar, abarcan cuestiones relacionadas con la vida en sociedad. A veces, presentan problemas y pueden apuntar soluciones y el carácter social se encuentra también en la presentación del orador. Quien habla es legitimado para tal y se posiciona en nombre de determinado grupo ideológico, sea o no institucional. Un cura, por ejemplo, no se pronuncia públicamente en su nombre, sino en nombre de la institución Iglesia. Un presidente de una asociación de vecinos representa a su comunidad o aquellos que financian su trabajo. El mismo posicionamiento se verifica con sindicalistas, diputados y presidentes de la república. Lo que significa que el sujeto pasa a ser institucional: la voz de las instituciones es materializada por medio de sus líderes.

Otra característica que se evidencia en el discurso político es que, por naturaleza, se proyecta hacia el futuro en el cual el orador se basa para estructurar la argumentación. En general, la referencia al pasado se hace como técnica argumentativa: ora se busca probar que lo realizado fue insuficiente o no satisfactorio, ora se procuran encontrar, en actos del pasado del propio orador, menciones para fortalecer la credibilidad del discurso y establecer un supuesto voto de confianza a lo que se expresa.

La relación temporal es muy importante argumentativamente, al fin y al cabo expone una estrategia que se reflejará en la propia formación discursiva. Con el conocimiento respecto al contexto social y económico se pueden proyectar situaciones ideales y señalar acontecimientos anteriores no deseados, estableciendo relaciones de causa y efecto. El pasado es usado para respaldar cambios —generalmente oriundos de algún error de adversarios o de antecesores— o solidificar actos y acciones consideradas fructíferas. El futuro es solamente una posibilidad. De esta manera, el discurso político se apodera de estos hechos, ofreciendo soluciones hipotéticas y alimentando el imaginario de la población.

El discurso político, entonces, es un discurso caracterizado por las relaciones sociales y contextuales, buscando alteraciones en el orden vigente. Si no fue una alteración explícita, las propuestas presentadas confirman el refuerzo de las normas ya adoptadas por la comunidad. De todas formas, el discurso se presenta como un recurso social para la manifestación de ideas y para ejercer el poder.

En este sentido, el discurso político también presenta un carácter esencialmente persuasivo. En cuanto espacio de divulgación ideológica, se busca llevar al público a volverse favorable a, primero, prestar atención; segundo, pensar al respecto; tercero, cambiar la percepción respecto a lo que fue tratado. Aun cuando revestido de una supuesta imparcialidad, los discursos poseen posicionamientos y sus encadenamientos son organizados con el objetivo de llevar al oyente a tomar una actitud. Una de las consecuencias es la formación y divulgación de valores sociales.

#### LA NUEVA RETÓRICA

El ser humano es persuasivo por naturaleza. Es por medio del lenguaje que el hombre ejercita el poder de persuasión. Desde bebé, el llanto y los primeros juegos buscan la satisfacción de necesidades. Más que esto, con tales manifestaciones los niños aprenden que con el lenguaje pueden conquistar al otro (y a veces hasta manipularlo), llevándole a realizar lo que desea. “Somos seres retóricos: utilizamos el lenguaje como instrumento de cambio o refuerzo de percepciones, sentimientos, valores, posicionamientos y acciones” (Halliday 1998, 121).

Con la adquisición del habla se desarrolla el potencial lingüístico de argumentación que será utilizado con mayor o menor perfeccionamiento, de acuerdo con el bagaje cultural, repertorio, contexto y finalidad.

Esa característica humana es objeto de estudio de los filósofos desde la antigüedad, siendo bautizada como *retórica*: la capacidad de llevar al otro a la acción por medio del lenguaje. En la antigüedad, la retórica era clasificada como el arte de hablar en público, privilegiando la oratoria. Por eso, los recursos utilizados por el orador se concentraban en las figuras lingüísticas y expresiones rebuscadas. Entonces, hablar “bonito” significaba, de cierta forma, dificultar el entendimiento. Se creaba un debate entre oradores que exhibían su poder de contagiar al auditorio con gestos, entonaciones y un poco de representación teatral. Los contenidos de esos mensajes pasaban a segundo plano en detrimento del carácter de entretenimiento, del cual el discurso se apoderaba. Por esta razón, la expresión “retórica” adquirió la significación de “mentira” o “engaño”, siendo utilizada hasta hoy en día como sinónimo de un discurso bonito, vacío y mentiroso, especialmente utilizado por candidatos a cargos públicos. Sin embargo, tal distorsión no converge con el sentido original, que significa hablar en público para conducir a las personas presentes a cambiar de actitud respecto al tema propuesto.

La retórica puede también ser considerada como la unión entre estilo y argumentación, conocida como retórica clásica, que empezó con Aristóteles<sup>9</sup> y siguió hasta el siglo XIX. Al contrario de Gorgias, que la celebraba por el poder de dominación, Aristóteles la presentó como forma de defensa, dándole legitimidad.

Además, es preciso ser capaz de persuadir de los pros y de los contras [...] no para poner los pros y los contras en práctica — ¡pues no se debe corromper por la persuasión!—, sino para saber claramente cuáles son los hechos y para, caso alguien se valga de argumentos deshonestos, estar en condiciones de refutarlo (Aristóteles).

<sup>9</sup> Aristóteles vivió entre los años 384 y 322 a.C. Fue discípulo de Platón durante veinte años, pero fundó su propia escuela, denominada Liceo. Allí, pudo desarrollar la mayor parte de las innovaciones que contribuirán a la contemporaneidad, como las discusiones sobre política y retórica.

De esta forma, para analizar el discurso de Luiz Inácio *Lula* da Silva, elaboramos un abordaje teórico, resultado de reflexiones sobre el análisis del discurso y la nueva retórica. A partir de la lectura y comprensión de las propuestas de estas líneas, procedimos a la aplicación de un modelo que articula las teorías citadas.

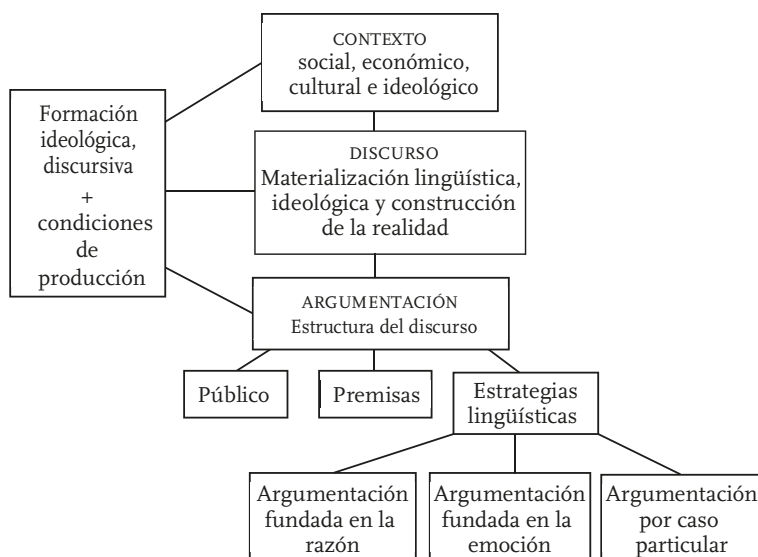


Figura 1. Propuesta teórica

El modelo considera que la palabra, por estar en determinada formación discursiva, adquiere sentido en relación a los elementos extralingüísticos. Así, se llega a uno de los pilares del análisis del discurso, al afirmarse que un análisis meramente lingüístico es insuficiente. El discurso político, por lo tanto, solo puede ser analizado a partir de su relación con los elementos que lo rodean. A partir del contexto es posible visualizar cuál es el público y cuáles son las premisas necesarias para que se establezca afinidad o al menos se cree una predisposición. Son estrategias lingüísticas que materializarán las proposiciones, tornándose real discursi-

vamente lo que antes no pasaba de un plan de acción o de una intención ideológica.

Ese modelo, fundamentado por la nueva retórica mantiene la dicotomía defendida por Perelman sobre razón vs emoción,<sup>10</sup> tema que será ampliado más adelante. A su vez, Aristóteles defendía que el uso racional ‘*logos*’ explicitaría el esclarecimiento del discurso en sí y el aspecto emocional ‘*ethos* y *pathos*’ serviría para crear una atmósfera propicia para la acción del orador. Se entiende que tanto la razón como la emoción son recursos utilizados para la materialización lingüística de los argumentos.

La emoción, reforzada por factores extralingüísticos como los gestos, las hablas y los acontecimientos, también puede ser manifestada en los enunciados. No obstante, ese uso de la emoción no significa que el orador sea llevado por la emoción, sino que racionalmente ha elegido esta estrategia para llegar con más eficacia a su público. Por otro lado, los argumentos racionales son los que priman para la demostración. Datos, números y razonamientos basados en la estructura matemática fundan esa estrategia. Son técnicas que pretenden demostrar que el orador “sabe de lo que está hablando” por medio de pruebas supuestamente irrefutables. Perelman (1996) también propone la argumentación fundamentada por el caso particular con la utilización de ejemplos, ilustraciones o modelos.

Es precisamente en la tradición retórica y dialéctica griega que Perelman y Tyteca (1996) se basan para defender la nueva retórica en el *Tratado de la argumentación*, donde los autores proponen una teoría filosófica que rompe con la noción de la razón, originaria en Descartes, cuyas ideas dominaron la filosofía occidental en los últimos tres siglos. Con ella, la lógica desacreditaba todo lo que no pudiese ser probado con la demostración. Para Descartes, todo lo verosímil era considerado falso y la evidencia se convirtió

<sup>10</sup> Dicotomía, además, oriunda de Aristóteles que propuso tres tipos de argumentos: *ethos* y *pathos*, que eran afectivos, y *logos*, que era racional.



en la marca mayor de la razón por corresponder a la “verdad” probada con demostraciones.

En la nueva retórica, el esquema argumentativo propuesto por Perelman y Tyteca se compone básicamente por el auditorio, los acuerdos y las técnicas. Esta división preliminar es originaria de Aristóteles,<sup>11</sup> que divide la esquematización en orador, discurso y auditorio. Abajo presentamos una ilustración que resume la propuesta básica de la *nueva retórica*.

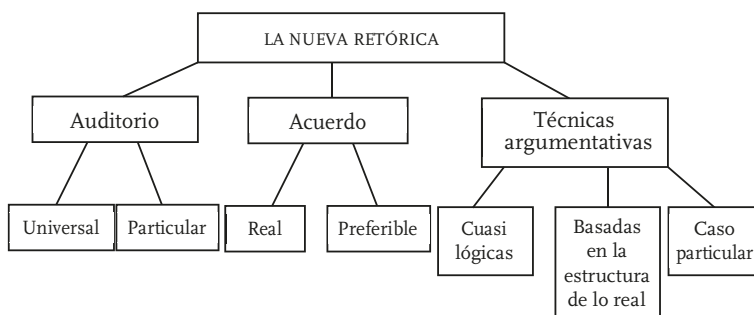


Figura 2. Esquema básico de Perelman

El esquema anterior se refiere al periodo inicial del trabajo de Perelman. El auditorio se refiere al público, los acuerdos son las premisas presentes en el discurso y las técnicas son las estrategias lingüísticas adoptadas para organizar el discurso. Como veremos posteriormente, las clasificaciones se dividen en otras categorías. No obstante, es importante matizar desde ahora que

<sup>11</sup> Aristóteles integró la retórica en una visión sistemática del mundo. El sistema creado por el filósofo griego sobrevivió siglos sin modificaciones, solamente fue complementada por otros estudiosos. El sistema está compuesto por cuatro partes: invención o búsqueda de argumentos (gr. *heurésis*); disposición, vale decir, organización de los discursos (*táxis*); elocución, o su redacción (*lexis*), y acción, esto es, pronunciamientos (*hypocrisis*). También esquematizó el principio de una discusión sobre el proceso de la comunicación, afirmando que para que acaezca cualquier acto retórico es necesario el modelo orador-discurso-auditorio. Esa organización es empleada hasta hoy día, ampliándose el espectro de aplicación y los elementos contenidos en esta tríada inicial.

enfataremos las técnicas tanto en la descripción teórica como en los discursos de Lula.

Primeramente, es necesario considerar la argumentación como integrante de un proceso comunicativo entre las personas. En esta perspectiva, es la situación en que la argumentación está inserta la que va a conferirle el significado pretendido. De ahí que se pueda afirmar que el proceso argumentativo comporta una plasticidad inherente al propio acto comunicativo, porque transita por elementos constitutivos básicos como dos (o más) interlocutores, códigos, decodificación, ruidos, contexto y realización. La no linealidad deriva en la plasticidad cuando la argumentación está sujeta a los elementos que la constituyen.

Los elementos pertenecientes al discurso interactúan, desencadenando por medio de las estrategias argumentativas el conocimiento que el locutor tiene del auditorio y las premisas establecidas. Por ello, no hay como disociar auditorio, acuerdos y técnicas del contexto, porque la argumentación forma parte de un proceso sociolingüístico. Perelman (1996, 580) observa que “los términos utilizados, su sentido, su definición, solo son comprendidos en el contexto suministrado por los hábitos, por los modos de pensar, por los métodos, por las circunstancias exteriores y por las tradiciones conocidas de los usuarios”.

Como abordamos anteriormente, las clasificaciones propuestas en la *teoría de la argumentación* tienen en cuenta una dicotomía establecida entre pasión y razón, relacionada con las diferencias entre *persuadir* y *convencer*. Para los autores, la persuasión es pasional, influye en quien se involucra por el sentimiento y por la imaginación. Por otra parte el carácter racional privilegia la convicción. Sería como si alguien que es persuadido fuese llevado por el sentimiento, mientras que quien es convencido considera-se elementos racionales. Denominan “*persuasiva* a una argumentación que solo pretende servir para un auditorio particular y [...] *convinciente* a la que se supone que obtiene la adhesión de todo ente de razón” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 31).

No obstante, se nota que la diferencia en la práctica discursiva se vuelve imprecisa. Estos paralelos trazados por los autores parecen abstractos y ellos mismos admiten que son diferencias a veces confusas. “La distinción que proponemos entre persuasión y convicción da cuenta, de modo indirecto, del vínculo que a menudo se establece, aunque de forma confusa, entre persuasión y acción, por una parte, y convicción e inteligencia por otra” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 32).

Para conseguir adhesión a corto plazo, el uso de una argumentación pasional es de gran valía. Eso es fácilmente percibido, especialmente en el discurso electoral. A fin de cuentas, son pocos los meses de campaña para infundir a los electores mensajes que deben resultar de fácil asimilación. Como el tiempo de campaña es de una media de tres meses, el candidato que desee la acción intensa y oportuna debe estimular la pasión por determinada causa para “vencer a la vez la inevitable inercia y las fuerzas que actúan en sentido distinto al deseado por el orador” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 52).

Para persuadir, el contenido ideológico emerge ganando un ropaje emotivo, lo que incluye la apelación a la sensibilidad.

## EL PÚBLICO

El objetivo de todo orador es la conquista de un público que realice determinada acción. Así, la argumentación no tiene motivo de existir sin un destinatario, pues cuando se argumenta se quiere cambiar un estado existente. Perelman (1996) propone pensar el *auditorio* como conjuntos. Existiría un conjunto mayor, el *auditorio universal*, y subdivisiones, los *auditores particulares*. Se puede decir que el *auditorio universal* corresponde a la humanidad como un todo, con lo cual los argumentos que se le presenten son válidos para cualquier ser racional. Aquí se encuentra una de las principales críticas a los autores: ¿existirán argumentos válidos para todo el mundo?

Se sabe que el auditorio es multifacético. Por ese motivo, en el auditorio universal se insertan varios auditorios *particulares*, que se refieren a las categorías con características comunes que los identifican. Estos corresponden, por ejemplo, a grupos que pueden ser asignados a diversas categorías, como cuestiones socioeconómicas, geográficas, de género y etarias. Sin embargo, se observa que hay intereses en el contexto actual que son catalogados prácticamente por su universalidad. Childs (1967, 160) ejemplifica de otra manera la cuestión de la generalización del público: “En cuestiones relativas al desempleo, la guerra, los impuestos y otras similares, los interesados constituyen prácticamente la totalidad de la población”. De ahí la preocupación de Perelman de teorizar un *auditorio universal*. No obstante, se entiende que aun existiendo esta supuesta universalidad, todavía no existiría una unanimidad de intereses u opiniones. Una de las dificultades en la definición del público diana es definir las líneas que determinen su clasificación.

La definición del auditorio es fundamental en cualquier argumentación. Para ello, es necesario traspasar la delicada distinción entre los diversos públicos con los cuales el orador se enfrenta. Algunos cuestionamientos básicos son necesarios: ¿A quién se dirige?, ¿qué se quiere conseguir? y ¿con qué medios? Para ejemplificar, supongamos que el candidato define el agricultor de la región oeste de Paraná como su público diana. Para alcanzar a este público, elige el discurso en un mitin en la principal ciudad de la región y define los argumentos que serán válidos tanto para la clase de los agricultores como para los moradores en general. El discurso podría conciliar ambos auditorios defendiendo, por ejemplo, que el aumento en la producción ocasionaría más ventas al comercio, atraería más personas a la región, en fin, generaría empleos y aumentaría la renta de todos. “Es el arte de tener en cuenta, en la argumentación, este auditorio heterogéneo lo que caracteriza al buen orador” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 24).

Pêcheux (en Gadet y Hak 1993), al recordar la importancia del interlocutor, reflexiona el tema de las formaciones imaginarias, sobre el tema de las cuales algunas preguntas se hacen pertinentes: ¿Cuál es la imagen que hago de los oyentes para hablarles de esta forma? ¿Cuál es la imagen que pienso que el oyente se hace de mí para que le hable de esta forma? ¿Qué pretendo del oyente para hablarle de esta forma? El último cuestionamiento implica admitir que el discurso es elaborado para provocar una acción.

## EL ACUERDO

La importancia de este público es tan relevante que el orador necesita conocerlo y establecer vínculos a través de valores, concepciones, actitudes, relaciones con el medio cultural y económico. La eficacia de la argumentación depende de estas premisas, llamadas *acuerdos* en la nueva retórica, pues ellas hacen que el orador se adapte al auditorio con el auxilio de actitudes y conceptos. En este momento se buscan informaciones para fundamentar el discurso, siendo el punto de partida de la argumentación. El razonamiento argumentativo es entonces desarrollado a partir de lo que el orador supone conocer sobre su auditorio.

El acuerdo sería la base del discurso y la elección del enfoque, ya posee valor argumentativo para establecer la dirección que tomará el discurso. Es importante recordar que cuanto más específico sea el tema, mayor será el margen de error si no se conoce adecuadamente al auditorio. Al fin y al cabo, el orador va a basarse en el conocimiento de los valores, de la realidad, de la cultura y de las aspiraciones del público para aproximarse y lograr su adhesión. Le cabe el papel de aliar estrategias discursivas con la empatía para sintonizar con el público. Muchas veces el acuerdo no es materializado de forma clara en el discurso, pero puede estar implícito. Por este motivo, se torna arriesgado delimitar qué acuerdos están presentes.

Los autores clasifican las premisas en dos grandes categorías, de lo real y de lo preferible, categorías que, a su vez, también poseen subdivisiones.

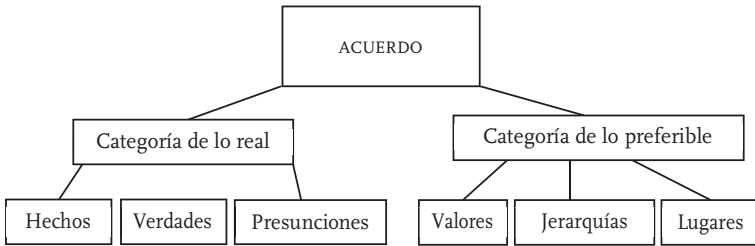


Figura 3. Clasificación de acuerdos

En la categoría de lo real están los acuerdos más próximos a la racionalidad, que establecen hechos y verdades y valdrían para el auditorio universal, mientras la subjetividad encuentra espacio en la categoría de lo preferible con acuerdos basados en valores, jerarquías y lugares, adecuándose a auditorios particulares.

En la categoría de lo real están los hechos, las verdades y las presunciones. En la teoría de Perelman (1996), el *hecho* no es un concepto rígido, inmutable bajo cualquier circunstancia. Al contrario, se caracteriza por datos objetivos ligados a una realidad, eso es, puede variar de acuerdo con la situación con la que está relacionado. Solo se está delante de un hecho cuando corresponde a un acuerdo universal que no se contradice. Sin embargo, como un acuerdo es siempre cuestionable, ninguna afirmación tiene, definitivamente, el estatuto de *hecho*. Para que un acontecimiento pierda el *status* de hecho es preciso, *a priori*, que surjan dudas en el auditorio en el que fue presentado o que se amplíe este auditorio, trayendo a una persona ajena a la cuestión con calificación para sostener que determinado acontecimiento no es un hecho.

Además de los hechos demostrados existen los hechos supuestos, que son las presunciones. A pesar de que la nueva retórica las clasifica como pertenecientes al auditorio universal, estas no proporcionan adhesión total, por ser proposiciones supuestas por el orador. Lo que quiere decir que usar presunciones no siempre es suficiente para ganar la confianza del público, se necesitan otros elementos para garantizar la adhesión.

Los hechos supuestos siempre están ligados a lo normal y no a lo verosímil, relacionándose con el pensamiento de la media del auditorio. Es el comportamiento de la mayoría el que determina lo que es normal y también hay que resaltar que tal hecho está de acuerdo con el grupo de referencia. Cuando un miembro discrepa de lo normal aceptado por la comunidad ocurren reacciones: o se cambia la media o el elemento es excluido.

A pesar de no poseer las características de los hechos, o sea, de no estar atado a un concepto rígido, pudiendo variar conforme la realidad, las *verdades* son sistemas más complejos que relacionan los hechos entre sí, trascendiendo a la experiencia. Las verdades pueden parecer subjetivas, porque se refieren a resultados de los enlaces entre hechos. En el campo argumentativo, las verdades son usadas cuando se pretende hacer referencia a sistemas de alcance más general.

En la categoría de lo preferible, el orador opta por premisas basadas en valores que se dirigen a los auditorios particulares, variando de acuerdo con el referente cultural y económico del público.

La opción por premisas basadas en valores es elaborada considerando la peculiaridad de cada auditorio. Según Perelman, un valor es un objeto, un ser o un ideal que influye en los comportamientos de una determinada comunidad. Los valores corresponden a un “correlato teórico de aquello que para los antiguos era la opinión” (Osakabe 1978, 163). Incluso los valores absolutos como el bien y el mal, que pueden ser usados en auditorios universales cuando son aplicados al público, ganan carácter particular. Los valores tienen un papel fundamental: “intervienen, [...]

en un momento dado, en todas las argumentaciones” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 84), pues, como resaltan los autores, “se recurre a ellos para motivar al oyente a hacer unas elecciones en lugar de otras y, principalmente, para justificarlas, de manera que sean aceptables y aprobadas por los demás” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 85).

En el discurso político específicamente se cree que este recurso es decisivo, pues los valores son utilizados como apelación emocional, volviéndose una característica en todas las categorías de los discursos políticos.

Los valores pueden ser concretos o abstractos. Los concretos se relacionan con objetos particulares, como un grupo determinado, o un cierto momento histórico. “Para que un valor sea concreto, hay que considerarlo bajo el aspecto de realidad única” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 89). Es la unicidad la que caracteriza la concreción de un valor, o sea, el valor concreto es válido en una circunstancia o comunidad específicas.

Por su parte, los valores abstractos se relacionan con las reglas válidas para todas las situaciones, como el desarrollo, la lealtad, la justicia y la fraternidad. “Los valores abstractos pueden servir fácilmente a la crítica, ya que no tienen la acepción de personas y parecen proporcionarles criterios a quien quiera modificar el orden establecido.” (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1996, 85).

Por ejemplo, estos valores rescatan sentimientos posibles de explotación en cualquier momento del contacto entre el presidente de la república y la población. Abordar el amor por el país, por la tierra, por el trabajo o referirse a la simplicidad, al progreso, al aumento de la producción es una alternativa de éxito prácticamente garantizado cuando se trata de persuasión, pues en general los valores abstractos se refieren a sentimientos.

Para reforzar los valores existen las jerarquías, que la mayoría de las veces permanecen implícitas, pero son especificadas cuando es necesario enfatizar un determinado valor. El énfasis en determinado valor ya implica el recurso argumentativo, pues la elec-



ción de acentuar al trabajo en detrimento de la familia indica una opción discursiva y consecuentemente ideológica. La jerarquía es más importante que los propios valores por enseñar más claramente con qué auditorio se está involucrado, sirviendo además para caracterizarlo.

Los *lugares* son premisas de orden general que permiten fundamentar los valores y las jerarquías. “Dichos lugares constituyen las premisas más generales, sobreentendidas con frecuencia, que intervienen para justificar la mayoría de nuestras elecciones” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 95).

El autor organiza la discusión sobre los *lugares* partiendo de los más usuales en la argumentación, que son de la *calidad* y de la *cantidad*, de los cuales derivan los *lugares* del orden, de la precariedad, de lo existente, de la esencia, de la persona y otros que podrían ser discutidos, pero no siempre son delimitados con claridad.

Los lugares de la *cantidad* se refieren a enunciados que afirman que una opción es mejor que otra por razones cuantitativas. Ejemplo de Aristóteles citado por Perelman: “Un número mayor de bienes es preferible a uno menor; lo más duradero es preferible a lo que lo es menos”. Osakabe (1978, 163) complementa definiendo que en este *lugar* “lo preferible es lo que tiene más cualidades” adecuándose a un objeto idealizado.

Los lugares de la *calidad* destacan la unicidad porque lo único es valorado por su originalidad en oposición a lo vulgar. No obstante, este aspecto está sujeto a la realidad del auditorio, o sea, lo preferible sería lo que tiene determinada *calidad*, variable de acuerdo con el público. En un círculo en el cual el auditorio considere importante tener un representante de los trabajadores, el orador que se manifieste como tal podrá obtener más simpatía.

Derivado de la calidad, otro *lugar* relevante es el de la *precariedad*, el cual valora las oportunidades y apela a un cierto fatalismo. Sin embargo, es motivadora de la acción, pues insiste en la falta de estabilidad de las cosas. Como complemento a esta noción,

existe el *lugar* de lo *irreparable*, que realza la importancia del momento único, pues solo será irreparable una acción que no puede ser repetida. “El lugar de lo irreparable aparece como si fuera un límite, que viene a resaltar el lugar de lo precario: la fuerza argumentativa, ligada a su evocación, puede causar un efecto fulminante” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 103).

#### LAS TÉCNICAS ARGUMENTATIVAS

Las técnicas argumentativas son el segmento de la tríada *auditorio*, *acuerdo* y *técnicas* cuando se utilizan los recursos lingüísticos para transformar las premisas en discursos elaborados con la finalidad de conquistar al auditorio y llevarlo a la acción.

El discurso es un acto y, como tal, incita a la participación del público, provocando reflexiones sobre los argumentos para posteriormente adoptar una actitud al respecto. “Mientras el orador argumenta, el oyente, a su vez, se sentirá inclinado a argumentar espontáneamente a propósito de este discurso, con el fin de adoptar una postura al respecto, determinar el crédito que debe concederle” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 103).

Las técnicas se ocupan del encadenamiento lingüístico de los argumentos. Se desarrollan utilizando esquemas formales en los argumentos *cuasi lógicos* —aquí denominados argumentación fundada en la razón— enfatizando conocimientos empíricos en los argumentos basados en la estructura de lo real —argumentación fundada en la emoción— y ejemplificando en la argumentación fundamentada por el caso particular. La clasificación *cuasi lógica* estructura el lenguaje aproximándola al pensamiento formal, es decir, basada en razonamientos matemáticos o de fundamento lógico. Son los argumentos de contradicción, identidad, tautología, análisis, reciprocidad, transitividad, inclusión de la parte en el todo, división del todo en partes, comparación, sacrificio y probabilidades.

Los argumentos basados en la estructura de lo real enfatizan el uso de la emoción y traen situaciones que se alejan de la demostración. Perelman (1996) argumenta que, como no hay fórmula rígida para la estructura de esta clase de argumentación, lo que importa es que los datos sean suficientemente fuertes para el desarrollo del discurso. El autor resalta que

lo que nos interesa aquí no es una descripción objetiva de lo real, sino la manera en que se presentan las opiniones que conciernen a lo real, pudiendo estas, además, ser tratadas bien como hechos, bien como verdades, bien como presunciones (Perelman 1996, 298).

La argumentación fundada en la estructura de lo real se relaciona con los conocimientos de vida del orador y del auditorio, siendo susceptible a la interpretación. Se basa en enlaces de sucesión, coexistencia, simbólicos y jerárquicos, pues busca en los hechos empíricos la sustentación necesaria para el discurso. Se observa que estos argumentos afectan al interlocutor precisamente por el hecho de acercarse a su realidad.

A su vez, la argumentación basada en el caso particular se utiliza como ejemplificación, ilustración, modelo y anti-modelo para ofrecer al público la visualización de determinada situación. El relato de casos específicos imprime veracidad y favorece el entendimiento.

### *Argumentación fundada en la razón*

La propuesta de implementar una categoría de técnicas denominada argumentación fundada en la razón (o cuasi lógica) refiere a la demostración donde se encuentran los argumentos con base en datos concretos, como investigaciones o gráficos, aunque susceptibles a la contestación. Ocurre cuando el orador demuestra su tesis, además de explicar valores, conceptos y sentimientos ba-

sados en la subjetividad. Ciertamente no se espera la reducción del lenguaje a una lógica formal, a fin de cuentas las estructuras formales funcionan en una realidad objetiva y cerrada. Con todo, la racionalidad es el principal elemento de la superficie discursiva cuando son utilizados recursos aparentemente incontestables que referencian la realidad.

Mientras los argumentos basados en la emoción apelan a las necesidades y valores esenciales como amor, integridad, esperanza, entre otros, los argumentos fundados en la razón presentan datos que aparentemente sostienen el discurso. Son afirmaciones y cuestionamientos que pretenden probar que el orador sabe de lo que está hablando y se fundamenta en investigaciones científicas y en datos verificables para argumentar.

Por ejemplo, cuando en un discurso el presidente alega que “es preciso generar empleos para aumentar la dignidad del brasileño” parte de un valor básico humano y, en realidad, no está diciendo nada más que lo obvio, pero está repitiendo un discurso que gran parte de la población también haría. Por otro lado, si presenta el número de parados cuando asumió el cargo, basándose en un instituto de estadística, como el IBGE, y suponiendo que consiga la reducción en los tres primeros meses de gobierno, estará presentando un dato que supuestamente es incontestable y no es de conocimiento público.

El argumento de *transitividad*, similar al de *prestigio*, transfiere afirmaciones entre los términos. Por ejemplo, si A es igual a B, y B es igual a C, entonces A es igual a C. En campañas electorales fácilmente se encuentran estos argumentos, pues el candidato obtiene apoyo de las más variadas corrientes. Los partidarios se unen a favor de la candidatura y los propios electores o líderes de comunidades suelen contribuir a esta argumentación porque cuando el voto se explicita, muchas personas tienden a seguir la opinión de conocidos.

Se considera que el *prestigio* no tiene que ser necesariamente tan evidente como el discurso de otro político, líder sindical

o religioso. Al considerarse que este argumento se caracteriza como un discurso de un representante de determinado grupo, sin la necesidad de representación política o religiosa, es posible adoptarlos como tal.

Otra clasificación *cuasi lógica* es la relación del todo con las partes o la inclusión de las partes en el todo. En general, el todo es considerado superior en relación a las partes cuyo valor varía conforme a la participación en el producto final. Las partes también son normalmente tenidas como homogéneas al integrar el mismo conjunto y la relación entre dos partes que forman un todo también puede ser de complementariedad. Una utilización bastante común de esta categoría es cuando se cita a Brasil y los estados. Si el énfasis del discurso es en el país, como por ejemplo: “Brasil exporta  $n$  toneladas de alubias producidas por los estados  $a$ ,  $b$  y  $c$ ” tenemos el *argumento de relación del todo sobre las partes*. Ahora bien, si el texto dice que “el estado produce el 60% de lo exportado por Brasil” el énfasis está en la parte que integra el todo, por tanto es el *argumento de inclusión de la parte en el todo*.

Por su parte, el argumento de *comparación* funciona como un ejemplo muy eficaz en la relación entre el mayor y el menor si el candidato *quis* tiene más cualidades que el candidato *ye*, esto confiere una calificación y la idea de mediación entre dos realidades distintas. Finalmente, la técnica que valora la frecuencia y las probabilidades utiliza los cálculos matemáticos sobre las probabilidades para reforzar una tendencia. Por tanto, el *argumento de la probabilidad* se encuentra, por ejemplo, en los famosos resultados de los institutos de estadística en el transcurso de un año electoral.

### *Argumentación fundada en la emoción*

Las experiencias, conductas, acontecimientos, valores y juicios son el objeto de los argumentos fundados en la *emoción* (basados

en la estructura de lo real). Son situaciones no probadas a través de demostración, sino acordadas entre orador y público y que, sin embargo, tienen un gran poder argumentativo. Estas técnicas utilizan el conocimiento empírico del orador y del auditorio para provocar la anuencia. Perelman y Tyteca (1996) clasifican diversos argumentos, tan numerosos como las interpretaciones que las actitudes humanas puedan producir, con lo cual optamos por describir dos líneas básicas, los enlaces de *sucesión* y los de *coexistencia*.

### *Enlaces de sucesión*

El *argumento de vínculo causal* permite al orador unir motivos que pueden provocar dos acontecimientos sucesivos cuando busca la causa de un acontecimiento dado o intenta evidenciar la consecuencia de un hecho. La emisión de juicios respecto a la relación causa-efecto se hace por medio del *argumento pragmático*, que permite analizar las consecuencias presentes o futuras y tiene una importancia directa para la acción, pues no requiere justificación alguna para ser aceptada por el sentido común. “Quien está acusado de haber cometido una mala acción puede esforzarse por romper el nexo causal y hacer que la culpabilidad recaiga sobre algún otro o sobre las circunstancias” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 303).

La legitimidad de los enlaces no necesita de comprobación, pero la refutación de este tipo de argumento debe ser probado.

Otro recurso usado diversas veces por profesionales de la comunicación es el *argumento de los fines y medios*, cuyo objetivo final se transforma de acuerdo con los medios disponibles, creándose las necesidades y los fines. Este argumento también es utilizado para justificar medios no muy populares para alcanzar determinado fin. Por ejemplo, defender el aumento de impuestos para generar determinados beneficios, por medio del cual se

valora el objetivo que se quiere alcanzar, procurando minimizar el medio utilizado para lograrlo.

Por su parte, el *argumento del despilfarro* consiste en clarificar que existe un medio de alcanzar determinado objetivo que no puede ser sacrificado. Este argumento también suele ser utilizado para presentar una oportunidad única, que trata en cierta manera de forzar una acción más rápida instigando el miedo en caso de no haber otra posibilidad.

El *argumento de la dirección* presenta el rumbo de la propuesta, respondiendo a la pregunta ¿adónde se quiere llegar? Sería como una garantía, una noción dada al interlocutor del objetivo final de la tesis en defensa. Podría ser también la elucidación de las propuestas electorales o de administración pública. Sin embargo, esta técnica no explica cómo se alcanzaría el objetivo. Así, adquiere la forma de promesas.

El *argumento de superación* indica que se permite exceder el límite definido por la dirección, pues se ha conseguido lograr determinado objetivo. Este recurso fue ampliamente utilizado por el presidente Luiz Inácio *Lula* da Silva, principalmente en el primer mes de gobierno. Aliado a la necesidad de autoafirmación, el presidente narra lo que ya había superado en su vida personal. De esta forma, enseñaba como ejemplo de lo que, supuestamente, podría hacer por el país.

### *Enlaces de coexistencia*

Los enlaces de *coexistencia* presentan al orador como objeto argumentativo. Sus acciones, y las del grupo que le apoyan, son tomadas como referencias para valorar y justificar los argumentos. Estos actos contribuyen a la construcción de la imagen del orador.

El *argumento de la persona y sus actos* refuerza el enlace de coexistencia con el auxilio de los valores, actitudes, realizaciones y conceptos de determinado auditorio al afirmar que la imagen del

orador está de acuerdo con lo que es importante para el público. Además de enfatizar una identificación con el interlocutor, este argumento se utiliza de las acciones del orador para calificarlo y relacionar estos hechos con las ideas defendidas. “Esta propia persona es conocida a través de sus actos, de sus manifestaciones, pues existe una solidaridad profunda de la idea que se hace de la persona y del conocimiento que se tiene del conjunto de sus actos” (Perelman 1997, 224).

La idea de “persona” presume estabilidad y las “técnicas lingüísticas contribuirán a acentuar la impresión de permanencia; la más importante es el uso del nombre propio” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 335). Los discursos que usan este recurso proponen mostrar que la persona no ha cambiado o, dependiendo de la estrategia elegida, procuran enfatizar la evolución del protagonista.

Todo lo que se considere emanación de la persona como acciones, modos de expresión, reacciones emotivas, tics involuntarios o juicios pueden considerarse actos cuya presencia no solo ayuda a solidificar la imagen, sino que produce un enlace entre pasado y futuro. “Los actos pasados y el efecto que producen llegan a adquirir una especie de consistencia [...], un activo muy estimable” (Perelman 1997, 341). El prestigio también es utilizado para indicar una relación de superioridad de la persona en relación a la otra o de un grupo a otro.

El mismo concepto aplicado por Perelman en el argumento de la relación *acto vs. persona* es defendido por Copi (1974) como siendo una argumentación *ad hominem* que puede ser analizada bajo dos parámetros, el ofensivo y el circunstancial. El ofensivo se refiere a la traducción literal de *argumentum ad hominem*: “[el] ‘argumento dirigido contra el hombre’ es aplicado cuando, en lugar de tratar de refutar la verdad de lo que se afirma, se ataca al hombre que hace la afirmación” (Copi 1974, 75).

Copi también expresa que este tipo de argumento ocurre por una transferencia psicológica. “Si puede provocarse una actitud de



desaprobación hacia una persona, esta [...] tendrá posibilidades de [...] desbordar el campo estrictamente emocional y convertirse en desacuerdo con lo que esta persona dice. Pero esta conexión es solo psicológica, no lógica” (Copi 1974, 75).

El carácter circunstancial de la argumentación *ad hominem* viene de la relación entre las convicciones del orador y del contexto con el que se relaciona. En sí no presenta ninguna verdad, solamente busca el asentimiento de opositores en ocasiones especiales. Copi evidencia que

en una discusión entre dos personas, una de ellas puede ignorar totalmente la cuestión relativa a la verdad o falsedad de sus propias afirmaciones y tratar de provocar, en cambio, que su antagonista debe aceptarlas debido a las circunstancias especiales en las que este se encuentra (Copi 1974, 76).

Del mismo modo que se quiere convencer al auditorio por medio de este recurso, la argumentación *ad hominem* también es pertinente para rechazar una conclusión citada por el adversario. En este caso, el orador puede refutar lo que el adversario dice, atribuyéndole sus conclusiones a las circunstancias, lo que las volvería insatisfactorias. Esta definición se asemeja a la que Perelman denomina como *argumento de contradicción*.

A su vez, el *argumento de autoridad* está totalmente condicionado por el *prestigio* y se relaciona con el aval de personas importantes en determinada área. En el caso de la política, se concreta en la manifestación de apoyo de otros políticos, líderes comunitarios o religiosos. Este recurso es utilizado por representantes de un grupo que emite valores y juicios a favor de lo defendido por el orador. Es innegable que cuanto más importante sea la persona, menos cuestionables serán sus palabras. Pero quien pide un apoyo declarado también se compromete, aliando su imagen a la de la persona que manifiesta su opinión.

Copi también cita el *argumentum ad verecundiam* que es la apelación a la autoridad. En el discurso político, este argumento surge como una manifestación de apoyo cuando se toma, por ejemplo, la declaración de otro político famoso con relativa credibilidad y popularidad, para garantizar la idoneidad de las propuestas. Para Copi, este argumento se considera una falacia, pues las personas declaran sin ser necesariamente competentes para eso, cuestionando “¿quién es fulano para garantizarme que la medida tal realmente es la mejor?”.

Perelman y Tyteca (1996) también piensan que el *discurso como acto del orador* es una de las formas de argumento que relacionan a la persona con sus actitudes.

El enunciado no es el mismo cuando viniendo de tal autor o de tal otro cambia de significación; no se produce una simple transferencia de valores, sino una reinterpretación de un nuevo contexto, suministrado por lo que se sabe del supuesto autor (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 362).

En el primer mes de Lula como presidente, por ejemplo, se comprobó frecuentemente una constante aproximación de los actos de su vida privada como argumento para la vida pública. Hubo un esfuerzo para seleccionar lo que podría decirse y, a partir de esta selección, se observó una exagerada promoción. “La vida del orador, en la medida en que es pública, constituye un largo preámbulo para su discurso” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 364).

A partir del momento en que el orador se presenta como integrante de algún grupo, tal hecho pasa a ser usado como argumento, porque los involucrados crean un vínculo entre los participantes, que lo cuantifican para defender determinada tesis (*argumento, grupo y sus miembros*). De igual manera, la identificación con determinada organización puede descalificar al orador. Esta caracterización puede ser usada por los adversarios para intentar provocar incompatibilidades o crear deméritos.

La simbología se convierte en una ventaja en la relación entre el orador y la imagen que se desea transmitir al auditorio. El *enlace simbólico* es considerado por el *Tratado de la argumentación* como el que más necesita del aspecto irracional si se compara con otros enlaces, como el de coexistencia o de sucesión.

Los símbolos influyen de modo innegable en los que reconocen el enlace simbólico, pero no ejercen ninguna influencia sobre los demás; son típicos de una cultura particular, pero no sirven para un auditorio universal, lo cual confirma su aspecto irracional (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 362).

#### ARGUMENTACIÓN POR EL CASO PARTICULAR

Estos argumentos parten de un caso aislado para proponer una generalización. La argumentación *por el ejemplo y la ilustración* está basada en principios comunes, porque a partir de los hechos particulares, hipotéticos o reales, se busca la comprobación de una tesis inicial.

El *ejemplo* ayuda a formular un principio general defendido. La *ilustración* intenta comprobar a través de un hecho particular una generalización ya establecida.

Mientras que el ejemplo se encarga de fundamentar la regla, la ilustración tiene como función el reforzar la adhesión a una regla conocida y admitida, proporcionando casos particulares que esclarecen el enunciado general y muestran el interés de este por la variedad de las aplicaciones posibles, aumentando su presencia en la conciencia (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 407).

El caso particular también se materializa como el ser perfecto o imperfecto como modelo a ser seguido o eliminado. Es una forma de defender lo que sería ideal y también de alejar lo que

se presenta como una amenaza. Tanto los modelos como los anti-modelos suelen apuntar, a partir de una realidad dada, hacia direcciones que puedan seguirse.

A partir de la explicación teórica general, pasaremos ahora al análisis de los discursos de Lula. De acuerdo con lo explicado en la introducción, este libro pretende ofrecer un panorama histórico-crítico sobre lo dicho por el presidente más popular de Brasil sobre la cuestión del empleo y el trabajo. Al fin y al cabo, si Lula era sindicalista y defendía a la clase trabajadora, ¿cómo actuó cuando finalmente llegó al poder máximo en la conducción del país?



## CAPÍTULO II

### EL DISCURSO DE LULA ANTES DE LA PRESIDENCIA

Cuando se trata de hacer comentarios sobre una figura pública famosa, y aún más si es sobre el presidente de la República, prácticamente todos tienen una opinión. Además, la opinión se forma con base en informaciones de fuentes diversas: desde los programas de noticias transmitidos en los medios de comunicación de masas, pasando por las noticias, análisis y rumores que circulan por internet, hasta los comentarios de familiares, amigos y conocidos. A partir del momento en que las opiniones son propagadas de forma tan mezclada, pueden terminar tornándose “rumores” donde las leyendas se van formando y, en el peor de los casos, pueden convertirse en “certezas” o “verdades”.

Entre ellos, está la afirmación de que el cambio discursivo de Lula habría ocurrido radicalmente solamente en la elección de 2002. Una de las motivaciones para investigar el discurso de Lula fue justamente averiguar si tal hecho era verdadero. Lo que constatamos, con base en la investigación desarrollada fue que los discursos de la vida política del presidente Luiz Inácio *Lula* da

Silva<sup>12</sup> siguen un proceso dividido en tres fases distintas: extrema izquierda, transición y centroizquierda. Cada una de ellas cuenta

<sup>12</sup> Al enfatizar sus orígenes, Lula busca crear proximidad con la mayoría de la población brasileña. “Hablar de mí es lo mismo que hablar sobre, quién sabe, millones de brasileños que salieron del nordeste o salieron del campo para venir a probar suerte en la gran ciudad” (Lula citado por Dantas 1981). Esto ocurrió con la familia de Lula en 1952, cuando su madre, Eurídice Ferreira de Mello, o simplemente doña Lindu, decidió dejar Garanhuns, ciudad natal del presidente en el interior de Pernambuco, con sus siete hijos. La familia viajó trece días en un bus *pau de arará*<sup>I</sup> hacia Santos, ciudad del litoral de *São Paulo*. El objetivo de doña Lindu era encontrar a su marido, Aristides Inácio da Silva y a su hijo mayor, que se habían mudado hacia cinco años. Entonces, Lula tenía siete años. Al llegar a *São Paulo* se enteran de que el padre había constituido otra familia. Durante algún tiempo, Aristides se reparte entre las dos familias e, impulsado por la bebida, cultiva los malos tratos a Lula y a sus hermanos. Tal hecho lleva a doña Lindu a decidirse por separarse de su marido y ocuparse sola de la crianza de sus hijos. En 1956, la familia se muda a *São Paulo* y pasa a vivir en la parte de atrás de un bar, todos en una única habitación. “Mis tres hermanos mayores ya trabajaban, mientras yo y Frei Chico<sup>II</sup> vendíamos naranjas, tapioca y cacahuates” (Lula citado por Paraná 2003, 54). Lula empezó a estudiar a los 10 años y fue alfabetizado en el colegio Grupo Escolar Marçílio Dias, cursando hasta el quinto año. Con 12 años, consiguió su primero empleo en una tintorería. Posteriormente, trabajó como limpiabotas y *office boy*. A los 14 años, después de estudiar en el SENAI,<sup>III</sup> se hizo metalúrgico y tuvo su “*carteira de trabalho*”<sup>VI</sup> firmada por primera vez. “Para un joven pobre como yo, el Senai era todo lo que yo soñaba en la vida. ¡Aprender una profesión! [...] Pasé a ganar un poco más que un salario mínimo. Yo era el orgullo de la familia” (Lula en Paraná 2003, 75). En este período, comenzó a trabajar en una fábrica de tornillos como aprendiz de tornero mecánico. En 1964, ya en otra metalúrgica, sufre un accidente de trabajo y es cuando pierde su dedo meñique de la mano izquierda en una prensa. En 1966 se queda en el desempleo por seis meses, hasta conseguir un puesto en la empresa Villares, donde inicia su vida sindical.

I. N. de la T: El llamado bus *pau de arará* es un medio de transporte ilegal, pero todavía utilizado en el nordeste de Brasil. Son buses o todo terrenos adaptados para transportar a pasajeros de pocos recursos y caracterizados por no ofrecer ninguna medida de seguridad.

II. N. de la T: *Frei Chico* es el apodo del hermano de Lula, José Ferreira de Melo.

III. N. de la T: El Senai (esp. Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial) es una institución privada brasileña de interés público y sin fines lucrativos, que proporciona cursos de formación profesional de aprendizaje industrial para la industria brasileña.

VI. N. de la T: Es una especie de libreta donde se apuntan los datos de los trabajos que se ejercen. Es un documento obligatorio en Brasil para quien presta servicio profesional, o sea, todos los trabajadores. En el documento se reproduce, esclarece y comprueban datos sobre la vida laboral del trabajador.

con características específicas. Para llegar a estas clasificaciones se recorrió un largo camino: una investigación documental y bibliográfica sobre Lula, desde el sindicalismo (al final de la década de los sesenta), la fundación del Partido de los Trabajadores (1980), de Lula como diputado federal (década de los ochenta) y, finalmente, como candidato a la presidencia de la República en 1989, 1994, 1998, 2002 y 2006. Además, analizamos todos los discursos del presidente durante el primer año de gobierno, en 2003. Con ello, de todo el período, investigamos y conseguimos muestras relevantes para conducirnos a las conclusiones que aquí se encuentran. Puesto que el *corpus* era muy extenso, optamos por analizar concretamente qué decía Lula sobre la cuestión del trabajo y el empleo. El tema elegido también nos auxilió en la clasificación de las fases del discurso del presidente.

1. Fase de extrema izquierda: sindicalismo (1968 a 1980); fundación del Partido de los Trabajadores; diputado federal (1986) y disputa en la elección presidencial (1989).

En la fase de extrema izquierda encontramos al sindicalista, al diputado federal y al candidato a la presidencia de la República en 1989, cuyo discurso era contra el capitalismo, contra el Gobierno y a favor de la libertad de expresión. Era el líder “barbudo” de los metalúrgicos, inicialmente, y luego el representante del Partido de los Trabajadores.

2. Fase de transición: gobierno paralelo, Caravanas de la Ciudadanía<sup>13</sup> y candidatura a las elecciones presidenciales de 1994 y 1998.

<sup>13</sup> N. de la T: Se refiere a la idea, lanzada por Lula a principios de 1993, de recorrer el interior de Brasil para conocer de cerca la realidad y los problemas del pueblo brasileño. En las seis expediciones realizadas por Lula llega a recorrer más de 30,000 km y a visitar 26 estados y más de 400 ciudades del interior de Brasil.



En lo que denominamos fase de transición están el líder del PT y el candidato derrotado por el Plan Real<sup>14</sup> en dos elecciones presidenciales, en 1994 y 1998. En esta fase hay un intento de reformular su posición y su imagen con el uso de un discurso más conciliador y ameno, así como el inicio, por parte del Partido de los Trabajadores, de una ampliación del diálogo y de asociados.

3. Fase de centro-izquierda: elección a la presidencia de la República en 2002, pronunciamientos oficiales en cuanto presidente de la República y campaña de reelección en 2006.

En la fase de centro está el resultado del proceso de maduración vivido durante más de una década, tanto por el candidato como por el partido. Es cuando se divulga, en julio de 2002, la Carta al Pueblo Brasileño, un conjunto de principios que regirán el gobierno Lula y que explicitan la aproximación a la socialdemocracia. Como consecuencia, la imagen reformulada y refinada del candidato, aliada a una forma más suave de expresión, acaba marcando la llegada del Partido de los Trabajadores a la Presidencia de la República.

#### FASE 1: EXTREMA IZQUIERDA

Los registros de los discursos de Lula como líder sindical son bastante escasos. La documentación se inicia tras la fundación del Partido de los Trabajadores y fue rescatada y organizada por

<sup>14</sup> N. de la T: Programa de estabilización económica realizada en 1994 (gobierno de Itamar Franco), que instituye la URV (esp. Unidad Real de Valor), estableciendo reglas de conversión y uso de valores monetarios que determinan el lanzamiento de una nueva moneda, el real. El programa tenía como objetivo principal controlar la hiperinflación que asolaba el país. La idealización del proyecto, la elaboración de medidas del gobierno y la ejecución de las reformas económicas y monetarias fue encabezada por el entonces ministro de Hacienda Fernando Henrique Cardoso.

la Fundación Perseu Abramo a partir de 1996. De esta forma, utilizamos para el análisis, principalmente, los libros de Dantas (1981) y de Paraná (2003), en los cuales se encuentran transcripciones de los discursos del presidente.

La entrada de Lula en el movimiento sindical ocurrió más o menos por casualidad. Lula cuenta que en su familia había prejuicios contra los sindicalistas. Sin embargo, su hermano Frei Chico no compartía esa opinión y era un activista integralmente activo dentro del movimiento. En 1968, cuando trabajaba en la empresa Villares, Lula es invitado por su hermano a participar en una asamblea del sindicato. A partir de entonces se asocia y en el mismo año se integra a una lista electoral que concurriría a las próximas elecciones. “No entré por conciencia, entré por convencimiento. Entré porque no tuve argumentos para decir no” (Lula citado por Dantas 1981, 20). Así, el primer cargo que Lula ejerció fue de suplente en el Sindicato de los Metalúrgicos de São Bernardo do Campo y Diadema.

Al entrar en el sindicato me enfrenté con un hecho muy gracioso: uno sale del campo teórico y entra en el campo práctico. Cuando la gente no es del sindicato, siempre responsabiliza a los directivos de no solucionar los problemas (Lula citado por Dantas 1981, 20).

El período entre 1968 y 1972, aproximadamente, puede ser considerado un momento de constatación para Lula de lo que era el movimiento sindical.

Empecé a percibir que había una divergencia muy seria en la dirección. Un grupo enfrentado con el otro. Entonces me alejé, me acuerdo que estuve unos cuatro meses sin frecuentar el sindicato, desanimado con la discusión. El peón pasando penurias dentro de la fábrica, el tipo pasando necesidad, trabajando en las peores condiciones posibles y la dirección discutiendo sobre quién se había marchado con el coche la otra noche, que quien fue no tenía que haber

ido o por qué el otro llevaba el pelo largo... ¿sabes? Con todo eso yo paré (Lula citado por Dantas 1981, 22).

La estructura argumentativa demuestra la incompatibilidad del ambiente sindical. Por lo tanto, Lula mostraba que había una distancia entre lo que debería ser discutido en el sindicato y lo que, de hecho, se hacía. Se constataba, por la informalidad, la indignación del entonces iniciante en la política. “El *peón* pasando penurias dentro de la fábrica, el tipo pasando necesidad, trabajando en las peores condiciones posibles.” Tal vez se pueda creer con cierta ingenuidad en el Lula de aquella época. Por enfrentarse al desconocido mundo sindical, creía que el sindicato debería ser en la práctica lo que se esperaba en la teoría: una entidad comprometida y preocupada con la mejoría de vida de los trabajadores representados.

La promulgación del AI-5<sup>15</sup> desarticuló las formas de resistencia política y la lucha sindical. La decepción y la indignación de Lula con la desarticulación de la clase fueron hilos propulsores para lo que fue llamado “nuevo sindicalismo”, cuando el sindicato comparecía a las puertas de las fábricas junto al trabajador.

O hacemos una propuesta mejor para la clase o no hay razón por la que hagamos oposición. Tendremos que ganar las elecciones haciendo una propuesta mucho más objetiva junto a la clase (Lula citado por Dantas 1981, 23).

<sup>15</sup> N. de la T: Los Actos Institucionales fueron una serie de decretos emitidos en los años tras el golpe militar de 1964 en Brasil. Fueron mecanismos de legitimación y legalización de acciones políticas de los militares, estableciéndoles poderes extraconstitucionales. El Acto Institucional N.º 5 entra en vigor el 13 de diciembre de 1968 e incluía la prohibición de manifestaciones de naturaleza política, además de vetar el *habeas corpus*. También concedía al presidente de la república poderes como cerrar el Congreso Nacional, cesar, retirar o jubilar a cualesquiera funcionarios, a revocar o suspender mandatos por 10 años y derechos políticos de cualquier persona, decretar estado de sitio, juzgar crímenes políticos en tribunales militares, etc.

Se observa que la argumentación ofrece implícitamente la posibilidad de adhesión de la clase al presentarse una propuesta convincente. Esto significa argumentar a favor de la probabilidad aunque no se presenten datos estadísticos que comprueben la tesis.

Por el hecho de que la oposición estaba desarticulada y de no haber posibilidad de otra candidatura, Lula acaba elegido primer secretario en 1972. Sin competencia, el grupo permaneció al mando del Sindicato de los Metalúrgicos de São Bernardo do Campo.

Yo no tenía proyectado hacer carrera sindical. La verdad es la siguiente, [la] política es como una buena *cachaza*: te tomas el primer trago y ya no hay manera de pararte, solo cuando se seca la botella (Lula citado por Dantas 1981, 23).

Aquí se ejemplifica una de las principales características de la estructura argumentativa de los discursos de Lula, el uso frecuente de las comparaciones. Al comparar la política con la *cachaza*, el orador puede estar refiriéndose a la primera tanto como un placer como un vicio. Las comparaciones utilizadas siempre pretenden acercar al público la idea propuesta aplicando un tono didáctico al asunto.

En los años que van de 1975 a 1978, Lula concurre como presidente del Sindicato y en ambas elecciones no hubo oposición. En la primera fue elegido presidente con el 92% de los votos, pasando a representar 100 mil trabajadores. En esta época, y en la siguiente elección, Lula ya se destacaba como elemento conciliador. Como él mismo enfatizó, en el sindicalismo “yo siempre utilizaba como método decir palabras que sirvieran de incentivo” (Lula en Paraná 2003, 81).

En plena dictadura militar, el sindicalismo tenía como meta alcanzar, además de los derechos de los trabajadores, la libertad de expresión. En la ceremonia de posesión como presidente del Sindicato por primera vez comparecen cerca de 10 mil personas,

entre ellas autoridades públicas, representantes del Ejército y del Gobierno Federal, junto al de los estados y municipios. En esta ocasión, Lula se enfrentó al por vez primera micrófono. “Mi discurso de posesión fue leer un documento (fue mi único discurso por escrito), pero no lo conseguía, ¡temblaba tanto!...” (Lula citado por Dantas 1981, 27). Los discursos, redactados por un asesor, eran aprobados por la directiva. Abajo, la parte transcrita del discurso de posesión retoma la cuestión política como prioritaria, reflejando la preocupación por encontrar una forma de conciliar la libertad de expresión con la calidad de vida razonable.

El momento de la historia que estamos viviendo se presenta, a pesar de los desmentidos en contra, como uno de los más negros para los destinos individuales y colectivos del ser humano. De un lado, vemos a un hombre aplastado por el Estado, esclavizado por la ideología marxista, tullido en sus más elementales ideales de libertad, limitado en su capacidad de pensar y manifestarse. Y en el reverso de la situación encontramos a un hombre esclavizado por el poder económico, explotado por otros hombres, privado de la dignidad que el trabajo proporciona, apenado por la fiebre del lucro, urgido al ritmo loco de la producción, condicionado por leyes bonitas, pero inaplicables, equiparado a las máquinas y herramientas (Lula citado por Paraná 2003, 119).

Interesante contemplar arriba la diferencia entre algunos términos utilizados con las demás elecciones sintácticas en otros pronunciamientos. Queda evidente la “mano” de otra persona en la construcción de este discurso, porque expresiones como *elementales*, *apenado* y *urgido* probablemente no componen el vocabulario usado en la oralidad por Lula ahora, y mucho menos en aquella época.

La formación discursiva fue articulada en la impersonalidad y en la constatación de las oposiciones con el sistema político-económico mundial. ¿Cómo definir a un sujeto de esta acción

cuando se habla en nombre de una institución y con la materialidad en primera persona del plural? “De un lado vemos a un hombre aplastado por el Estado. [...]. Y en el reverso de la situación encontramos a un hombre esclavizado por el poder económico”. La FD presupone en primer lugar un acuerdo entre el orador y el auditorio en *nosotros vemos, nosotros encontramos*. Luego, apunta también hacia las formaciones ideológicas presentes.

Yo era un dirigente sindical común, tenía miedo de ir a la cárcel, pensaba en mi familia, pensaba que para hacer sindicalismo no hacía falta mucha cosa. A partir de la detención de mi hermano fue cuando perdí el miedo. Si luchar por lo que él luchó fue motivo para ser preso y torturado, entonces habría que detener y torturar a mucha gente. [...]. Fue muy bueno porque me despertó una conciencia de clase muy grande (Lula en Paraná 2003, 29).

Como se puede percibir, se aplica la argumentación por enlace de coexistencia, cuando la interacción entre la persona y sus actos representa la fuerza argumentativa y se construye con base en defensa de las ideas en la persona del orador. La declaración de Lula, repleta de valores humanitarios, refuerza la proposición final “despertó una conciencia de clase muy grande”. Se nota que este momento fue decisivo para el proceso de creación de una ideología que correspondiese a la lucha de aquellas clases emergentes. Así se inició el proceso de maduración, que culminó con la formación del Partido de los Trabajadores.

Queríamos demostrar a los trabajadores que, aunque nosotros no hiciéramos nada, aquello que el presidente decretase lo recibiríamos nosotros. Y solo existía una forma de que pudiéramos cambiar, que el peón parara la máquina (Lula citado por Dantas 1981, 36).

Las campañas por las huelgas eran promovidas por dirigentes y por colaboradores infiltrados en las fábricas. Los boletines del

sindicato alegaban que las huelgas ocurrían de forma espontánea, sin intenciones políticas, y que no habían sido fomentadas por la directiva sindical.

Esta fue una gran decisión que nosotros tomamos: o asumimos la huelga y ponemos a todo el aparato represivo encima de nosotros para venir e intervenir en el Sindicato y todo lo demás o asumimos que es algo espontáneo y que el Sindicato corre detrás de lo que en cada huelga suceda... La verdad, no existe movimiento espontáneo. Esto de decir que hubo movimiento espontáneo es cosa de pseudointelectual de izquierda. Es imaginar que las masas pueden por sí solas, como en un milagro, hacer que todo el mundo piense igual y decida hacer lo mismo (Lula citado por Paraná 2003, 134).

El principal argumento aquí es que, para evitar daños mayores como la intervención sindical, la responsabilidad de la acción recae sobre los trabajadores. El orador manifiesta que sería inviable una actitud espontánea por parte de los operarios, pero divulgar este posicionamiento refrenaría una incompatibilidad con el gobierno opositor.

El carácter estratégico del movimiento queda explícito en la parte “para esquivar la represión militar los medios de comunicación disuaden las acciones”. Por otro lado, el carácter crítico de Lula se refuerza al afirmar que el “movimiento espontáneo es cosa de pseudointelectual de izquierda”. Queda implícita la naturaleza de la formación ideológica del movimiento que se haría en las calles con la conducción de las masas. Al defender la imposibilidad de un movimiento espontáneo y un pensamiento común entre las masas, el entonces sindicalista legitimaba su propia acción. Justificaba sus actos de incitar la acción de las masas y consagró la figura de líder como el responsable, implícitamente, por la dirección de estas personas, pues sería el sabedor de la verdad, dotado de un cierto heroísmo.

A pesar del intento de burlar el sistema, los sindicatos se sometieron a la intervención gubernamental y Lula también fue apartado. Después de su regreso, el primer boletín, *Unidade Sindical*,<sup>16</sup> (São Paulo, 26 de marzo de 1979, núm. 0) estampaba en la portada una foto de Lula en las asambleas en el estadio *Vila Euclides* con el texto en letras grandes: “Él ha vuelto. ¡Sigue la huelga! Trabajador unido jamás será vencido”. En las páginas internas, las orientaciones sobre la huelga y un reportaje relativo al retorno del presidente del Sindicato: “El movimiento sigue, pacífico y ordenado. Si nosotros volvemos a trabajar ahora, jamás levantaremos cabeza”, determinó Lula en la noticia publicada. En este enunciado se constata el argumento del despilfarro, pues el orador destaca el carácter de unidad de aquel momento. En el año siguiente sucedió la huelga de los 41 días, cuando Lula fue detenido junto con otros líderes sindicales. Incluso con el arresto se conmemoró el 1 de mayo con una misa en la iglesia matriz, ya que el Gobierno prohibió cualquier otra manifestación. La ciudad “amaneció con las vías de acceso y espacios públicos, donde eran realizadas las asambleas, totalmente ocupados por fuerzas policiales” (Oliva 1987, 197).

El autor también relata que, tras la misa, había aproximadamente 150 mil personas fuera de la iglesia. La policía retrocedió y los manifestantes siguieron en comitiva hasta el estadio de Vila Euclides. Con el fin de la huelga, Lula y los demás dirigentes fueron puestos en libertad. Como resultado positivo, el movimiento obtuvo la referencia política consolidada por los líderes sindicales.

Al estar en libertad, Lula declaró:

Vamos a seguir peleando, primero, por el restablecimiento de la democracia de este país y voy a seguir peleando para que los trabajadores conquisten aquello que reivindicaron y que ni el Gobierno ni los empresarios entendieron en absoluto (Lula 1980).

<sup>16</sup> Reproducido en: (Oliva 1987).



En un primero momento, se observa que el uso del verbo en primera persona del plural, indicando la adhesión de otros integrantes al grupo representado por el entonces metalúrgico. Luego, el autor asume postura de líder cuando afirma “voy a seguir peleando”, expresión que ejemplifica el argumento de persona vs. actos. Esta categoría de argumento es comúnmente utilizada para reforzar el carácter del orador. Cuando se pasa del conocimiento de los actos anteriores a las consideraciones sobre los actos futuros, el papel de la persona es importante, pero esta solo interviene como un eslabón privilegiado dentro del conjunto de los hechos invocados (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 343).

La informalidad discursiva apunta hacia las condiciones de producción y a la indignación del locutor: “ni el Gobierno ni los empresarios entendieron en absoluto”. El hecho de ser la primera entrevista tras la prisión, el contexto político y económico nacional y la representatividad de clase imprimieron más fuerza a las palabras.

### *Creación del Partido de los Trabajadores*

“Cuando empezamos a crear el PT, en este momento es cuando empezó a haber un divisor de aguas en este país” (Lula citado por Paraná 2003, 139).

En 1978, Lula había señalado la intención de formar un partido político durante el Congreso de los Petroleros en Salvador, estado de Bahía. Otra versión citada en el libro *Partido de los Trabajadores: trayectoria de los orígenes a la victoria de Lula*, argumentaba que la decisión de formar un partido fue tomada durante el XI Congreso de los Metalúrgicos de São Paulo realizado en la ciudad de Lins, en 1979. En octubre del mismo año, el movimiento, que podría ser llamado de pro fundación del partido, aprobó la primera manifestación política del grupo.

El movimiento por el Partido de los Trabajadores no desea, por lo tanto, solamente proponer soluciones provisionales e inmediatas a las masas trabajadoras sino, antes, crear las condiciones para una lucha de medio y largo plazo por la democratización real de la sociedad y no solamente de las actuales instituciones políticas. El PT lucha para que el poder económico y el poder político lleguen a ser ejercidos directamente por los trabajadores. Única manera de poner fin a la explotación y a la opresión (Vieira y Fortes 2003, 23).

El documento, conocido como *La tesis de Santo André-Lins*,<sup>17</sup> expresa con claridad la ideología de la época. Contextualizaba las causas de la lucha de aquellas clases, que eran el anticapitalismo y la antidictadura militar. La justificación de la creación de un partido político estaba vinculada a estos dos factores.

Mientras esté bajo cualquier tipo de gobierno de patronos, la lucha por mejores salarios, por condiciones dignas de vida y de trabajo justas para quien construye todas las riquezas que existen en este país, estará puesta en el orden del día la lucha política y la necesidad de la conquista del poder político. [...]. El MDB,<sup>18</sup> hoy, es el único partido legal de la oposición en Brasil, pero por su composición heterogénea no puede cumplir este papel. Por lo tanto, se combina la necesidad de la construcción de independencia política de los trabajadores con la necesidad de un instrumento de lucha del poder político (Partido de los Trabajadores 1998, 47).

La formación ideológica está presente en varias formaciones discursivas. Como se ve en la cita anterior, las condiciones de

<sup>17</sup> Documento escrito por el Movimiento por el Partido de los Trabajadores, divulgado el 13 de octubre de 1979.

<sup>18</sup> N. de la T: El Movimiento Democrático Brasileño (MDB) fue un partido político fundado el 24 de marzo de 1966 durante la dictadura en un momento de obligado bipartidismo. Desaparece el 27 de noviembre de 1979 junto con el sistema bipartidista, pero es refundado en el mismo año como Partido de Movimiento Democrático Brasileño (PMDB) y se encuentra hasta hoy entre los mayores partidos de Brasil.

producción —encuentro de clases, ideas partidistas fomentadas en 15 años de régimen de excepción— articulan las formaciones discursivas. Tanto en el primero como en el segundo segmento aparece la concepción de que únicamente un partido político, fundado legalmente en la estructura democrática del país, sería la solución para la lucha de clases. En este encuentro se deliberó que el Partido de los Trabajadores sería un partido sin patronos, solamente regido por la democracia interna.

En el 1 de mayo de aquel mismo año, la comisión nacional provisional lanzó la primera Carta de Principios, dividida en tres núcleos elementales del Partido. A pesar de no haber recibido ninguna denominación específica, a título de sistematización los clasificamos a partir de ahora como:

1. régimen militar y articulación del movimiento pro Partido de los Trabajadores (condiciones de producción);
2. insuficiencia representativa del MDB;
3. organización ideológica del Partido de los Trabajadores.

En este contexto, en el año de 1979, Lula profirió varios discursos en las asambleas sindicales de la *Vila Euclides*, delante de millares de operarios. Entre los temas debatidos se destaca la parte a la que haría referencia durante la campaña electoral a la presidencia en 2002. “El día de hoy es una demostración de que, si hay algo que cambiar en este país, se lo hará a partir de los metalúrgicos del ABC”<sup>19</sup> (Lula 1979).<sup>20</sup> El carácter de unión del conjunto de individuos es señalado por Perelman y Tyteca 1996, 368) como un recurso eficaz para introducir conceptos y valores. “El orador no insiste en la valoración implícita de parte de los oyentes de todos

<sup>19</sup> N. de la T: Se denomina ABC a una región formada por siete municipios de la región metropolitana de São Paulo: Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires y Rio Grande da Serra. El ABC fue el primer centro de la industria automotriz de Brasil.

<sup>20</sup> Transcripción de *Lula, el presidente. Trayectoria de un vencedor*. [DVD]. Radio y Televisión Bandeirantes Ltda [Productores]. 2002.

los que pertenecen al grupo en cuestión; en la medida en que la valoración parece evidente, actúa de la mejor forma posible:

La burguesía brasileña es un poco hipócrita. Admite que el trabajador hasta sepa reivindicar, pero no admite que la clase trabajadora se organice políticamente (Lula citado por Paraná 2003, 139).

Nos podemos arriesgar a decir que en este contexto empieza, no únicamente el destaque de Lula como líder de la izquierda partidaria, sino que también se termina la supuesta relación con la prensa. Cabe recordar que esta relación existía porque todavía estaba en vigor la censura y había una unanimidad en cuanto a la necesidad de expresión ya que varias clases sociales luchaban por el derecho a la libertad.

La prensa me ayudó mucho hasta ese período, hasta 1980. Porque la prensa veía en Lula un cierto instrumento para un objetivo que no era solamente el nuestro: era de la clase empresarial brasileña, que también quería las libertades democráticas. Hubo manifestaciones de varios empresarios [por la democracia], hubo manifestaciones de varios intelectuales. Entonces, en aquel tiempo yo era “apolítico”. Todo lo que a un periódico conservador le gusta es un dirigente apolítico [sic] (Lula citado por Paraná 2003, 139).

Lula, como un símbolo, ya era descrito por el propio Lula. A pesar de sentirse como un instrumento en época de un régimen de excepción, la repercusión de sus acciones fue de suma importancia para su consolidación como personaje histórico en Brasil. El discurso apunta una cadena argumentativa que inicia con el simbolismo y su respectiva utilización. Y respalda la lucha citando a otras dos corrientes influyentes en la sociedad, referentes a los empresarios e intelectuales. Esto, como si en un momento dado las tres clases estuviesen unidas por la misma causa: el regreso de la democracia.

El 10 de febrero de 1980, Lula participa de la fundación del PT,<sup>21</sup> juntamente con otros sindicalistas, intelectuales, políticos y representantes de movimientos sociales como liderazgos rurales y religiosos. En aquel momento, el partido era liderado por una comisión provisional, encabezada por Jacó Bitrar, entonces presidente del Sindicato de los Petroleros de Campinas (São Paulo). Otros 16 integrantes estaban en la comisión, incluso Luiz Inácio da Silva, en la época presidente del Sindicato de los Metalúrgicos de São Bernardo do Campo, en São Paulo.<sup>22</sup>

Para ilustrar el período, tomamos como referencia el discurso pronunciado por Luiz Inácio durante la primera convención nacional del PT, en 1981, cuando estuvieron presentes en el evento aproximadamente 1,200 militantes. En el transcurso del acontecimiento se aprobaron el estatuto y el programa y también fue elegido el primer directorio nacional. En esta ocasión, Lula recordó que durante la formación del partido se montaron 327 comisiones municipales, lo que rentabilizó hasta la fecha de la primera convención un número aproximado de 300 mil afiliados en todo el país. “El Partido de los Trabajadores nació de aquellos que nunca tuvieron vez y voz<sup>23</sup> en la sociedad brasileña” (Lula citado por Dantas 1981, 104), afirmó en el pronunciamiento realizado en el evento.

Sin embargo, en el mismo discurso Lula defiende principios marxistas, blanco de críticas principalmente por la suposición de que el modelo sería copiado de otros países comunistas. “Queremos cambiar la relación entre capital y trabajo. Queremos que los trabajadores sean dueños de los medios de producción y

<sup>21</sup> El Partido fue oficialmente fundado en febrero de 1980 por el Acto Nacional de Lanzamiento del Partido de los Trabajadores, realizado en el colegio Sion, en São Paulo.

<sup>22</sup> De acuerdo con el periódico *Folha de São Paulo*, de los primeros cuadros de la dirección del Partido, solamente dos nombres permanecen en el PT actualmente. Uno de ellos es Djalma Bom, alejado de las principales actividades partidarias. El otro es justamente Luiz Inácio Lula da Silva. (<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2002/governolula/presidente.shtml>).

<sup>23</sup> Id est, oportunidad y voz (oportunidad de hacer y hablar).

de los frutos de su trabajo. Y esto solo se consigue con la política” (Lula citado por Dantas 1981, 107).

Afirmaciones como estas pueden haber influido en la construcción de la imagen equivocada del PT, como si fuera un partido comunista porque demuestran la organización ideológica de una clase emergente, buscando a la sustitución de la clase dominante.

El aspecto característico de los discursos de Lula aparecía con propiedad en esta ocasión con la presencia de metáforas y analogías. Con el objetivo de reforzar las posiciones defendidas y quizás simplificar la defensa de sus ideas, utilizó varias comparaciones. “La verdad es esta compañeros: nuestro Partido está ahí, un niño al que nadie, además de nosotros, ansiaba; un niño que nació en contra de la incredulidad, de la desesperanza y del miedo” (Lula citado por Dantas 1981, 104).

Incluso se puede contemplar la similitud con el eslogan “La esperanza venció al miedo”, difundido en la campaña presidencial de 2002. Ya en 1980, Lula argumentaba que el PT era la esperanza y que las corrientes contrarias serían el miedo, utilizando valores fundamentales para la humanidad: la creencia, la fe, la certeza, en contrapartida a la acomodación y la inseguridad. Con las expresiones *esperanza* y *miedo* se obtiene la caracterización de dos sentimientos opuestos que completan la esencia humana. Lula, personificando la esperanza, se convierte en un símbolo de este valor, mientras los opositores, sean personas o sistemas, también adquieren el *status* de símbolo al encarnar el miedo. Con el discurso se produce un enlace entre la figura pública de Lula y un valor inherente a la población, o sea, Lula pasa a representar la fe del público en la realización de las propuestas del Partido para llevar a efecto una vida mejor.

Así se instauró el simbolismo atribuido a la figura de Lula como representante, con pasado difícil y valores nobles, que personificaba la esperanza de una nación. Es importante resaltar que estas características eran necesarias para la creación de la figura del héroe.

La hazaña del héroe empieza con alguien a quien le han quitado algo, o que siente que falta algo a la experiencia normal disponible y permitida a los miembros de su sociedad. Esta persona entonces emprende una serie de aventuras más allá de lo ordinario, ya sea para recuperar algo de lo perdido o para descubrir algún elixir que da vida (Campbell y Moyers 1993, 131).

Los autores (1993) refuerzan que el héroe es quien consigue superar las propias limitaciones y sobrepasar los límites posibles de las condiciones históricas y personales de manera extraordinaria. Sin embargo, la figura de Lula como héroe necesitaba de la consolidación entre las masas, lo que solo es posible actualmente por medio de la cultura mediática. Por este motivo, el mismo Lula reconoce en cita ya mencionada que “la prensa veía en Lula un cierto instrumento para un objetivo que no era solamente el nuestro: era de la clase empresarial brasileña que también quería las libertades democráticas [...]”. Independientemente de los tópicos abordados en el transcurso de sus fases discursivas, Lula a menudo refuerza esta imagen macro de heroísmo. Lo que se modifica es el énfasis en relación al público al ser “salvado”, que en el paso de la trayectoria política se fue ampliando.

En el momento histórico ahora analizado, los actos heroicos están vinculados con la lucha de una clase emergente y perteneciente a las minorías, representadas por la acción política. Hasta entonces, a la clase trabajadora brasileña se la veía como inofensiva por no estar involucrada en cuestiones políticas (a excepción de algunos sindicatos de categorías específica), pero con la llegada de un partido representante fue vista como una amenaza para el sistema. Sin esta dificultad, difícilmente Lula se consolidaría como un verdadero héroe. En suma, quizás hasta para él sería interesante la manutención del sistema.

El Partido de los Trabajadores es una innovación histórica en este país. Es una innovación en la vida política y en la historia de la iz-

quiera también. Es un partido que surge del impulso de los movimientos de masas, que surge de las huelgas y de las luchas populares en todo el Brasil. Es un partido que surge de la conciencia que los trabajadores conquistaron tras muchas décadas de ejercer de masa de maniobra de los políticos de la burguesía y de haber escuchado cantinelas de pretendidos partidos de vanguardia de la clase obrera. Solo los trabajadores pueden conquistar aquello a lo que tienen derecho. Nadie nunca nos ha dado, nadie nunca nos dará nada gratis (Lula citado en Dantas 1981, 106).

Para presentarse como líder de este público, Lula se integra con el oyente —“nadie nunca nos ha dado”—, al mismo tiempo que defiende sus argumentos hablando desde fuera de la clase —“solo los trabajadores pueden conquistar”—. Los aspectos de la formación ideológica son reforzados por diversas expresiones como *partido*, *vanguardia*, *conciencia*, *masa* y *clase*, *trabajadores* y *burguesía*. Constátase el combate contra el elitismo y la relación de lucha entre las clases, regidas por el sistema económico.

El recorte ideológico se construye en el interior de la formación discursiva, delineándose y reforzando concepciones fundamentadas en el socialismo. Estas ideas son explicitadas cuando el orador defiende una lucha igualitaria de clases, la reformulación del modelo económico y cuando predica literalmente la aplicación del socialismo. “[...] lo sentimos en la piel y queremos con todas la fuerzas una sociedad que, como dice nuestro programa, tendrá que ser una sociedad sin explotados y sin explotadores. ¿Qué sociedad es esta sino una sociedad socialista?” (Lula citado por Dantas 1981, 119).

La fuerza de expresión retórica se manifiesta en la entonación con que realza “lo sentimos en la piel” (argumentación de superación y requisito fundamental para la construcción de la figura del héroe), “con todas las fuerzas” y la pregunta final, típica del modelo retórico para introducir las respuestas articuladas. El discurso



socialista interpela a este sujeto al afirmar el deseo de una sociedad sin explotados y sin explotadores.

Poco después, añade:

Sabemos que caminamos hacia el socialismo, hacia el tipo de socialismo que nos conviene. Sabemos que no nos conviene ni está en nuestro horizonte adoptar la idea del socialismo para buscar medidas paliativas a los males sociales causados por el capitalismo o para administrar la crisis en que este sistema económico se encuentra. También sabemos que un socialismo burocrático [...] atiende más a las nuevas castas de tecnócratas y de privilegiados que a los trabajadores y al pueblo (Lula citado por Dantas 1981, 119).

El discurso trae marcas implícitas, que argumentan a favor de un nuevo socialismo, o sea, un modelo que pueda adaptarse a las supuestas necesidades de los representados. El orador se adhiere a un determinado modelo 'x' e invalida los demás 'y' y 'z', argumentando por la exclusión de las demás alternativas; al fin y al cabo, no deja explícito cuál sería el "socialismo que nos conviene". Como afirma Chauí (1984) al presentar las tres fases de consolidación de la ideología, en un primer momento los líderes de la clase en ascenso establecen un sistema de ideas que, en segunda instancia, pasan a ser compartidos por el grupo como las soluciones a las relaciones de dominación para, por último, tras la victoria de la clase emergente, mantenerse la ideología sedimentada, aunque con la conciencia de los nuevos dominantes y dominados de que se repite el sistema anterior.

Esto significa que, aun cuando los intereses anteriores, que eran intereses de todos los no dominantes, son *negados* por la realidad de la nueva dominación —esto es, la nueva dominación convierte los intereses de la clase emergente en intereses particulares de la clase dominante y, por tanto, niega la posibilidad de que se realicen como intereses de toda la sociedad—, tal negación no impide que las ideas

y valores anteriores a la dominación permanezcan como algo verdadero para los dominados (Chauí 1984, 109).

Las prioridades señaladas configuran la situación histórica y social. En primer lugar, la lucha de clases por la igualdad de oportunidades: “El Partido de los Trabajadores nació de aquellos que nunca tuvieron vez y voz en la sociedad brasileña” (Lula en Dantas 1981, 104). Luego, la cuestión del empleo está en el núcleo de la argumentación, pues el orador defiende una clase que vende su fuerza de trabajo a una clase dominante.

La economía actual se orienta por las fluctuaciones del mercado y no por las necesidades de la nación. Este modelo capitalista es esencialmente perverso y no creemos que pueda ser remediado. Pero no podemos esperar el cambio del sistema mientras los desempleados engrosan el contingente de delincuentes, prostitutas, de parias sociales. Tenemos que luchar agresivamente por más empleos, por la estabilidad en el empleo, por el *salario-desempleo*, por el salario mínimo real unificado. Y un pequeño, pero importante paso en esta lucha será dado en el próximo día 1 de octubre, día nacional de Lucha, cuando iremos a las calles a manifestar nuestro descontento y nuestras reivindicaciones más urgentes (Lula citado por Dantas 1981, 110-111).

Aunque compone uno de los elementos centrales de la historia de los discursos del presidente de la República, se perciben alteraciones en cuanto a la forma de encarar la cuestión empleo. Las condiciones de producción se presentan en el momento histórico caracterizado por el sindicalismo y una postura más contestadora de la izquierda brasileña, que refleja elementos de la formación discursiva: “Tenemos que luchar agresivamente por más empleos”. En aquella época había respaldo para que el discurso sonase con este espíritu “guerrillero”. Una actitud conciliadora sería entendida como un consenso entre dominados y dominantes.

La necesidad de afirmar que la lucha debería ser agresiva, con derecho a manifestaciones y piquetes, establecía un acuerdo con los dominados que entendía la fuerza de este líder como una manifestación de su propia fuerza e indignación.

Esta llamada emocional se contempla incluso en las afirmaciones en relación a la estabilidad en el empleo, por el *salario-desempleo*, por el salario mínimo real unificado. Los tópicos tan solo exponen la aplicación del argumento de fines y medios. Los fines, representados por las reivindicaciones, legitiman el medio que se materializa en la manifestación popular. La verdad, parece que las reivindicaciones justificarían los actos públicos divulgadores del Partido de los Trabajadores como un nuevo liderazgo. Ninguna medida lógica, racional, fue presentada y los argumentos estaban basados exclusivamente en la emoción, en la pasión humana por la libertad y por la necesidad de ser escuchado.

En el año siguiente a la primera convención, Lula concurrió por primera vez a cargos públicos cuando, como candidato al Gobierno del estado de São Paulo, se quedó en cuarto lugar. Junto con otros candidatos, en un programa llamado *El debate completo*, un Lula barbudo y de camiseta utiliza el momento para dejar su mensaje final:

Me gustaría aprovechar aquí estos cinco segundos antes de la *Lei Falcão*<sup>24</sup> para decir una cosa que ya se apropió del PT. Nuestro número es el 3, así que, compañero trabajador, vote en el 3, que el resto es burgués (Lula 1982).

<sup>24</sup> N. de la T: Hace referencia a la Ley núm. 6,339, del 1 de julio de 1976, creada durante el régimen militar de 1964, conocida por este nombre debido a que su creador, el entonces ministro de Justicia, se llamaba Armando Falcão. La ley regula la propaganda electoral por la radio y la televisión, permitiendo únicamente la divulgación del nombre y del número del candidato acompañado por una fotografía. Era una manera de impedir el debate político, evitar que el horario electoral gratuito fuera utilizado para criticar al régimen militar, así como de mermar la simpatía del electorado para con el partido de oposición de la época, el MDB (Movimiento Democrático Brasileño).

La contextualización está explícita con la cita de la *Lei Falcão*, que restringía el contenido de las campañas electorales. Además, la segmentación del auditorio queda evidente con el uso del vocativo “compañero trabajador”. Igualmente, la formación ideológica con la desvalorización del “burgués”. Así, la lucha de las clases trabajadoras vs la burguesía queda implícita en el *slogan* del partido. Toda la argumentación de la campaña estaba volcada hacia una supuesta identificación entre el elector y los candidatos, pues en los currículos constaban ex presos políticos, exrevocondos y sindicalistas. El lema nacional elegido fue “Tierra, trabajo y libertad”.

En agosto de 1983, Lula participa de la fundación de la CUT (Central Única de los Trabajadores), como ya estaba previsto en la Declaración Política del Partido de los Trabajadores. Producto de la tercera Semana del trabajador, realizada en finales de julio de 1983 en São Bernardo do Campo, el libro *Desempleo: causas y consecuencias* (1984) publica, entre otras, la ponencia de Lula titulada “Conozca la fuerza de los sindicatos y de los movimientos populares”. Además del tema central, Lula dedica un espacio también a la cuestión del empleo:

¿Cuándo se ha discutido sobre el empleo en este país? Cuando en Santo Amaro, en el Largo 13 de Maio,<sup>25</sup> el pueblo salió a las calles y, bien o mal, se logró poner en evidencia el problema del desempleo. Montoro<sup>26</sup> prometió 30 mil puestos de trabajo, Figueiredo<sup>27</sup> pedía paz, la Globo<sup>28</sup> pedía justicia. Se intentó decir que los desempleados eran chismosos. Los desempleados se quedaban quietos y hoy nadie habla más del desempleado (Lula citado por Betto (Org.) 1984, 58).

<sup>25</sup> N. de la T: Calle en el barrio de Santo Amaro, en la ciudad de São Paulo.

<sup>26</sup> N. de la T: André Franco Montoro fue un político brasileño que en ese período era el gobernador del estado de São Paulo.

<sup>27</sup> N. de la T: João Batista de Oliveira Figueiredo, político y militar brasileño que fue presidente de Brasil de 1979 a 1985.

<sup>28</sup> N. de la T: La Rede Globo es una cadena de televisión brasileña fundada el 26 de abril de 1965 en la ciudad de Río de Janeiro por el periodista Roberto Marinho. Actualmente es la mayor cadena de Latinoamérica.

Inicialmente, Lula sitúa el tema en el contexto enfatizando el olvido político que el problema del desempleo estaba sufriendo. La estructura argumentativa señala una secuencia de hechos que justificarían el motivo de que los desempleados no reivindicasen una solución del Gobierno. Lula relaciona la omisión con la construcción de la verdad que la Rede Globo de Televisión estaría engendrando, o sea, tachando a los desempleados de chismosos. Esto ejemplifica lo que Courtine (1999) considera posible realizar por el discurso, a través del cual se actúa en el nivel de la memoria discursiva, con la exclusión de elementos no adecuados a la ideología dominante.

De esta forma, el orador se propone aclarar a la opinión pública respecto a la cuestión excluida de la agenda mediática y demostrar la incompatibilidad entre lo que fue dicho en la televisión y lo que realmente estaría sucediendo. En el transcurso del discurso se buscó deshacer la imagen establecida por la emisora y rearticular un movimiento social. En el siguiente tramo se nota que Lula también expone otro punto de vista sobre la realidad, en un intento de descalificar los argumentos del sistema económico vigente.

Quien tiene el poder de dar empleo no quiere darlo y es preciso saber por qué no se da empleo en este país. No se da empleo porque la acumulación del capital no supone la distribución de renta para mucha gente. Para una empresa como la Ford da lo mismo producir mil coches con mil empleados que producir mil coches con 30 mil empleados. Lo que importa es el lucro del fin de mes (Lula citado por Betto 1984, 58).

Además de manifestar la incompatibilidad en la actitud de los detentores del capital, la argumentación por el ejemplo ayuda a simplificar el razonamiento del orador. Ilustrando con la Ford como se hace la lógica de la acumulación del capital, Lula transporta a la realidad del auditorio su explicación sobre las causas

del desempleo criticando al sistema capitalista. Tras argumentar a favor del movimiento popular como la única alternativa para la lucha de los desempleados, presenta otra solución:

La reforma agraria es condición esencial para la solución del desempleo; si no es así, cualquier cosa que se haga será medida paliativa, será lo mismo que poner una curita en una muela. Dentro de nada empieza a doler de nuevo, principalmente si el dentista es del INAMPS<sup>29</sup> (Lula citado por Betto 1984, 60).

El locutor procura descalificar otro sector público, el de la sanidad, utilizando el sarcasmo. Con el enunciado “Dentro de nada empieza a doler de nuevo, principalmente si el dentista es del INAMPS”, Lula critica directamente dos situaciones, la generación de empleos y el sistema de sanidad. La comparación entre la medida paliativa para la solución del desempleo como un dolor de muela es el que Perelman (1997, 83) llama “recurso retórico por excelencia”, cuando una expresión es usada en un sentido figurado.

El uso de comparaciones, como ya se viene constatando, es habitual en el discurso de Lula. Como en el ejemplo de abajo, en el cual compara el efecto de una medida económica en los salarios con la “cola de un caballo”:

Todo aumenta en este país. Menos el sueldo: este crece como la cola del caballo, para abajo. Principalmente con este paquete, el 2045, que quita un 20% del reajuste y va a afectar a quien ganaba hasta dos salarios mínimos en un 30% (Lula citado por Betto 1984, 60).

<sup>29</sup> N. de la T: INAMPS (esp. Instituto Nacional de la Asistencia Médica de la Previdencia Social), creado por el régimen militar en 1974 y hoy día llamado INSS (Instituto Nacional de la Seguridad Social) era una institución independiente incorporada al Ministerio de Sanidad (hoy día llamado Ministerio del Bienestar Social), que tenía como finalidad prestar asistencia médica a los que contribuían con la seguridad social, o sea, a los empleados con contrato de trabajo.

El recurso de lenguaje aquí parece ser lo que Perelman y Tyteca (1996, 424) llaman “fórmula genérica de analogía”: A es para B (tema) como C es para D (foro). En toda analogía hay una relación entre cuatro términos. En el discurso de Lula se contempla salario y cola de caballo, paquete y reajuste. “Lo esencial, en una analogía, es la confrontación del tema con el foro, la cual no implica en absoluto que haya una relación previa entre los términos de ambos” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 429).

### *Lula diputado federal*

Lula fue elegido presidente nacional del Partido de los Trabajadores durante el Tercer Encuentro Nacional, realizado en São Bernardo do Campo, São Paulo. También fue uno de los principales líderes de la campaña Directas Ya para la presidencia de la República cuando el PT fue el primer partido a salir a la calle pidiendo elecciones directas. La participación de Lula en el movimiento implicó su proyección nacional y culminó en su ingreso en la vida pública cuando, en 1986, concurre para diputado federal en el estado de São Paulo<sup>30</sup> y fue elegido como el candidato más votado, contabilizando más de 600,000 votos.

En ese año, uno de sus discursos, proferido en Aracaju, Sergipe, la víspera de la fiesta de la Independencia de Brasil, ilustra su organización argumentativa. En esta ocasión, Lula defiende propuestas del Partido de los Trabajadores para la Constituyente, lo que dio como resultado la nueva Constitución brasileña en octubre del año siguiente.

El discurso hace críticas a varios segmentos de la sociedad, entre ellos a la propia izquierda brasileña, a los medios de co-

<sup>30</sup> En este período, con discursos pro reforma agraria y defendiendo el impago de la deuda externa, la lista electoral obtuvo su primera victoria en una votación mayoritaria. Maria Luiza Fontenelle fue elegida alcalde de Fortaleza, pero dejó al PT.

municación de masas y a los adversarios políticos. Los discursos son marcados por la informalidad con una gran carga de oralidad. Incluso en la transcripción fueron mantenidos los errores de concordancia:<sup>31</sup>

Yo pienso que es importante que nosotros aprendamos de una vez por todas que, cada pelea que hagamos en la plaza pública, la burguesía se deleita a costa de la burricie de la izquierda de este país (Lula 1987).<sup>32</sup>

Se constata que la crítica revela una indignación con respecto a la organización de clases. Con un tono agresivo, el discurso sostiene la proposición de alerta sobre los errores cometidos por la izquierda y sobre las cuestiones de dominación implícitas en la sociedad brasileña. Esta idea queda patente en las partes que se refieren a los medios de comunicación de masas:

Quisiera que ustedes prestaran atención, porque la cosa es más seria de lo que cada uno de ustedes puede imaginar y la televisión no siempre cuenta la verdad a la población; todo lo contrario, la mayoría de la veces el pueblo no sabe la verdad. [...] nosotros somos un país en el que la historia es contada por la Rede Globo de Televisión, porque el señor Roberto Mariño<sup>33</sup> no hace otra cosa que no sea mentir al pueblo (Lula 1987).

<sup>31</sup> N. de la T: Para que se pueda comprender en lengua castellana a qué errores se refiere la autora, dispongamos del original en portugués:

Eu penso que é importante a gente aprender a entender de uma vez por todas de que cada briga que a gente faz em praça pública a burguesia deita e rola às custas da burrice da esquerda desse país (Lula 1987).

En el portugués utilizado en Brasil, la expresión “a gente” se refiere al pronombre “nosotros” del español. Dicha expresión es conjugada en la tercera persona del singular. Así, lo más aproximado que tendríamos en español en lugar de “Eu penso que é importante a gente aprender” sería “yo pienso que es importante que nosotros aprenda”. De igual forma, la expresión original en portugués “cada briga que a gente faz” equivaldría en español a “cada pelea que nosotros hace”.

<sup>32</sup> Transcripción de Ribeiro, M. (2003). *PT Saudações*. Aracaju.

<sup>33</sup> N. de la T: Roberto Mariño es el propietario y fundador de la Rede Globo de Televisión.



Los desacuerdos de Lula con la Rede Globo, que para muchos solamente ocurrieron en la emblemática campaña presidencial de 1989, se manifestaban desde hacía mucho tiempo, como se pudo examinar en el discurso de 1984 analizado anteriormente (“[...] la *Globo* pedía justicia. Se intentó decir que los desempleados eran chismosos”) y en el fragmento precedente, cuando el diputado federal Luiz Inácio *Lula* da Silva explicita su indignación frente a las verdades consagradas por la acción mediática. Más aún, el propio referencial de Lula es la televisión en cuanto vehículo multisensorial, que transmite las informaciones sin necesariamente pasarlas por el intelecto. La multiplicidad de códigos hace que las informaciones sean recibidas “hechas” y por esta razón adquieran el carácter de verdad. Implícitamente, Lula lanza críticas al recorte de lo real realizado por los medios.

Se está señalizando que, cuando asume una postura de oposición, Lula frecuentemente se ampara en los argumentos de incompatibilidad, como en la transcripción de la parte “nosotros somos un país en el que la historia es contada por la Rede Globo de Televisión porque el señor Roberto Mariño no hace otra cosa que no sea mentir al pueblo”. Aquí, Lula cuestiona el contenido transmitido por la TV Globo, acusando indirectamente al departamento de periodismo de, como poco, omisión, ya que contaría la historia brasileña de manera incompleta, siguiendo las órdenes del propietario de la emisora.

Apoyado por la misma técnica argumentativa, el diputado abarcó en el mismo discurso una serie de críticas dirigidas a los adversarios políticos.

Antiguamente se decía que Ademar de Barros era ladrón, que Maluf era ladrón; pues bien, Ademar de Barros<sup>34</sup> y Maluf<sup>35</sup> podrían ser *la-*

<sup>34</sup> N. de la T: Ademar Pereira de Barros fue un médico, empresario e influyente político brasileño, en el contexto regional del estado de São Paulo, entre las décadas de 1930 y 1960.

<sup>35</sup> N. de la T: Paulo Salim Maluf es un empresario, ingeniero y político brasileño.

*drón [sic]* pero ellos son carteristas cerca del gran ladrón, que es el gobernante de la nueva República, cerca de los asaltos que se hacen: Sarney<sup>36</sup> ora dice que manda..., pero no manda, quien manda son los *milicos*. Y, en la pelea de Sarney con Ulisses,<sup>37</sup> quien manda más o quien manda menos, la clase trabajadora paga el pato y es la clase trabajadora quien sufre la incompreensión de ellos (Lula 1987).

La relación temporal traza un comparativo entre figuras políticas y parece reforzar la concepción, presente en el imaginario colectivo, de que el pasado era mejor. Es más, también reafirma la conexión entre la clase política y la corrupción, fenómeno combatido por la oposición, usado para justificar una ansiada opción de la población.

El trazo de informalidad contenido en el discurso es delineado por expresiones idiomáticas como *paga el pato* y *carteristas*. También se encuentra la ausencia de concordancia *podrían ser ladrón [sic]* y en la abreviación popular sobre los militares usada repetida-

---

Fue alcalde de São Paulo en dos ocasiones (1969 y 1992), dos veces secretario de Transporte (1971 y 1974), gobernador del estado de São Paulo por dos mandatos (1979 y 1982) y actualmente fue reelegido diputado federal (2006 y 2010). Tiene una trayectoria bastante marcada por encontrarse envuelto en tramas de corrupción. Estuvo detenido 40 días en 2005 acusado de intimidar a una testigo. Este episodio ocurrió tras las graves denuncias hacia él por lavado de dinero, formación de cuadrilla, corrupción y crimen por evasión fiscal. Es acusado por la justicia brasileña por tener cuentas en el paraíso fiscal de las islas Jersey. En 2010 su nombre entró en la difusión roja de la Interpol a partir de la solicitud de los Estados Unidos.

<sup>36</sup> N. de la T: José Ribamar Sarney de Araújo Costa es un político brasileño que fue presidente de Brasil por dos veces (1985 y 1990), gobernador del estado de Maranhão (1966 y 1961) y presidente del Senado de 1995 a 1997, 2003 a 2005, 2009 a 2011 y de 2010 hasta la actualidad.

<sup>37</sup> N. de la T: Ulises Silveira Guimarães fue un abogado y político brasileño. Elegido diputado estatal de São Paulo por primera vez en 1947 y luego por once mandatos consecutivos, de 1951 a 1995. Ministro de la Industria y Comercio en 1961-1962, apoya inicialmente el movimiento militar en 1964 y posteriormente pasa a la oposición, cuando se afilia al MDB. Ejerce de presidente de la Cámara de Diputados en tres períodos (1956-1956, 1985-1986 y 1987-1988), presidió la Asamblea Constituyente (1987-1988) asumiendo el puesto de presidente, sustituyendo a Sarney varias veces.

mente en aquel período, *milicos*. A pesar de estar hablando como diputado federal, presenta resquicios del habla del sindicalismo de puerta de fábrica. Tan grande es la informalidad para argumentar críticas sobre temas tan relevantes que parece incompatible con la función social asumida por Lula en este contexto.

Características retóricas como las comparaciones y los cuestionamientos al auditorio se encuentran en el transcurrir de todo el discurso. El siguiente tramo es un ejemplo expresivo de la exageración de preguntas que son contestadas por el propio orador, cuando Lula transmite la descreencia en la Asamblea Constituyente<sup>38</sup> de la cual también formaba parte.

Traicionaron al pueblo brasileño en el primer Plan Cruzado,<sup>39</sup> traicionaron al pueblo brasileño en el segundo Plan Cruzado, traiciona-

<sup>38</sup> En los trabajos de la Constituyente, Lula estuvo presente en el 95% de las votaciones, posicionándose en contra de la pena de muerte y al mandato de cinco años para Sarney. Vota a favor de la ruptura de las relaciones diplomáticas con países con política de discriminación racial, de la limitación del derecho de propiedad privada, del mandato de seguridad colectiva, del aborto, de la estabilidad en el empleo, de la jornada semanal de 40 horas, del turno ininterrumpido de seis horas, del aviso previo proporcional, de la pluralidad sindical, de la soberanía popular, del voto a los 16 años, del presidencialismo, de la nacionalización del subsuelo, de la estatización del sistema financiero, del límite de 12% al año para los intereses reales, de la prohibición del comercio de sangre, de la limitación para los encargos de la deuda externa, de la creación de un fondo de apoyo a la reforma agraria, de la amnistía a los micro y pequeños empresarios y de la legalización del juego del bicho.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> N. de la T: El llamado “juego del bicho” es un juego ilegal de apuesta con números que representan a animales muy populares en Brasil y que mueve miles de millones de euros al año. El juego es creado en 1892 por el barón João Batista Viana Drummond y es practicado hasta hoy día. Paraíba es al único estado brasileño donde el juego es considerado legal.

<sup>39</sup> N. de la T: El Plan Cruzado fue un conjunto de medidas económicas lanzadas por el gobierno brasileño, presidido por José Sarney, el 28 de febrero de 1996. Las principales medidas fueron, entre otras: congelación de precios de bienes y servicios; congelación de la tasa de cambio por un año; reforma monetaria, con la alteración del sistema monetario, que pasa a denominarse “cruzado”, cuyo valor correspondía a mil unidades de la anterior moneda, el “cruzeiro”; congelación de los salarios por la media de su valor de los últimos seis meses.

ron al pueblo brasileño en el Plan Bresser Pereira<sup>40</sup> y ahora el pueblo está más desconfiado todavía porque algunos vinieron a la calle a prometer que la Constituyente solucionaría todos los problemas de la población y hoy percibimos que la Constituyente tampoco los va a solucionar. ¿Y por qué no va a solucionarlos? No los va a resolver porque nosotros somos apenas cien o ciento y pocos [sic] diputados comprometidos con la lucha de este pueblo y hay cuatrocientos cincuenta representantes del poder económico que no tienen ganas de hacer con que la Constitución garantice derechos a nuestro pueblo. ¿Y cuáles son los derechos que quiere nuestro pueblo? ¿Qué es lo que nuestro pueblo está reivindicando de más? (Lula 1987).

Cuando Lula denuncia que “No los va a resolver porque nosotros somos apenas cien o ciento y pocos [sic] diputados comprometidos con la lucha de este pueblo y hay cuatrocientos cincuenta representantes del poder económico que no tienen ganas de hacer con que la Constitución garantice derechos a nuestro pueblo” utiliza el argumento *grupo y sus miembros* para la disociación de la noción de que él estaría pactando con acciones de los diputados integrantes de la Constituyente, descomprometidos con las causas populares y se relaciona con la minoría que tendría aquella preocupación.

Aspectos del liderazgo de Lula se manifiestan al mostrar indignación por la “traición a nuestro pueblo” y por la reafirmación de que posee “compromiso con nuestro pueblo”. Nuevamente, el uso de valores como la justicia está explícito al solidarizarse con la

<sup>40</sup> N. de la T: El Plan Bresser fue un plan económico brasileño lanzado el 16 de junio de 1987 por el entonces ministro de Hacienda Luiz Carlos Gonçalves Bresser Pereira, en medio de la crisis causada por el fracaso del Plan Cruzado de controlar la inflación en Brasil. Algunas de las medidas aplicadas por el Plan fueron: desactivar el aumento de salarios, aumentar tributos, eliminar el subsidio del trigo y detener las grandes obras ya planeadas, etc. Las medidas fueron insuficientes para frenar la inflación, que llega a alcanzar un índice alarmante de 366% en el acumulado de 12 meses en 1987. Con el fracaso del Plan, el ministro Bresser Pereira dimite del ministerio (6 de enero de 1988) y es sustituido por Máilson da Nóbrega.

desesperanza de la población. A partir de la afirmación de que hay desesperanzados, el Partido o sus figuras representativas surgen para ofrecer esperanza, reforzando el valor simbólico del personaje público de Lula como la personificación de tal sentimiento.

De igual manera que estas apelaciones universales son una de las características predominantes en los discursos de Lula, que siempre resalta el aspecto económico como una de las principales causas del desmantelamiento político. El carácter subjetivo se manifiesta cuando se apodera de la lógica del juicio de valores, al defender las minorías o cuando juzga las acciones de otras personas, como en la parte “traicionaron al pueblo brasileño en el primer Plan Cruzado, traicionaron al pueblo brasileño en el segundo Plan Cruzado, traicionaron al pueblo brasileño en el Plan Bresser Pereira”, en que enfatiza la traición sin determinar exactamente el fallo de estos planes económicos.

...la gran mayoría de los niños de la clase trabajadora pasan semana tras semana [*sic*] pidiendo una golosina para su padre y el dinero del padre no alcanza para comprar esta golosina; pidiendo una guaraná<sup>41</sup> al padre y el dinero del padre no alcanza para comprar una guaraná, porque en este país miserable la clase trabajadora gana 2,200 cruzados al mes, y 2,200<sup>42</sup> cruzados al mes, 2,200 cruzados al mes no alcanzan para que ningún ciudadano pueda sobrevivir (Lula 1987).

En esta parte se ve claramente un reflejo de la infancia de Lula, cuando no podía vivir con los símbolos de la infancia, que son las golosinas y las gaseosas. La ausencia de este consumo se

<sup>41</sup> N. de la T: Bebida gaseosa de origen brasileño elaborada a base del extracto de la semilla de guaraná. Guaraná es un arbusto originario de la Amazonia, que produce los frutos de donde se extrae la semilla para elaborar la bebida. Tiene propiedades estimulantes y también es utilizada en la producción de jarabes, barritas y polvos.

<sup>42</sup> N. de la T: 2,200 cruzados de la época convertidos a la moneda actual de Brasil (real) llegaría a aproximadamente R\$ 80.00. Este monto, convertido a euros, equivaldría a un valor aproximado de 33€.

justificaría por el valor del salario medio del trabajador brasileño. Denominar a Brasil como un “país miserable” presenta una gran contradicción con su formación discursiva en cuanto presidente, porque en 2003 adopta un discurso que enaltece las cualidades del país. Pese a esto, aún en 1987 lo elogia para suavizar la crítica anterior.

Yo soy de aquellos que piensan que Brasil es extraordinario; yo soy de aquellos que piensa que Brasil tiene riqueza; Brasil tiene una clase trabajadora extraordinaria; Brasil está hecho de una sociedad de la más extraordinaria formación política y de la más extraordinaria índole. Sin embargo, nosotros no tenemos Gobierno (Lula 1987).

El discurso fluye induciendo a la conclusión de que sería necesario realizar elecciones directas para la presidencia y que el Gobierno debería ser representativo. En otras palabras, el Gobierno debería ser del Partido de los Trabajadores.

### *Primera candidatura a la presidencia de la República*

El Quinto Encuentro Nacional del Partido de los Trabajadores, realizado el 6 de diciembre de 1987, designó a Luiz Inácio *Lula* da Silva como candidato a la presidencia de la República. El 29 de marzo de 1989, el Partido Verde (PV), el Partido Socialista Brasileño (PSB) y el Partido Comunista de Brasil (PC do B) formalizan el apoyo a la candidatura de Lula formando el “Frente Brasil Popular”. El programa de la campaña defendía, resumidamente: amplia reforma agraria; suspensión del pago de la deuda externa; instauración de una auditoría de la deuda; contención de los lucros de las empresas con control de precios; reforma tributaria combatiendo el impago de tributos y aumento real progresivo de los salarios, impulsado por el salario mínimo que, en cinco años, debería corresponder a cuatrocientos dólares.

Episodios famosos y polémicos también fueron la tónica de este período. El entonces candidato Fernando Collor, bajo el lema de “Cazador de marajás”, exhibía la estrategia de salvador de la patria, cuando la juventud fue una fuerte aliada, porque Collor fue el presidente más joven del país, dado que tenía 40 años cuando fue elegido. Por otro lado, la izquierda se presentó dividida. Tres candidatos se disputaban el cargo: Leonel Brizola, del PDT,<sup>43</sup> Roberto Freire, del PCB<sup>44</sup> y Lula. La separación izquierdista también fue uno de los factores que posibilitaron la victoria de Collor, ya que los electores acabaron dividiéndose.

En la disputa de la segunda vuelta, Lula y Brizola compiten por el segundo lugar y Lula pasa a la fase final de la campaña con una pequeña diferencia en relación con su contrincante. La posibilidad de que Lula llegara a la segunda vuelta provoca rechazo en varios segmentos de la sociedad. Algunos discursos del entonces candidato generan miedo en el sector empresarial. En uno de los debates realizados durante la primera vuelta de las elecciones, Lula afirma categóricamente: “[...] mira, nosotros vamos a suspender el pago de la deuda externa” (Lula 1989).<sup>45</sup> El 11 de octubre, el entonces presidente de la Federación de las Industrias del Estado de São Paulo (FIESP), Mário Amato, afirma que una eventual victoria de Lula llevaría a ochocientos mil empresarios a abandonar el país. La cotización del dólar en el mercado paralelo sube un 6.9%, solo el día 12, frente a las nuevas encuestas que apuntan a la posibilidad de que Lula pase a la segunda vuelta.

En los mítines, Lula recordaba las dificultades del niño pobre, nordestino y migrante y las luchas históricas en que estuvo involucrado, como las huelgas del ABC y la campaña de las “¡Directas Ya!”. Sus discursos buscaban establecer una identidad entre el

<sup>43</sup> N. de la T: PDT (Partido Democrático Trabalhista. Esp. Partido Democrático Laborista).

<sup>44</sup> N. de la T: PCB (Esp. Partido Comunista Brasileño).

<sup>45</sup> Transcripción de *Lula, el presidente. Trayectoria de un vencedor*. [DVD]. Radio y Televisión Bandeirantes Ltda [Productores]. 2002.

candidato a la presidencia y el electorado. En uno de los programas exhibidos en el Horario Gratuito de Propaganda Electoral (HGPE), Luiz Inácio parte de la realidad de la mayoría de la población para fortalecer la identificación.

Todo trabajador quiere tener derecho a un empleo. Todo trabajador quiere tener derecho a una vivienda. Todo trabajador quiere tener derecho a la liberación necesaria. Todo trabajador quiere tener derecho a la escuela. Todo trabajador sueña con que su hijo se haga doctor.<sup>46</sup> Todo trabajador sueña con poder dar a su familia lo mejor posible en cuanto a nivel de condiciones de vida [sic]. Todo trabajador sueña con poder comprar un regalo de Navidad para su hijo. Sueña con poder comprar un regalo en el día de su cumpleaños. Este es un sueño, este es un pequeño sueño, este es un sueño que no es nada pa' [sic] quien trabaja toda la vida. Para quien trabaja 240 horas al mes. Este es un sueño que no debería ser nada para quien trabaja de sol a sol. ¿Y por qué no puede hacer esto? ¿Por qué no pueden? Exactamente porque el sistema que predomina en este país es un sistema capitalista arcaico, donde media docena puede todo y la mayoría no puede nada (Lula 08 de octubre de 1989).

La afirmación de la posibilidad de tener un trabajador en el poder aparecía como uno de los grandes emblemas de los discursos. En un mitin realizado en el final de la campaña para la primera vuelta, cien mil personas aguardaban a Lula bajo lluvia en la plaza de la estación de autobuses, en Belo Horizonte. “Él dijo que la clase dominante no estaba soportando ver que aparece un peón que quiere montar la tribuna para hablar él mismo” (Laura 1994, 114). Ya en otra situación, el autor observa el efecto de este factor de identificación entre candidato y elector. Fue en la misma

<sup>46</sup> N. de la T: El término “doctor”, del que habla Lula, hace referencia a las profesiones consideradas de elite en Brasil, como médicos y abogados, donde estos profesionales son comúnmente llamados “doctores”, aunque no posean un título de doctorado.



plaza, también en Belo Horizonte, cuando Lula habla para un público aproximado de 60 mil personas:

Era distinto de otros mítines que yo ya había cubierto. Yo había visto mucha histeria, pero ahí en el mitin de Lula encontraba un nuevo ingrediente que aparecería en varios otros de sus mítines: la emoción. Eran muy diferentes la histeria y la emoción. Yo no escuchaba gritos de fans, sin embargo veía a personas llamando al candidato con la intimidad de quien habla a un igual: “Lula, eh Lula” (Lara 1994, 78).

Sin embargo, su lenguaje se alejaba del hombre común al reforzar el espíritu contestatario. Los fragmentos de abajo, proferidos durante la primera vuelta, traen una muestra de la vinculación del tópico *empleo* con uno de los elementos más defendidos en la plataforma de gobierno, que era la reforma agraria.

Y no vamos hacer reforma agraria en las tierras recuperadas a la orilla de la carretera, como quieren algunos. Nosotros vamos a hacer reforma agraria en la tierra de los latifundistas de este país (Lula 09 de octubre de 1989). [...] Nosotros vamos hacer la reforma agraria porque es la única forma de desarrollar este país, generando millones de empleos, generando una cantidad enorme de producción, abaratando el alimento, generando vivienda, generando felicidad (Lula 09 de octubre de 1989).

El argumento de fines y medios presenta la reforma agraria como “la única forma de desarrollar este país, generando millones de empleos”. El fin, la generación de empleos, estaría vinculado a la reforma realizada en los latifundios y tendría como consecuencia mayor el valor universal materializado en la felicidad.

La segunda vuelta tuvo como escenario mundial la caída del muro de Berlín el 9 de noviembre. El acto, particularmente simbólico, amparó la argumentación de Fernando Collor, que

abandona el discurso socialdemócrata para invertir en la polarización ideológica del anticomunismo. Otros dos factores, vinculados a la tónica electoral, marcan la campaña en el período. Primero, la denuncia de que Lula habría pagado el aborto para una ex novia, Miriam Cordeiro, que decide tener al bebé. La hija de ellos, Lauriam, ya era reconocida por Lula, pero el video, exhibido una semana antes de la votación, tuvo un peso determinante en el resultado electoral. Luego, la histórica edición del telediario sobre el último debate entre los candidatos, que exhibió los mejores momentos de Fernando Collor y los peores de Lula.

Tal episodio, debatido por diversos autores, se vuelve obligatorio para quien quiere comprender el papel mediático en los procesos electorales. Antônio Fausto Neto atribuye a aquella elección un momento en que “[...] en Brasil, la política deja de ser un “oficio de representación” para convertirse en un “oficio de expresión”, gracias, por ejemplo, al trabajo enunciativo de la televisión” (Fausto Neto 2003, 89).

La supuesta descalificación del candidato del PT, reforzada por los temores sobre la izquierda y la generalización del comunismo, pueden ser confirmadas por la declaración del elector jubilado Oswaldo Franco, 61 años, morador de la ciudad de Araguari, en el interior de Minas Gerais, registrado por el periodista Maurício Lara: “Voy a votar por Collor, si no traerán ladrillos del muro de Berlín para Brasil” (Lara 1994, 133).

El siguiente fragmento, transcrito en la *Folha de São Paulo*<sup>47</sup> (29 de noviembre de 1989, Diretas 89, 6), demuestra la utilización del argumento del despilfarro. El orador refuerza el carácter de unicidad del momento, intensificando las cualificaciones conferidas a Brasil como el país de la democracia o de la represión. Los valores generalistas como libertad y democracia son presentados como lo opuesto al régimen del cual el país estaba saliendo, el

<sup>47</sup> N. de la T: La *Folha de S. Paulo* es un periódico brasileño, el de mayor tirada de toda América Latina. Es un periódico del estado de São Paulo, sin embargo tiene una influencia muy amplia en todo el país y en otros medios de comunicación.

“Brasil de la represión”. La “nueva sociedad”, ligada al significado de los valores anteriormente citados, representa el acuerdo que el candidato buscaba establecer con su auditorio.

Ahora no quedan más dudas. Ahora ustedes tienen que elegir: o quieren el Brasil de los poderosos o quieren el Brasil de la represión. O ustedes quieren el Brasil de la libertad, el Brasil de la democracia, el Brasil de una nueva sociedad. Es esta la sociedad que nosotros queremos (Lula 1989).

El resultado de las elecciones, anunciado algunos días tras la segunda vuelta, que se realizó el 17 de diciembre de 1989, apuntó la victoria de Collor, con 42.75% (35 millones 89 mil 998 votos) frente a 37.86% (31 millones 76 mil 364 votos) para Lula. El 20 de diciembre, Lula concede una entrevista reconociendo la derrota. En la ocasión, declara que la forma en la que Collor se había comportado en la segunda vuelta era inmoral y anunciaba la intención de su partido de crear un gobierno paralelo.

## FASE 2: TRANSICIÓN

En el año siguiente, Lula se empeña en la concreción de este objetivo que, efectuado en junio de 1990, no alcanza mayores repercusiones. La escena política en aquel primer semestre fue dominada por el “Plan Collor”, un plan económico de contención inflacionaria basado en la desvaloración de la moneda, la confiscación monetaria y el control de precios y salarios, que fracasaría meses después.

Lula deja la Cámara de Diputados en enero de 1991, al final de la legislatura. Incluso después del *impeachment*<sup>48</sup> de Collor, en

<sup>48</sup> N. de la T. El llamado *impeachment* de Collor hace referencia a la impugnación de su mandato presidencial. Tal hecho ocurre a raíz del fracaso del Plan Collor, que profundiza la recesión económica corroborada por la extinción, en

septiembre de 1992, Lula no acepta cargos en el gobierno conciliador de Itamar Franco. Y, para ser ministra de la Administración de Itamar, la exalcaldesa de São Paulo, Luiza Erundina,<sup>49</sup> tuvo que apartarse del partido y hoy se encuentra afiliada al PSDB.<sup>50</sup> En aquel momento, las encuestas electorales apuntaban hacia Lula como favorito a las elecciones presidenciales de 1994. En 1993, Lula constituye las Caravanas de la Ciudadanía,<sup>51</sup> recorriendo en torno a 30,000 kilómetros<sup>52</sup> en Brasil.

En las siguientes elecciones, el partido vuelve a la campaña con más fuerza, motivado por el *impeachment* de Collor y por la experiencia de las Caravanas de la Ciudadanía. Sin embargo, es importante señalar que la recuperación de la democracia en Brasil se introduce aliada a la implantación de una política neoliberal. Según Petras (1997), los cinco puntos fundamentales bajo los cuales reposa la plataforma económica neoliberal son la esta-

---

1990, de más de 920 mil puestos de trabajo y una inflación que llega a rozar 1,200% al año. Junto a esto, las declaraciones de su hermano, Pedro Collor de Melo, que denuncian la corrupción política, involucrando al tesorero de Collor (Paulo César Farias). El rechazo social a Collor queda patente cuando la juventud estudiantil, denominada “caras pintadas” en referencia a las pinturas en los rostros, capitaneada por la UNE (Unión Nacional de los Estudiantes), empieza a movilizarse en todo el país y a salir a las calles a partir del 16 de agosto exigiendo el *impeachment* del presidente y repitiendo exhaustivamente el eslogan “¡Fuera Collor!”. Todas estas cuestiones culminan con un proceso de impugnación de su mandato. Como último recurso para preservar sus derechos políticos, Collor renuncia al cargo el 2 de octubre de 1992, asumiendo la presidencia su vice Itamar Franco. Collor fue condenado a la pérdida del cargo y una inhabilitación política de ocho años. En 2010, Fernando Collor concurre como candidato al gobierno de *Alagoas*, pero pierde en la primera vuelta de las votaciones.

<sup>49</sup> N. de la T: Luiza Erundina de Souza es una política brasileña y una de las fundadoras del Partido de los Trabajadores, por el cual se elige concejala de São Paulo (1982), diputada federal (1986) y alcaldesa de São Paulo (1989). En 1997 deja al PT, partido en el cual fue militante por 17 años, y se afilia al PSB (Partido Socialista Brasileño). Por el PSB es elegida diputada federal tres veces consecutivas (2002, 2006 y 2010).

<sup>50</sup> N. de la T: PSDB (Esp. Partido de la Socialdemocracia Brasileña).

<sup>51</sup> Actividad desarrollada por Lula y su equipo cuando procuraban trazar un perfil del brasileño, conociendo la realidad en la cual la población estaba inserta.

<sup>52</sup> Datos: Fundación Perseu Abramo, disponible en [www.fpabramo.org.br](http://www.fpabramo.org.br).

bilización de precios y de las cuentas nacionales, la privatización, la liberalización económica, la desregulación del mercado y la austeridad fiscal.

En este escenario, las elecciones presidenciales de 1994 presentan al candidato Fernando Henrique Cardoso (FHC), que correspondía al modelo económico que se construyó en el país. Fernando Henrique fue elegido, amparado por el Plan Real, que estabilizaba la moneda brasileña, prometía la bajada de la inflación y la recuperación del desarrollo económico. En aquella elección, y también en 1998, no hubo segunda vuelta. La candidatura de FHC llenaba, en aquel período histórico, todos los requisitos pretendidos por el imaginario popular o contruidos por los medios.

Su pasado como científico social, que piensa el Brasil y el mundo; su historia como intelectual crítico que se exilia y que posteriormente regresa al país para participar en la lucha democrática en contra de la dictadura; su ingreso en las lides partidarias de la oposición y, en fin, sus candidaturas y su asunción/ascensión al Senado, donde era suplente de Franco Montoro: todo este itinerario parece reafirmar un linaje específico —tal vez puro— de realización política que dispensaría otros dispositivos, tales como aquellos de carácter mediático, inclusive los referentes a la producción de imágenes sociales (Rubim 1994).

En 1994, contra FHC, Lula prometía asegurar la igualdad de oportunidades, la distribución de la tierra, del poder político y de la riqueza nacional; y en lugar simplemente de no pagar la deuda externa y de promover la ruptura con el FMI, contrataría una auditoría internacional. No obstante, el PT diluye parte de su tiempo de campaña criticando el Plan Real. Para Almeida:

Lula, el PT y el Frente Brasil Popular por la Ciudadanía, empiezan golpeando fuerte contra el Plan Real a partir de su implantación y hasta el lanzamiento de la nueva moneda, el 1 de julio. Pero ocurre

un impresionante impacto positivo en la población: con el cambio de la moneda, la gran mayoría se pone a favor casi la unánimemente —(94% según el CBPA<sup>53</sup> en julio)— con ánimos de que resultara bien y con una gran expectativa de que las cosas mejorasen personalmente y para el país. Entonces, sucedió un cambio en el discurso de Lula, acuñando la famosa frase “Moneda fuerte, salario débil”. [...]. Así, reconociendo la fuerza de la nueva moneda, pero criticando el bajo salario, él intenta un nuevo discurso, que nunca quedó muy claro, de ser una especie de continuador social del Plan Real (Almeida *s.f.*, 14).

En entrevista concedida a la televisión, Lula declara que “aumentaron lo que no debería aumentar porque resultó una exorbitancia la comparación del poder de compra del salario mínimo y pienso que solo hay dos alternativas: o ellos reducen los precios o aumentan el salario” (Lula 1994).

La declaración no pasaba de un acuerdo entre los posibles electores y el candidato. No hay, en este fragmento, la presentación de una propuesta acorde con la de un candidato a presidente de la república.

Ya en el análisis de Oliveira (1999, 63), “[...] para deconstruir la imagen de radical, el petista intentó evitar temas y expresiones que pudiesen dejar a los empresarios inquietos. Por esto, evitó hablar de cuestiones polémicas, como deuda externa, privatización, entre otras”.

En el siguiente fragmento, el tópico empleo está relacionado con el valor moral ofrecido socialmente por el trabajo.

En mi gobierno nosotros construiremos un Brasil sin prejuicios, donde negros y blancos, mujeres y hombres, pobres y ricos sean tratados en igualdad de condiciones; donde la oportunidad empieza a surgir en la escuela; donde la oportunidad aparezca en la salud;

<sup>53</sup> N. de la T: CBPA (Esp. Compañía Brasileña de Pesquisa y Análisis).

donde la ciudadanía sea conquistada con un empleo y un salario (Lula 1994).

Tras los análisis de los programas de Lula transmitidos en el Horario Electoral Gratuito, Porto y Guazina, citados por Oliveira (1999, 69), concluyeron que

La principal argumentación fue de “propaganda negativa”, con un 28% del tiempo total, siendo la mayor parte dedicada a las críticas contra Fernando Henrique Cardoso. En este sentido, la principal estrategia de campaña de Lula fue la intención de desmoralizar a su principal adversario. El segundo planteamiento más frecuente en el programa del petista fue de “políticas futuras”, con un 13% del total, enfatizando temas como educación, sanidad, empleo y reforma agraria. “Atributos personales” aparece como el tercer mayor punto en el programa de Lula. Fueron resaltadas características del candidato, como su origen popular, competencia, coraje, coherencia, capacidad y honestidad. En cuarto lugar está la llamada al “análisis de coyuntura”, con referencias constantes al Plan Real.

Rubim (1994) analiza que la sociedad y los medios no reflexionaron sobre las posibilidades del transcurso del Plan Real, pues fue presentado como cierto e infalible. La publicitación<sup>54</sup> de esta afirmación fue otro factor que habría influido en el resultado de las urnas, cuando la supuesta estabilidad de la moneda brasileña y la

<sup>54</sup> A la promoción de la moneda se añade la millonaria campaña publicitaria del Gobierno y, principalmente, al coro unísono de los medios en favor del Plan. El real vence por antelación, sin necesitar de ninguna comprobación respaldada en un itinerario histórico. Los medios, en lugar de noticiar y debatir la plausibilidad de las medidas (provisionales), de antemano aprueban y divulgan el real a través de los artificios más variados. Los espectáculos deportivos, en especial del equipo brasileño en el Mundial; la telenovela —como “*Mi patria*”, telenovela electoral de la Rede Globo — y hasta los noticiarios están llenos de [simpatía por] el real. Una orquesta afinada repele fácilmente algún desafinado descontento. El Brasil en una corriente hacia adelante se vuelve real (Rubim 1994, 10).

bajada de la inflación fueron sobrevaloradas, presentadas como solución a los problemas nacionales.

El real no tuvo fiscales. Las personas creyeron en el real, pero sin cualquier ánimo movilizador, letárgicamente [...]. El futuro en el presente, con estabilidad y seguridad, pasó a ser fórmula de campaña (Rubim 1994).

De hecho, Fernando Henrique Cardoso, intelectual que había participado “de las primeras discusiones para la formación de un partido político ligado al movimiento sindical” (Alves 2003, 71), fortalecido por el Plan Real, conquista la plaza en el *Planalto*.<sup>55</sup> FHC vence la disputa en la primera vuelta con 34 millones 364 mil 961 (54.27% de los votos válidos), mientras Lula suma 17 millones 122 mil 127 (27.4% de los votos válidos). En 1995, Lula deja la presidencia nacional del Partido de los Trabajadores y sigue con la Caravana de la Ciudadanía.

En 1998, las propuestas del PT fueron duplicar el salario mínimo y asentar a un millón de familias en cuatro años de gobierno; reducir la jornada de trabajo a 40 horas semanales; estimular la creación de “bancos del pueblo”; incentivar la generación de nuevas plazas en el mercado de trabajo en un programa de emergencia para los jóvenes; abrir líneas de crédito para estudiantes con bajos intereses; adoptar un programa de renta mínima que garantizara un complemento para quien recibe menos de un salario mínimo; exonerar la producción, promoviendo la reforma tributaria, retomando la capacidad de inversión del Estado brasileño.

Los primeros programas revelan un intento de reformulación de imagen del candidato, alejándole de los elementos simbólicos que

<sup>55</sup> N. de la T: El término hace referencia a la localización geográfica en la cual se encuentra el Distrito Federal, una de las 27 unidades federativas de Brasil, donde se localiza la capital federal, Brasilia. Ahí se encuentran las sedes de los poderes federales del Ejecutivo, Legislativo y Judicial.



marcaron su trayectoria, en una especie de borradura del pasado y construcción de otra imagen, que busca traducir una aplicación del discurso político por él adoptado (ciertamente fruto de las nuevas alianzas políticas) y aproximándole a valores considerados más contemporáneos, modernos, plurales, que permitan el despegue de su candidatura a la presidencia, no como representante de algunos segmentos sociales, sino de un abanico más amplio de la sociedad (Rubim 2000, *s.p.*).

Los argumentos presentados en el discurso sintetizan, según la autora, la superación de los obstáculos vividos por Lula y buscan identificarle con un público más amplio. El candidato invierte, también, en conquistar al público femenino, preocupación no vislumbrada anteriormente.

Hoy quiero hablar contigo, mi amiga mujer, que eres la primera en sentir el peso de la crisis. Al fin y al cabo eres tú quien tienes que administrar el día a día del presupuesto doméstico. Tú, que tienes que enfrentar de tu marido de perder el trabajo. O entonces de ver que tus hijos adolescentes no consiguen una oportunidad de trabajo. [...]. Y cuando vas a buscar trabajo para ayudar en el presupuesto doméstico eres discriminada. Cuando consigues un empleo, casi siempre tienes que sujetarte a un salario más bajo. Llegó la hora de dividir el poder con aquellas que son madres, hermanas, compañeras e hijas, para construir juntos esta nación. Voy a invertir en la producción con el objetivo de generar empleo y renta. Porque ésta es la única forma de generar los millones de empleos necesarios para garantizar la tranquilidad para las familias brasileñas. En mi gobierno voy a jugar todo el peso de la ley en la garantía de derechos iguales para hombres y mujeres (Lula 24 de septiembre de 1998).

Observamos que el tratamiento dado a la mujer en este discurso no se refiere a la persona inmersa en el mercado laboral, sino al grupo de amas de casa y casadas, cuando la opción sería trabajar

para ayudar en el presupuesto doméstico y no en el desarrollo efectivo de una carrera profesional. El discurso parte del presupuesto del prejuicio contra la mujer y cierra afirmando la lucha contra esta discriminación.

La campaña de reelección de Fernando Henrique Cardoso ofuscó la tercera tentativa de Lula de llegar al *Planalto* en la primera vuelta. Lula obtiene 21 millones 475 mil 218 de los votos válidos (31.71%). FHC, que recogió la segunda cosecha del Plan Real, conquistó 35 millones 936 mil 540 de los votos (53.06%). Sin embargo, es importante destacar los datos publicados por Nery (1999, 14-17):

La Constitución de 1988 instituía el principio de la mayoría absoluta, pero incoherentemente, eliminaba, a efectos de apuración de este tópico, el recuento de los votos en blanco y nulos. Resultado: en su segundo mandato, el total de electores que no votó por el presidente reelegido fue más de dos veces superior al de los que le reeligieron [...] De 160 millones de habitantes y 106 millones de electores, Fernando Henrique se eligió con 36 millones de votos (33.7%). Perdió con relación a los ausentes, nulos y en blanco (36.17%). Obtuvo solo 4% más que la oposición (29.96%).

No hubo segunda vuelta y Lula, entonces, siguió en la presidencia de honor del Partido de los Trabajadores y en el Instituto de la Ciudadanía. Las Caravanas de la Ciudadanía se reiniciaron en 2001 con las visitas de Lula en comitiva a diversas regiones del país.



## CAPÍTULO III

### CAMPAÑA DE LA VICTORIA EN LA FASE DE CENTROIZQUIERDA

**A**ño 2002: Lula presidente. La campaña victoriosa es considerada *sui generis*, porque el Partido cambia de estrategia y apuesta por la construcción de una imagen conciliadora del candidato, resultado en especial de los cambios ocurridos en la década anterior. Fue la campaña presidencial más costosa de Lula, con una inversión de más de 35 millones de reales,<sup>56</sup> habiendo solicitado el PT al TSE<sup>57</sup> autorización para disponer de hasta 48 millones de reales,<sup>58</sup> recaudando una parte de esta cantidad mediante la venta de material promocional a los afiliados, militantes y simpatizantes, como suelen hacer en todas las campañas del partido.

El PT y el conjunto de la oposición tienen todo para entrar en el nuevo año convencidos de que llegó la vez de ganar las elecciones,

<sup>56</sup> N. de la T: En euros, aproximadamente 14,5 millones (cambio de 2,40 reales por 1 euro).

<sup>57</sup> Esp. Tribunal Superior Electoral.

<sup>58</sup> N. de la T: En euros, aproximadamente 20 millones (cambio de 2,40 reales por 1 euro).

para poner en práctica todo aquello que hemos soñado durante tanto tiempo (Lula en entrevista a la revista *IstoÉ* [ed. 1684] 9 de enero de 2002).

El discurso premonitorio del entonces probable precandidato a la presidencia, Luiz Inácio *Lula* da Silva, fue divulgado por la prensa nacional. En la época, hubo una disputa interna en el PT entre Lula y Eduardo Suplicy para decidir quién representaría al partido en la elección presidencial.<sup>59</sup> Pero fue en la última semana de junio<sup>60</sup> de aquel año que la convención nacional del PT aprueba

<sup>59</sup> La misma revista (*IstoÉ*, ed. 1702, 15 de mayo de 2002) publica una encuesta de opinión aplicada por el Instituto Toledo & Asociados, mostrando que las preferencias populares apuntaban a Lula como candidato. En un primer escenario, Lula contaba con un 39.4% del apoyo, seguido por José Serra, con un 22.8%. En una segunda situación, Lula bajaba a 29.9%, seguido por el empresario Silvio Santos (PFL),<sup>1</sup> con un 22.5%. En contrapartida, Lula también figuraba en segundo puesto en rechazo, con un 24.9%, perdiendo solamente contra el posible candidato Enéas Farias, del PRONA,<sup>ii</sup> con un 33.7%.

<sup>1</sup> N. de la T: PFL (esp. Partido del Frente Liberal).

<sup>ii</sup> N. de la T: PRONA (esp. Partido de la Reconstrucción del Orden Nacional).

<sup>60</sup> Justo antes de iniciar oficialmente la campaña electoral, el Partido de los Trabajadores divulga en junio de aquel año la “Carta al Pueblo Brasileño”. El documento fue recibido por sectores conservadores de la economía como una señal de “buena voluntad” del entonces candidato Luiz Inácio Lula da Silva. “Superando nuestra vulnerabilidad externa, podremos reducir de forma sostenida la tasa de intereses. Podremos recuperar la capacidad de inversión pública, tan importante para fomentar el crecimiento económico. Este es el mejor camino para que los contratos sean honrados y el país recupere la libertad de su política económica, orientada hacia su desarrollo sostenible”. (Carta al Pueblo Brasileño, 2002). Se constata la correlación entre los compromisos con la deuda externa y el desarrollo interno, ejemplificando nuevamente la técnica argumentativa de causalidad. Se establece una relación entre causa y efecto para justificar las alteraciones en la política económica. Se observa también un cambio cronológico: en 1989 y 1994, el Partido no contemplaba el cumplimiento de los acuerdos, en 1998 se proponía analizarlos y en 2002 se compromete a cumplirlos. (Conforme fue verificado posteriormente, el gobierno del PT liquida la deuda con el FMI, hecho usado en la campaña de reelección.) Ahí se constata la presencia de una ideología volcada al mercado, tendiendo a un posicionamiento de centroizquierda. Lo que discrepa del origen petista es la negación de principios, como la desvinculación con grupos capitalistas, y la exagerada flexibilización en los apoyos y en los compromisos en relación

la alianza política que vencería en las elecciones presidenciales. Ésta (PT, PL, PC do B, PCB y PMN)<sup>61</sup> traspasó las barreras de la izquierda, agregando también a partidos de derecha, cuando fue elegido como candidato a la vicepresidencia el senador José de Alencar, del Partido Liberal de Minas Gerais. La elección por el nombre apunta a algunas razones estratégicas. Primero, la fusión con una corriente conservadora. Segundo, el candidato a vicepresidente era un empresario destacado. Tercero, Minas Gerais se mostraba como uno de los mayores colegios electorales del país, con votos obtenidos reñidamente desde la primera disputa presidencial.

La consagración de la lógica basada en los cambios ideológicos del Partido de los Trabajadores se vuelve evidente durante la campaña electoral de 2002. En aquel año se nota que la cuarta candidatura de Lula a la presidencia traía cambios estratégicos de comunicación. Más que mostrar el “nuevo” Lula, también era necesario presentar al “nuevo” PT. En aquel momento, había que deshacerse de la imagen del candidato como una amenaza para el país y enfatizar una de sus supuestas cualidades, la capacidad de articulación y negociación. El PT contrató para el desafío al publicista Duda Mendonça, que posteriormente fue considerado como el creador del “Lulinha paz y amor”, *slogan* utilizado para destacar a un candidato más sensato a los ojos de la opinión pública.

La campaña exhibida en el HGPE presentó a un Lula diferente, que excluye las jergas de izquierda y el tono agresivo, antes explotados en primer plano. El simbolismo del personaje Lula fue

---

al FMI. La ruptura de ideas tradicionalmente petistas se da, principalmente, en aquellos dos puntos. En relación a la aceptación de la coalición con otros partidos, incluso de derecha, se destaca la unión con el Partido Liberal, generando una lista electoral que incluye a la clase dominante, representada por los detentores del capital (el empresariado), cuando antes solamente se representaba a la clase opuesta, compuesta por los trabajadores que venden su fuerza de trabajo a esta misma capa, ahora pactada con el PT.

<sup>61</sup> N. de la T: PL (esp. Partido Liberal), PC do B (esp. Partido Comunista de Brasil), PCB (esp. Partido Comunista Brasileño) y PMN (esp. Partido de la Movilización Nacional).

enfocado como la personificación de la esperanza,<sup>62</sup> valor agregado al producto electoral. El objetivo era construir la imagen de que el candidato del PT era un estadista suficientemente competente para administrar el país. Diversos códigos se alternaron para la construcción de esta imagen del entonces candidato, desde el visual hasta las estrategias discursivas. El *spot* de apertura con la llamada “Atención Brasil, empieza ahora el programa *Lula presidente*”, anunciaba el material exhibido durante el HGPE. El programa fue uno de los principales aliados para presentar el “nuevo” Lula. En la mayoría de las exhibiciones, el candidato aparecía sentado en una mesa de trabajo, teniendo al fondo un escenario de un gran despacho en actividad. Cada edición traía un asunto diferente y se destacó a especialistas que hablaron sobre los diversos temas del programa, como empleo, inclusión social, seguridad, sanidad y vivienda. Sin embargo, se observa que las mini novelas presentadas apelaron más a la emoción que a la razón.

En las exhibiciones, el símbolo del Partido de los Trabajadores siempre estaba en evidencia. Mientras Lula hablaba, se podía constatar al fondo una enorme estrella roja y, dando contigüidad a este tono, que destacaba en la corbata del candidato a la presidencia, apareciendo aun en varios objetos de la escena, como por ejemplo en los murales, gráficos o personas caminando con carpetas rojas.

Este enlace simbólico (Perelman 1996) fue ampliamente explotado, aunque de una forma sutil, como si los elementos destacados tuviesen apenas una función estética. Para contraponer la imagen de sindicalista, con barba espesa y ropas informales, el candidato llevaba trajes de marca, cabello bien cortado y barba afeitada.

La reformulación de su imagen, antes desgastada por la característica de estimular la lucha, que podía remitir al desorden o la disputa, pasó a reflejar la serenidad. Duda Mendonça cuenta que

<sup>62</sup> Basta recordar el eslogan “La esperanza venció al miedo”, repetido constantemente durante y tras la elección.

empezó a trabajar con el PT en 2001, con el desafío de destacar los puntos positivos del partido de Lula.

Si mi candidato usa la emoción como lenguaje básico, si está siempre atento a la forma, hablando calmadamente, con sinceridad, sin demagogia o disputas personales, sin gestos agresivos, invitando al elector a reflexionar con él, tiene más probabilidad que otros de hacerse notar y admirar (Mendonça 2001, 55)

Se puede observar parte de la estrategia por la forma con que los mensajes fueron transmitidos y complementados por el plan lingüístico, en conjunción con otros elementos responsables del refuerzo de los recursos no lingüísticos, como los códigos relatados en la cita y los factores políticos y económicos. El discurso de Lula fue elaborado por el equipo de producción, que le hacía entrevistas sobre cada tema de la campaña. Luego, los redactores dirigidos por Antônio Risério, amigo personal de Duda Mendonça, transformaban sus palabras en un texto conciso, propio de la televisión. Finalmente, Lula daba su opinión sobre los textos y sugería cambios.

De acuerdo con la teoría de la argumentación de Perelman (1996), en un muestreo de tres programas se observan el auditorio, los acuerdos y las técnicas argumentativas. La elección del público diana de la campaña pareció modificada. En lugar de las viejas jergas de izquierda, voceando a la población por cambios radicales, amparadas por aliados izquierdistas, el candidato ahora se dirigía al auditorio general y a clases de auditorios particulares bien definidas como trabajadores, empresarios y desempleados.

Para el auditorio universal fueron tomadas como referencia en la investigación denominaciones generalizadoras como “pueblo”. A partir del *spot* con el texto “Atención Brasil, empieza ahora el programa *Lula presidente*” ya hemos observado la generalización. Primero, la utilización del país en la apertura indica el discurso dirigido a todos, sin distinción. Luego, representa la estrategia



principal de presentar al candidato como estadista, haciéndose una valoración inmediata al país, como refuerzo ideológico de construcción de la identidad nacional. Estas dos hipótesis son reforzadas por el texto en *off* presentado en uno de los programas analizados. “Eran millones de personas en las calles en todos los rincones de Brasil. Era un sueño de un Brasil libre, justo y soberano, más alegre y más feliz, que contagiaba a todos”.

Primero, demuestra la extensión del auditorio; luego, hace uso de los valores esenciales ‘libertad y justicia’ para despertar la emoción de los futuros electores. Se presenta también la crítica al modelo de gobierno anterior, con la intención de mostrar que toda la población está involucrada, argumentando mediante el valor de la oportunidad única, como se puede comprobar en la siguiente cita.

La crisis que atraviesa nuestro país no deja duda, el actual modelo económico está agotado, somos un país cada vez más envidiado. Y cada vez menos productivo. O somos capaces de producir más, de hacer crecer la renta del pueblo, fortaleciendo nuestra economía, o continuaremos andando hacia atrás (Lula 2002).<sup>63</sup>

Cuando el candidato presenta dos alternativas, de las cuales una de ellas es explícitamente descartada, se puede decir que se está utilizando el argumento de la oportunidad única. Es como si dijera: es ahora o nunca. Es importante señalar que había un intento de identificación entre orador y auditorio con las conjugaciones en primera persona del plural y el uso de pronombres posesivos en la misma persona: “nuestro país” y “somos un país”. De esta forma, el orador se sitúa en el mismo plano de actuación de aquellos a quien pretende influir con su discurso.

En el mismo campo discursivo se encuentran ejemplos de apelación al auditorio particular. El primero apunta hacia el pú-

<sup>63</sup> Programa exhibido por HGPE en la 1<sup>era</sup> vuelta.

blico diana pertinente a la temática de la tesis, que es el empleo. El candidato parte de presupuestos como el sueño de un empleo y de la generación de renta para dirigirse a los desempleados del país. Así, el empleo es tenido como un valor que genera lazos sociales.

...son hombres y mujeres que sueñan con un empleo, que sueñan con una oportunidad para cambiar sus vidas y no la encuentran. Personas que, si no consiguen dinero para empezar o ampliar un pequeño negocio, podrán contar con una nueva línea de crédito muy sencilla y rápida en el Banco de Brasil (Lula 2002).<sup>64</sup>

También se nota la utilización del enfoque para que aquel público determinado sirva para presentar una nueva propuesta materializada con el argumento de dirección: se muestra dónde se quiere llegar, pero no cómo se hará posible su realización.

Esta parte del discurso también demuestra la noción de justicia por, supuestamente, ofrecer a categorías excluidas la misma oportunidad que a otros sectores de la sociedad. La adhesión es prácticamente segura cuando se recurre a elementos que invocan el espíritu de justicia en el auditorio.

Con el objetivo de no asustar a la clase dominante, Lula deja en primera persona su llamada a los empresarios. “Quiero aprovechar para decir también a los empresarios que Brasil les necesita mucho [...] El hecho de decir que “Brasil les necesita mucho” (a los empresarios) parece comprometer a esta clase en la resolución de los problemas económicos brasileños. El racionamiento arriba citado se relaciona directamente con los acuerdos establecidos con el auditorio.

Respecto a las estrategias discursivas, se observó la predominancia de los argumentos basados en la estructura de lo real y los cuasi lógicos fueron utilizados, en su mayoría, para fundamentar

<sup>64</sup> Programa exhibido por HGPE en la 1<sup>era</sup> vuelta.

las críticas a los adversarios, principalmente al antecesor. En la siguiente parte, se observa el argumento de reciprocidad, cuando Lula propone el raciocinio de igual tratamiento a situaciones semejantes y correspondientes. “Un proyecto que ya funciona muy bien en varios estados y localidades administradas por el PT”. En otras palabras se está afirmando que si funciona en cierto lugar del país, puede funcionar en todo Brasil.

Con la estratégica definición del candidato a vicepresidente, Lula se dedica a la conquista del empresariado. El diálogo iniciado con esta clase surte un resultado relativamente rápido. La revista *IstoÉ* del 7 de agosto exhibía un reportaje titulado “Lula rompe el hielo: candidato del PT abre espacio para el diálogo con el empresariado, aunque no sea el nombre preferido de la élite” (*IstoÉ* [ed. 1714] 7 de julio de 2002, 37). El texto busca demostrar las preferencias electorales entre los líderes económicos y llega a afirmar que “el nuevo Lula consigue deshacerse de la imagen de villano estático”. El reportaje también menciona a un grupo de empresarios que a finales de julio había promovido un manifiesto de apoyo al candidato del PT.

Es relevante observar el énfasis de la cobertura periodística respecto al interés del empresariado en aquel momento. En la semana siguiente, la revista exhibe en portada la fotografía de Lula con la llamada en letras mayúsculas: “Lula ya no asusta”. Y en el texto de apoyo se leía:

...con la propuesta de un capitalismo humanizado, el candidato petista es alabado por la prensa conservadora extranjera, es aprobado en el debate de la Rede Bandeirantes<sup>65</sup> y es ovacionado en la FIESP<sup>66</sup>

<sup>65</sup> N. de la T: La Rede Bandeirantes de Televisão, también conocida como Band, es una cadena de televisión fundada en 1967, de ámbito nacional y abierto perteneciente al Grupo Bandeirantes de Comunicación.

<sup>66</sup> N. de la T: La FIESP (esp. Federación de las Industrias del Estado de São Paulo) es la principal entidad representante de las industrias de ese estado brasileño.

y en la Bovespa,<sup>67</sup> donde antes era un sapo difícil de tragar (*IstoÉ* [ed. 1715] 14 de agosto de 2002).

Más adelante, una entrevista con preguntas y respuestas rápidas con el entonces candidato refuerza la tesis defendida en el titular:

ISTOÉ. —¿Cuál es el capitalismo de Lula?

LULA. —El capitalismo brasileño hoy está inoperante. El actual gobierno impide que Brasil sea capitalista, porque dificulta el crédito a quien produce y a quien consume debido a las altas tasas de interés. En algunos países el crédito disponible para la sociedad es prácticamente todo el PIB. En Brasil, representa el 28% del PIB. Quiero dinamizar la economía. El primer paso es hacer que Brasil crezca en el mercado interior y externo. El segundo paso es consolidar el mini crédito. Quiero incentivar millares de cooperativas...

ISTOÉ. —¿Por qué un empresario votaría a un político que representa a los trabajadores de un partido de izquierdas?

LULA. —Por una cuestión de inteligencia. Lo que interesa a un empresario es ver a su empresa en funcionamiento, poder pagar a sus trabajadores sueldos decentes y tener a quién vender sus productos. Los empresarios deberían votarme porque, en este momento, solamente yo soy capaz de hacer que la economía vuelva a crecer.

ISTOÉ. —¿Por qué?

LULA. —Porque creo en cosas que los demás no lo creen. Apuesto por la inversión en pequeñas y medianas empresas, por la agricultura, por las cooperativas, por los fondos de pensión. Esta gente gobierna Brasil hace años y nunca ha hecho nada (*Revista IstoÉ* [ed. 1715] 14 de agosto de 2002, 25).

El discurso de Lula evidencia el apoyo al aumento del consumo, cuando hace la crítica, en la primera respuesta, sobre el

<sup>67</sup> N. de la T: La Bovespa es la bolsa de valores del estado de São Paulo y constituye la principal institución brasileña de intermediación para operaciones del mercado de capitales.

capitalismo inoperante. Luego, cuando apunta los principales objetivos del mandato, como las cooperativas, los créditos, las pequeñas y medianas empresas. La exhortación pro capitalismo, anteriormente completamente recriminada por diversas vertientes del PT, aparece en esta campaña de manera destacada. En el programa de gobierno, por ejemplo, no se vislumbra ninguna cita nominal al “socialismo” sino varias menciones al término “mercado”.

En tres meses de campaña, Lula visita 93 ciudades, realiza 103 mítines, 63 desfiles de automóviles, permanece un total de 147 horas dentro de aviones y recorre 61,127 km por el país. El resultado de la inversión financiera, estratégica y comunicativa se ve reflejada en las urnas. En la primera vuelta, Lula conquista 39,4 millones de votos, casi la totalidad de la población de España, que tiene 39,6 millones.<sup>68</sup> La diferencia del número de votos entre Lula y Serra supera la población de Australia (18 millones), porque Lula vence a su contrincante con una diferencia a su favor de 19 millones, 743 mil 360 votos.

Resultado final de la primera vuelta:<sup>69</sup>

CANDIDATO	PORCENTAJE	VOTOS
Luiz Inácio <i>Lula da Silva</i> (PT)	46.4	39,443,765
José Serra (PSDB)	23.2	19,700,395
Anthony Garotinho (PSB)	17.9	15,175,729
Ciro Gomes (PPS)	12.0	10,167,597
José Maria (PSTU)	0.5	402,040
Rui Pimenta (PCO)	0.0	38,608

*Tabla 1.* Resultado de la primera vuelta de las elecciones de 2002

<sup>68</sup> N. de la T: Las cifras de población expuestas por la autora hacen referencia al año de 2002.

<sup>69</sup> Disponible en [www.tse.gov.br](http://www.tse.gov.br)

TOTAL DE VOTOS VÁLIDOS	84,928,134
En blanco	2,873,203
Nulos	6,975,128
Total de urnas	320,458
Electorado	115,254,113
Abstenciones	20,473,568

Tabla 2.<sup>70</sup> Total de votos válidos de la primera vuelta de las elecciones de 2002

El 1 de octubre, Lula comparece en São Bernardo do Campo, donde se emociona durante un mitin:

Es tan, o más simbólico que ganar la presidencia de la República, cuando podemos demostrar, sea a quien sea, una frase que dije en 1979: “Que nadie jamás se atreva a dudar de la clase trabajadora de Brasil” (Lula 2002).<sup>71</sup>

Resulta importante resaltar el carácter simbólico que, en el contexto, produce un impacto superior a otros recursos. O sea, la presencia de un operario migrante disputando la presidencia de la República y además encabezando las encuestas recibe una significación extra, agregada al carácter democrático de las elecciones: el hecho de que un representante de las minorías alcance el nivel político ansiado.

Acerca del simbolismo, Parelman y Olbrechts-Tyteca (1996, 379) consideran que “[...] los actos simbólicos desempeñarán un papel y tendrán una significación muy diferentes de los que poseen aquellos que no lo son; reaccionan de forma más violenta ante los seres que son solidarios, que son responsables.”

<sup>70</sup> Sumados los votos nulos y las abstenciones se tiene un impresionante número superior a la votación del tercero y cuarto puestos juntos.

<sup>71</sup> Transcripción de *Lula, el presidente. Trayectoria de un vencedor*. [DVD]. Radio y Televisión Bandeirantes Ltda [Productores]. 2002.

La imagen fuerte del trabajador es proyectada casi como en una inversión de parámetros en una realidad política ya consolidada en el país. Lula busca enseñar que el orden de las posibilidades ahora está alterado y debe ser respetado.

La campaña en estas elecciones tuvo como principal objetivo reconstruir la imagen pública del candidato. Teniendo en consideración la historia explicada anteriormente, hemos trazado el contexto en el cual fue construida esta misma imagen en el transcurso de su vida política. Era necesario, en aquel momento, deshacerse de la imagen de izquierdista radical e incapacitado para gobernar el país, incluso en función de la falta de extracción social y de diploma universitario del candidato. El discurso adopta un tono que se conoció como *Lulinha paz y amor* y acaba presentando una nueva imagen de conciliador. La *Folha de São Paulo*<sup>72</sup> incluso publica un reportaje: “ABC del negociador: como líder sindical en São Bernardo do Campo (SP), Lula ya exhibía el perfil conciliador que ensaya llevar al *Planalto*” (Antenore 2002).

El 27 de octubre de 2002, a los 57 años, Luiz Inácio *Lula* da Silva (PT) recibe el 61.3% de los votos válidos, contra el 38.7% del candidato del Gobierno, José Serra (PSDB). Lula vence en todos los estados, excepto en Alagoas, donde Serra ya había sido el más votado en la primera vuelta. Lula consigue su ventaja más explícita en relación al candidato de Río de Janeiro: el 78.99% de los votos. El candidato petista obtuvo sus mejores resultados, en las ciudades capitales de Salvador (83.39%) y Río de Janeiro (80.97%). Ya en São Paulo, Serra obtuvo un buen resultado, bastante cercano al del petista.

Resultado de la segunda vuelta, de acuerdo con el Tribunal Superior Electoral:<sup>73</sup>

<sup>72</sup> N. de la T: Periódico brasileño con la mayor tirada de toda la América Latina. Surgió a finales de 1970 con la caída de la dictadura brasileña.

<sup>73</sup> Recuperado de [www.tse.gov.br](http://www.tse.gov.br).

CANDIDATO	PORCENTAJE	VOTOS
Luiz Inácio Lula da Silva (PT)	61.27	52,793,364
José Serra (PSDB)	38.73	33,370,739

*Tabla 3.* Resultado de la segunda vuelta de las elecciones de 2002

TOTAL DE VOTOS VÁLIDOS	86,164,103
En blanco	1,727,788
Nulos	3,772,188
Total de urnas	320,458
Electorado	115,258,117
Abstenciones	20,500,188

*Tabla 4.* Total de votos válidos de la segunda vuelta de las elecciones de 2002

Tras la divulgación de la victoria de Lula en la segunda vuelta hubo una gran conmemoración de los electores en la avenida Paulista, situada en la capital del estado de São Paulo. El entonces presidente elegido discursa:

Haré el mayor esfuerzo de que un ser humano sea capaz para que podamos hacer que nuestro pueblo vuelva a sonreír, devolver la alegría, devolver la esperanza, hacer que la economía vuelva a crecer, generar riquezas para generar los empleos que tantas personas necesitan en este país [sic] (Lula 2002).<sup>74</sup>

El desarrollo argumentativo subraya primeramente el uso de la técnica de superación. El orador expone a lo que está dispuesto a enfrentarse para lograr sus objetivos. Se observa que la cuestión del empleo se vincula al factor económico: “hacer que la economía vuelva a crecer”. En este aspecto se contempla el enlace causal. El empleo es tratado como una consecuencia del crecimiento

<sup>74</sup> Transcripción de *Lula, el presidente. Trayectoria de un vencedor*. [DVD]. Radio y Televisión Bandeirantes Ltda [Productores]. 2002.



de la economía y la generación de riquezas. Y el discurso articula los términos felicidad y empleo.

El propio partido observa la coincidencia de fechas en este caso. Lula fue elegido exactamente 20 años después de su primera candidatura a cargos públicos. El 6 de octubre se realiza la primera vuelta, fecha que consta en la partida de nacimiento del presidente como día de su cumpleaños. El 27 de octubre es la fecha real de nacimiento de Lula. Supersticiones aparte, los datos son un poco curiosos y quedarán marcados en la historia del país y del hombre que asume tamaña responsabilidad.

#### EXPECTACIÓN DE LA POBLACIÓN

La preocupación por el planteamiento también resultó en una encuesta de opinión realizada por Criterium 'Pesquisas de Opinión y Evaluación en Políticas Públicas', encargada por el Partido de los Trabajadores en noviembre de 2002, tras la elección de Lula. El universo elegido correspondió a la población mayor de 16 años, totalizando 2416 entrevistas aplicadas en 137 localidades, distribuidas en 23 estados. El equipo responsable previó con esta metodología un intervalo de 95% de confiabilidad.

En esta ocasión, el presidente elegido contaba con la aprobación de un 82% de los entrevistados, número considerablemente superior, si lo comparamos con el índice constatado tras la elección de los dos últimos presidentes. En 1990, Fernando Collor tenía el 71% de la expectativa positiva y el 4% de la negativa, índice igual al de Lula en 2002. Mientras Fernando Henrique Cardoso tenía, en 1995, el 70% de la expectativa positiva y el 5% de la negativa.

El alto grado de expectativa fue señalado por la consultoría como uno de los factores de preocupación para el nuevo Gobierno. "Problema: La concentración de las expectativas positivas

a corto (segundo semestre de 2003) y medio plazo (a partir de 2004) apunta al riesgo de frustración acelerada y a la consiguiente pérdida de crédito y popularidad” (Opinião Brasil 2002, 48).

Respecto a la temática investigada, las encuestas registraban la cuestión del empleo como prioritaria a corto y medio plazo. Los números obtenidos superaron, incluso, la propuesta original presentada durante la campaña de lanzar un programa de combate contra el hambre en el país. La encuesta concluye que:

[La] creación de empleo y el combate contra el hambre destacan como prioridades a corto plazo; [la] seguridad pública (sobresaliendo el combate al tráfico de drogas y armas) y [las] mejoras en la sanidad y en la educación pública son las principales demandas para el transcurso del gobierno.<sup>75</sup>

Los números registrados en las encuestas relacionados con la preocupación por la cuestión del empleo exceden en gran medida a otras cuestiones presentadas. En las respuestas espontáneas, para el primer año, la creación de empleos generó un 33% de la preferencia, contra un 24% de un proyecto de combate contra el hambre. Ya para el mandato, la diferencia es todavía mayor: un 32% evalúa la cuestión del empleo como prioridad, contra un 19% respecto al combate contra el hambre.

La muestra detecta incluso el reclamo de la población respecto a las propuestas de la campaña: para el 49% de los entrevistados Lula no podría dejar de cumplir con las promesas de generación de empleo. En un plan más inmediato —el primer año de gobierno— la población entrevistada que percibía hasta un salario mínimo subrayó, en un 38% de las entrevistas, la necesidad de empleo. Entre los entrevistados con renta registrada en más de 10 salarios mínimos, el índice se quedó en un 21%. Otro

<sup>75</sup> Disponible en [www.pt.org.br](http://www.pt.org.br).

dato relevante fue la expectativa de la población respecto a la capacidad de Lula para combatir al desempleo. Probablemente, basados en el histórico de lucha sindical, los entrevistados apostaron como la acción positiva más previsible del entonces futuro Gobierno.

## CAPÍTULO IV

### LULA PRESIDENTE: EL PRIMER AÑO EN EL GOBIERNO

No soy el resultado de una elección.  
Soy el resultado de una historia  
(Lula 01 de enero de 2003).<sup>76</sup>

**S**i la elección de Luiz Inácio *Lula* da Silva por sí sola ya puede considerarse histórica por el hecho de romper con barreras sociales, todavía más peculiar es analizar como Lula, al mando del país, presentó uno de los temas que más defendió en cuanto oposición: el *empleo*.

Como vimos en los capítulos anteriores, la cuestión del trabajo y del empleo estaba íntimamente relacionada con la lucha de clases. Así, el discurso era de contestación y de reivindicación. Primero, Lula era el representante de los metalúrgicos. Posteriormente, con la creación del PT, pasó a representar otras categorías.

Como presidente de la República hubo un cambio de papeles institucionales. ¿Cómo fue el tratamiento de la cuestión a partir

<sup>76</sup> Da Silva, Luiz Inácio *Lula*. *Pronunciamiento oficial tras la ceremonia de posesión del parlitorio del Palácio do Planalto*. 1 de enero de 2003.

del momento en que asumió el poder? Para responder, se tomó como muestra el primer año de su gobierno. Se cuestionó, en un primer momento, cuántos de los 261 discursos pronunciados durante el primer año de mandato se refirieron a la cuestión del empleo.

El criterio inicial fue un análisis de los términos lingüísticos utilizados, optando por las expresiones representativas del temario propuesto. Para buscar respuestas, fueron seleccionadas inicialmente algunas expresiones clave: *empleo*, *desempleo*, *trabajo*, *ocupación*, *servicio*, *salario*, *renta*, *remuneración* y *generación*. Se verificó, en 2003, que el tema fue abordado en un 53% de los discursos.

En la investigación, se constató que la expresión *empleo* (37%) fue la más citada por el presidente, seguida de la palabra *generación* (21%), trabajo y renta (13% cada) y salario (10%). En contrapartida, la palabra *desempleo* fue poco utilizada (solamente un 5%), indicando el optimismo del presidente y presentándose como una de las estrategias argumentativas. Las expresiones *remuneración*, *servicio* y *ocupación* serán descartadas de la investigación por su escasa presencia en los discursos.

El levantamiento lexical indicó que la mayoría de los pronunciamientos citaba, al menos, la temática propuesta. Sin embargo, la lectura preliminar del material mostró que, en muchos casos, había una mera cita, sin relevancia temática. Por lo tanto, los discursos pasaron por una nueva lectura y solamente los que trataron con más profundidad la cuestión fueron utilizados para el análisis. En este capítulo procuramos ofrecer una muestra de lo que analizamos, exponiendo los discursos más emblemáticos con el fin de ejemplificar el posicionamiento del presidente.

En el primer mes de presidencia se realizaron nueve pronunciamientos oficiales, tres de ellos relacionados con la toma de posesión del presidente y del ministerio, dos con las relaciones internacionales, tres con los campos sociales y uno con el Foro Mundial. Este conjunto discursivo es de gran importancia histó-

rica. Fue en ese mes cuando se estableció el primer posicionamiento social por medio de los discursos. En varios momentos hay una reafirmación de identidad. Y más que esto, existía una incesante necesidad de afirmarse como “alguien”. Se puede ejemplificar tal hecho por el uso del adjetivo posesivo “mi”, citado a menudo al referirse al gobierno (mi gobierno). De igual manera, se observó la predominancia estilística de metáforas y analogías, característica que permanece desde el período sindical.

Otro aspecto importante a señalar es el choque entre la formalidad y la informalidad. La delimitación entre los campos “formal” e “informal” recurre a los pronombres personales como límites discursivos. En el acto de toma de posesión realizada en el Congreso Nacional, los términos “excelentísimo” y “señor” sirven para determinar el tono del discurso. Ya en los dos momentos en que los discursos son realizados en el campo de las relaciones internacionales no hay esta formalidad, pero el discurso tampoco incurre en expresiones orales o jergas. Una analogía pertinente en este caso es el uso de trajes en determinadas ocasiones. Es como si en la sesión del Congreso el presidente llevase el “discurso *black tie*”, en las relaciones internacionales el “discurso paseo completo” y en los actos sociales el traje “discurso paseo”. El límite entre formalidad e informalidad también se refiere a las estrategias argumentativas. Cuanto más formal el discurso, más se ayuda Lula de referencias numéricas y estadísticas. Además, fueron empleadas expresiones gramaticales que remitían a la retórica clásica y rebuscada.

En el primer pronunciamiento oficial, durante el acto solemne de toma posesión en el Congreso Nacional, el presidente abordó la temática enfáticamente. Para iniciar su argumentación profirió: “Dije y repito: crear empleos será mi obsesión” (Lula, 01 de enero de 2003). La relación inicial de la temática es con la *producción*. Lula relacionó directamente el factor empleabilidad con la capacidad del ciudadano para trabajar y mantenerse por el rendimiento del trabajo.

Además del apoyo de la inmensa mayoría de las organizaciones y de los movimientos sociales, contamos también con la adhesión entusiasta de millones de brasileños y brasileñas que quieren participar en esta cruzada por retomar el crecimiento contra el hambre, el desempleo y la desigualdad social (Lula 01 de enero de 2003).

El refuerzo de la ideología central del Partido está explícito en la afirmación “el apoyo de movimientos sociales y la adhesión de millones de brasileños”, que refleja un ideal defendido por la democracia, en que el poder sería ejercido por el *pueblo*. El discurso del presidente busca reafirmar este compromiso ideológico, ignorando en cierta forma el pragmatismo de la cuestión. No se encuentra definida cuál es la forma de participación de las masas y de las organizaciones sociales. Solamente se constata la expectativa de esta población respecto a las problemáticas nacionales. Lula contemporiza con el discurso socialdemócrata, demostrando su adhesión a la posición centrozquierda.

En el mismo día, en el salón del Palácio do Planalto, se observa una profusión de valores ideológicos, sin ningún dato concreto y ninguna promesa explícita. Únicamente un claro énfasis en los saberes populares que le confiere competencia de intervenir en la construcción de lo real y propiciar la aceptación de su opinión. “Esto está escrito en la Constitución brasileña, está escrito en la Biblia y está escrito en la Declaración Universal de los Derechos Humanos”. Se nota la ausencia del tópico del empleo, pues el cuño social de este discurso fue centralizado en el Programa Hambre Cero, implementado por el gobierno de Lula y llevado posteriormente al exterior como un modelo de combate contra el hambre.

Les quiero proponer algo: mañana estaremos empezando la primera campaña contra el hambre en este país. Es el primer día de combate contra el hambre. Tengo fe en Dios de que vamos a garantizar que todo brasileño y brasileña puede todos los santos días tomarse un

desayuno, comer y cenar, porque esto no está escrito en mi programa. Esto está escrito en la Constitución brasileña, está escrito en la Biblia y está escrito en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Lula 01 de enero de 2003).

La argumentación basada en la emoción fundamenta los argumentos relacionados con los juicios de valores y experiencias empíricas. La recurrencia de los reclamos religiosos: “todo el santo día, tengo fe en Dios y está en la Biblia” invoca cuestiones esenciales al ser humano y trasfiere, de cierta forma, las responsabilidades a lo “divino”. Hay un cierto tono *misionero*, como si el deseo de un ser superior pudiera realizarse por medio de las acciones de un nuevo héroe: el presidente de la República.

Técnicas de identificación con el público también se pueden encontrar y componen la estrategia de toma de postura del papel social del presidente. Tras la elección, con las grandes expectativas colectivas, es necesario que Lula proporcione a los electores y no electores la seguridad sobre su capacidad de gobernar y también presentar razones para que confíen en él. Más aún, la preocupación reside en promover la identificación y presentar técnicas de superación. Siguiendo el pensamiento popular: si el presidente supera determinadas cuestiones sociales también podrá gobernar el país, a pesar de su poca experiencia en cargos administrativos. Tanto en este como en otros momentos observados en el *corpus* se emplea la aplicación del argumento de superación.

Cada uno de nosotros, brasileños, sabe que lo que hicimos hasta hoy no fue poco, pero también sabe que podemos hacer mucho más. Cuando miro mi propia vida de emigrante nordestino, que de pequeño vendía cacahuets y naranjas en el muelle de Santos, que se hizo tornero mecánico y líder sindical, que un día fundó el Partido de los Trabajadores y creyó en lo que estaba haciendo, que ahora asume el puesto de supremo mandatario de la Nación, veo y sé, con toda claridad y con toda la convicción, que podemos mucho más [...] Agradezco



a Dios por llegar hacia donde llegué. Ahora soy el servidor público número uno de mi país (Lula 01 de enero de 2003).

Además del argumento de superación, sugerida por Perelman y Olbrechts-Tyteca (1996, 327), también se observa la elocuencia que caracteriza a los discursos de Lula. Sin embargo, prevalece la valoración del carácter simbólico respecto a la esperanza y el futuro. Es como si el orador se convirtiera en un ídolo, un ser que dispusiera de las respuestas deseadas por el público y que emanase optimismo para facilitar la conquista de la adhesión.

La necesidad de la afirmación del *statu quo* es confirmada por el uso del pronombre personal *yo*, que aparece principalmente en los discursos que refuerzan la legitimación de la autoridad, como el proferido en el salón del *Planalto* el 1 de enero. El auditorio está presente en el local del pronunciamiento, delante del poder consagrado y avalando el liderazgo del presidente. La autoridad se manifiesta como un hecho consumado, por lo tanto no hay que discutirlo.

Como *yo* tengo una agenda que cumplir, *yo* quería decirles a todos ustedes: mañana será *mi* primer día de gobierno y *yo* prometo a cada hombre, a cada mujer, a cada niño y a cada joven brasileño que *mi* gobierno, el presidente, el *vice* y los ministros trabajarán, si es necesario, 24 horas al día para que la gente cumpla con aquello que se les ha prometido, que se cumpliría (Lula 01 de enero de 2003).

El pasaje de arriba demuestra la necesidad de realzar la figura del enunciador: *yo*, en cuanto papel social del presidente de la república. Desde el punto de vista de este enunciador, lo que se percibe es una nítida repetición de otros discursos: el *jefe* máximo de la nación, ejerciendo el poder sobre sus súbditos, protegiéndoles y trabajando por ellos. La presencia del direccionamiento al auditorio universal es ejemplificado: “a cada hombre, a cada mujer, a cada niño y a cada joven brasileño”. Hay distinción de género —femenino y masculino—, así como un recorte etario

—infancia, juventud y madurez. Bajo el aspecto de las técnicas argumentativas, el pasaje ejemplifica el argumento basado en el razonamiento matemático, cuando las partes se citan como componentes del todo: los grupos de niños, jóvenes, hombres y mujeres, insertos en el conjunto de los brasileños.

Poco antes de la realización del Foro Mundial Social, la revista *IstoÉ* publica en la portada: “Brasil está de moda: clima de optimismo, prestigio internacional y un nuevo nacionalismo en las calles: los brasileños redescubren el amor por el País” (*IstoÉ* [ed. 1738] 22 de enero de 2003).

El referido reportaje discute la brasileidad y señala a la elección de Lula como principal razón para la recuperación del sentimiento: “La cordialidad con que el poder central trata a la población genera el enlace simbólico más fuerte entre las calles y el Palacio” (Lobago 22 de enero de 2003, 48).

Y fue con este espíritu con el que, a finales de enero, dos eventos mundiales movieron la agenda del presidente: el Foro Social Mundial,<sup>77</sup> realizado el 24 en Porto Alegre y el Foro Económico Mundial, que tuvo lugar en Davos, Suiza, el día 26. La participación de Lula en ambos eventos repercutió en la prensa nacional, incluso siendo apuntado como “el constructor de la tercera vía real” (Salgado 2003, 42). El título sugerente del reportaje “El eslabón entre dos mundos” refuerza la imagen de articulador en los dos foros rivales. Al fin y al cabo, el Foro Social Mundial fue creado justamente para oponerse al encuentro realizado en Davos.

De esta forma, era de esperar que el tópico empleo fuera abordado en el Foro Social Mundial. Sin embargo, no hay referencia a ello. La única presencia lexical de la palabra *empleo* se observa en este pasaje:

Yo sé de la expectativa que estoy generando en las mujeres, en los hombres y en los niños. Yo nunca he visto, en la historia de Brasil tanta expectativa, tanta esperanza y tanta gente pidiendo a Dios que acer-

<sup>77</sup> Fue la primera vez en que un jefe de Estado participaba en el Foro Social Mundial.

temos. Y tanta gente pidiendo no empleo, sino diciéndome: “Lula, ¿cómo hago para ayudar a nuestro Gobierno a que acierte?” Esta es la fuerza de la sociedad y es exactamente este capital político el que hizo que pudiéramos terminar la elección y vocear muy alto: “La esperanza finalmente venció al miedo” (Lula 24 de enero de 2003).

El refuerzo de uno de los valores fundamentales de la campaña, la *esperanza*, se une a la responsabilidad compartida entre orador y auditorio. La presencia de la temática indica una transferencia de actitudes, que se esperaría de la población y en lugar de pedir se ofrece a ayudar. Con esto queda visible el argumento basado en la valoración de la unión. La referencia al pasado y a Dios busca fundamentar la validez del argumento. Enalteciendo la fuerza popular, Lula, en un momento explícitamente persuasivo, consigue reunir la credibilidad y reciprocidad de la población.

El discurso también se instala como un momento simbólico, estableciendo vínculos entre gobernante y gobernados. Cuando Lula proclama que “la esperanza finalmente venció al miedo”, insta el espíritu revolucionario amparado en la justicia social. La esperanza personificada en Lula, representante de la clase trabajadora asalariada y de las minorías excluidas, en un acto heroico vence al villano miedo, o sea, a la hegemonía política brasileña. Tanto la esperanza como la unión y la justicia fundamentan este simbolismo, basado en valores deseables por un auditorio universal.

La vez anterior que participé aquí intervine en un debate, en el que me asignaron como tema “Otro Brasil es posible”. Y me acuerdo de que, en aquel momento, yo ni siquiera estaba seguro de que sería candidato a presidente de la República. Y hoy, al participar en este Foro, lo hago en condición de funcionario público número uno de mi país.

Lula utiliza el cambio, recordado por todos antes y después de su elección y se otorga a sí mismo la representación física de esta

intención. Rememorando su participación anterior en el Foro, recuerda que en esa ocasión debatió sobre el tema “Otro Brasil es posible”. Aunque dijera que no estaba seguro ni siquiera de que sería candidato a la presidencia, manifestaba que el “otro Brasil” estaría allí, personificado, y que su elección lo corroboraba. Por lo tanto, aquí se encuentra una muestra del argumento persona y sus actos, enfatizado por la mitificación del personaje. A la vez, Lula se pone a la disposición de todos los brasileños, titulándose “funcionario público número uno” del país. Se nota la utilización de “mi país” como muestra de engrandecimiento de Brasil y del sentido de propiedad. El argumento por caso particular es utilizado para presentar al presidente como un modelo.

Yo, ahora mismo, Haddad, estoy hablando aquí, en portugués, y debe haber ahí, compañero, gente que habla francés, inglés, debe haber gente de China, de la India, que no está entendiendo nada de lo que estoy hablando. Sin embargo, aquellos que no entienden mis palabras y son personas que creen en el Foro Social Mundial, miren a mis ojos, que así van a entender cada palabra que yo diga.

En este fragmento observamos dos características evidentes del discurso de Lula. La primera hace referencia al uso de vocativos. Con el objetivo de captar la atención del público, el orador invoca un integrante del auditorio para avalar su discurso. La segunda está en el uso de clichés como “miren a mis ojos”. Este recurso emocional es una frase de efecto y sin fundamento real, al fin y al cabo, ¿cómo alguien del auditorio podría, de hecho, mirar a sus ojos? A la vez, es una frase que cautiva, pues se asocia con la honestidad dada la fuerza expresiva de la mirada. La expresión se fundamenta en uno de los valores que el orador pretende matizar: la *confianza*. Por lo tanto, el valor se manifiesta amparado por el argumento del todo en relación a las partes, ya que son citados varios países reunidos con un propósito común.

## EN 20 AÑOS, MUCHAS COSAS PUEDEN CAMBIAR

Tras dos días, el presidente participa del Foro Económico Mundial, en Davos, Suiza. Allí se encontraría la síntesis de lo que Lula había criticado en el transcurso de su vida política: la confrontación con la clase dominante política y económica. En su pronunciamiento, en portugués, proferido a centenares de personalidades del mundo económico, Lula mezcla un discurso socialdemócrata con un explícito continuismo de una política volcada a la apertura del capital extranjero en Brasil.

Nuestra determinación resulta no sólo de los compromisos que hemos asumido desde hace muchos años, sino también de la esperanza que moviliza nuestro país (Lula 26 de enero de 2003).

También aclara su postura respecto a la financiación necesaria para la ejecución de las propuestas de su gobierno.

Así, busco la interlocución con todos los sectores que serán reunidos en el Consejo de Desarrollo Económico y Social. Buscaré contactos y puntos de apoyo para nuestros proyectos de cambio de la sociedad brasileña, donde quiera que ellos estén (Lula 26 de enero de 2003).

En estos fragmentos observamos la presencia de máximas orientativas del primer año de gobierno:

Nuestra infraestructura deberá ampliarse, incluso con la participación de capital extranjero. Somos un país acogedor. La tolerancia y la solidaridad son características del pueblo brasileño. Tenemos una fuerza de trabajo calificada, apta para los grandes desafíos de la producción en este nuevo siglo (Lula 26 de enero de 2003).

Lo más sorprendente fue percibir que el presidente, al seguir su pronunciamiento, abre las puertas al capital extranjero, situación

jamás concebida si hubiera permanecido con su ideología arraigada a lo largo de su trayectoria del Partido de los Trabajadores. En 1984, Lula decía que lo más importante para una multinacional eran los beneficios, dando a entender que no había preocupación con la población del país que recibiera la industria, en lo referente a la generación de empleos.

Para una empresa como Ford, le es igual producir mil coches con mil empleados o producir mil coches con 30 mil empleados. Lo que le importa son los beneficios a fin de mes (Lula en Betto (Org.)1984, 58).

Para consolidar esta apertura, Lula en Davos presenta, o vende, la fuerza de trabajo nacional como competente y, más que esto, tolerante y solidaria. La expresión *tolerante* puede implicar el entendimiento de una cierta sumisión por parte del pueblo brasileño que, de acuerdo con el discurso del presidente, acogería el capital extranjero en su país. Es más, Lula deja patente la posibilidad de una apertura todavía mayor para este interés extranjero. “Nuestra infraestructura deberá ampliarse, incluso con la participación de capital extranjero”.

Este ejemplo puede considerarse uno de los más relevantes para demostrar la contradicción en la trayectoria discursiva de Lula. Si contraponemos su discurso cuando era sindicalista y luego, cuando fue diputado federal, el cambio resulta evidente. En el siguiente pronunciamiento, por ejemplo, proferido durante la toma de posesión de Lula en el Sindicato de los Metalúrgicos del ABC, Lula afirma:

...encontramos a un hombre esclavizado por el poder económico, explotado por otros hombres, privado de la dignidad que el trabajo proporciona, apenado por la fiebre del lucro, uncido al ritmo loco de la producción, condicionado por leyes bonitas, pero inaplicables, equipado a las máquinas y herramientas (Lula citado por Paraná 2003, 119).

El discurso expone la crítica al mismo modelo defendido por el público presente en Davos. En este momento, Lula critica la visión restrictiva de la lógica del mercado en torno a la adquisición de beneficios con minimización de costes, incluso con reducción de la plantilla de los trabajadores: “un hombre esclavizado por el poder económico, explotado por otros hombres”. Se observa una síntesis de la crítica al tópico central del pensamiento neoliberal: el lucro generado por el mercado.

Solo los trabajadores pueden conquistar a lo que tienen derecho.  
Nadie nunca nos ha regalado, nadie nunca nos regalará nada (Lula citado por Dantas 1981, 106).

Si su afirmación es que los trabajadores nunca recibieron nada gratis y en el discurso de Davos Lula *vende* la fuerza de trabajo brasileña, ¿cuál es la coherencia en este posicionamiento? ¿Qué habrían que ofrecer entonces los trabajadores al capital extranjero a cambio de inversiones en el país? Así que la apertura hacia las inversiones extranjeras, aparentemente, se aceptan en este momento como una alternativa a la generación de puestos en un mercado de trabajo que va a ser instaurado.

#### OBSESIÓN RETÓRICA

El mes de marzo empieza con invasiones del MST<sup>78</sup> durante el Carnaval, incluso con destrozos de edificios públicos; concomi-

<sup>78</sup> N. de la T: El MST (esp. Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra) es un movimiento político-social brasileño de inspiración marxista que busca la reforma agraria. Se originó en 1983 cuando centenares de trabajadores rurales sin tierra deciden fundar un movimiento social campesino, autónomo, que luchase por la tierra, por la reforma agraria y por una sociedad más justa y fraterna. El MST se encuentra entre los movimientos sociales más grandes de Latinoamérica, contando con cerca de un millón y medio de campesinos y campesinas sin tierra organizados a lo largo de 24 de los 27 estados de Brasil y en las cinco regiones del país. El MST ha logrado el asentamiento de 350 mil familias.

tantemente, eclosiona una ola de violencia en Río de Janeiro encabezada por el narcotráfico y la publicación del incremento de la tasa de paro junto a la eminencia de la invasión norteamericana en Irak complementan el panorama negativo. La carga emocional estuvo presente en la mayoría de los 19 discursos oficiales pronunciados en el transcurso de ese mes.

En un evento de una montadora automovilística, Lula presenta la temática como una solución al combate contra la criminalidad para un auditorio de seis mil operarios.

Yo estoy convencido de que si no tenemos una política agresiva para invertir en educación, invertir en la profesionalización y, sobre todo, para invertir en la generación del Primero Empleo, podremos estar perdiendo para el crimen organizado, para el narcotráfico millones de jóvenes, nuestros hijos, que están en este momento dentro de casa, sin tener la oportunidad de cursar una universidad y sin tener la oportunidad de conseguir un empleo [*sic*] (Lula 10 de marzo de 2003).

En esta parte del discurso el énfasis recae sobre el verbo *convencer*, cuando el orador busca transmitir una convicción racional y arraigada. La formación discursiva apunta hacia la valoración de la idea defendida por el orador, que es la necesidad de inversiones. Esta premisa inicial se desarrollada en el fragmento anterior con variantes de *invertir*, usada tres veces. Además, Lula realiza implícitamente el contrapunto entre “inversión” y “coste”. La primera expresión remite a un retorno del valor empleado, lo que no ocurre con la segunda. El argumento de causalidad pretende enlazar las situaciones de *estar desempleado* y pertenecer *al crimen organizado* como una relación de causa-efecto.

Para defender la premisa inicial, el orador justifica la necesidad de inversiones, cimentados en el triángulo educación, familia y empleo. Además, señala la posibilidad de que no se hagan efectivas sus aspiraciones al citar la desviación de “nuestros jóve-



nes” hacia la delincuencia. La llamada emocional, en cuanto defensor de la estructura familiar, puede ocultar el objetivo real de las propuestas, que serían reunir el apoyo necesario para que el Gobierno Federal realizara las reformas.

Al final del discurso, Lula recupera la conexión entre empleo y educación, enfatizando la existencia de una relación entre ellos. La fuerza con que explora el tópico *empleo* es expresada como una *obsesión*. Se forma así una verdadera retórica pasional.

Ustedes saben que durante la campaña ya he afirmado cuantas veces he podido que el empleo, para mí, sería una obsesión. Y voy hacer que esta obsesión se apodere de mi cabeza los cuatro años de mandato, porque nosotros tendremos que dar la oportunidad de trabajar y la oportunidad de estudiar a millones de jóvenes que quieren trabajar y estudiar y que no tienen la oportunidad en este momento histórico de nuestro país (Lula 10 de marzo de 2003).

La carga emocional pretende conmover al auditorio. Primero, por la temática, luego, por la supuesta perseverancia del orador y, por último, por la exclusión de *millones* de personas sin oportunidades. Aristóteles, en *Retórica de las pasiones*, clasifica el uso de los sentimientos en pro de la construcción de la imagen del orador y de la identidad con el auditorio a través de las representaciones posibles, realizadas mediante el lenguaje adecuado. El discurso de Lula, especialmente en estas fechas, se caracteriza por el tópico nombrado por Aristóteles como el “del temor y de la confianza”.

Todas las cosas son aún más temibles si no hay la posibilidad de que sus autores las corrijan [...] [e] igualmente son temibles las cosas contra las cuales los recursos no existen o son difíciles [...] pero para temer es preciso que se guarde en el interior alguna esperanza de salvación sobre aquello por lo que se lucha (Lula 10 de marzo de 2003).

Así, los temores —desempleo y violencia— generados por la falta de empleo son empleados en la defensa de ideas del sujeto —Gobierno Federal— personificado en la figura que reparte esperanza: el presidente Lula. El argumento del despilfarro matiza el uso de la pasión, al afirmar que aquel “momento histórico” sería la oportunidad que todos estaban aguardando en su “interior”, en palabras de Aristóteles, para sanar los temores citados.

En la misma fecha, Lula comparece en la Feria del Plástico, dando continuidad a la temática ya tratada en la ceremonia anterior. La dialéctica pasional se repite con la misma expresión: *obsesión*. Sin embargo, contrariando al pronunciamiento anterior, en el que asume como suya aquella característica, en este evento Lula se la atribuye al Gobierno en conjunto y comparte esta responsabilidad.

Mi compañero Jaque Wagner, ministro de Trabajo, lo sabe; el compañero Luiz Furlan, ministro de Desarrollo, Industria y Comercio, lo sabe; todo el Gobierno lo sabe y todos los empresarios que ya han hablado conmigo lo saben: nosotros seguimos con la misma obsesión de la campaña para generar empleos y solo vamos a generar empleos si la industria crece, y la industria solo crecerá si hay mercado consumidor aquí y mercado consumidor externo (Lula 10 de marzo de 2003).

En este contexto no se manifiesta el enlace entre empleo y educación, sin embargo, la relación es dirigida a la lógica de mercado. El razonamiento presentado posee una estructura matemática: solo vamos a generar empleos (X) si la industria crece (A), y la industria solo crecerá si hay mercado consumidor aquí (B) y mercado consumidor externo (C).

$X = A$  (enlace causal)

$A = B + C$  (enlace de coexistencia)

Si  $X = A$  y  $A = B + C$ , entonces  $x = B + C$

Hay una transferencia de valores entre los elementos, haciendo que la variable “crecimiento industrial” sea excluida del resultado final, adjudicando al mercado un mayor peso en la ecuación.

La formación ideológica lleva a la conclusión de que la función social del empleo está directamente ligada al “dios” neoliberal: el mercado.

En la toma de posesión de la directiva de la Asociación Comercial de São Paulo, la generación de empleo se vinculaba al potencial de inversión del empresariado, público diana en esta ocasión.

He descubierto una cosa: este país no necesita solamente de empleo, de salario, de combate contra el hambre. Este país necesita ante todo recuperar la autoestima de 175 millones de brasileños (Lula 24 de marzo de 2003).

La subjetividad del término “autoestima” abre un abanico de múltiples interpretaciones al cuestionar con qué estaría relacionada, porque puede ser definida como la opinión, el concepto y el sentimiento que tiene cada persona de sí misma o de su interior. La autoestima se origina por circunstancias de la vida, por el tipo de infancia y el desarrollo personal de cada uno.

Para comprender la expresión en el contexto de este discurso se encuentra la posibilidad del uso ilustrativo para la representación del imaginario brasileño. Tomando la hipótesis como cierta, la palabra puede simbolizar un sentimiento colectivo de inseguridad que, posiblemente, pueda estar enlazado con las cuestiones económicas. No obstante, partiendo de esta premisa el combate contra el hambre y el desempleo están íntimamente ligados a la recuperación del valor simbólico de la estima nacional. Así, no hay como desenlazar la autoestima del brasileño del mercado laboral.

En abril, Lula realiza prácticamente un pronunciamiento diario (26 en total). Dos de ellos, realizados en inauguraciones en el norte del país, demuestran acercamientos con el público presente.

En Barcarena, Pará, el tópico empleo se relaciona con el valor *esperanza*, ejemplificado por la juventud. Lo que se constata es la preparación para el lanzamiento de la idea del Programa Primero Empleo con la presentación de justificaciones que fundamentan la opción del Gobierno por una actividad destinada exclusivamente a los jóvenes que están ingresando en el mercado laboral.

¿Cuál es la perspectiva para nuestra juventud? ¿Cuál es la perspectiva para un adolescente de 17 o 18 años que no puede pagar 500 o 600 reales para una universidad privada y que no logra aprobar en una pública porque cursó la enseñanza fundamental pública y no puede competir con quien cursó una enseñanza privada? ¿Cuál es la perspectiva que le podemos ofrecer a una joven de 17 o 18 años que termina la secundaria y que no logra llegar a la universidad, que sale todos los días por la mañana a buscar trabajo y vuelve a casa sin empleo? Si no pensamos en esto, el camino de esta joven será un camino que, nadie se lo desea, como será el camino del joven (Lula 24 de marzo de 2003).

La presencia predominante de las preguntas retóricas remite a la supuesta reflexión propuesta por el orador. La acción de presentar los problemas con interrogantes para luego ofrecer soluciones es una característica del discurso publicitario, que tiene como objetivo la identificación entre el consumidor y el producto. Primero, la persona se aproxima de la realidad demostrada y se identifica con ella. Luego, espera a que se exponga también la solución. En el caso de este fragmento del discurso de Lula, las cuestiones componen el preámbulo de la argumentación que, en seguida, justifican la propuesta de participación popular y de la realización de las reformas.

En el fragmento, la palabra *empleo* aparece vinculada a la necesidad de promocionar la reforma tributaria. La generación de empleos estaría legitimando los cambios en el sistema tributario nacional, o sea, Lula hace uso del argumento de fines y medios.

El medio no elogiado —la reforma tributaria— ocasionaría el objetivo, la creación de empleo.

Quizás la reforma tributaria no sea la reforma tributaria ideal. Pero será la más justa que se haya hecho en este país. Tendrá el principio de justicia social: pagará más quien tenga más. Y tendrá como objetivo exonerar a los que invierten en la generación de empleos en este país, a los que invierten en la exportación, para que la gente pueda percibir de otros sectores de la economía (Lula 04 de abril de 2003).

Ya en la ciudad de Belém, el empleo regresa como obsesión:

Afirmábamos en la campaña que vamos a transformar el empleo en una obsesión. Porque sé qué significa un empleo para un cabeza de familia, para una mujer o para un adolescente (Lula 04 de abril de 2003).

El acuerdo establecido entre Lula y el público se evidencia cuando el orador afirma saber qué significa estar empleado, presuponiendo una referencia a su vida personal. Luego, Lula anuncia el lanzamiento del Programa Primero Empleo y pone la fecha para el día del Trabajo, el 1° de mayo:

Y pueden estar seguros de que, ahora, a principios de mayo, anunciaremos, en un acto el 1.º de mayo, el programa del Primero Empleo en nuestro país, para comenzar a dar oportunidades para que nuestra juventud empiece a trabajar (Lula 04 de abril de 2003).

Lo que se reconoce con la frase “para comenzar a dar oportunidades para que nuestra juventud empiece a trabajar” es que hasta entonces los jóvenes no estarían trabajando. Se establece una relación de dependencia entre el público diana, la juventud y el programa de gobierno. Además, se crea una cierta expectativa en cuanto al acto, ya que este proporcionaría la generación de puestos de trabajo para aquel grupo.

El conflicto entre Estados Unidos e Irak sirve como pretexto de, en un discurso pacifista, introducir y justificar las acciones del gobierno brasileño.

Nosotros queremos otra clase de guerra, [aquella] contra el analfabetismo. Y vamos a vencerla. Queremos la guerra contra el desempleo, y vamos a vencerla. Queremos la guerra para combatir el hambre, y vamos a vencerla. Pero queremos sobre todo, Edmilson, la guerra por el crecimiento y el desarrollo de este país, para generar empleo para millones y millones de hombres y mujeres, de chicos y chicas, que quieren trabajar, quieren estudiar y el país todavía no ofrece todas las condiciones (Lula 4 de abril de 2003).

La expresión “guerra” se convierte en una figura del lenguaje con una inversión de significado. Se utiliza la palabra enfatizándola con la repetición de “vamos a vencerla”, demostrando la elocuencia del presidente. La argumentación de fines y medios es visible al aplicarse a la figura “guerra” para alcanzar determinados fines. Especialmente el último fragmento, “el país todavía no ofrece todas las condiciones”, es aplicable a lo que proponen Perelman y Tyteca (1996, 312) cuando afirman que “por esto, resulta útil mostrar que, si hasta ahora no se ha tenido éxito, obedece a que se habían ignorado los buenos medios o que se había olvidado de emplearlos”.

En conmemoración de los 100 días de gobierno, Lula realiza un pronunciamiento en el Palácio do Planalto, en el cual evalúa algunos temas como la economía, las reformas, el Programa Hambre Cero y la seguridad pública. El acto repercute en la prensa nacional, como en la revista *IstoÉ* (9 de abril de 2003 [ed. 1749], 24-34), que destaca el desempleo como la mayor preocupación del brasileño, de acuerdo con una encuesta realizada por el IBOPE. Respecto al desempleo, relata que “sigue creciendo el número de parados. Poco (por no decir nada) fue hecho por el nuevo gobierno en beneficio directo de las masas de parados”.

Independientemente de las críticas, Lula sigue defendiendo el aumento del salario mínimo y vincula la generación de empleos con la realización de la reforma tributaria y de las pensiones. El verbo más enfatizado en el pronunciamiento fue “cambiar”, unido a la expresión “mudanza”.

No veo la hora de que bajen los intereses y la economía retome su crecimiento. Y cómo me gustaría poder, ahora mismo, aumentar más todavía el salario mínimo. Pero creo que en este momento 240 reales es el máximo que me recomendaban la prudencia y la cautela. Sin embargo, quiero repetirles lo que dije durante toda la campaña: hasta el final de mi gobierno vamos a duplicar el poder de compra del sueldo mínimo (Lula 07 de abril de 2003).

Se contempla que, primero, el orador sitúa la causa del no aumento —“No veo la hora de que bajen los intereses y la economía retome su crecimiento”—, para luego presentar su buena voluntad —“Y cómo me gustaría poder, ahora mismo, aumentar más todavía el salario mínimo”— y en seguida justificar su acción en la actualidad —“Pero creo que en este momento 240 reales es el máximo que me recomendaban la prudencia y la cautela”. Las expresiones “pero”, “en este momento” y “creo” indican algo de duda en su afirmación. Restableciendo el tono optimista, vuelve a prometer el aumento. Sin embargo, duplicar el poder de compra del salario mínimo no significa conceder el aumento en la misma proporción, sino su valor real, o sea, la moneda brasileña necesitaría incrementarse y estabilizarse económicamente para que el dinero retomara su valor de compra.

#### DE VUELTA A LOS ORÍGENES: ATAQUE Y DEFENSA

Al llegar el histórico 1.º de mayo, Lula comparece a la misa de los trabajadores en São Bernardo do Campo, como lo hace

desde los tiempos de sindicalismo. En el discurso, de tono altamente emocional, el presidente recuerda su pasado político, relacionándolo con varias personalidades presentes, como Frei Betto<sup>79</sup> y Vicentinho.<sup>80</sup>

El pasado político le permite incluir el tópico empleo. En la fecha, habría el lanzamiento del Programa Primero Empleo, de acuerdo con el anunciado en abril. Sin embargo, el presidente declara:

hoy no estamos aquí anunciando el lanzamiento de la propuesta del Primero Empleo. No la estamos lanzando porque queremos trabajarla mejor, para que cuando la lancemos sea una propuesta que se ejecute de inmediato, porque para nosotros el empleo es una obsesión (Lula 01 de mayo de 2003).

El discurso de Lula refuerza la autoridad cuando se refiere al pasado y a las conquistas, predominando el uso del pronombre en primera persona del singular:

Lo que quiero que todos comprendan es que nuestra responsabilidad es infinitamente mayor que la de cualquier otro presidente en cualquier otro momento de la historia de este país. Exactamente porque yo no soy un hombre que vengo desde arriba para abajo, yo soy un hombre que ustedes hicieron brotar desde el suelo de

<sup>79</sup> N. de la T. Carlos Alberto Libânio Christo, conocido como Frei Betto, es un fraile dominico brasileño, teólogo de la liberación, militante de movimientos sociales y autor de más de 50 libros de diversos géneros literarios y de tema religioso. Conoció a Lula cuando, en 1979, se mudó a una favela de São Paulo. Fue asesor personal de Luiz Inácio *Lula* da Silva en los años de 2003 y 2010. Fue galardonado con varios premios por sus actuaciones en pro de los derechos humanos y de movimientos populares.

<sup>80</sup> N. de la T. Vicente Paulo da Silva, conocido como *Vicentinho*, es un líder sindical y político brasileño. Es licenciado en Derecho y metalúrgico. Actualmente ejerce su segundo mandato como diputado federal por el Partido de los Trabajadores de São Paulo. Forma parte del movimiento sindical y fue presidente de la CUT (esp. Central Única de los Trabajadores).



la fábrica, entrar en la política y convertirse en presidente de la República (Lula 01 de mayo de 2003).

Otro ejemplo es la próxima declaración, en la cual se observa el énfasis en el argumento de identidad para provocar la solidaridad entre orador y auditorio, pero, cuando se trata de las acciones como Gobierno y de sus respectivas responsabilidades, el pronombre utilizado está en primera persona del plural. Por un lado, puede significar la incorporación del espíritu de equipo; por otro, el uso, a veces exagerado, del pronombre *yo* estimula, como ya hemos constatado en otros momentos, la consolidación del personaje político “Lula”.

Yo, por tanto, sé lo que pasa en la cabeza de cada uno de ustedes, sé el sufrimiento de un desempleado, porque he vivido la crisis de 1965, estando 11 meses en paro. Por tanto, yo sé lo que pasa en la casa de un desempleado. Y es por esto que yo no quiero pasar a la historia de Brasil como el presidente que será recordado por tener una fotografía expuesta en el salón noble del palacio. No. Yo quiero ser recordado, como presidente de la República, por las políticas sociales que implementemos en este país (Lula 01 de mayo de 2003).

La argumentación *persona y sus actos* busca dar credibilidad al orador reforzando la temática abordada para, con la identificación, extraer cualquier posibilidad de análisis sobre la liviandad de conocimiento del autor sobre el tema. Por otro lado, la totalidad del discurso en esta fecha, la primera vez que Luiz Inácio comparece en esta misa histórica como presidente de la República, procura esclarecer los principios ideológicos que le rigen en ese momento.

La formación ideológica demuestra la inclusión de los principios sociales y de las raíces sindicales, basadas en el apoyo de la clase trabajadora y de las minorías. Al decir “yo no soy un hombre que vengo desde arriba para abajo, yo soy un hombre que ustedes hicieron brotar desde el suelo de la fábrica, entrar en la

política y convertirse en presidente de la República” Lula se presenta como un igual. Sin embargo, también se presenta como un modelo de acciones, de coraje y de luchas sociales a ser seguido.

Con una alta aceptación popular (un 78% contra un 73.9% el 23 de abril, de acuerdo con la CNT/Sensus, revista *Veja*, [11 de junio de 2003 {ed. 1806}, 44], el presidente participa en otro acto directamente vinculado a su historia política, el 8º Congreso Nacional de la CUT.<sup>81</sup> Los líderes del PT fueron abucheados y Lula no esquivó las manifestaciones: “recibió su primer abucheo desde que llegó al Palácio do Planalto” (Lima, revista *Veja*, 11 de junio de 2003, [ed. 1806] ,42).

Yo, y lo saben ustedes, no me preocupo por los abucheos, porque pienso que el abucheo es tan importante como la ovación. Porque hay gente que me abucheó porque yo quería crear al PT, hay gente que me abucheó porque yo quería crear la CUT y ustedes saben cómo fui abucheado por crear la CUT en 1983. Y solo les quiero decir una cosa: estén calmados, mis compañeros, les quiero pedir algo. En lugar de que algunos compañeros, tan apreciados, hagan enfrentamientos, sería mejor que nos dijeran qué quieren para que podamos atenderlos, para que podamos actuar. Esto sería lo mejor y lo más prudente (Lula 04 de junio de 2003).

Lula expone la contradicción entre haber sido abucheado durante la creación del PT y de la propia CUT con la situación actual. Además de hacer referencias históricas, el presidente también demuestra la incompatibilidad de la manifestación en aquel momento: “En lugar de que algunos compañeros, tan apreciados, hagan enfrentamientos, sería mejor que nos dije-

<sup>81</sup> N. de la T: La CUT (esp. Central Única de los Trabajadores) es una organización sindical brasileña fundada en 1983 en la ciudad de São Bernardo do Campo (estado de São Paulo), durante el Primer Congreso Nacional de la Clase Trabajadora. Históricamente vinculada al Partido de los Trabajadores, la CUT es la mayor central sindical de Latinoamérica y la 5ª del mundo y está presente en todos los ramos de la actividad económica.

ran qué quieren para que podamos atenderlos, para que podamos actuar”. Aunque Lula no manifiesta nominalmente quiénes serían los “compañeros” divergentes, se queja de su actitud. Es lo que Copi (1974) clasifica de argumentación *ad hominem*, o sea, en lugar de refutar la idea del adversario, ataca a quien pronuncia el comentario.

Durante el pronunciamiento el presidente utiliza comparaciones, algunas de ellas irónicas. Las figuras lingüísticas manifiestan claramente la adaptación al auditorio, porque se acercan a lo coloquial.

Yo tengo, mi querido João Felício, la conciencia de que muchas de las personas que mueren ahogadas no se mueren ahogadas por no saber nadar. Si las personas tuviesen control emocional y conciencia de que su cuerpo es más ligero que el agua, si estas personas mantuviesen la calma, ciertamente, muchas de ellas no habrían muerto. Se mueren porque se ponen nerviosas, agitan demasiado las manos y los pies, abren demasiado la boca, beben aguas impropias y mueren ahogadas. En un gobierno pasa lo mismo. [En] un país de la proporción de Brasil, con la cantidad de problemas que tiene, el presidente de la República no puede, en ningún momento, perder la estabilidad, perder la noción de lo que espera de sí y de aquello que son sus compromisos históricos, que nadie me ha pedido que asumiera con la clase trabajadora, pero que he asumido a lo largo de más de 30 años, desde que he empezado mi vida sindical (Lula 04 de junio de 2003).

La comparación realizada tiene como finalidad una ilustración, generalizar la actitud imprudente como nociva. En este sentido, hay una cierta ironía en la ambigua expresión “Se mueren porque se ponen nerviosas, agitan demasiado las manos y los pies, *abren demasiado la boca* [el subrayado es nuestro], beben aguas impropias y mueren ahogadas”. Es como si hubiera una insinuación de alerta a las personas que están tejiendo críticas al Gobierno, “hablando demasiado”.

El discurso del presidente asume, durante la alocución, un tono de indignación, quizás por estar presente en un encuentro de una entidad a la cual ayudó a fundar 20 años antes de hacerse gobernante de la Nación. Poco antes de concluir su alocución, Lula afirma:

Si alguien, en algún momento, se avergüenza de lo que ha sido, yo no. No me avergüenzo de lo que he sido y no me avergüenzo de lo que seré. Yo decía y se lo repito a ustedes: nosotros haremos que la economía brasileña cambie, nosotros haremos que la economía brasileña vuelva a crecer, nosotros vamos a generar los empleos que necesitamos, nosotros haremos las reformas que son necesarias en este país, y vamos a hacerlas con mucha serenidad (Lula 04 de junio de 2003).

Además de enfatizar la identificación con el interlocutor, el argumento persona y sus actos demuestra las acciones del sujeto, que lo califican, y relaciona estos hechos con la tesis defendida. “[...] esta persona misma es conocida gracias a sus actos, sus manifestaciones, pues existe una solidaridad profunda de la idea que se tiene de la persona y el conocimiento que se tiene del conjunto de sus actos” (Perelman 1997, 224).

Y esto es lo que procura hacer Lula al decir: “No me avergüenzo de lo que he sido y no me avergüenzo de lo que seré”. Más que provocar identificación con este público específico, el discurso presupone una cierta estabilidad al trabajar temporalmente la personalidad del orador.

En el mismo mes de junio, la *Folha Online* divulga una encuesta del IBGE que indica el incremento de 580 mil personas en el desempleo en 2003. En el mismo día, Lula se reencuentra con viejos “compañeros” durante la apertura del 41º Congreso de Metalúrgicos del ABC. El pronunciamiento fue marcado por una conmovedora retrospectiva histórica y por la reafirmación de la identidad ante el público.

Como presidente de la República no se me olvida la mayoría de las cosas que he dicho en este sindicato, de las cosas en que creía y que, poco a poco, fuimos construyendo. No se me olvidan los compromisos que he asumido durante la campaña y fui elegido para cumplirlas y las voy a cumplir, en las etapas necesarias, con la serenidad necesaria, porque no voy a perder la calma (Lula 26 de junio de 2003).

Como podemos observar en los fragmentos relacionados con el regreso de Lula a lugares de referencia de su propia historia, los discursos se encuentran cargados de emotividad y configurados en un formato dialéctico de ataque y defensa. A la vez que reafirma sus compromisos ideológicos con el uso del argumento *persona y sus actos*, Lula advierte a los críticos:

Si alguien piensa que me va a poner nervioso, no lo va a hacer. He tardado mucho para llegar donde estoy, no he llegado a donde estoy a título personal sino en nombre de una causa, en nombre de una parte del pueblo brasileño, que lo ha creído, que nunca me ha pedido un favor para votarme. Y que dijo: “Vete y haz lo hay que hacer”. Y yo he llegado donde estoy y voy a hacer lo que hay que hacer en este país (Lula 26 de junio de 2003).

Cuando afirma estar en el poder en nombre de una causa y de quien nunca le ha pedido favores, termina por descalificar a quien le critica. Primero, por insinuar que algunos de los presentes pueden haber actuado de manera antiética y, segundo, por intentar mostrar la incompatibilidad de los argumentos de quien deja de depositar confianza en sus compromisos ideológicos. Al utilizar el intertexto entrecomillado “Vete y haz lo hay que hacer”, el locutor señala la presencia de otro interlocutor que, a su vez, introduce la promesa del orador: “Y yo he llegado donde estoy y voy a hacer lo que hay que hacer en este país”.

## LÍDER MUNDIAL

A principios de junio, el papel de protagonista de la historia contemporánea brasileña, asumido en los encuentros internacionales como en el Foro Social Mundial de Davos, se repite en el encuentro realizado por la OIT<sup>82</sup> en Ginebra.

Es con gran emoción que tomo la palabra ante ustedes. Antes de haber sido elegido presidente de Brasil, como primer representante de mi partido, he ejercido muchas funciones en el mundo laboral: he sido un operario metalúrgico, he sido sindicalista, he ayudado a fundar mi partido y he ayudado a fundar la Central Única de los Trabajadores. Me he enfrentado a condiciones que están muy alejadas de lo que la OIT definiría como un trabajo decente. He sido trabajador infantil. He conocido la exclusión social que aflige a tantos millones de brasileños, de hombres, mujeres y niños, sobre todo en los países en desarrollo (Lula 01 de junio de 2003).

El pasado del orador respalda las propuestas del discurso, también concibe la legitimidad de la tesis propuesta cuando proclama la participación de los presentes en la resoluciones de las injusticias sociales. Por lo tanto, Lula toma posición, una vez más, como el defensor de los países emergentes.

En Porto Alegre, en Davos y ahora en Evian<sup>83</sup> rogué a los países ricos que contribuyesen destinando recursos al combate al hambre. Propuse que fuera creado un fondo mundial contra el hambre y sugerí algunas formas de hacerlo viable. Necesitamos movilizar a los gobiernos y al sector privado. Se trata de una cuestión de responsabilidad política y un imperativo ético y moral. Reitero este llamamiento a los representantes gubernamentales, sindicales y empresariales aquí reunidos (Lula, 01 de junio de 2003).

<sup>82</sup> N. de la T: Organización Internacional del Trabajo.

<sup>83</sup> Encuentro realizado entre los países del G-7.

En los dos ejemplos encontramos la predominancia de los argumentos de coexistencia que vinculan la persona a sus actos.

En la argumentación, la persona —considerada soporte de una serie de cualidades, el autor de una serie de actos y juicios, el objeto de una serie de apreciaciones— es un ser duradero, en torno al cual se agrupa toda una serie de fenómenos, a los cuales da cohesión y significación (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 336).

El discurso histórico social, presentado por el orador, refuerza su postura como un líder que ha vivido las aflicciones combatidas.

El encuentro en la OIT presenta la más completa explicación del presidente sobre la cuestión del empleo durante el primer año de gobierno. En los demás pronunciamientos, la temática se presenta fragmentada. El conjunto de asuntos tratados en Ginebra incluye subtemas como el trabajo infantil, Hambre Cero y cuestiones de género. Por ejemplo, el párrafo inmediatamente posterior al llamamiento internacional presenta el Programa Primero Empleo.

El Programa Primero Empleo, que estamos organizando en Brasil, es una iniciativa especialmente relevante para un país con cerca de 18 millones de jóvenes de hasta 24 años insertos en el mercado laboral. Se concederá apoyo por parte del Gobierno a las empresas que contraten a jóvenes trabajadores por un período inicial de doce meses. Habrá beneficios diferenciados para grandes, pequeñas y medianas empresas. Partimos del presupuesto de que el joven empleado fortalece el tejido social, contribuye a la cohesión de la estructura familiar y abandona la red de la delincuencia (Lula 01 de junio de 2003).

Al final del párrafo, apunta las premisas de la defensa de la idea y los números que sitúan el segmento joven en el mercado laboral refuerzan argumentativamente la tesis defendida. Por otro lado,

la inclusión de la parte en el todo favorece la comprensión del público en cuanto a la dimensión del problema. De esta forma, si anteriormente Lula explica la acción destinada a la franja etaria, luego se refiere a las cuestiones de género.

Hay mucho que hacer en Brasil en el frente social y en el área de protección del trabajador. Es particularmente preocupante el hecho de que los negros y las mujeres todavía perciben una remuneración 40% inferior a la media nacional (Lula 01 de junio de 2003).

Aquí se constata el uso del argumento de la inclusión de la parte en el todo con fundamentación en el razonamiento matemático. La técnica es acompañada por el argumento de dirección, que reafirma la necesidad de una acción, pero sin demostrar su viabilidad en términos prácticos. Respecto al problema duramente combatido por el OIT, que es el trabajo infantil, Lula declara:

La situación del trabajo infantil en Brasil es todavía muy preocupante. El Programa Beca Escuela,<sup>84</sup> estructurado, está teniendo un impacto positivo. Se empezó a hablar más del tema educación cuando el país se enfrentó con la realidad de la explotación de la mano de obra infantil. Brasil viene asumiendo el liderazgo regional en la adopción de leyes que buscan la prevención del trabajo infantil y la protección de los trabajadores adolescentes. El Programa de Erradicación del Trabajo Infantil está destinado a las familias más pobres, con renta per cápita de hasta ½ sueldo mínimo e hijos de 7 a 14 años. El Programa propicia un complemento a la renta familiar y

<sup>84</sup> N. de la T: Traducción literal del nombre del programa *Bolsa Escola* al español. Se trata de un programa que ofrece ayuda financiera mensual a las familias de baja renta a cambio de que los niños y niñas vayan a la escuela. Para acceder a la ayuda hay que cumplir una serie de prerequisites. El proyecto fue originalmente creado en 1994 por el entonces alcalde de la ciudad de Campinas (estado de São Paulo), Roberto Magalhães Teixeira. El programa fue implementado a nivel nacional en 2001 por el entonces presidente Fernando Henrique Cardoso y en 2003 es incorporado al programa *Bolsa Família* (esp. Beca Familia) por el presidente Lula.



promueve el acceso y la permanencia de los niños en la escuela (Lula 01 de junio de 2003).

Se verifica la presencia de un texto explicativo que vincula la prevención y la solución del problema educación. Lula vuelve a reforzar el papel de Brasil como líder en el combate al trabajo infantil en Sudamérica y su preocupación con el futuro educativo y profesional de los adolescentes: “Brasil viene asumiendo el liderazgo regional en la adopción de leyes que buscan la prevención del trabajo infantil y la protección de los trabajadores adolescentes” (Lula 01 de junio de 2003). Lula clausura su pronunciamiento con su tradicional optimismo, señalando los aciertos de su gobierno y reforzando la creación de su papel central en la historia: “Me llegan de todas partes del mundo manifestaciones de apoyo”.

A pesar del panorama de dificultades políticas y económicas que enfrentamos, mantengo mi optimismo y mi confianza en el futuro. En mi país estamos trazando una ruta de creciente credibilidad financiera e institucional. En nuestra región, Sudamérica, la democracia profundiza sus raíces, transformamos las afinidades históricas y culturales que nos unen en una integración económica y social. Me llegan de todas partes del mundo manifestaciones de apoyo y solidaridad a nuestra guerra contra el hambre y la pobreza. Por cierto, la única guerra que nos interesa (Lula 01 de junio de 2003).

La elocuencia del discurso “A pesar del panorama de dificultades [...] mantengo mi optimismo” se encuadra en la tentativa de recaudar apoyo a la movilización mundial, liderada por Lula, a favor del combate contra el hambre. Exhibe un discurso de estadista y alineado a un tono pacifista, en un momento en que el planeta asistía al conflicto en Irak, que estaba tomando proporciones dramáticas.

## PROGRAMA PRIMERO EMPLEO

En el lanzamiento del Programa Primero Empleo, Lula desborda la expectativa que él mismo había generado ante las numerosas menciones que destinó a la propuesta, y, por la importancia que el presidente de la República daba a la ceremonia, el evento contó con la presencia de todos los ministros: el presidente del Congreso Nacional, el senador José Sarney; el presidente del Congreso de los Diputados, el diputado João Paulo Cunha y presidentes de las comunidades, alcaldes, secretarios y otras autoridades.

Yo diría que [...] estamos dando un paso excepcional para la resolución de uno de los problemas más graves que vive Brasil hoy día. Y la verdad es que no es solo un compromiso del presidente de la República o del ministro del Trabajo o, individualmente, de cualquier persona. Generar empleos pasa a ser una responsabilidad colectiva. Y generar empleos para los jóvenes es más que una responsabilidad colectiva: es que sembremos, hoy, el futuro que necesitamos cosechar mañana (Lula 30 de junio de 2003).

La distribución de responsabilidades se adapta a la postura del Gobierno de atribuir a todos los sectores de la sociedad el papel de modificar la realidad. Conforme lo ya verificado, cuando se trata de afirmar autoridad, la conjugación permanece en primera persona del singular. Sin embargo, cuando se trata de la inserción de nuevas propuestas la carga de responsabilidad es dividida: “Y generar empleos para los jóvenes es más que una responsabilidad colectiva: es que sembremos, hoy, el futuro que necesitamos cosechar mañana”. La metáfora colabora con la elaboración del argumento de dirección, apuntando el espacio temporal divisorio entre la acción y la realización de los objetivos.

Posteriormente, la relación directa que se hace entre la generación de empleos para los jóvenes y el coste de la delincuencia es la principal premisa mantenida. La segunda relación se da con

el tópico *educación profesional*. En efecto, hay un enfoque diferenciado entre las relaciones establecidas. Mientras la delincuencia se visualiza como un hecho consumado, la profesionalización del joven se encuadra en una acción que todavía hay que realizar.

Y todas las encuestas e investigaciones científicas ya han demostrado que gran parte de la juventud, por falta de políticas públicas, caen en la delincuencia; es exactamente la constatación de que estas personas no han tenido la oportunidad de estudiar, de que el Estado no les ha ofrecido escuela, no les ha ofrecido guarderías, nos les ha ofrecido áreas de ocio y tampoco les ha ofrecido oportunidad de trabajar y de aprender una profesión [...] Por tanto, nosotros necesitamos profesionalizarles para garantizar que estas personas tengan una profesión y puedan conseguir un empleo en cualquier lugar de Brasil en el que quieran trabajar (Lula 30 de junio de 2003).

El argumento de autoridad es utilizado para respaldar la tesis “Y todas las encuestas [...] ya han demostrado”. Una secuencia de negaciones sitúa al auditorio, fomentando la posibilidad de acatar la propuesta. Por lo tanto, la eficacia de la argumentación está vinculada a la capacidad de reflexión que provoca para, luego, propiciar la adhesión deseada.

## EL SEGUNDO SEMESTRE DEL GOBIERNO DEL PT

Una encuesta realizada en el primer semestre por el DIEESE<sup>85</sup> sobre la cuestión del empleo, apunta el crecimiento del número de trabajadores formales en el país. En contrapartida, la renta de estos trabajadores sufre una bajada, siendo estimada en hasta dos sueldos mínimos.

<sup>85</sup> Departamento Intersindical de Estadística e Estudos Socioeconômicos. Esp. Departamento Intersindical de Estadística y Estudios Socioeconómicos.

Este es el perfil de 1,034 millones de puestos de trabajos creados (saldo entre los 5.69 millones de admisiones y los 4.66 millones de dimisiones) en Brasil en el primer semestre de este año, según estudio inédito hecho por el DIEESE, con base en el Caged,<sup>86</sup> del Ministerio del Trabajo (Rolli, Fernandes, *Folha Online*, 1 de agosto de 2004).

El reportaje muestra que el trabajador cesado fue sustituido por otro que recibía hasta 40% menos, dependiendo del sector de trabajo.

El recorte salarial es un fenómeno que se verifica desde 1995, cuando el Caged pasó a divulgar datos para el período de enero a junio (Rolli, Fernandes, *Folha Online*, 1 de agosto de 2004).

La revista *Veja* también publica la noticia, relatando que entre mayo de 2002 y mayo de 2003 la renta media cae un 14.7%. En el mismo período, el paro aumenta a 0.9 puntos porcentuales, lo que equivale, en las seis regiones metropolitanas en que se hace la encuesta, a un incremento de 360 mil personas en el desempleo (França, revista *Veja*, 2 de julio de 2003, ed. 1809, 41). En Río de Janeiro, la apertura de plazas para barrenderos llevó a una multitud de 80 mil personas a formar cola por un sueldo de 610 reales,<sup>87</sup> generando incluso enfrentamientos con la policía.

La lucha por las plazas se agitó cuando algunos intentaron colarse. Las colas empezaron a formarse a los tres días de la apertura de las inscripciones. La policía llegó a lanzar bombas de gas lacrimógeno para contener a la multitud. Entre los candidatos había personas con curso superior (França 02 de julio de 2003 [ed. 1809], 43).

<sup>86</sup> Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. Esp. Registro General de Empleados y Desempleados.

<sup>87</sup> N. de la T: Aproximadamente 254,17 euros (cambio de 2,40 reales por 1 euro).

Otro dato alarmante publicado por la revista fue el índice de inflación, de 154% entre la implantación del Plan Real, en 1994, y mayo de 2003. Además del índice, el reportaje también relata que el gas y las llamadas telefónicas, en el mismo período, alcanzaron un notable aumento de 550% y 457% respectivamente.

Estamos cumpliendo con los compromisos asumidos en nuestro programa de gobierno y en la Carta al Pueblo Brasileño, lanzados en junio de 2002. No hay asombro, no hay magia, no hay conejos sacados del sombrero. Lo que hay es mucho trabajo, serenidad y amor por este país (Lula 04 de julio de 2003).

Discursivamente sostenido por los valores *amor, trabajo y patriotismo*, reconocidos por el auditorio universal, Lula inicia el segundo semestre recordando la importancia de la Carta al Pueblo Brasileño en la conducción de Brasil. Busca transmitir confianza al público utilizando metáforas —“No hay asombro, no hay magia, no hay conejos sacados del sombrero”—, haciendo alusiones a las medidas tomadas por su gobierno.

En el escenario en que se encontraba Brasil, el presidente seguía defendiendo la cooperación de todos los sectores de la sociedad para el restablecimiento del crecimiento y para la implementación de una distribución justa de la renta en el país. Durante el Encuentro Internacional sobre las Dimensiones Éticas del Desarrollo, que tuvo lugar en Belo Horizonte, Lula reitera la importancia de los programas hasta entonces presentados por su gobierno.

En una sociedad separada por extremos de riqueza y marginación, ¿cómo evitar el oportunismo cínico de los acomodados o el paso a la delincuencia de aquellos que perdieron toda esperanza y dignidad humana? La respuesta de mi gobierno está en los programas que lanzamos. El Hambre Cero es, sobre todo, un llamamiento moral a la sociedad brasileña para erradicar una lacra doblemente imper-

donable en un país tan próspero. El Primero Empleo involucrará a millares de empresas en la tarea de dar a los jóvenes brasileños una oportunidad de convertirse en ciudadanos y ciudadanas productivos. La Beca Escuela es una inversión de la sociedad brasileña en su propio futuro. Y el Programa de Microcréditos les dará a los más débiles una oportunidad de triunfar en la vida (Lula 03 de julio de 2003).

La argumentación parte de la premisa de que los factores indicados en la pregunta son aceptados por el auditorio. Con los acuerdos establecidos, los programas Hambre Cero, Primero Empleo, Beca Escuela y Microcrédito son ordenados como una solución, o una posible solución, para la cuestión presentada. “Una forma de evidenciar la solidaridad entre los diversos elementos consiste en presentarlos como partes indisociables de un mismo todo” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 298).

Al defender el Programa Hambre Cero, el discurso presidencial cita la existencia de una “lacrada doblemente imperdonable”. La expresión apunta al hambre como referencia para la metáfora “lacrada”, pero no aclara el porqué del “doblemente”. Se presupone que este énfasis es porque el hambre, por sí solo, ya es imperdonable y en “un país con tanta prosperidad” se convierte en un fenómeno todavía más inaceptable. Se constata, una vez más, la fundamentación del discurso apoyada en valores morales.

La afirmación referente al Primero Empleo no deja margen de duda cuando se convoca al empresariado. Es importante señalar que, nuevamente, al referirse al joven trabajador, aparece el refuerzo a la cuestión de género: “ciudadanos y ciudadanas”. El trabajo es resaltado como factor dignificante de la naturaleza humana.

Ya la presentación de las dos propuestas siguientes permanece solamente en plan abstracto. “Invertir en el futuro” y “oportunidad de triunfar en la vida” son expresiones que pueden ser utilizadas en diversas situaciones. Es lo que se podría clasificar como un recurso retórico de frases hechas y de efecto que entusiasma al auditorio y despierta conmoción.

De todas formas, el texto aplica el vínculo causal para atribuir valor a las propuestas. Existe una relación entre los problemas brasileños señalados por el presidente y los programas, cuyos objetivos serían la solución de las cuestiones planteadas. Esta relación se establece principalmente a partir del acuerdo anteriormente verificado entre el público y el orador por medio de la técnica de pregunta y respuesta.

En la última semana de julio,<sup>88</sup> durante el lanzamiento del buque *Metaltanque VI* en Itajaí, Santa Catarina, Lula subraya algunas justificaciones para la reducción de empleos en el sector naval.

A mediados de los años setenta existían 40 mil plazas de trabajo en la industria naval. Una larga hendidura se abrió desde entonces, con el progresivo abandono de la planificación e inversión en sectores estratégicos. Hoy, el nivel de empleo en los astilleros comprende 12 mil plazas (Lula 03 de julio de 2003).

Existe una conexión de sucesión entre los hechos, cuya consecuencia se extiende al campo perceptible del auditorio, que es el mercado laboral. Cuando señala las causas de la situación, presupone que el período se acaba precisamente por la ceremonia que se realiza, la cual serviría de prueba verificable, como demostración al público, de que se había retomado la planificación de los sectores estratégicos del país. Como refuerzo, Lula se apropia del discurso ajeno, exhibiendo un argumento de autoridad.

Hace poco, tuve una comida junto al primero ministro de Noruega y me quedé muy feliz cuando me dijo: “presidente Lula, un astillero de Noruega acaba de comprar un astillero de Río de Janeiro y vendremos a Brasil, a concursar, para producir las plataformas”. Es esto lo que queremos y era esto lo que queríamos: que fuesen producidas

<sup>88</sup> Unos días antes, el presidente se enfrentaba a otra crisis: el anuncio de la primera huelga del Poder Judicial durante todo el período republicano, en protesta por la reforma de las pensiones.

aquí, independiente de que sea una empresa nacional o extranjera. Lo que importa es generar trabajo y renta para los millones de brasileños que necesitan trabajo y renta en este país. Y esto ya lo hemos conseguido (Lula 24 de julio de 2003).

Lula incluye el intertexto del representante noruego como un argumento “en el cual utiliza actos o juicios de una persona o de un grupo de personas como medio de prueba a favor de una tesis” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 348). No obstante, la defensa de la idea de que el capital extranjero es bienvenido a Brasil representa una ruptura explícita con sus discursos precedentes. Tal idea se expresa en la frase “queríamos que fuesen producidas aquí, independiente de que sea una empresa nacional o extranjera”.

El orador argumenta sobre las ventajas de la entrada del capital extranjero en Brasil y se la presenta como una victoria de su gobierno. Una relación de causalidad se incorpora al discurso, siendo la generación de empleos una consecuencia directa de la entrada del dinero noruego al país. La declaración de Lula a favor de inversiones internacionales consagra un cambio en su postura política, dado que anteriormente se negaba a aceptar esta presencia en Brasil.

Imposible, actualmente, que siga afirmando que

queremos cambiar la relación entre capital y trabajo. Queremos que los trabajadores sean dueños de los medios de producción y de los frutos de su trabajo. Y esto solo se consigue con política (Lula 1981).

Como lo hacía en los primeros encuentros petistas. Actualmente, por lo que indica el discurso, incluso con el alcance de la estructuración política —como ansiaba Lula en la creación del Partido— la prioridad pasa a ser la generación de riqueza en Brasil, independientemente de la procedencia del capital inversor.



Los partidos socialdemócratas tienen que elegir: o mantienen su base original y sus programas originales, que apuntan al cambio social y no consiguen lo que aspiran [...] o flexibilizan sus programas, concretan alianzas más allá de su base social y llegan al poder (Mattos citado por Demier 2003, 109).

La transformación petista, explícita en las actitudes del Gobierno y retomadas en los discursos del presidente, son criticadas no solo por la expansión de alianzas, sino también por la ruptura con las bases populares. Es lo que matiza Petras (2002) en la siguiente reflexión:

La evolución del PT en Brasil es típica de muchos partidos que fueron de izquierda. Empezaron con la democracia interna y la acción directa desde las bases, luego cambiaron, combinando la organización electoral con la organización popular y de base. A medida que llegan al Gobierno, se separan de las luchas populares, aun cuando siguen profiriendo sus antiguos eslóganes de izquierda. Mientras el partido se institucionaliza, desarrolla necesidades financieras para sus campañas electorales, usa fondos públicos y recibe donaciones empresariales. En la fase final, el partido opta abiertamente por los intereses del empresariado, suprime la democracia interna y profiere discursos vacíos a las masas. Los líderes se convierten en huéspedes respetables de la embajada de los Estados Unidos, participan de diálogos con banqueros y prometen “millones de puestos de trabajo a los pobres y desempleados” (Petras 2002).

A finales de mes, el presidente concede una entrevista exclusiva a la revista *Veja* (20 de agosto de 2003 [ed. 1816], 40-51), en la cual afirma que “el pueblo ya recuperó la autoestima. [...] El pueblo sabe esperar cuando confía en el presidente”. Con la declaración, parece que se concluía la cuestión de la autoestima, presente en varios discursos en el primer semestre, en especial en los tres primeros meses. Otro tema se reafirma: el papel de salvador cuando los valores *esperanza* y *confianza* son vinculados directamente a

la figura de Lula, que da esta respuesta justamente al ser cuestionado sobre los altos índices de paro. Lula admite la posibilidad del aumento de la delincuencia en función del tiempo de espera por los prometidos puestos de trabajo, especialmente en las capas menos favorecidas de la población, y contesta: “nosotros estamos pensando en cómo hacer para enfrentar este problema en los grandes centros urbanos, con obras de saneamiento, obras de habitación, para generar empleo y un mínimo de calidad de vida para estas personas”. Cuando afirma “nosotros estamos pensando” se verifica el presupuesto de la inexistencia de medidas gubernamentales respecto a la problemática.

Cuando es cuestionado sobre eventuales alteraciones en su conducta, Lula es muy directo al admitir que había cambiado:

Obviamente que he cambiado. Llevo cuatro años de mandato y no puedo pasar la mitad del tiempo peleándome. Para mí sería muy fácil pasar mi primer año de gobierno atacando a mi antecesor, mostrando todo aquello en lo que, a nuestro entender, se había equivocado. Pero ¿qué ganaría el país con eso? ¿Cuál es la imagen que yo pasaría hacia fuera? Entonces, vamos a cumplir con nuestras obligaciones y mirar hacia delante (Lula agosto de 2003).

Además de demostrar pragmatismo, Lula muestra que es incompatible con la postura crítica en un momento en que se exige una postura realista de un candidato. O sea, para que su actitud actual no pareciera contradictoria con la que mantenía en el pasado, Lula “repiensa sus nociones y reglas con arreglo a situaciones reales y decisiones indispensables para su acción [...]” (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1996, 225). Sin embargo, se observa una postura defensiva cuando realiza las preguntas, llevando también al auditorio a revisar conceptos. La declaración termina con la expresión “mirar hacia delante” en el sentido metafórico, indicando que las personas deberían actuar de igual forma que Lula, sin estancarse en el pasado y trabajando por el futuro.

Ya no hay cabida para aquel discurso ideológico en el que el saneamiento básico es obra del Gobierno Federal y responsabilidad de las comunidades y del alcalde. Ese discurso sería maravilloso si tuviéramos dinero para hacerlo. No sirve de nada proferir un buen discurso ideológico mientras el pueblo sigue pisando en aguas albañales a cielo abierto y bebiendo agua sin tratamiento (Lula agosto 2003).

Al decir que “Ya no hay cabida para aquel discurso ideológico”, el orador se deshace de los posibles comentarios contrarios a la apertura del País a las inversiones internacionales. Y la frase “No sirve de nada proferir un buen discurso ideológico mientras el pueblo sigue pisando en aguas albañales a cielo abierto y bebiendo agua sin tratamiento” demuestra la incompatibilidad de la tesis contraria, mostrando que el plan teórico es distinto del práctico. Este fragmento también recuerda el pasaje en que Lula relata sobre sus inicios en la vida sindical:

Al entrar en el sindicato me encontré con un hecho muy gracioso: uno sale del campo teórico y entra en el campo práctico. Cuando no formamos parte del sindicato, siempre se responsabiliza a los directivos de no solucionar los problemas (Lula 1981, 21).

Posiblemente, lo mismo haya ocurrido al asumir la presidencia de la República.

A principios de septiembre, durante la reunión con el Consejo de Desarrollo Económico y Social, el presidente profiere un discurso muy seguro respecto a las acciones gubernamentales en la economía y en la política internacional.

Pueden estar seguros de que nosotros estamos tranquilos. La embarcación tiene capitán. Y no será ninguna ola, porque no soy surfista, la que me hará tomar medidas precipitadas (Lula 04 de septiembre de 2003).

Al comparar el Brasil con un barco y autodefinirse como “capitán”, el orador refuerza su autoridad ante el auditorio. La metáfora “no será ninguna ola, porque no soy surfista” traduce el valor *confianza*, respaldando el discurso.

Y nosotros, más que nadie, queremos el crecimiento económico, más que nadie yo deseo generar empleos que yo, durante toda mi vida, he reivindicado. Porque no son los compañeros quienes lo reivindican hoy. Toda mi vida fue reivindicar. Y yo, ahora, no cuestiono a nadie, Tarso, yo ahora solo me cuestiono a mí. Yo tengo que atender a mis propias reivindicaciones. Y vamos a hacerlo. Vamos a hacerlo a la medida que vayamos creando las condiciones para ello (Lula 04 de septiembre de 2003).

Se identifica el argumento basado en la persona y sus actos cuando el presidente se exige a sí mismo. La misma actitud no tendría el mismo significado que tiene si fuera proferido por otro individuo. “La persona es el contexto más valioso para apreciar el sentido y el alcance de una afirmación” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 361). De hecho, cuando Lula remite a su pasado y realiza inversiones de papeles, transfiriendo hacia sí la responsabilidad de generar empleos por los cuales siempre ha luchado, el orador concede más fuerza al argumento.

En Nueva York, a finales de septiembre, observó que “los fines justifican los medios”. Las reformas propuestas por el Gobierno, y no siempre aprobadas por varios segmentos de la población, son vinculadas a la creación de puestos de trabajo.

La reforma tributaria hará que la recaudación de impuestos sea más eficaz y justa; facilitará las inversiones en la producción, disminuyendo sus costes; generará empleos y estimulará las exportaciones; reducirá el precio de los productos que integran la cesta básica. Y vamos a eliminar la guerra fiscal entre los estados de la Unión. Y todo esto lo haremos sin ocasionar un aumento de la carga fiscal. Las

reformas, ciertamente, ayudarán al país a volver a crecer de forma sostenible (Lula 25 de septiembre de 2003).

Se establece una relación de causalidad entre la reforma, que se basa en fundamentos de la justicia social, y sus posibles consecuencias, lo que inevitablemente, “facilitará las inversiones en la producción, disminuyendo sus costes; generará empleos y estimulará las exportaciones; reducirá el precio de los productos que integran la cesta básica”.

#### CONTACTO RADIOFÓNICO

Por primera vez, tras prácticamente un año elegido, Lula concede una entrevista colectiva a las radios que hacen la cobertura diaria en el Palácio do Planalto. Para Lula:

se acabó el tiempo de vacas magras, o sea, creo que el sacrificio que había que hacer ya está hecho y todos en el Gobierno, todos nosotros, estamos optimistas con respecto a que, en este último trimestre del año y para principios del año, la economía brasileña volverá a crecer (Lula 02 de octubre de 2003).

A pesar de la aparente confianza, la expresión “creo que” es un indicativo dudoso respecto a la afirmación subsecuente. La frase hecha “se acabó el tiempo de vacas magras” indica la informalidad con la cual el orador introduce sus concepciones, cuya argumentación está centrada en el argumento de superación.

Para ilustrar las razones de esta supuesta confianza, el presidente cita las medidas que el Gobierno viene tomando para fomentar la economía y generar empleos, como el microcrédito, la financiación agrícola y el acuerdo con la industria automotora. Lula también refuerza la creencia en las inversiones privadas. La lógica presentada en el siguiente fragmento presupone que las obras de

infraestructura estarán a cargo de los resultados de las acciones conjuntas entre el sector público y el privado.

Terminada la presentación del PPA,<sup>89</sup> empezamos a llamar a los empresarios brasileños e internacionales para saber quién está dispuesto a realizar, primero, acciones conjuntas con el Gobierno, la llamada PPP.<sup>90</sup> Segundo, quién está dispuesto a hacerse cargo de alguna obra por concesión del Gobierno y, tercero, quién querrá realizar obras con financiación del BNDES<sup>91</sup>, o quién tiene dinero propio. O sea, nosotros tenemos carreteras, nosotros tenemos ferrocarriles, nosotros tenemos hidroeléctricas, nosotros tenemos vías fluviales. Nosotros tenemos que recuperar los puertos brasileños y hay muchos que están con el calado muy pequeño, hace falta ampliarlos para que se pueda atender a buques mayores y todo esto dentro de nuestra lógica de que la economía volverá a crecer y generaremos los empleos que queremos generar (Lula 02 de octubre 2003).

No cabe duda de que la iniciativa privada quedó encargada por el Gobierno de realizar las obras citadas, que tendrían como consecuencia la generación de parte de los empleos prometidos. La expresión “saber quién está dispuesto” trasfiere al empresariado la

<sup>89</sup> N. de la T: El PPA (esp. Plan Plurianual) es un plan que establece las medidas, directrices, gastos y objetivos a seguir por el Gobierno Federal a lo largo de cuatro años.

<sup>90</sup> N. de la T: La PPP (Parceria Público-Privada. Esp. Asociación Público Privada) ocurre cuando una empresa del sector privado se compromete a poner a disposición de la administración pública o la comunidad alguna utilidad mensurable mediante la operación y manutención de una obra previamente proyectada, financiada y construida por dicha empresa. A cambio, el Gobierno le reembolsa un valor periódico vinculado al desempeño realizado en el período de referencia.

<sup>91</sup> N. de la T: El BNDES (Esp. Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social) es una empresa pública federal vinculada al Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior. Desde su fundación, en 1952, se destaca por su apoyo a los sectores agrícola, industrial, de infraestructura, comercio y servicio. Es actualmente un importante instrumento de financiación a largo plazo para la realización de inversiones en todos los segmentos económicos, con una política que abarca las dimensiones social, regional y ambiental.

práctica de los valores *disposición y responsabilidad social*. La insistente afirmación “nosotros tenemos que” implica la división de responsabilidades de las obligaciones nacionales entre Gobierno y empresas privadas, ya que anteriormente se cita al PPP. La presuposición del establecimiento de una gestión nacional colmada de acciones conjuntas es lo que Perelman y Tyteca (1996) denominan de argumentación del grupo y sus miembros. “Si la realidad del grupo depende de la actitud de sus miembros, depende otro tanto, y a veces más, de la actitud de las personas ajenas a dicho grupo” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 367).

Por lo tanto, el presidente procuró dejar explícito que no habría un aislamiento gubernamental; al contrario, que este se haría con el apoyo y la participación de diversos segmentos sociales.

Un periodista cuestiona al presidente: “¿Cómo se procesará la reconsideración del crecimiento anunciado para que se cumpla la meta de diez millones de empleos?”. Lula reacciona diciendo: “No lo sé si serán 10 o 5 o 20, lo que importa es que tengamos claro que necesitamos generar los empleos urgentemente” (Lula 02 de octubre 2003). Lo cierto es que la frase expresa un acuerdo entre público y auditorio en el cual, posiblemente, se espera exactamente la realización de las promesas con urgencia. En suma, no hay la posibilidad de no concordancia con la afirmación del presidente respecto a la necesidad inminente de generación de empleos.

Lo que puede suscitar discordancia son los números, una vez que la propuesta inicial incidía sobre la cantidad de puestos de trabajo. A pesar de minimizar la importancia numérica, Lula enfatiza las acciones sociales en un acto de descalificación de la cantidad en pro de una supuesta calidad. “Los lugares de la calidad aparecen en la argumentación y son los que mejor se comprenden, cuando se cuestiona la eficacia del número” (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 100). Por lo tanto, hay una transferencia entre el argumento utilizado en la campaña electoral, que valoró la cantidad, y el argumento aplicado en la entrevista arriba citada.

Posiblemente, para minimizar los efectos negativos de tal alteración, en la secuencia de la respuesta, Lula conjetura sobre los proyectos, referentes a esta materia, que se encuentran en marcha.

Hemos creado el Primero Empleo, lanzamos el Primero Empleo aquí con el objetivo de atender a los jóvenes brasileños, los adolescentes brasileños. Se presentó el proyecto en la Cámara, ya fue votado en la Cámara, ya fue votado en el Senado, ahora ha vuelto a la Cámara. Yo pienso que por estos días estaré sancionando este proyecto y entonces, empezaremos a preocuparnos en garantizar la oportunidad del Primero Empleo al adolescente brasileño. Nosotros queremos con empleo, con educación y con mucho deporte sacar a estos jóvenes de las garras o de la red de posibilidad de caer en la delincuencia, y acercarlos a una vida sana. Esto es un tópico unánime en el Gobierno y vamos a hacerlo (Lula 02 de octubre 2003).

El proceso de aprobación de un proyecto supone un tiempo acciones también tardan su tiempo a realizarse —la culpabilidad sería del propio proceso—, en un intento de justificar el tiempo necesario para viabilizar la creación de puestos de trabajo. Nuevamente, el llamamiento a los valores es retomado vinculando la generación de empleos a la delincuencia. Sin embargo, las acciones genéricas como educación, empleo y deporte permanecen en un plan futuro de acción: “Vamos a hacerlo”, promete el presidente.

El mes de noviembre estuvo marcado por la mayoría de los discursos realizados en el exterior o sobre temas que trataban de las relaciones internacionales. Entretanto, a finales de mes, Lula concede una entrevista a la Rede Bandeirantes de Televisión, explicando las principales cuestiones respecto al País. Lula utiliza el espacio privilegiado de la televisión para exponer los hechos del Gobierno y defenderse de las críticas recibidas.



La televisión, y por extensión los medios, pueden ser considerados un escenario privilegiado de la videopolítica; [...] los medios aparecen, por lo tanto, como lugar y actor de la política” (Rubim 2000, 54).

En formato teóricamente dialéctico, el programa contó con cuatro periodistas en el debate con el presidente. Una de las primeras preguntas del periodista Fernando Mitre fue respecto a la creación de los 10 millones de puestos de trabajos prometidos en la campaña. Lula es enfático al afirmar:

Mitre, ahora, tras un año de campaña, es más fácil hablar de este asunto. Si examinas nuestro programa de gobierno, que está escrito desde junio del año pasado, en ningún momento hemos prometido la creación de 10 millones de puestos de trabajo (Lula 30 de noviembre de 2003).

Se detecta un ejemplo de *implicitud*, teorizado por Ducrot (1981), al decir que el acto lingüístico implica con su estructura múltiples interpretaciones, que se quedan a cargo del destinatario. Sin embargo, en el diálogo el periodista insiste y Lula contesta:

Si verificas lo qué está dicho allí, verás que lo que constatamos es que Brasil necesita generar, como mínimo [...] [transcripción con fallos] millones de empleos. Pues bien, entre decir esto y decir qué voy a generar hay diferencia muy grande. El dato concreto es que necesitamos trabajar para crear el mayor número de empleos posible, porque, en mi opinión, el empleo es lo que concede la dignidad a la persona humana. Es que el ciudadano pueda trabajar y al final de mes recibir su sueldo, comprar cosas para sí y su familia sin tener que vivir de favores. No hay nada que confiera más autoestima y más orgullo a las personas. Nosotros vamos a trabajar para eso (Lula 30 de noviembre de 2003).

Lula admite que la meta para la generación de empleos es una premisa establecida por su gobierno: “constatamos”. Él mismo confiesa que entre “decir” y “hacer” hay una “diferencia muy grande”, estableciendo así una contradicción en sus discursos. El tratamiento que hace respecto al lenguaje, en cuanto a un elemento no concreto, se opone a la reafirmación de la proposición anterior. “El dato concreto es que necesitamos trabajar para crear el mayor número de empleos posible” (Lula 30 de noviembre de 2003). En el fragmento citado se exhibe la repetición de una verdad que Brasil escucha desde el tiempo de la campaña, aliada a una justificación basada en valores ideológicos: la vinculación del trabajo con la dignidad, la ciudadanía y la autoestima.

Lula vincula el empleo a otras tres cuestiones: PPP, criminalidad y reforma agraria. Cuando es cuestionado sobre el aumento de la criminalidad, expone el empleo como la solución para frenar el aumento del fenómeno, ofreciendo, una vez más, vínculos entre distintos elementos.

Por este motivo hemos creado el Primero Empleo para la juventud. El Ministerio de Trabajo envió el proyecto al Congreso Nacional, fue aprobado en la Cámara y en el Senado. Y ahora, para evitar que se produzcan colas kilométricas, vamos a empezar con las personas que se han inscrito en el SINE,<sup>92</sup> para que puedan ser llamadas de acuerdo con nuestras necesidades (Lula 30 de noviembre de 2003).

El párrafo justifica la acción del Gobierno y presenta un orden cronológico de organización del proyecto. Cuando hace referencia a “colas kilométricas” dimensiona la proporción del problema, en una analogía entre espacio y cantidad.

<sup>92</sup> N. de la T: El SINE (Esp. Sistema Nacional de Empleo), es un organismo del Gobierno Federal de Brasil, coordinado por el Ministerio de Trabajo y Empleo, que tiene como objetivo intermediar la mano de obra a través de sus agencias, repartidas por todo el país. También controla los pagos de las prestaciones por desempleo y apoya el PROGER (Esp. Programa de Generación de Empleo, Trabajo y Renta).

Siempre que menciona la reforma agraria, el presidente pondera que no hay manera de asentar a las familias sin ofrecer estructura. Y considera que:

es posible hacer una reforma agraria tranquila y pacífica en este país, porque, durante mucho tiempo se ideologiza la cuestión de la reforma agraria, la lucha del pequeño contra el grande, que es una tontería. Brasil necesita del grande y necesita del pequeño (Lula 30 de noviembre de 2003).

Primeramente, exhibe la incompatibilidad de la tesis contraria (probablemente grandes propietarios de tierra) para luego presentar el refuerzo a la proposición “Brasil necesita del grande y necesita del pequeño”. Cuando Lula cita ambos auditorios, abarca la adhesión de estos elementos y de los que les son solidarios, estableciendo el principio de la igualdad.

Brasil tiene hoy, en el negocio agrario, uno de los soportes de crecimiento económico, de generación de empleo en el interior del país y de exportación. Esto no quita el papel de la agricultura familiar como generadora de trabajo y las oportunidades de micro empleos para las personas (Lula 30 de noviembre de 2003).

Elementos pertenecientes a la misma categoría son comparados por la noción de medida de participación en la actividad económica brasileña. La agricultura comercial y la familiar se relacionan con las oportunidades que generan y se alejan en cuanto a la función ejercida en la exportación. La idea de medida está “subyacente en estos enunciados, incluso si falta el criterio para realizar efectivamente la medida; por eso, los argumentos de comparación son cuasi lógicos” (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 274).

## FINAL DEL PRIMER AÑO

En diciembre, Lula presenta la rendición de cuentas de 2003, señalando la importancia de la participación de los sectores organizados en las discusiones propuestas por el Gobierno.

Mis compañeros y mis compañeras, la participación de la sociedad en la definición de políticas públicas fue otro rasgo importantísimo en nuestro gobierno en 2003. Por primera vez se estableció, en la administración federal, una interlocución permanente y sistemática con las entidades de movimientos de la sociedad civil, coordinada por la Secretaría General de la Presidencia de la República. La sociedad brasileña nunca se ha mostrado tan generosa y dispuesta a participar de un proyecto de la nación. Los desafíos de retomar el crecimiento con justicia social, generación de empleo y distribución de la renta se encuentran unidos a las más diversas organizaciones sociales y movilizandando energía en todo el país (Lula 18 de diciembre de 2003).

El discurso se desarrolla bajo una perspectiva de valores como unión, compromiso, generosidad y justicia social. Se observa que la cuestión *empleo* y la distribución de la renta legitiman las acciones populares e impopulares tomadas por el Gobierno, y también son amparadas por el valor universal de justicia. La generación de empleos y de la renta parecen encuadrarse en la clasificación de las “frases hechas de la política”, tamaño es su utilización y obviedad.

Entiendo que la única y definitiva respuesta al desafío de la inclusión social es el desarrollo sostenible, con la generación de empleo y de la renta. También tengo entendido que este salto cualitativo no ocurrirá por el simple deseo del Gobierno y de la población. Por esto, estamos creando instrumentos y reglamentos capaces de reconstruir la economía interior y atraer a inversiones productivas de empresas nacionales y extranjeras (Lula 18 de diciembre de 2003).

La explicación de aceptar “inversiones productivas de empresas nacionales y extranjeras” se encuentra en la inclusión social que, por otro lado, presenta una relación de dependencia con aquel capital mencionado: “este salto de calidad no ocurrirá por el simple deseo del Gobierno y de la población”. Tal admisión va en contra de la prerrogativa del socialismo democrático predicado por el PT. Sin embargo, como recuerda Singer (2001, 86): “desde 1991, el Partido rechaza la dictadura del proletariado y defiende la alternancia del poder, y el socialismo petista admite la convivencia con un mercado y la propiedad privada”.

Facilitar la entrada del capital extranjero indica que la mutación ideológica del partido sigue llevándolo a decisiones de centroizquierda.

Otro de los avances más importantes para la captación de inversiones productivas también ha sido presentado al Congreso este año. Se trata del proyecto de ley de las Acciones Conjuntas Público-Privadas. Con este instrumento, el Gobierno podrá ofrecer garantías reales a los asociados, de forma que pueda asegurar unos flujos sostenibles de inversiones en infraestructura, fundamentales para la generación de empleos y también estratégicos para el desarrollo (Lula 18 de diciembre de 2003).

Otro ejemplo del cambio es citado arriba, nuevamente con la defensa de la creación de las PPP, pero no se comenta que obtendrán estas empresas como incentivo a las inversiones, a la infraestructura o, al menos, cómo sería efectuado tal mecanismo entre Gobierno y capital privado. Para Cavalcanti (2003, 19), “el gobierno Lula, por lo tanto, tiene su origen en bases populares, es socialdemócrata en la naturaleza de su acción, pluripartidario en la composición y conectado con el sector privado en la formulación estratégica”.

El carisma de Lula durante el último pronunciamiento del año en el programa de radio “Desayuno con el presidente”, de la Ra-

diobrás,<sup>93</sup> transforma una realidad dramática, o sea, el conformismo exagerado como ejemplo de confianza en su gobierno.

El pueblo brasileño es realmente un pueblo fantástico, porque aun cuando las personas están en el desempleo, aun cuando las personas están sin dinero, incluso cuando las personas no pueden comprar lo que desean, siguen creyendo que el mañana será mejor y nosotros representamos esta esperanza en la que el pueblo brasileño tanto cree y en la que tanto deposita su fe (Lula 29 de diciembre de 2003).

Hay una enumeración de características del pueblo brasileño, todas ellas relacionadas con problemas causados por la falta de dinero, que bajo el punto de vista del orador traza un perfil de la población. El pueblo recibe la adjetivación de ser “fantástico” por, a pesar de las dificultades, todavía depositar su confianza en el líder y esperar pacíficamente que lo solucionará.

La personificación del objeto de fe, un ser casi sagrado a los ojos de los brasileños, es realizada por el propio Lula en un acto sin modestia, a pesar de conjugar el verbo en primera persona del plural: “el mañana será mejor y nosotros representamos esta esperanza”.

Entonces me emociono mucho, o sea, llegas a un lugar y las personas te abrazan y dicen: “Lula, sé que está difícil, pero tengo confianza en que el próximo año habrá empleo para mí, tengo confianza en que el año que viene viviré un poco mejor” (Lula 29 de diciembre de 2003).

El intertexto es una vez más utilizado para fortalecer la tesis del orador cuando afirma la amabilidad y fe del pueblo brasileño.

<sup>93</sup> N. de la T: La Radiobrás es una empresa pública brasileña de comunicación. Fue creada en 1975 para administrar de manera centralizada todas las emisoras de radio y televisión del Gobierno Federal. En 2008, la Radiobrás es incorporada a la EBC (Empresa Brasil de Comunicação; esp. Empresa Brasil de Comunicación), que está vinculada a la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República.

Con la inclusión de otra enunciación presenta un ejemplo de comportamiento que implícitamente debe ser generalizado.

Otra creencia popular, de que el inicio de un nuevo año significa la esperanza de días mejores y la realización de deseos no cumplidos en el año que se acaba, se manifiestan para alimentar el imaginario colectivo.

Por esto deseo, desde el fondo de mi corazón, junto a Marisa,<sup>94</sup> que el pueblo tenga un Año Nuevo muy bueno, que el pueblo se acueste el día 31 sabiendo que a partir del 1 de enero Brasil será mejor. Se lo deseo a mis hijos, pero también a los hijos de los demás. Yo lo quiero para mí, pero también lo quiero para los demás (Lula 29 de diciembre de 2003).

El mensaje irradia una impresión de intimidad —“por esto deseo, desde el fondo de mi corazón, junto a Marisa”—, con el fin de fortalecer la imagen del presidente como un hombre dotado de bondad y de sentido de justicia. La magia de las doce campanadas vividas por Cenicienta en los cuentos de hadas parece ser aplicable al acto de acostarse el 31 y despertarse el día 1 “sabando que a partir del 1 de enero Brasil será mejor”.

Lula termina su comunicación con la población brasileña enfatizando el mismo valor que utilizó durante el primer comunicado como presidente de la República: la esperanza. También finaliza el año manteniendo las características presentadas en enero, la sencillez, las comparaciones y el registro coloquial: “Se lo deseo a mis hijos, pero también a los hijos de los demás. Yo lo quiero para mí, pero también lo quiero para los demás” (Lula, 29 de diciembre de 2003). Estas frases son estructuradas de forma que proporcionen el mismo tratamiento a cuatro elementos distintos, “mis hijos y los hijos de los demás” y “yo y los demás”, lo que significa el establecimiento del argumento de reciprocidad.

<sup>94</sup> N. de la T: Marisa Letícia Rocco Casa es la esposa de Luis Inácio Lula da Silva.

Este principio de reciprocidad, fundamentado en una simetría de situaciones, puede servir de argumento, incluso cuando la situación a la cual se refiere solo se la presenta como una hipótesis (Perelman y Olbrechts-Tyteca 1996, 252)

### ¿PARTIDO DE LOS TRABAJADORES Y GOBIERNO DE LOS TRABAJADORES?

Para contestar la pregunta sería necesario recurrir al juicio de las acciones gubernamentales. Como este no es el objetivo de este libro, ofrecemos algunos datos como parámetro respecto a la situación del empleo en Brasil durante el año investigado. Estas informaciones, unidas al análisis de los discursos, pueden contribuir a la comprensión de qué caracterizó el año de 2003 para el trabajador brasileño. Los discursos del presidente expresan el recorte de la realidad de carácter institucional que, incluso sin mencionar a los datos proporcionados por organismos estadísticos del sector, se esfuerzan para convencer al auditorio de la posibilidad de restitución del cuadro presentado.

El Ministerio de Trabajo publica el balance del mercado laboral de 2003 señalando las variaciones sufridas respecto a la formalidad y a la informalidad y al grado de instrucción, ambos por género masculino y femenino. De acuerdo con el Ministerio, cuanto mayor la escolaridad, menor es la posibilidad de estar en la informalidad, sector que acabó por absorber la mayoría de los analfabetos.

El análisis realizado por el Ministerio de Trabajo concluye que el año de 2003 integró a 29 millones 544 mil 927 trabajadores, con un incremento de un poco más de 3% respecto al año de 2002, totalizando una diferencia de 861 mil 14 trabajadores desempleados. Si se toman estos números como referencia para la previsión del Gobierno de crear 10 millones de empleos, entonces, el primer año del PT en el Palácio do Planalto, no llegó a realizar ni 1% de lo anunciado, como ya había publicado el diario *El País* del 5 de noviembre de 2003.



La conclusión a la que se puede llegar es que 2003 representó un año problemático para los brasileños en lo que se refiere al empleo, con el aumento de la informalidad y la exigencia de mayor cualificación, en paralelo a la baja constante de la rentabilidad del trabajador. Unido a estos factores aún se puede sumar una generación insuficiente de empleos para absorber la mano de obra disponible.

Los discursos del presidente durante el primer año relacionan el “empleo” con algunas temáticas centrales. Entre ellas, se destaca el esfuerzo de establecer la generación de empleos como legitimadora de las reformas agraria, tributaria y de pensiones, citadas en esta situación 124 veces en 2003. La creación de puestos de trabajo para evitar la delincuencia recibió 64 inserciones, estando directamente vinculadas al cuidado con los jóvenes y al lanzamiento del Programa Primero Empleo, citado en 24 pronunciamientos. El vínculo con la educación fue citado 96 veces.

Una de las características lingüísticas predominantes en el tratamiento del empleo fue la palabra “obsesión”. De los 22 pronunciamientos en los cuales el presidente utiliza la expresión, 24 inserciones se encuentran relacionadas con la temática, inclusive con diversas citas por discurso, en una evidente estrategia de refuerzo de la idea. Solamente cinco de ellas están relacionadas con otras cuestiones.

La necesidad de crear puestos de trabajo ha recibido un tratamiento basado en valores como la “autoestima”, que aparece en 41 alocuciones. La elocuencia en los pronunciamientos puede ser constatada con algunas expresiones centrales. Por ejemplo: “optimista y optimismo” aparecen 65 veces; “confianza” y “confiar”, 73; “coraje”, 47; “justicia”, 116; “extraordinario”, 86; “compromiso”, 173; “igualdad”, 79 y “responsabilidad”, 131. Estos datos demuestran los valores que fundamentaron la argumentación. Las palabras que marcan la campaña electoral, “cambio”, “miedo” y “esperanza” también fueron dichas a menudo, en especial “cambio”, “cambiar” y “transformación”, que sumaron

171 apariciones. “Esperanza” fue utilizada 68 veces y “miedo” 54. Por lo tanto, las palabras citadas representan los valores que fundamentaron la argumentación de los discursos en el primer año de gobierno Lula. Las predominantes fueron “compromiso”, “responsabilidad”, “justicia” y “cambio”, indicando las principales concepciones.

La expresión “desempleo” fue utilizada solamente 45 veces (5%) en relación a la palabra “empleo”, mencionada 359 veces (37%), lo que indica la inversión de valores, si lo comparamos con las fases precedentes, cuando el tema recibía una connotación negativa. La mayoría de los discursos que abarcan la temática tuvieron lugar en Brasil y en situaciones donde el auditorio era popular, como inauguraciones y ferias.



## CAPÍTULO V

### ES LULA DE NUEVO

**E**n 2006, ocho candidatos se disputaron la presidencia de la República. Partidos tradicionales como el PDT y el PSDB, y nuevos como el PSOL, además de otros no tan conocidos como el PRP, se presentan a la disputa con Luiz Inácio *Lula* da Silva. Entre los adversarios, había dos mujeres. Por un lado, Ana Maria Rangel, llevando la sigla del pequeño Partido Republicano Progresista (PRP). Por otro, liderando el Partido Socialismo y Libertad (PSOL), estaba Heloísa Helena, disidente petista que conquistó el tercer puesto en los resultados de esa elección. Como era de suponer, prácticamente todos los oponentes se unieron contra la reelección. Sin embargo, el principal adversario de Lula fue el exgobernador de São Paulo, Geraldo Alckmin (PSDB). La tradicional disputa entre PT y PSDB llegó a la segunda vuelta, extendiendo el resultado de las elecciones hasta finales de octubre.

El período estuvo marcado por escándalos en el Gobierno Federal y denuncias contra asesores, ministros e integrantes del Partido de los Trabajadores. El primer escándalo sale a la luz en 2004, implicando al exasesor de la Casa Civil, Waldomiro Diniz, grabado en video recibiendo propina de un empresario del sector

de bingos.<sup>95</sup> La situación origina la instauración de la CPI<sup>96</sup> de los bingos en junio de 2005.

Luego, se estableció la “CPI de los Correos”,<sup>97</sup> que se encargó de investigar las denuncias de corrupción en las estatales y que desvela el esquema de financiación de las campañas electorales, intermediado por el empresario Marcos Valério Fernandes de Souza. En julio, el Congreso instituye la CPI del *Mensalão*<sup>98</sup> para investigar las denuncias de pagos mensuales a diputados de las bases del Gobierno para que votasen en favor del mismo. El desencadenante del escándalo fue el entonces diputado Roberto Jefferson (PTB-RJ)<sup>99</sup>. Las acusaciones surgen durante el gobierno de Lula, pero el esquema habría empezado durante el gobierno de Fernando Henrique Cardoso en 1997, o sea, durante el primer mandato de FHC. Entretanto, la información que predomina es que el “*Mensalão*” habría surgido durante la gestión petista; hecho ampliamente explotado por la oposición, confundiendo a la opinión pública.

En marzo de 2006, el ministro de Hacienda, Antônio Palocci, solicita su cese del cargo, acusado de romper el sigilo bancario y de corrupción cuando era alcalde de Ribeirão Preto, en el interior de São Paulo. A 15 días de las elecciones, la última crisis emerge implicando a integrantes de la ejecutiva del PT en la

<sup>95</sup> N. de la T: Actualmente tanto los bingos como las tragaperras están prohibidos en Brasil.

<sup>96</sup> N. de la T: Comissão Parlamentar de Inquérito; esp. Comisión Parlamentaria de Investigación.

<sup>97</sup> Se alude a la Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (Esp. Empresa Brasileña de Correos y Telégrafos).

<sup>98</sup> N. de la T: La expresión *mensalão* puede ser traducida como “escándalo de las mensualidades”, nombre dado a la crisis política sufrida por el Gobierno brasileño en 2005. La expresión *mensalão* (aumentativo de la palabra mensualidad) se populariza cuando el entonces diputado Roberto Jefferson utiliza el término en una entrevista. La palabra hace referencia a un supuesto soborno pagado a varios diputados para que votasen a favor de los proyectos de interés del Poder Ejecutivo.

<sup>99</sup> N. de la T: PTB-RJ (Partido Trabalhista Brasileiro do Rio de Janeiro; esp. Partido Laborista Brasileño de Río de Janeiro).

compra de un *dossier* contra el candidato al Gobierno de São Paulo, José Serra. El escándalo destituye al coordinador de la campaña de reelección de Lula, el presidente del PT, Ricardo Berzoini. El presidente de la República afirma hasta el final de la campaña desconocer al caso y el origen del dinero destinado a la compra del material.

En este tumultuoso contexto, la campaña electoral para la reelección de Lula en la primera vuelta se centra en una retrospectiva de los hechos gubernamentales. En la muestra analizada, referente a los programas vehiculados entre agosto y septiembre durante el HGPE en la primera vuelta, se sumaron siete programas. Observamos en este material la predominancia de argumentos que vinculan las acciones pasadas a posibilidades de desarrollo de estas mismas actividades en una posible nueva gestión.

El tópico *empleo* estuvo presente como elemento de sostén de la permanencia de Luiz Inácio en el Gobierno combinado con las cuestiones sociales. Es interesante observar que en esta campaña la palabra “desempleo” no se utiliza, lo que indica un discurso más elocuente. De los programas analizados, la cuestión del empleo estuvo presente en el 100% de ellos.

#### POLARIZACIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL PÚBLICO ELECTOR

La imagen de estadista, implementada en 2002, se vio reforzada en esta campaña cuando la invocación emocional y las realizaciones sociales y de estructura ganan énfasis. El *spot* principal de los programas demuestra la llamada emocional y popular: “Es Lula de nuevo, con la fuerza del pueblo”. La expresión “fuerza del pueblo” estimula el sentimiento de unión y refuerza la identificación entre el candidato/presidente y el estrato de la población enfocada como público diana en la campaña. De hecho, el pleito de 2006 demuestra el fenómeno de la polarización señalada por la clase económica. Por un lado, la clase media y alta apoyan la candida-

tura de Geraldo Alckmin y, por otro, la clase baja apoya a Lula. Se cree que este efecto fue ampliado por la utilización de este eslogan, lo cual favoreció la identificación con las clases menos favorecidas económica y socialmente. Determinados segmentos sociales podrían rechazar la etiqueta de “pueblo”, cohibiéndose a votar o asumir el voto en una candidatura de Lula. Tanto es así, que por las calles, salvo raras excepciones, se observó en los coches populares la presencia de pegatinas de la campaña petista y en coches de otros modelos la pegatina del principal adversario.

El argumento de identificación con el electorado fue fuertemente explorado en diversos momentos del programa. En los fragmentos abajo citados, los presentadores, representantes de varias etnias, refuerzan el carácter popular que dirigió la campaña.

PRESENTADOR 1 (NEGRA).<sup>100</sup> —Lula hizo que Brasil avanzara en todas las direcciones, en todos los sectores. Pero es especialmente conocido como el presidente del pueblo brasileño.

PRESENTADOR 2 (VARÓN EN TORNO DE 40 AÑOS). —¿Por qué Lula?

PRESENTADOR 3 (DESCENDIENTE INDÍGENA). —Tiene la cara de Brasil.

PRESENTADOR 1 (NEGRA). —Y Brasil tiene la cara de Lula. (HGPE 15 de agosto de 2006).

La identificación también se verifica por la informalidad de la expresión “cara”. De acuerdo con la teoría de la argumentación, esta simetría se puede clasificar por el argumento cuasi lógico de reciprocidad, o sea, elementos de naturalezas y valores distintos son tratados con el mismo peso de evaluación.

Al mismo tiempo, el programa busca el equilibrio entre los diversos públicos, aunque enfatiza el llamamiento a las clases popu-

<sup>100</sup> Los programas exhibían presentadores de varias etnias y características.

lares, reforzando así la polarización citada anteriormente y subrayando el valor de justicia social, conforme el siguiente fragmento:

El otro día me emocioné cuando vi en la televisión a un trabajador enseñar un solomillo [‘filete miñón’] y decir: “Es la primera vez en mi vida que como un filete de solomillo”. Lo que quiero es que el pueblo pueda comer lo que le plazca porque no es justo que aquellos que trabajan no tengan derecho a comer las cosas buenas que nuestro país produce (Lula 17 de agosto de 2006).

También es interesante observar la alineación de ideas presentadas por medio de otra forma de comunicación, el *jingle*. Ampliamente utilizado como elemento de fijación, la música condensó el concepto y los públicos de la campaña. Las primeras imágenes exhiben a hombres trabajando en obras, paisajes del nordeste, agreste y en *jangadas*,<sup>101</sup> que ilustran la letra: “No sirve de nada que me intenten callar y nunca nadie va a reprimir mi voz”. En la última frase de la letra aparecen grandes cantidades de personas: una multitud en un centro urbano; luego, una foto de manifestantes con los brazos levantados seguida de otra foto de Lula en una asamblea en su época de metalúrgico. El *jingle* sigue con un mensaje típico de contestación: “Cuando el pueblo quiere, no lo domina nadie”, ilustrado por escenas de la trayectoria de Lula hasta el desfile de toma de posesión en 2003.

Este fragmento merece destacarse por estar vinculado a la respuesta de Luiz Inácio a las denuncias de corrupción que salieron a la luz especialmente en el último año de su primer mandato. Con este videoclip se hizo un esfuerzo por recordar el pasado revolucionario del presidente como si este perfil fuera actual. Se observa un intento de mostrar que Lula no había cambiado. Otro indicio se da por el apodo adoptado en toda la campaña y cantado en el *jingle*: “Brasil quiere seguir adelante con el primer hombre

<sup>101</sup> N. de la T: La *jangada* es una pequeña embarcación de madera (para 3 a 5 personas) muy utilizada por los pescadores en la región noreste de Brasil.



del pueblo presidente”. Más que mostrar que Lula mantenía el mismo perfil de coraje, la letra del *jingle* busca promocionar un enlace simbólico con el electorado.

#### LA CAMPAÑA POR EL EMPLEO

Como se ha demostrado en el análisis preliminar, el tópico “empleo” estuvo presente en todos los programas examinados. En el primer día de vinculación, el tema fue citado en el minuto inicial. No obstante, es fundamental señalar que otros asuntos tuvieron un énfasis anterior al del empleo: las “grandes obras” y las “cuestiones sociales”. El *empleo* se acopló al fragmento que trataba de la economía nacional.

Récord en exportaciones. Inflación más baja en los últimos 10 años.  
Comida más barata. Riesgo país más bajo de la historia. Creación de  
6 millones de nuevos puestos de trabajo. Saldo de deuda con el FMI.  
Autosuficiencia en petróleo (HGPE 15 de agosto de 2006).

Por lo tanto, el empleo, más que una cuestión social, se configura como un aspecto económico, al lado de temas como la inflación y el pago de la deuda externa. Además, el tema se reforzó con números, lo que lo convierte en un dato irrefutable en un primer momento. El uso de elementos concretos como estadísticas y números son legitimadores y sostén para valorar acciones desarrolladas.

Otro recurso argumentativo importante en la campaña de 2006 fue la vinculación entre la persona y sus actos. El siguiente párrafo enfatiza el origen humilde del presidente, los extremos por los cuales pasó, pero también que la característica de ser un hombre luchador permanecía intacta.

Lula, que vendía cacahuetes y tapioca en São Paulo y que hoy sale por el mundo promocionando la agricultura, la industria y los pro-

ductos brasileños, fomentando el empleo y el desarrollo de Brasil (HGPE 15 de agosto de 2006).

Por un lado, el discurso argumenta por el lado emocional; por otro, relaciona la generación de empleos con el capital extranjero: “hoy, sale por el mundo promocionando”. Se resalta que la afinidad entre política social y económica puestas en marcha caracterizan el pensamiento de centroizquierda. Como se presenta en los capítulos anteriores, Lula asume una postura diferenciada con respecto a la que defendía la ideología de izquierdas.

La mayoría de las inserciones del tema se relaciona con los avances de la economía nacional y es explicada de una forma sencilla, estableciendo relaciones entre las acciones del Gobierno y sus consecuencias. Se utiliza el argumento *finés y medios*, como ilustra el recorte de abajo:

Visto desde un prisma, la Beca Familia<sup>102</sup> significa comida en la mesa de 11 millones de familias pobres. Visto desde otro prisma, la Beca Familia significa la entrada de mil millones de reales en la economía de millones de pequeños municipios, generando empleo y renta (HGPE 22 de agosto de 2006).

El Programa Beca Familia fue el más discutido en la campaña, incluso por los adversarios. Mientras Lula reforzaba las mejoras en la vida de la población, con aquella acción también incitaba al miedo de que el Programa se acabara en caso de que no fuera reelegido. Por otro lado, sus oponentes buscaban afirmar que no extinguirían al Programa. En la argumentación del fragmento citado se constata que el enfoque de la Beca Familia se vuelca hacia

<sup>102</sup> N. de la T: La Beca Familia es un programa de transferencia directa de renta, con condicionantes, que beneficia a las familias en situación de extrema pobreza. El Programa está integrado al Hambre Cero, cuyo objetivo es asegurar el derecho humano a la alimentación adecuada, promoviendo la seguridad alimentaria y nutricional y contribuyendo a la conquista de la ciudadanía de la población más vulnerable al hambre.

la economía y al público de clase media, directamente beneficiado con el giro de capital proveniente del beneficio gubernamental.

Para combatir al argumento del asistencialismo, el 22 de agosto, dedicado exclusivamente a este programa, el discurso aporta el “empleo” como un objetivo a alcanzar por las familias beneficiadas.

...tercero, la creación de más programas *puerta de salida*, aquellos programas de formación de mano de obra y generación de empleo, que hacen que las personas mejoren de vida y ya no necesiten de esta ayuda (Lula 22 de agosto de 2006).

En el discurso, Lula utiliza el argumento de fines y medios, proponiendo mejoras en las actividades ya realizadas. En la parte citada, el empleo sería el fin y la creación de mano de obra el medio para su realización.

En la semana siguiente, el empleo es relacionado con otro elemento destacado durante la campaña: las investigaciones tecnológicas de biocombustible. El programa enfatiza los avances en el sector y se fundamenta en la valoración del potencial brasileño, tanto el humano como el natural. Para ratificar la conquista de los investigadores, se utiliza el argumento de autoridad, con la declaración de la ministra de la Casa Civil, Dilma Rousseff. A su parecer, la gestión de los puestos de trabajo mereció destacarse: “Y cuando hablamos de creación de un sector económico, estamos hablando de empleo, generación de la renta [...]” (Rousseff 26 de agosto de 2006).

La misma clase de argumentos fue utilizada en el transcurso del programa, con piezas diversificadas contando la historia de personajes populares, denominadas “Nuestra gente brasileña”. En estos programas cortos se exhibían declaraciones de productores rurales, estudiantes, amas de casa, microempresarios, ex desempleados y de trabajadores beneficiados por la producción del biodiesel: “Lo que más me enorgullece es decir que trabajo

en la Biodiesel, ahí en la calle. ¿Dónde trabajas? En la Biodiesel, mi amigo” (Souza, J. 26 de agosto de 2006). “El coraje de trabajar teníamos... teníamos no, tenemos. Lo que no teníamos era la oportunidad de trabajar” (Assis 26 de agosto de 2006). En los dos testimonios se puede resaltar la presencia de los sentimientos exaltados por la campaña como el refuerzo del nacionalismo y el enaltecimiento del trabajador: orgullo y coraje.

La fundamentación por el caso particular, categoría defendida por Perelman (1996), explica la presencia de testimonios populares y la divulgación de las historias de los habitantes de aquellas comunidades. Estos discursos avalan las informaciones facilitadas y dan credibilidad al aproximar aquella realidad al resto de la población.

Hoy, el potencial de negocio y los incentivos fiscales creados por el Gobierno a través del Sello Social,<sup>103</sup> atraen a decenas de empresas que transforman plantas como palma y mamona en biodiesel y generan empleo y renta para 205 mil agricultores (HGPE 26 de agosto de 2006).

En el fragmento de arriba se utiliza la fundamentación argumentativa reconociendo dos públicos distintos: empresarios y empleados. El primero, por los incentivos fiscales y el segundo por la generación de puestos de trabajos. El texto leído en *off* enseña imágenes de los laboratorios y en seguida el mapa indicando la planificación de las factorías que se van a construir en el país. En este último caso, se constata la argumentación de la inclusión de la parte en el todo con la puntuación de las ciudades beneficiadas con la implantación de las fábricas.

<sup>103</sup> N. de la T: El Sello Social es una identificación concedida por el Ministerio de Desarrollo Agrario a los productores de biodiesel que promuevan la inclusión social y el desarrollo regional a través de la generación de empleo para agricultores familiares del PRONAF (esp. Programa Nacional de Fortalecimiento de la Agricultura Familiar. Financia proyectos individuales y colectivos que generen renta a agricultores familiares y asentados de la reforma agraria).

Otra forma de certificar las acciones gubernamentales es recurrir a las citas de noticias transmitidas por la prensa nacional. El próximo fragmento, narrado por el locutor, exhibía el titular del periódico *O Globo*: “Sondeo del Instituto Target, divulgada por el diario *O Globo*, revela: Siete millones de brasileños suben a la clase media este año” (HGPE 12 de septiembre de 2006). En seguida, se enseña un programa volcado en demostrar las acciones de crecimiento vinculadas a la clase trabajadora. Así, la generación de empleos, la distribución de la renta, el aumento del sueldo y de crédito fueron presentados como razones para el reportaje.

En este programa, la fundamentación por medio de casos particulares se presentó, nuevamente, a través de historias de varios brasileños beneficiados por los créditos de los bancos públicos, como agricultores y microempresarios.

La nueva ley crea el Súper Simple,<sup>104</sup> que reducirá en hasta 40% los impuestos para las micro y pequeñas empresas. También facilitará el crédito bancario y reducirá la burocracia. Estas medidas van a beneficiar a 2 millones de empresas y generar millares de empleos (HGPE 12 de septiembre de 2006).

En este caso, el argumento usado fue el de *finés y medios*, pues busca enseñar la forma de generar de empleos. Tras la alocución inicial, Lula refuerza el tema, enfatizando la cantidad de empleos a ser generados a partir de la aprobación de la Ley.

Si soy reelegido, seguiré priorizando la generación de empleos. Y uno de los sectores que pretendo apoyar todavía más fuertemente es el de las micro y pequeñas empresas. Estoy muy feliz porque la Cámara acaba de aprobar la ley que reduce fuertemente los impuestos y la burocracia para los pequeños emprendedores. Tras la apro-

<sup>104</sup> N. de la T: El *Super Simples* (esp. Súper Simple) es un régimen que unifica los impuestos federales, estatales y municipales para facilitar la recaudación tributaria de las micro y pequeñas empresas.

bación final en el Senado, la ley garantizará el fortalecimiento de las pequeñas empresas en todos los sectores de la economía, incluso en la construcción civil. Y también debe estimular el surgimiento de millones de microempresas en los próximos años. Este tipo de empresa genera mucho empleo y el empleo es el mayor instrumento de ascensión social de un pueblo (Lula 12 de septiembre de 2006).

Junto a la promesa de continuidad respecto a la política de generación de empleos, Lula refuerza la argumentación dirigida a la clase media, dedicando el espacio para hablar de la ley que beneficia a los microempresarios: “Este tipo de empresa genera mucho empleo y el empleo es el mayor instrumento de ascensión social de un pueblo” (Lula 12 de septiembre de 2006). La valoración del trabajo como elemento dignificante del hombre se explicita en el último enunciado.

Con el siguiente fragmento se puede concluir que el gobierno admite la informalidad como una categoría de empleo y que no se contabiliza solamente teniendo en cuenta las plazas referentes al mercado formal: “LOCUTOR 1. —Aumento del empleo. Son 6 millones de nuevos empleos, 4 millones 500 mil con contrato de trabajo” (HGPE 12 de septiembre de 2006). Tal separación entre las plazas con y sin contrato de trabajo puede verificarse en otros momentos de la campaña.

La cuestión salarial tuvo como punto central el valor del salario mínimo. De los programas analizados, este fue el único que también menciona las conquistas en otros segmentos del mercado laboral.

LOCUTOR 1.<sup>105</sup> —Aumento de salarios. El salario mínimo es uno de los más altos de los últimos 40 años. Y la mayoría de las categorías profesionales tuvo en el último semestre los mejores reajustes salariales de los últimos 10 años (HGPE 12 de septiembre de 2006).

<sup>105</sup> Locutor en *off*: narración sin locutor visible mostrando imágenes de la campaña.

El comparativo temporal usado aquí busca establecer una comparación entre periodos de la historia brasileña utilizando al argumento de superación.

Una de las promesas de la campaña de 2002 fue la creación de acciones volcadas en la capacitación de los jóvenes. Citado en el transcurso del mandato, el Programa Primero Empleo acaba fracasando y en el programa del HGPE, dirigido a los jóvenes, ni siquiera se lo menciona. Sin embargo, la argumentación seguía relacionando la protección del joven con la empleabilidad.

Es con mucha alegría que les puedo decir que estamos empezando a vencer estos dos problemas extremos de la juventud brasileña. Por un lado, derrotando al analfabetismo y ampliando el acceso a la educación. Por otro, promoviendo la calificación técnica (Lula 19 de septiembre de 2006).

La propaganda gubernamental realizada en el transcurso de la primera vuelta exigió formas variadas de comprobación de lo que se estaba diciendo. Observamos que las más frecuentes fueron la inserción de testimonios populares, ilustraciones de casos, citas de reportajes y el resultado de sondeos realizados por institutos nacionalmente reconocidos. Las tres primeras formas ya se han mostrado a lo largo de este capítulo y ahora nos vamos a centrar en la última de ellas.

Una vez más se confirma. Con Lula, Brasil genera más empleos, más renta y más justicia social. La PNAD,<sup>106</sup> el sondeo más completo del IBGE divulgado ayer, reveló: por primera vez en 10 años la renta del trabajador brasileño aumenta. Y solo en 2005 fueron

<sup>106</sup> N. de la T: La PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio; esp. Estadística Nacional por Muestra de Hogares) es un sondeo realizado por el IBGE en una muestra de domicilios brasileños que investiga diversas características socioeconómicas de la sociedad como población, educación, trabajo, renta, vivienda, sanidad, migración, etc. El sondeo es realizado en diversas regiones de Brasil, incluyendo áreas rurales.

generados 2 millones y medio de nuevos empleos con contrato de trabajo. La desigualdad social sigue bajando y disminuye el número de niños fuera de la escuela. Es el Brasil del rumbo correcto (Lula 19 de septiembre de 2006).

El ejemplo surge en la recta final de la campaña, cuando se vuelve necesario intensificar los reclamos persuasivos. El fragmento, narrado por un locutor en *off*, traía imágenes de periódicos con titulares sobre el asunto, aumentando la legitimidad de la información. Se observa que, una vez más, la presencia de números refuerza la cuestión temporal: 10 años en 2005. El primer caso se corresponde con el período de gobierno de Fernando Henrique Cardoso (PSDB), lo que presupone una crítica a la antigua gestión, cuya lista electoral pertenecía al principal opositor de Luiz Inácio en la campaña de 2006. La segunda fecha refuerza la frase inicial del texto, buscando probar que durante el gobierno Lula hay más generación de empleos que en otros momentos de la historia reciente.

El último programa de la primera vuelta presenta un nuevo número de creación de empleos. Hasta entonces, la divulgación era de 6 millones y medio y en el día 28 de septiembre la presentadora afirmaba que “Lula fue el presidente que generó 7 millones y medio de nuevos empleos” (HGPE 28 de septiembre de 2006). Este número fue utilizado hasta el final de la campaña de la segunda vuelta. Declaraciones populares resaltan el tema: “Sí, puedes mirar el número de generación de empleos en este período, que Lula está ahí” y “Pienso que el principal cambio fue este, la generación de empleos” (HGPE 28 de septiembre de 2006).

En el discurso de clausura, Lula, llevando puesta una vestimenta de tonos claros, hablaba al aire libre al lado de su esposa, con vestimenta azul, en un escenario que enfatiza los colores de la bandera nacional. Lula profiere la mayor parte del programa procurando demostrar serenidad y respeto al “juicio” al que se sometía en estas elecciones. La temática exhibe el tratamiento del



argumento de dirección cuando afirmaciones de sentido común componen su discurso.

Sé que todavía hay mucho que hacer. Tenemos que seguir disminuyendo la pobreza, aumentando el empleo y mejorando la educación. Tenemos que mejorar la seguridad y la salud. Tenemos que hacer que nuestro país crezca todavía más y distribuir mejor la renta [...]. Es con estos compromisos que les pido, una vez más, su voto de confianza. Muchas gracias y que venza Brasil (Lula 28 de septiembre de 2006).

Las afirmaciones anteriores podrían componer el discurso de cualquier candidato y solamente apuntan a constataciones de qué se espera de un gobierno. Sin embargo, estas frases fueron tomadas por el orador como una forma de promesa, ya que afirmaba estar asumiendo “compromisos” con el electorado. De esta forma, pide “voto de confianza”, como lo hizo en la elección anterior y resalta el sentimiento conjunto a favor del país: “que venza Brasil”.

#### FINAL DE LA PRIMERA VUELTA

No obstante, la notoria campaña de Geraldo Alckmin, agregada a los factores contextuales, genera un resultado esperado por los opositores y la elección solo se define en la segunda vuelta. Según el TSE, Brasil tenía, en 2006, 125 millones 913 mil 479 electores. De estos, la votación totalizó en 95 millones 996 mil 733 votos válidos, obteniendo la mayor votación en números absolutos (91.58%). Los votos en blanco sumaron 2 millones 866 mil 205 (2.73%) y los nulos 5 millones 957 mil 521 (5.68%), generando el siguiente resultado final:

Nº	CANDIDATO	PARTIDO	VOTOS	%
				VÁLIDOS
13	Lula	PT (PT, PRB, Pcdob, PL)	46,662,365	48.61
45	Geraldo Alckmin	PSDB (PSDB, PFL)	39,968,369	41.64
50	Heloisa Helena	PSOL (PSTU, PCB, PSOL)	6,575,393	6.85
12	Cristovam Buarque	PDT	2,538,844	2.64
44	Ana Maria Rangel	PRP	126,404	0.13
27	José Maria Eymael	PSDC	63,294	0.07
17	Luciano Bivar	PSL	62,064	0.06
29	Rui da Costa Pimenta	PCO	0	0.00

Tabla 5. Resultado de la 1.ª vuelta de las elecciones de 2006

Fuente: TSE.

## SEGUNDA VUELTA

El tono ameno, característico en la primera vuelta de la campaña, se vuelve más agresivo en la segunda. Lula pasa a responder a los ataques de la oposición exhibiendo a menudo comparaciones entre su gobierno y el de Fernando Henrique Cardoso. La estrategia de acentuar las realizaciones en su administración permanece. Sin embargo, las escenas emitidas relacionadas con su antecesor resaltan el tiempo en que cada uno había permanecido en el poder y números comparativos en varias esferas como salud, economía, empleo, educación y beneficios sociales.

En cuatro años Lula hizo más que el *gobierno tucano*<sup>107</sup> en ocho. Compare la media mensual de empleos con contrato de trabajo: con FHC, 8 mil; con Lula, 105 mil. Deuda con el FMI: con FHC, 20.8 mil millones de dólares; con Lula, deuda liquidada [...] (HGPE 16 de octubre/2006).

<sup>107</sup> N. de la T: La palabra *tucano*, en el contexto arriba, hace referencia a los miembros del partido político PSDB (esp. Partido de la Socialdemocracia Brasileña). Los llaman así porque el símbolo del partido es un tucán (port. *tucano*) en colores azul y amarillo.

La apertura para esta pieza publicitaria fue la misma en todos los programas, exhibiendo la comparación del tiempo de permanencia de cada uno en el gobierno. Se observa el énfasis en lo referente al plano personal. Mientras las acciones presentes eran atribuidas a Lula y no a su gobierno, las críticas a FHC se realizaban tanto nominalmente como a nivel de partido, dañando ambas imágenes. El acento en el nombre de Lula puede indicar una de las causas del “efecto teflón”, o sea, su imagen fortalecida por afirmaciones de éxitos y realizaciones que, la verdad, son efectuadas por todo un equipo. De igual manera, en el discurso hubo un aislamiento de la lista electoral. El PT aparecía solamente en el gráfico, juntamente con el logotipo del PSDB y la palabra “gobierno”, hecho que demuestra el distanciamiento promocionado entre el partido y la imagen de Lula, buscando desvincularle del rótulo de las denuncias que implicaba al Partido de los Trabajadores.

Al día siguiente, la campaña de Lula exhibe una pieza polémica que afecta a la argumentación de Alckmin. El video hacía una campaña contra la privatización, mostrando el mapa de las empresas privatizadas por el oponente y por el gobierno anterior, instaurando el miedo respecto a la postura de aquel grupo. El discurso cuestionaba si la Petrobrás,<sup>108</sup> el Banco do Brasil<sup>109</sup> y la Caixa Econômica Federal<sup>110</sup> también podrían ser privatizadas, ya que el PSDB había liderado la venta de otras estatales por el país.

En el mismo día, el *jingle* “deja al hombre trabajar” rescata del lenguaje popular una expresión indicativa de la ironía producida por el discurso. La campaña petista estaría ridiculizando los ataques adversarios que estarían “obstaculizando” su trabajo como

<sup>108</sup> N. de la T: La Petrobrás (esp. Petróleo Brasileño) es una empresa de energía brasileña de naturaleza semipública, con participación nacional y extranjera privada.

<sup>109</sup> N. de la T: El Banco de Brasil es una institución financiera brasileña constituida en forma de sociedad de economía mixta, con participación del Gobierno Federal brasileño, detentor de 70% de las acciones.

<sup>110</sup> N. de la T: La Caja Económica Federal es una institución financiera, con forma de empresa pública del Gobierno Federal brasileño, con patrimonio propio y autonomía administrativa y está vinculada al Ministerio de Hacienda de Brasil.

presidente. Es la llamada argumentación por el ridículo, conforme la teoría de Perelman (1996), cuando el orador busca mostrar las exageraciones del oponente, en general haciéndose valer de la ironía.

La estructura de los programas sigue con pautas definidas por temas como educación, salud, seguridad, mujer, obras y agricultura. La cuestión del empleo estuvo presente en la mayoría de las transmisiones petistas en el HGPE. En el día 27 de octubre, el programa trató de agricultura empresarial y familiar y de programas creados por el Gobierno. El día 28 de octubre, en el horario de medio día, la programación se vuelca exclusivamente hacia la mujer y las políticas de igualdad de sueldos y de oportunidades. En esta fecha, la primera dama, Marisa, participa del programa.

En otro programa, la generación de empleos se vincula a las obras de infraestructura en los transportes. En especial, se le atribuye a la industria naval la responsabilidad de la generación de puestos de trabajo. La legitimación se basó en el argumento fundamentado por el caso particular de la historia de los trabajadores de la industria naval que anteriormente estaban en el desempleo.

PRESENTADORA NÚM. 1 (MUJER BLANCA). —La reactivación de la industria naval es una gran noticia para todos los brasileños, en especial para aquellos que trabajan en el sector.

PRESENTADOR NÚM. 2 (INDÍGENA). —Ellos han vivido tiempos difíciles en el pasado gobierno, pero ahora van a recuperar la confianza y la alegría.

*Spot* “Nuestra gente brasileña”

LOCUTOR 1. —Jorge, Carlos, Cleiton e Rinaldo: ellos ya han pasado un mal trago cuando el pasado gobierno confió la construcción de plataformas de petróleo a países como Singapur. En aquel entonces, la industria naval casi se para por completo.

RINALDO DE OLIVEIRA (OPERARIO DE LA INDUSTRIA NAVAL). —Cuando el sector naval se quedó cerrado pasé apuros y dificultades.

JORGE DE OLIVEIRA (OPERARIO DE LA INDUSTRIA NAVAL).

—Ponía mi mochila en las espaldas y me iba a otras comunidades en busca de trabajo.

Ambos testimonios presentados arriba apuntan a la dificultad de inserción laboral, inexistente anteriormente. Por otro lado, como veremos en el siguiente fragmento, el discurso se refuerza con el número de plazas creadas y la importancia del sector y se enfatiza la valoración de los trabajadores de esa industria.

LOCUTOR 1. —Con la decisión de fabricar plataformas en Brasil, Lula reactiva la industria de construcción naval, genera 130 mil empleos directos e indirectos y desarrolla la tecnología nacional.

CARLOS DE DAMASCENO (OPERARIO INDUSTRIA NAVAL).

—Ya no hay el tabú que había antiguamente de que Brasil era un país del tercer mundo en términos de construcción naval. Negativo. Nuestro país es un país del primer mundo en lo que respecta a la construcción naval.

LOCUTOR 1. —Es en esto en lo que Lula es diferente. Con él, el empleo y la industria nacional son prioritarios (HGPE 19 de octubre de 2006).

En toda la planificación de la campaña se han definido puntos centrales y diferenciales para el desarrollo argumentativo. En el fragmento anterior se observa un intento explícito de establecer la diferencia destacando *empleo* e *industria nacional* como factores caracterizadores del candidato.

Otros programas significativos para la materia fueron los transmitidos en los días 22,<sup>111</sup> 23 y 26 de octubre de 2006. En el primero, la desigualdad social fue la base para la explotación del tema. En el segundo, las nuevas tecnologías, y en el tercero, el empleo y la educación fueron los tópicos centrales.

<sup>111</sup> Ese día Lula ejerce el derecho de respuesta, al ser transmitido en el programa de Geraldo Alckmim referente al caso *dossier*.

Para tratar la desigualdad social, el presidente se enfoca en la clase media en su discurso y aborda cuestiones ligadas a la economía.

PRESENTADOR 1 (NEGRA). —El gobierno de Lula ha generado más de siete millones y medio de nuevos empleos y quiere generar todavía más, estimulando el sector que más empleo produce: el de la micro y pequeña empresa.

PRESENTADOR 2 (INDÍGENA). —Para ello, Lula implantará el Súper Simple, una ley que, cuando sea aprobada por el Congreso, reducirá en hasta 40% los impuestos para este sector (HGPE 22 de octubre de 2006).

Aquí encontramos un ejemplo del argumento de fines y medios: el fin, aumentar la creación de empleos; el medio, promulgar una nueva ley. Ese día, una sección presentó las principales propuestas para la generación de empleos, el único de los programas analizados destinados exclusivamente al tema. Sin embargo, se constató que al día siguiente las mismas propuestas fueron presentadas como destinadas a la economía nacional. Tal hecho detecta la utilización del argumento de causalidad, relacionando el efecto —el empleo— a las causas —el cambio en la economía.

Propuestas de Lula para generar empleos:

Ampliar los programas de reducción de impuestos.

Expandir el crédito a los sectores productivos.

Profundizar la reducción de las tasas de interés.

Apoyar fuertemente a las pequeñas y micro empresas.

Facilitar la construcción, reforma y adquisición de vivienda propia y estimular al sector de la construcción civil (HGPE 22 de octubre de 2006).

Una vez más, en el espacio del HGPE procuró resaltar la cantidad de nuevas plazas ofertadas durante el gobierno Lula,

recurriendo a testimonios populares para aproximarse a la situación del elector.

LOCUTOR 1. —El empleo ha crecido en todas las regiones y ha aumentado la participación de las mujeres en el mercado laboral. En total, el gobierno Lula alcanzó la marca de siete millones y medio de nuevos empleos, cinco millones y medio con contrato de trabajo. GISELE DA SILVA (DE PORTO ALEGRE). —Ahora tengo trabajo, tras estar cinco años en el desempleo.

GLADISON OLIVEIRA (DE BRASILIA). —Lula ha creado siete millones de empleos y todo el mundo lo ha visto.

JOSÉ DOS SANTOS ARAÚJO (DE PORTO ALEGRE). —El trabajador, hoy, es muy respetado, antes no lo era (HGPE 23 de octubre de 2006).

Estas historias revelan una constante en los programas producidos para la reelección de Lula: la legitimación de las informaciones por el argumento fundamentado en el caso particular y en la valoración del trabajador por el propio trabajador. Tamaña es la constancia de los testimonios populares que se las puede clasificar como argumento de autoridad, sirviendo como avalistas de las acciones expuestas.

LULA. —No cabe duda de que el empleo crece en el país, pero hace falta que crezca todavía más en la ciudad y en el medio rural. También es imprescindible que crezca de forma más distribuida en todas las regiones de Brasil, o sea, necesitamos optimizar el potencial creativo y productivo del brasileño, sean ellos hombres o mujeres, jóvenes o adultos. Hay que mejorar la oferta de trabajo tanto cualitativa como cuantitativamente. Vamos a conseguirlo de dos maneras. Primero, profundizando en algunas medidas en el área económica. [Se repiten en la pantalla los ejes citados anteriormente, pero aquí descritos como propuestas para la economía] (Lula 23 de octubre de 2006).

Se resalta la preocupación por apreciar a variados públicos, sea por la cuestión geográfica, etaria o de género. Tal situación puede visualizarse tanto en el fragmento anterior como en el siguiente.

LULA. —La otra forma de aumentar el empleo es sencilla, no hay magia. Al contrario, es solo dar continuidad a los grandes proyectos que están en marcha en el país e iniciar otros que ya están planificados. Será más fácil ahora porque la economía está estabilizada y Brasil tiene un rumbo bien definido [Entran en pantalla propuestas de infraestructuras].

LOCUTOR 1. Con Lula, la TV digital y el polo de microelectrónica y de semiconductores van a generar empleo en varias regiones del país. El primer núcleo de la TV digital será la zona franca de Manaus.<sup>112</sup> Los polos iniciales de microelectrónica y semiconductores en Minas, Bahía, Río, São Paulo y Rio Grande do Sul [*Spot* “Deja al hombre trabajar”] (HGPE 23 de octubre de 2006).

Otro tema vinculado a la cuestión del empleo es el desarrollo tecnológico. Se observa que el biodiesel, la TV digital y los polos de microelectrónica fueron citados en situaciones variadas, siempre amparadas por la generación de nuevas oportunidades en el mercado laboral.

En la apertura del programa que destaca el futuro, un video poético ilustra el cambio de Lula, busca probar sus realizaciones.

LOCUTOR 1. —Brasileños que antes apenas se alimentaban y hoy toman tres comidas diarias. Brasileños que antes vivían en la oscuridad y hoy tienen luz en sus casas. Brasileños que antes solo encontraban puertas cerradas y hoy tienen un trabajo. Brasileños que

<sup>112</sup> N. de la T: La llamada “zona franca de Manaus” es un centro financiero implementado por el gobierno brasileño con el objetivo de viabilizar una base económica en el Amazonas oriental. Fue creada en 1967 para ayudar al desarrollo de la región trayendo industrias que forman hoy el Polo Industrial de Manaus (capital del estado de Amazonas), que fue basada en la creación de un área de libre comercio de importación, exportación e incentivos fiscales especiales.



antes habían perdido la esperanza y hoy encaran la vida con confianza. Brasileños que mejoran en la vida, que vuelven a creer que sí es posible vivir en un país más justo y humano. Y que existe alguien que no solamente les tiene en cuenta, sino que también está de su parte (HGPE 26 de octubre de 2006).

En este fragmento se observa un tono casi mesiánico, presentando a Lula como un héroe de los pobres o un gran salvador. Aunque el texto no mencione su nombre, las imágenes, a partir de la última frase, exhiben al presidente durante varias ocasiones, en contacto con la gente, abrazando, saludando, sonriendo y besando a las personas de las más variadas etnias y origen social. El enlace entre texto e imágenes estimula la mitificación del presidente, convirtiéndole en el principal responsable de los cambios mencionados y, al mismo tiempo, aproximándolo a la clase más favorecida. Como un profeta que, realizando “milagros” como la multiplicación de los panes —frase uno— y ofreciendo la luz a sus seguidores —frase dos— vuelve a traer la fe y la esperanza —frases tres y cuatro—: “Brasileños que antes habían perdido la esperanza y hoy encaran la vida con confianza”. El último enunciado aclara la relación entre la figura del héroe sagrado y del presidente, haciendo referencia a expresiones populares presentes en diversos credos religiosos.

Para completar el llamamiento, el discurso que sigue aborda el futuro:

LULA. —Mis amigos y mis amigas, lo más importante ahora es que discutamos el futuro. Y el futuro para mí empieza con dos palabras: empleo y educación. Mis resultados muestran que estamos en el rumbo correcto. La pobreza ha bajado. El empleo ha subido. La educación ha mejorado, pero sabemos que el camino es largo. Para caminar más deprisa y garantizar que la educación y el empleo mejoren es necesario aumentar de forma consistente las inversiones públicas y privadas. Para ello, es necesario ampliar el potencial de

crecimiento de la economía y hacer una mejor distribución de sus resultados. Ya hemos hecho lo más difícil: la economía está equilibrada (Lula 26 de octubre 2006).

De la misma forma que en la primera campaña victoriosa, el eslogan “La esperanza venció el miedo” fue abordado de diversas maneras y en situaciones variadas. En 2006, el apodo se centra en la palabra “futuro”, incluyendo los discursos, videos, clips y *spots*. Basta con seguir la secuencia de texto del locutor y del discurso de Lula para deducir el razonamiento propuesto: si Lula realizó acciones salvadoras en el pasado, puede repetir la hazaña en un futuro. Es el argumento que Perelman (1996) clasifica en la categoría de enlaces de coexistencia, con la vinculación de la persona y sus actos. El mismo discurso busca argumentar los medios para obtener mejoras en las áreas de la educación y del empleo, o sea, buscar inversiones públicas y privadas. Para ello, se establece una relación causal entre el crecimiento económico y el desarrollo en los sectores citados. El fragmento finaliza con el uso del argumento de superación, afirmando que “Ya hemos hecho lo más difícil: la economía está equilibrada”.

La secuencia del discurso nuevamente utiliza el argumento de la persona y sus actos, responsabilizando personalmente al presidente por la generación de empleos e indicando que si Lula ya lo hizo deberá realizar todavía más. “Pero Lula es principalmente el presidente que va a generar todavía más empleos”. La alocución articula el argumento de causalidad, buscando fortalecer la credibilidad de la afirmación, al explicar el porqué la frase anterior es verdadera. “Porque Lula ya ha iniciado los proyectos que, en los próximos años, ampliarán el mercado laboral”.

PRESENTADOR 1 (MUCHACHO). —Lula es el presidente que ha generado siete millones y medio de empleos, cinco millones y medio con contrato de trabajo.

PRESENTADOR 2 (MUCHACHA RUBIA). —Pero Lula es principalmente el presidente que va a generar todavía más empleos.

PRESENTADOR 3 (INDÍGENA). —Porque Lula ya ha iniciado los proyectos que, en los próximos años, ampliarán el mercado laboral.

LOCUTOR 1. —Lula ha reactivado la industria de la construcción naval que estaba parada y ahora este sector crecerá todavía más. Se están construyendo cinco nuevas plataformas de petróleo en Río de Janeiro, Bahía y Rio Grande do Sul. Y de norte a sur se están ampliando y modernizando los grandes puertos brasileños para aumentar nuestras exportaciones y generar más empleos [...] [Una] nueva ley de micro y pequeñas empresas, lista para ser aprobada en el Congreso. La ley creará el Súper Simple, que reduce la burocracia y los impuestos para el sector que más empleos genera en Brasil (Lula 26 de octubre 2006).

El texto narrado por el locutor utiliza la técnica argumentativa denominada inclusión de las partes en el todo cuando se describen proyectos destinados a generar empleos, señalando la localización geográfica de las plataformas de petróleo y la expansión “norte y sur”, donde los puertos estarían siendo modernizados. Luego, el argumento de vínculo causal se enlaza con la implantación de una nueva ley que tendrá que ser aprobada en el Congreso Nacional.

El razonamiento de causalidad permanece *a posteriori*, cuando se inicia la exposición de programas sociales como el Beca Familia.

PRESENTADOR 3 (NEGRA). —El empleo es la puerta que se abre para una vida más digna, pero para lograrlo es preciso ante todo alimentarse (HGPE 26 de octubre 2006).

Una vez más, se destaca el uso del valor *dignidad* para enaltecer al trabajador. La sección “Nuestra gente brasileña”, exhibida posteriormente, muestra el argumento fundamentado por el caso

particular, ilustrando el beneficio recibido por un grupo de agricultores que devuelven la tarjeta del programa tras conseguir una fuente de renta.

#### Y LA CAMPAÑA LLEGA A SU FIN

El último programa del HGPE rebosaba de momentos emotivos. Los códigos no textuales predominaron, propiciando este ambiente. Un fuerte arreglo musical sonó en partes del programa y el clip ilustrado por personas con las manos cogidas en varios escenarios de las distintas regiones de Brasil. La combinación de estos ingredientes implica la lectura de un mensaje de optimismo y unión. Las personas con las manos cogidas, en diferentes locales, demuestran el apoyo a la candidatura. La melodía indica un nuevo comienzo, felicidad, crecimiento y continuidad.

Incluso el cumpleaños del presidente, el 27 de octubre, se celebró tras la declaración del escritor Paulo Coelho, cuya presencia representó un fuerte argumento de autoridad. El video de la fiesta de cumpleaños exhibió el mismo campo del escenario del discurso del candidato, cuando varios niños y los presentadores del programa llegan con una torta decorada con velas y confites verdes y amarillos. Se notaba, aun sin el audio específico en que los pequeños cantaban “cumpleaños feliz” y Lula les abrazaba. El video finalizaba con una firma en la pantalla felicitando al presidente y otra con el texto “Felicidades, Brasil” firmado por el mismo Lula.

El escenario del discurso del candidato crea un ambiente simbólicamente patriótico, exhibe un cielo azul con mezclas blancas al fondo, un campo con plantas doradas —parecidas al trigo— indicando prosperidad y desarrollo.

LULA. —Lo tenemos todo para crecer más rápido y para generar muchos más empleos, para mejorar todavía más la salud, la seguri-

dad y la educación. Esto solo será posible porque hemos enderezado el rumbo de Brasil. Lo más importante es crecer de forma correcta, aumentando la distribución de la renta y disminuyendo las desigualdades entre las personas y entre las regiones. Lo vamos a conseguir porque lo más difícil ya está hecho (HGPE 28 de octubre de 2006).

El argumento de superación se utilizó por dos veces en esta parte del discurso, cuando el candidato afirma haber “enderezado” al país y que “lo más difícil ya está hecho”. Estas afirmaciones, sumadas al inicio del discurso “lo tenemos todo para crecer”, indican la promesa de que los tópicos mencionados serán cumplidos, porque indican la superación de obstáculos. En el clip con *Oda a la alegría*, de Beethoven, que se introduce de manera intercalada durante todo el programa, aparecen testimonios de gente popular, como una narración. Entre otros asuntos, tres de ellos, ya utilizados en programas anteriores, tratan sobre el empleo.

#### BALANCES Y COMPARACIONES

Concluimos que, en la campaña de reelección, la temática estuvo vinculada a dos categorías. La primera, basada en cuestiones pragmáticas. La segunda, en llamamientos emocionales. En el primer caso, la generación de empleos se relaciona con la agricultura (cooperativas y agricultura familiar), la ley para micro empresas, las industrias (principalmente la naval), la educación, la tecnología (digital y (energética) y las obras de infraestructura. En términos emocionales, hubo una vinculación con la calidad de vida, la ascensión social, la mejoría de las condiciones vitales y la dignidad personal.

La ley que beneficiaba a pequeñas y micro empresas recibió gran énfasis en la campaña y se cuestiona hasta qué punto este estaría relacionado con una declaración hecha por Lula hace casi 30 años, durante la primera convención del PT. Entonces, Lula

afirmaba que “Queremos que los trabajadores sean dueños de los medios de producción y de los frutos de su trabajo” (Lula citado por Dantas 1981, 107). ¿El reciente estímulo al emprendedor no sería una forma de que los trabajadores fuesen propietarios de los medios de producción? En la campaña, el argumento a favor de la creación de nuevas microempresas se basó en la cantidad de empleos generados por la misma, sin embargo se observa de cierta forma una relación con la declaración anterior.

Otra similitud con los períodos precedentes se refiere al programa Beca Familia, base necesaria, de acuerdo con los discursos del Lula candidato, para que la clase más pobre de la población pudiese estar en condiciones de conseguir una renta propia. En septiembre de 1989, Lula declara en una entrevista a la TV Alterosa, en Belo Horizonte, su intención de ofrecer canastas básicas a los más necesitados, mientras el plan económico no diera sus primeros resultados. El periodista Maurício Lara, que trabajó en la cobertura de aquella campaña, describe el contenido sucintamente. “Al iniciar su gobierno, subvencionaría la canasta básica, posibilitando a los pobres enfrentarse a las dificultades de los primeros meses, hasta que el programa económico que adoptase empezara a dar resultados. Garantía de que no faltará comida” (Lara 1994, 60).

El razonamiento desarrollado expuso un análisis de las acciones realizadas durante la primera gestión en los sectores económico y social. Especialmente en la primera vuelta, las propuestas para un segundo mandato estuvieron en un plano secundario. El tono predominante fue el del refuerzo de la imagen de estadista, personalizando las realizaciones y evitando ataques directos a los adversarios. Ya durante la segunda vuelta, la campaña se vuelve más agresiva, atacando al opositor, presentando propuestas más concretas de gestión y privilegiando el discurso directo de Lula.

La legitimación del discurso, fundamental para quien ejerce o pretende ejercer el poder, vino con las entrevistas de autoridades, el pueblo, resultados de sondeos, datos numéricos y divulga-

ción de reportajes transmitidos en la prensa nacional. Se observó un cuidado especial por este aspecto, pues todos los programas traían a avalistas para las acciones ya realizadas por el Gobierno.

La divulgación del combate contra la desigualdad estuvo presente en otros elementos no lingüísticos. Entre ellos, la campaña para la reelección apuesta por la equidad de género, invirtiendo en la contratación de presentadores de diversas etnias. Los videos también exhibieron testimonios populares e imágenes de diversas regiones del país, privilegiando polos regionales y escenarios nacionalmente conocidos. En la segunda vuelta, en especial, los mensajes eran subtítulos y traducidos a Libras,<sup>113</sup> la segunda lengua oficial de Brasil, destinada al público sordomudo. En la primera vuelta, había subtítulos de los discursos en una cinta verde y amarilla, pero no la traducción a Libras.

La desvinculación de Lula con el color representativo del PT y de los partidos de izquierdas ocurrió sutilmente. El rojo fue mezclado con colores de la bandera brasileña en un efecto de fusión entre ellos. El logotipo del partido, en el *spot* de apertura, fue estilizado con verde y amarillo. En los planos de fondo, exhibidos durante los discursos del presidente, el logotipo fue insertado encima del nombre de Lula, con el fondo verde y amarillo y la estrella pintada de rojo.

La apuesta por los colores simbólicos nacionales refuerza el perfil de estadista y, por otro lado, estimula el sentimiento de identificación y unión por una causa. El *spot* de apertura de los programas sintetiza las cuestiones levantadas anteriormente: el simbolismo de los colores y diversidad de los públicos. Los efectos de computación gráfica permiten al telespectador tran-

<sup>113</sup> N. de la T: Libras (Língua Brasileira de Sinais; esp. Lengua Brasileña de Señales) hace referencia al nombre dado a la lengua brasileña de signos. Es la lengua de signos usada por la mayoría de los sordos de los centros urbanos brasileños y está reconocida por ley. Es derivada tanto de la lengua de señales autóctona como de la lengua gestual francesa. La Libras no es la simple gesticulación de la lengua portuguesa, sino una lengua aparte. De hecho, en Portugal se usa una lengua de signos diferente, la lengua gestual portuguesa (LGP).

sitar por los momentos de la vida del presidente/candidato, al visualizar una mezcla de regiones, etnias y riquezas nacionales, sumado al carisma de Lula abrazando, besando o saludando a las personas. Los tonos coloreados casaban con el *spot* “Es Lula de nuevo, con la fuerza del pueblo” y la firma final envolvía el nombre del candidato y el número de la lista electoral con una especie de lazo en verde y amarillo.

En la campaña de 2002, Lula emite su discurso en un despacho de trabajo, rodeado de otras personas trabajando y exhibiendo al fondo elementos en tonos en rojo. En 2006, sus declaraciones se realizan en una habitación parecida a un gabinete y al fondo se alternaron elementos en tonos de la bandera brasileña, mapas de Brasil y el globo terráqueo y, a veces, incluso con la bandera nacional en una de las esquinas de la pantalla.

Todos estos elementos mezclados sugerían la presencia de un hombre popular, realizador y accesible, provocando un efecto de identificación con determinadas capas sociales y de exaltación del nacionalismo.

#### DISCURSO DE LA VICTORIA

El escrutinio total de la elección presidencial de 2006 fue finalizado por el TSE a las 15:55 horas del día 30 de octubre. Lula es reelegido con el 60.83% de los votos válidos, sumando 58 millones 295 mil 42 votos y Geraldo Alckmin (PSDB) logra el 39.17% del total, o sea, 37 millones 543 mil 178 votos. El resultado parcial, divulgado en la noche de la elección el 29 de octubre, ya confirmaba la victoria de Lula, que realiza el primer discurso tras ser elegido en el hotel donde acompañaba el cómputo, en la ciudad de São Paulo.

Lula declara que la prioridad en su próxima gestión será la capa más desfavorecida de la población, reafirmando el deseo de disminuir las diferencias regionales.



Las regiones más pobres tendrán en nuestro gobierno una atención todavía mayor porque nosotros queremos que Brasil se vuelva más ecuánime. Queremos que Brasil, en sus 8.5 millones de kilómetros cuadrados, se vuelva más justo desde punto de vista geopolítico, pero también desde el punto de vista económico y social (Lula 29 de octubre 2006).

La cuestión del empleo estuvo relacionada con el ciclo económico:

A través de las conquistas que los trabajadores brasileños han conseguido, por medio de acuerdos realizados por reajustes mayores que la inflación, probamos que, cuando el pueblo brasileño tiene un poco de dinero, empieza a comprar, la tienda empieza a vender, la tienda empieza a comprar de la fábrica, la fábrica empieza a producir, comienza a generar empleos, empieza a generar distribución de la renta y es este el país que queremos (Lula 29 de octubre 2006).

Reelegido hasta el 2010, además del cumplimiento de las expectativas generadas, Lula tiene como desafío el de mantener un índice de popularidad inédito, que ni las denuncias reveladas consiguieron destruir. De acuerdo con la *Folha Online* del 29 de octubre:

Lula detenta el récord de evaluación positiva de un presidente de la república. Según encuesta de Datafolha, divulgada el 25 de octubre, un 53% de la población clasifica como buena u óptima la gestión de Lula. Otro 31% considera el gobierno petista como regular. La tasa de los que piensan que la actuación del presidente es mala o pésima es de un 15%.

## SÍNTESIS: LULA EN 30 AÑOS

Para facilitar la visualización de los cambios argumentativos que ocurrieron en el discurso de Lula respecto al empleo, las conclusiones sintetizadas se hacen constar en la tabla a siguiente:

PERIODO	SÍNTESIS DEL DISCURSO SOBRE EL EMPLEO
Fase de extrema izquierda: sindicalismo (Años setenta)	Mejorías en las condiciones de trabajo para la categoría de los metalúrgicos de São Bernardo do Campo. El contexto, caracterizado por el régimen de excepción, influencia de la lucha por la libertad de expresión. Discurso fundamentado en la valoración clasista y en el sentimiento de unión entre sus integrantes. Utilización predominante de los argumentos basados en la emoción (argumento, por ejemplo, de la dirección y relación de causalidad). Uso de vocativos, de comparaciones y del lenguaje coloquial.
Fase de extrema izquierda: fundación del Partido de los Trabajadores (Inicio de la década de los ochenta)	Reclamación de generación de empleos por el poder público, contemplando otras clases de trabajadores asalariados. Contexto caracterizado por la apertura política en Brasil y por la organización popular. Lucha por la libertad de expresión y por elecciones directas a la presidencia de la República; Valoración del trabajador brasileño para reforzar el sentimiento de clase, estimulando la movilización. Socialismo presentado como única alternativa para la solución de los problemas sociales, incluso para la creación de puestos de trabajo. Discurso coloquial, uso de vocativos y comparaciones. Predominio de la palabra “desempleo”. Argumentación por caso particular, superación, dirección, enlace simbólico y causalidad. Inicio de la construcción de la imagen de Lula como un símbolo de esperanza para la implementación de la democracia y de la igualdad social.
Fase de extrema izquierda: diputado federal (Final de la década de los ochenta)	Crítica a la política económica, considerada responsable por la reducción en el número de empleos y por la caída de la calidad de vida del trabajador. Uso del argumento de incompatibilidad con la descalificación de la ideología dominante de los poderes económico, político y mediático. Discurso amparado en el valor de justicia social contra la exclusión.
Fase de extrema izquierda: candidato a la presidencia de la República (1989)	Ruptura de los acuerdos con el Fondo Monetario Internacional. Uso reiterado de la palabra “desempleo”. Propuesta de implantación de una economía socialista. Rechazo a la entrada de capital extranjero en el país.

PERIODO	SÍNTESIS DEL DISCURSO SOBRE EL EMPLEO
Fase de transición: candidato a la presidencia de la República (1994)	Exclusión de la hipótesis de pago de la deuda externa. Coligación con otros partidos de izquierda. Programa que reivindicaba la creación de trabajo.
Fase de transición: candidato a la presidencia de la República (1998)	Período de transición ideológica, con la posibilidad de análisis de los acuerdos con los acreedores internacionales. Desempleo justificado por la política económica incompatible con las necesidades de la población. Gobierno antecesor es responsabilizado por el aumento del desempleo. Argumentación de incompatibilidad, dirección personal y actos. Presentación de propuesta para la alteración del modelo económico para solventar la cuestión. Crítica a las privatizaciones y a la entrada de los inversores internacionales que dividirían la responsabilidad por los problemas sociales.
Fase de centroizquierda: candidato a la presidencia de la República (2002)	Ruptura evidente con los preceptos del Partido de los Trabajadores a través de la publicación de la Carta al Pueblo Brasileño. Flexibilización. Consagración de Lula como símbolo de la esperanza. Diálogo con empresarios. Acuerdo con partidos de derecha. Garantía del cumplimiento del acuerdo con FMI. Promesa de creación de 10 millones de empleos. Programa sobre la cuestión del empleo, considerando públicos específicos a los jóvenes, negros y mujeres. Planeamiento volcado hacia el mercado, destacando el comercio exterior.

PERÍODO	SÍNTESIS DEL DISCURSO SOBRE EL EMPLEO
Fase de centroizquierda: primer año de gobierno (2003)	<p>Legítimas acciones con las propuestas de reformas tributaria, agraria y de las pensiones.</p> <p>Busca apoyo de la iniciativa privada para proyectos de generación de empleos y ejecución de obras de infraestructura.</p> <p>Captación de recursos oriundos del capital extranjero. Énfasis en el Programa Primero Empleo, destinado a jóvenes.</p> <p>Proyectos público-privados responsables de la generación de puestos de trabajo.</p> <p>Argumentación fundamentada en juicios de valor como justicia y responsabilidad, compatibles con un público amplio.</p> <p>Uso de la palabra “cambio” para minimizar el continuismo de la ideología heredada del antecesor.</p> <p>Predominancia de la palabra “empleo”, en detrimento de la problemática del “desempleo”.</p> <p>Argumentos de causalidad, incompatibilidad, autoridad, enlace simbólico en relaciones interpersonales y actos.</p> <p>Uso de comparaciones, vocativos y ejemplificación relacionada con la historia personal del presidente.</p> <p>Exaltación de la calidad del trabajador brasileño como ventaja para inversores extranjeros en el país.</p> <p>Argumento de presencia demostrado por el uso de la palabra “obsesión”, con el objetivo de llevar al público a confiar en el Gobierno, que actuaría para disminuir el desempleo;</p> <p>Argumento de autoridad demostrado por la utilización de la primera persona del singular de los tiempos verbales.</p> <p>División de responsabilidad entre Gobierno, iniciativa privada y sociedad, materializada por la primera persona del plural de los verbos.</p> <p>Relación del tópico <i>empleo</i> con cuestiones de <i>educación, delincuencia, reformas y crecimiento económico</i>.</p>

PERÍODO	SÍNTESIS DEL DISCURSO SOBRE EL EMPLEO
<p>Fase de centroizquierda: reelección (2006)</p>	<p>Contexto marcado por denuncias de corrupción implicando al Gobierno Federal y al Partido de los Trabajadores. Campaña centrada en las acciones del gobierno. Datos que pretenden comprobar la generación de puestos en el mercado laboral en función de la gestión gubernamental.</p> <p>Refuerzo en la imagen de Lula estadista y hombre del pueblo con fuerte llamada emocional.</p> <p>Desvinculación de Lula con los colores del PT y con el propio partido.</p> <p>Valoración de los colores de la bandera nacional en los detalles estéticos de los programas exhibidos en el HGPE.</p> <p>Énfasis en los programas sociales, especialmente en el de Beca Familia.</p> <p>Utilización de argumentos de superación comparando el período de gestión de Fernando Henrique Cardoso con el de Lula.</p> <p>Propuestas para la clase media como la implantación de la ley destinada a las micro y pequeñas empresas.</p> <p>Generación de empleos relacionada con el desarrollo económico e innovaciones tecnológicas, como el biocombustible y la televisión digital.</p> <p>Generación de empleos relacionada con valores emocionales como ascensión social, dignidad y calidad de vida.</p>

Tabla 6. Síntesis de los cambios argumentativos del tópico *empleo*

## CONSIDERACIONES FINALES

La investigación que originó este libro partió de la hipótesis de que ocurrieron alteraciones en los discursos políticos de Luiz Inácio *Lula* da Silva durante los más de 30 años de su vida pública. Se buscó descubrir cómo se procesó el cambio de sus argumentos y cuál era la relación entre esos nuevos productos discursivos y el contexto social, institucional e ideológico. Para ilustrar la investigación, se optó por el tópico del *empleo*, dada su presencia constante en los discursos del presidente, por ser *Lula* una figura significativa en el Partido de los Trabajadores y por ser una cuestión relevante en el escenario económico contemporáneo.

El aparato teórico se corresponde con la teoría de la argumentación, propuesta por Chaim Perelman, articulada con el análisis del discurso. El autor propone una nueva retórica, que se fundamenta en el uso de una lógica no formal en la construcción de las tesis defendidas por el orador. De esta forma, Perelman rompe con el paradigma cartesiano, al defender que los recursos argumentativos poseen validez más allá de la demostración, apoyándose también en lo verosímil. El autor afirma que la retórica no es solamente una técnica que reúne figuras de estilo con el propósito de persuadir por cualquier medio, sino al contrario, que

impone la utilización de la racionalidad, ora fundamentada en la demostración, ora en una lógica de juicios de valor.

La nueva retórica, de acuerdo con Perelman, retoma los fundamentos aristotélicos y desarrolla la concepción de Aristóteles, cuya estructura se basa en la secuencia *orador, auditorio y discurso*. El *auditorio* es clasificado como universal o particular, dependiendo de los argumentos utilizados; *los acuerdos* son las premisas que fundamentan el discurso y *las técnicas* se dividen en argumentos cuasi lógicos, basados en la razón y argumentos basados en la estructura de lo real. Con el apoyo de esas reflexiones se enfatizó la discusión sobre las técnicas argumentativas y la vinculación de los discursos de Lula con el contexto socioeconómico.

En el transcurso de la trayectoria pública del presidente se observó que, durante el sindicalismo, la cuestión del empleo se relacionaba con las luchas por los derechos laborales y por la mejora de las condiciones de trabajo de la clase obrera. La situación político-social de Brasil, marcada por la contestación al régimen militar, influyó en los discursos del sindicalista. Los discursos pedían libertad de expresión, lo que amplió el auditorio, propiciando las reflexiones para la creación de un partido político. En ese momento, Lula se consagró como un líder popular, abriendo la posibilidad de la organización de las masas.

La ideología que pasaba por los discursos se basaba en principios marxistas, trayendo cuestionamientos respecto al planeamiento económico ejecutado por el Gobierno. Lula rebatía las relaciones entre capital y trabajo, defendiendo la igualdad en un mundo sin dominantes y dominados. Influido por el contexto político y por la ideología, su formación discursiva manifestó la predominancia de vocativos y de comparaciones, además de los argumentos de la dirección, causalidad y la argumentación mediante el caso particular. Esas técnicas contribuyeron a la construcción lingüística, que simplificaba la comprensión del auditorio.

Con la creación del Partido de los Trabajadores a principios de la década de los ochenta, los discursos articulaban cuestiones

más amplias, como la organización política y las decisiones en el área económica. En ese momento, Lula introdujo en su discurso la necesidad de la generación de empleos, exigiendo acciones desde las esferas gubernamentales. Las condiciones de producción correspondían al inicio de la apertura democrática en Brasil y a la organización de las clases populares y el PT fue el primer partido en manifestarse en la campaña por las ¡Directas Ya!,<sup>114</sup> realizada en 1984.

El mercado y sus leyes eran vistos como injustos y susceptibles de modificaciones estructurales. Se proponía la disolución del sistema vigente para la implantación de un modelo socialista, lo que se consideró como la única alternativa para eliminar la desigualdad social. En ese contexto, Lula emergió como un símbolo de esperanza, al actuar como portavoz de las minorías.

La ideología dominante en el discurso del líder obrero se expresaba a favor de generar condiciones para conseguir la igualdad de oportunidades, por la distribución de la renta y los derechos políticos. La estructura argumentativa mantuvo el tono coloquial, con el uso constante de vocativos y comparaciones y de la argumentación a través del caso particular, la superación, la dirección, la vinculación simbólica y la causalidad. Específicamente, los argumentos de superación y vinculación simbólica favorecieron el delineamiento del simbolismo de Lula.

El pronunciamiento analizado, cuando llegó a ser diputado federal, exhibió una postura bastante crítica respecto a los poderes económico, político y mediático dominantes en la sociedad. El principal argumento presente, el de la incompatibilidad, pretendía descalificar a los opositores, amparándose en el valor de la justicia social contra la exclusión. También se contempló que las comparaciones se aproximaban al lenguaje popular, incidiendo incluso en el uso de jergas.

<sup>114</sup>N. de la T: Gran movilización civil ocurrida en Brasil que reivindicaba las elecciones presidenciales directas y culminó con el regreso de la democracia en 1985.



Las campañas electorales presentaban modificaciones con el pasar de los pleitos. En la primera elección directa para la presidencia, después del régimen militar, Lula disputó la segunda vuelta representando el pensamiento de la izquierda brasileña. Todavía mantenía resquicios del perfil obrero, tanto por su postura ideológica, como por el aspecto visual. Las características sobresalientes del período sindical correspondían a un discurso coloquial y crítico, eliminando el diálogo con las clases dominantes y los acuerdos firmados con el Fondo Monetario Internacional.

En las dos siguientes elecciones, en 1994 y 1998, se ampliaron los acuerdos con otros partidos de izquierda. El período es considerado de transición, apuntando hacia una madurez política del PT, que consiguió proyección nacional, conquistando ayuntamientos y escaños en las juntas municipales, en la Cámara de Diputados y en el Senado federal. En el discurso permanecían las comparaciones y Lula empezó a citar pasajes de su historia, consolidando el símbolo de esperanza del que se apropió. El contenido de sus discursos todavía hacía referencia a las bases populares, pero Lula enfatizó la política económica del país con la presentación de un nuevo modelo.

La consagración de la lógica que rigió el gobierno Lula se manifestó en junio de 2002 con la publicación de la Carta al Pueblo Brasileño. El documento presenta las directrices que serían adoptadas en el caso de la victoria del PT, especialmente respecto a las medidas económicas. Mientras en las campañas de 1989 y 1994 el partido no aceptaba el cumplimiento de los acuerdos con los acreedores internacionales, en 1998 se proponía analizarlos y en la Carta Lula se comprometió a cumplirlos. En 2006, el pago de la deuda, realizado durante el primer mandato de Lula, fue usado como argumento a favor de su gobierno.

La campaña victoriosa en 2002 mostró un candidato ponderado y un gran estadista. El eslogan “La esperanza venció el miedo” reforzó el carácter simbólico de Lula, que se colocaba como la esperanza del país. La cuestión del empleo tomó un lugar des-

tacado, con la promesa de la creación de 10 millones de puestos de trabajo en cuatro años. Para alcanzar este objetivo, el Partido lanzó el programa Más y Mejores Empleos, que se apoyaba en estrategias enfocadas a diversos públicos, como jóvenes, negros y mujeres.

La adhesión de un nuevo público a la candidatura de Lula se explica, entre otros factores, por su postura de ruptura con los viejos dogmas del PT, su cambio en relación a las propuestas económicas y a la vicepresidencia ocupada por un partido de derecha, el PL.<sup>115</sup>

Durante el primer año en la Presidencia de la República, período aquí analizado, el empleo se presentó como el resultado de la aprobación de las reformas agraria, tributaria y de pensiones. Lula legitimó la argumentación en la mayoría de las citas que trataban del tema ejemplificando el uso del argumento basado en fines y medios.

La argumentación basada en la emoción estuvo presente prácticamente en todos los discursos, aunque estos presentasen datos empíricos. Valores universales como la autoestima, la justicia, la igualdad y la responsabilidad apelaban a la sensibilización e identificación de las personas con las situaciones expuestas.

Los discursos que abordaban la generación de empleo recibieron fuerza emocional oriunda de expresiones como “obsesión”. Las acciones propuestas para solventar el problema estaban relacionadas con cuestiones generales como la educación y la delincuencia. La carga emotiva de estos pronunciamientos se hacía patente cuando verdades aceptadas por la población se ponían en evidencia en afirmaciones respecto a la necesidad de enseñanza para adquirir puestos en el mercado laboral o de que quien trabaja está menos sujeto a entrar en el mundo de la criminalidad.

El programa con más énfasis, especialmente en el primer semestre de 2003, fue el Primero Empleo, con enfoque en la juven-

<sup>115</sup> N. de la T: Partido Liberal.

tud entre 16 y los 24 años, que sería realizado juntamente con la iniciativa privada. Se buscó el resultado de esa acción y se verificó que, tras un año de implantación, en octubre de 2003, habían sido ofertados aproximadamente dos mil puestos. De las más de 750 mil empresas invitadas a participar, poco más de cuatro mil se inscribieron, según el propio Ministerio del Trabajo.

Los discursos de Lula incitaban a la participación social en la discusión de las propuestas, como por ejemplo la creación del Consejo de Desarrollo Económico y Social, y también designaban responsabilidades, especialmente para la iniciativa privada. En el segundo semestre fueron citados con más frecuencia los Proyectos Público-Privados (PPP), que el gobierno esperaba implementar para dirimir algunos problemas, como la infraestructura y el empleo.

Lo que se vio en la campaña de reelección en 2006 fue una relectura del gobierno con la presentación de los resultados obtenidos durante los cuatro años. La campaña se sostuvo haciendo una retrospectiva de los actos gubernamentales, exhibiendo declaraciones de electores y fortaleciendo la imagen del Lula estadista y oriundo de la clase popular.

Las denuncias de corrupción en el Gobierno Federal y los escándalos que implicaban al PT, en especial, en el año de la elección, se convirtieron en el principal argumento de la oposición, pero no ganaron importancia en la campaña de Lula. Las investigaciones sobre los escándalos eran citadas amparadas bajo el valor de la “justicia” hacia el candidato del PT, afirmando que reclamaría el castigo después de que se averiguasen los hechos. El énfasis en las realizaciones y el refuerzo de la imagen de Lula como un hombre del pueblo generaron el “efecto teflón”, porque ayudaron en la desvinculación del presidente de aquellos acontecimientos.

Durante todo el período analizado, la argumentación asociada a la fundamentación en valores universales exaltó las cualidades del trabajador brasileño y enfatizó las características de “competencia, inteligencia, amabilidad y disposición”. A veces se resal-

taron algunos aspectos para probar la tesis de que los asalariados podrían aliarse a una lucha por mejores condiciones de vida, como en las fases de sindicalismo, hasta la campaña de 1998. En la tercera fase, a partir de 2002, la calificación de obrero fue presentada como una ventaja para los inversionistas extranjeros y como forma de avalar las propuestas gubernamentales.

Los argumentos se fueron alternando a medida que el contexto sociopolítico exigía nuevas posturas de Lula. El cambio más evidente se refiere a la concepción ideológica, que pasó de una izquierda contestadora de línea marxista a una de tendencia centroizquierdista, conciliando la importancia de la economía de mercado con las prácticas a favor de la igualdad social. Sin embargo, la estructura argumentativa demostró más la permanencia que el cambio, dado que las líneas argumentativas se mantuvieron en los discursos en el transcurso de estos 30 años, respaldándose en la fundamentación de valores universales como *justicia*, *libertad*, *igualdad*, *generosidad* y *responsabilidad*. Podemos afirmar que la preocupación por el tema durante el período analizado estuvo vinculado discursivamente a los principios de justicia y de igualdad social, que son los mismos valores que fundamentaron los discursos precedentes.

El carisma de los discursos de Lula puede ser explicado por el uso de vocativos, comparaciones y simbolismos. Las técnicas que predominaron fueron: relaciones de causalidad, argumento de autoridad, caso particular, dirección, incompatibilidad, superación y coexistencia entre actos y persona.

La construcción de la imagen de Lula resulta de estas décadas de vida pública, no pudiendo ser atribuido solamente a las estrategias electorales o a supuestas “magias” realizadas por los gurús del *marketing* político, lo que significa que el cambio observado en los discursos no tiene relación con las estrategias electorales sino con un cambio de postura.

La investigación ha comprobado la hipótesis inicial, pero sobre otra perspectiva: la defensa de la problemática del *empleo* perma-

neció en el período aunque sufrió alteraciones en lo que respecta al recorte de la realidad y a la toma de postura del orador. Tal hecho demuestra que características como el uso de comparativos, la argumentación mediante el caso particular, las relaciones de causalidad, la incompatibilidad y la dirección se mantuvieron; no obstante, el contenido transmitido por estas técnicas cambió ideológicamente conforme lo exigían las obligaciones de los cargos de Lula.

Sin embargo, el cambio, en especial a partir de la campaña de 2002, no significó desinterés por el problema sino que se presentaron nuevas formas de solucionarlo. Se observa entonces la mutación, pues en los discursos precedentes —durante el sindicalismo y el inicio del PT— la solución vendría a través de la disolución del sistema vigente y la implementación de una nueva estructura política y económica. Con el transcurso del tiempo, tras la segunda derrota en la campaña electoral a la presidencia, hubo adhesión al orden social vigente, apuntando hacia el continuismo y presentando propuestas conciliadoras con el poder dominante. Entre estos acuerdos, a partir de 2002, se destaca especialmente la ejecución de las reformas, el cumplimiento de los contratos internacionales y la captación de capital privado y extranjero.

La reelección, en 2006, exigió del presidente una postura todavía más conciliadora, en función de las denuncias de corrupción a las que el Partido de los Trabajadores estuvo sometido. El blindaje de Lula fue erigido o reforzado por discursos que enfatizaban las acciones gubernamentales, que fueron personalizadas.

Nuestro análisis comprobó que hubo un cambio en los discursos que, por diversas razones, transitaron de la izquierda hacia el centro. Ahora cabe al lector/elector observar las consecuencias oriundas de estos cambios y hacer su propia evaluación.

## REFERENCIAS<sup>116</sup>

- ALCÂNTARA, E.; OINEGUE, E.; PETRY, A.; OYAMA, T. 2003, 20 de agosto. *O fim do começo*. Revista Veja, 1816: 40-51.
- ALMEIDA, J. (s.f.). *Lugar de fala, polissemia e paráfrase nos discursos de FHC e Lula sobre o Plano Real*. Recuperado de <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/Congreso1999/11gt/Jorge%20Almeida.rtf>.
- ALMEIDA, P. R. de. (s.f.). *A política internacional do Partido dos Trabalhadores: da fundação do partido à diplomacia do governo Lula*. Revista Sociologia e Política. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-44782003000100008&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782003000100008&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt).
- . 2004, julio. *Dois anos de “Carta ao Povo Brasileiro”*. De volta a um documento de ruptura. Revista Espaço Acadêmico, núm. 38.
- ALMOND, G. A.; POWELL JR., G. B. 1972. *Uma teoria política comparada*. (2ª. ed.). Río de Janeiro: Zahar.
- ALTHUSSER, L. 1974. *Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado*. (Trad. J.J. Moura Ramos) Lisboa: Presença-Martins Fontes.

<sup>116</sup> ATENTA NOTA: si bien se hace un esfuerzo por proveer vínculos de Internet confiables no se puede dar garantía de su integridad en el futuro debido al aspecto cambiante del medio.

- ALVES, B. 2003. *A história de Lula o operário presidente*. Río de Janeiro: Espaço e Tempo.
- ANTENORE, A. 2002, enero. *ABC do negociador*. Folha de São Paulo.
- . 2002, 28 de octubre. *ABC do negociador*. Folha de São Paulo, edición especial Elecciones 2002.
- ANTUNES, R. 2004). *A desertificação neoliberal no Brasil (Collor, FHC e Lula)*. Campinas: Autores Associados.
- ARIAS, J. 2003, (5 de noviembre). *Com um ano de mandato, Lula tem mais crédito no exterior que em seu próprio país*. *El País*. Recuperado de [www.elpais.es](http://www.elpais.es)
- ARISTÓTELES. *A arte retórica e a arte poética*. (Trad. Antônio Pinto de Carvalho). Río de Janeiro: Ediouro.
- . 1967. *Topiques*, livros I a IV. (Trad. Fr. J. Brunschwig). Paris: Lês Belles-Lettres.
- ARISTÓTELES. 1983. *Coleção Os Pensadores I*. (2.<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Abril Cultural.
- . 1984. *Coleção Os Pensadores II*. São Paulo: Abril Cultural.
- . 2001. *Política* (texto integral). São Paulo: Martin Claret.
- . 2003. *Retóricas das Paixões*. São Paulo: Martins Fontes.
- BAKHTIN (Voloshinov). 1979. *Marxismo e filosofia da linguagem*. (Trad. M. Lahud y Y.F. Vieira). São Paulo: Hucitec.
- BENVENISTE, E. 1966. *Problemas de lingüística geral*. São Paulo: Cia. Nacional/Edusp.
- BERBEL, M.R. 1991. *Partido dos Trabalhadores: tradição e ruptura na esquerda brasileira. (1978-1980)* (Disertación de maestría). São Paulo, FFLCH/USP.
- BETTO, F.; Singer, P.; De Souza Martins, J.; Lula; Hummes, d. C. 1984. *Desemprego, causas e conseqüências*. (2.<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Edições Paulinas.
- BOBBIO, Norberto. 2000. *Teoria Geral da Política: A Filosofia Política e as Lições dos Clássicos*. Río de Janeiro: Editora Campus.
- Bonavides, P. 2001. *Ciência política*. (10.<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Malheiros.
- BRANDÃO, H. 1994. *Introdução à análise do discurso*. (3.<sup>a</sup> ed.). Campinas: Editora Unicamp.

- CAMPBELL, J.; Moyers, B. 1993. *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athenas.
- CARMO, P. S. do. 1992. *A ideologia do trabalho*. (2.<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Moderna.
- . 1998. *História e ética do trabalho no Brasil*. São Paulo: Moderna.
- CARVALHO, F. L. 1994. *O centro do labirinto: um estudo sobre a competição eleitoral na TV*. (Disertación de maestría en Ciencia Política). Río de Janeiro: IUPERJ.
- CATANHÊDE, E. (s.f.) *Os dispensáveis*. Folha de São Paulo.
- CATANHÊDE, E. 07 de octubre 2003. *Os dispensáveis, parte 2*. Folha de São Paulo.
- CAVALCANTI, L. O. 2003. *O que é o governo Lula*. São Paulo: Landy.
- CHACON, V. 1998. *História dos partidos políticos*. (3.<sup>a</sup> ed.). Brasília: UNB.
- CHAUÍ, M. 1984. *O que é ideologia*. São Paulo: Abril Cultural/Brasiliense.
- CHAUÍ, M. 2002. *Introdução à história da filosofia: dos pré-socráticos a Aristóteles*. (2.<sup>a</sup> ed.). Vol. 1. São Paulo: Cia. das Letras.
- CHILDS, H. L. 1967. *Relações públicas, propaganda e opinião pública*. (2.<sup>a</sup> ed.). Río de Janeiro: FGV.
- COGGIOLA, O. 2004. *O governo Lula: da esperança à realidade*. São Paulo: Xamã.
- COPI, I. M. 1974. *Introdução à lógica*. São Paulo: Mestre Jou.
- COSTA, F. y MELO, L. 2003, 09 de abril. *Só Bush e Beira-Mar atrapalham*. Revista IstoÉ, 1749: 24-27.
- COURTINE, J.-J. 1982, octubre. *Définition d'orientations théoriques et construction de procédures en Analyse du Discours*. 9 (2), 239-264. Recuperado de <http://id.erudit.org/iderudit/203194ar>.
- COURTINE, J.-J. 1999. *O chapéu de Clementis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político* citado por Indursky, F. e Ferreira, M.C.L. (Orgs.) *Os múltiplos territórios da Análise do Discurso*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto.
- DANTAS JR., A. 1981. *Lula sem censura*. (3.<sup>a</sup> ed.) Petrópolis: Vozes.



- DEL ROIO, J. L. 1986. *1º. de Maio. Cem anos de luta 1886-1986*. São Paulo: Global Editora.
- DEMIER, F. (Coord.). 2003. *As transformações do PT e os rumos da esquerda no Brasil*. Rio de Janeiro: Bom Texto.
- DIEESE. 2004, junio. *Dez anos do real*. Estudos e Pesquisas, año 1, núm. 1.
- DIMENSTEIN, G. (s.f.). *Metade dos empregos prometidos pelo PT seria informal*. Folha de São Paulo. Disponible en <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dimenstein/imprescindivel/dia/gd270902.htm>
- DUCROT, O. 1981. *Provar e Dizer: leis lógicas e leis argumentativas*. São Paulo: Global.
- DUCROT, O. 1987. *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes.
- FILGUEIRAS, S. 2003, 9 de abril. *A vitória do dr. Palocci*. Revista IstoÉ, 1749: 27-29.
- FIORIN, J. L. 2003. *Linguagem e ideologia*. (7ª.ed.). São Paulo: Ática.
- . 2004. *Elementos de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto.
- FOLHA ONLINE [www.folha.uol.com.br](http://www.folha.uol.com.br)
- FOLHA DE SÃO PAULO. 1989, 29 de noviembre. *Íntegra do discurso de Lula na televisão*. Diretas-89: 6.
- FOUCAULT, M. 2001. *Microfísica do poder*. (16ª. ed.). Rio de Janeiro: Graal.
- . 1996. *A ordem do discurso*. (2ª ed.). São Paulo: Loyola.
- FRANÇA, R. 2003, 02 de julio. *Querida, meu salário encolheu!* Revista Veja, 1809: 40-45.
- GADET, F.; HAK, T. (Orgs.). 1993. *Por uma análise automática do discurso. Uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. (2.ª ed.). Campinas: Editora da Unicamp.
- GARCIA, M. A. (Org.). 1986. *As esquerdas e a democracia*. (2.ª ed.) Rio de Janeiro: Paz e Terra/CEDEC.
- GASPAR, M.; OLTRAMARI, A. 2003, 09 de julio. *Por que os discursos de Lula causam polêmica*. Revista Veja: 1810, 40-44.
- GNERRE, M. 1998. *Linguagem, escrita e poder*. (4.ª ed.). São Paulo: Martins Fontes.

- GÓIS, A; Escóssia, F. Da. 2003, 11 de octubre. *Renda e desemprego crescem na era do real*. Folha de São Paulo.
- GRIZE, J.-B. 1996. *Logique naturelle et communications*. Paris: Press Universitaires de France.
- HALLIDAY, T. L. (Org). 1988. *Atos retóricos: mensagens estratégicas de políticos e igrejas*. São Paulo: Summus.
- HOLANDA, S. B. 1997. *Raízes do Brasil*. (11.ª ed.). Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora.
- ISIDORO, U. dos Santos. 2004. *O Lula da TV, o Lula real e a morte do capitalismo selvagem*. São Paulo: Ícone.
- JAKOBSON, R. 1989. *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix.
- KECK, M. E. (1991). *A lógica da diferença. O Partido dos Trabalhadores na construção da democracia brasileira*. São Paulo: Ática.
- KOCH, I. G. Villaça. 2002. *Argumentação e linguagem*. (8.ª ed.). São Paulo: Cortez.
- KUCINSKI, B. 2000. *As cartas ácidas da campanha de Lula de 1998*. Coitia: Ateliê.
- LARA, M. 1994. *Campanha de rua. A cobertura jornalística de uma eleição presidencial*. São Paulo: Geração Editorial.
- LIMA, M. 2003, 11 de junio. *O inferno são os outros*. Revista Veja, 1806, 40-48.
- . 2003, 25 de junio. *O governo Lula já disse a que viria. E já faz um ano*. Revista Veja, 1808. 40-44.
- LOBATO, E. 2003, 22 de enero. *De caso com o Brasil*. Revista IstoÉ, 1738, 48.
- LUZ, C. y CAPARELLI, E. (2003, 7 de julio). *A primeira vez*. Revista Época, 268, 45-46.
- MAINGUENEAU, D. 1993. *Novas tendências em análise do discurso*. (2.ª ed.). Campinas: Pontes.
- . 2001. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez.
- MANDEL, E. 2001. *O lugar do marxismo na história*. São Paulo: Xamã.
- MANHANELLI, Carlos Augusto. (1988). *Estratégias eleitorais. Marketing político*. (3.ª ed.). São Paulo: Summus Editorial.
- MARX, K.; ENGELS, F. 1965. *A ideologia alemã*. (Trad. W. Dutra e F. Fernandes). Rio de Janeiro: Zahar.

- . 1975. *El capital*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MATTOSO, J. 2001. *O Brasil desempregado. Como foram destruídos mais de 3 milhões de empregos nos anos 90*. (2ª. edición, 3.ª reimpressão). São Paulo: Perseu Abramo.
- MEDEIROS, A. 1994. *Nos bastidores da campanha: Luiz Inácio Lula da Silva. Crônica de um sonho*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- MENDES, C. 2002. *Lula: a opção mais que o voto*. Rio de Janeiro: Garamond.
- MENDONÇA, D. 2001. *Casos & Coisas*. São Paulo: Globo.
- MIGUEL, L. F. 2004, enero-junio. *Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral*. *Sociologias*, 11, 238-258. Disponible en [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1517-45222004000100011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1517-45222004000100011&script=sci_arttext)
- MORITZ, M. L. R. de F. 1996. *A nação moralizada: a promessa eleitoral dos presidencialistas em 1989*. (Disertación de maestría). Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- MOSCA, L. 2001. *Retóricas de ontem e de hoje*. São Paulo: Humanitas.
- NERY, S. (1999). *A eleição da reeleição*. São Paulo: Geração Editorial.
- NETO, A. F.; Verón, E. (Orgs.) Rubim, A. A. 2003. *Lula presidente — televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker. São Leopoldo/RS: Unisinos.
- OLIVA, A. M.; Rainho, L. F. 1987. *Imagens da luta:1905-1985*. São Bernardo do Campo: Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico.
- OLIVEIRA, L. A. de. 1999. *A disputa política na televisão. Uma análise das estratégias discursivas dos candidatos Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral*. (Disertación de maestría en Ciencia Política). Rio de Janeiro: IUPERJ.
- Disponible en <http://doxa.iesp.uerj.br/artigos/FHCademir.pdf>
- ORWELL, G. 1984. *1984 (Nineteen-Eighty-Four, 1949)*. (Traducción de Velloso, W.) (17.ª ed.). São Paulo: Nacional.
- OSAKABE, H. 1979. *Argumentação e discurso político*. São Paulo: Kairós.
- PALÁCIO DO PLANALTO. (s.f.). *Biografia Oficial do Presidente da República*,

- Luiz Inácio Lula da Silva*. Recuperado de <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva> y <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/biografia-periodo-presidencial>.
- PANKE, L. 1999. *O papel da linguagem na argumentação. Um estudo de caso: José Eduardo de Andrade Vieira, o banqueiro senador dos trabalhadores*. (Disertación presentada en la UFPR para la obtención del grado de maestro). Disponible en <http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/24449/D%20-%20PANKE,%20LUCIANA.pdf?sequence=1>.
- PARANÁ, D. 2003. *Lula: o Filho do Brasil*. (1.ª reimpressão). São Paulo: Perseu Abramo.
- PARTIDO DOS TRABALHADORES. (Orgs: Directorio Nacional del PT; Secretaria Nacional de Formação Política; Fundación Perseu Abramo/Projeto Memória). (1998). *Resoluções de Encontros e Congressos*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. Disponible en <http://novo.fpabramo.org.br/acervo/tipo/5888>
- PASTORE, J. 1998. *O desemprego tem cura?* São Paulo: Makron Books.
- PERELMAN, Ch. 1996. *Tratado da argumentação. Nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes.
- . 1997. *Retóricas*. São Paulo: Martins Fontes.
- PÊCHEUX, M. 1969. *Analyse automatique du discours*. Paris: Dunod.
- PETRAS, J. 2002, septiembre. *Brasil: neoliberalismo, crise e política eleitoral*. *Marxismo Vivo*, 6. Disponible en [http://www.galizacig.com/actualidade/200209/rebellion\\_brasil\\_neoliberalismo\\_crise\\_e\\_politica\\_eleitoral.htm](http://www.galizacig.com/actualidade/200209/rebellion_brasil_neoliberalismo_crise_e_politica_eleitoral.htm)
- PLANTIN, C. 1990. *Essais sur l'argumentation*. Paris: Kimé.
- PLATÃO. 2002. *A República*. (Texto integral). São Paulo: Martin Claret.
- POCHMANN, M. 2000. *A divisão do trabalho no mundo e o emprego no Brasil*. *Ciência Hoje*, 28 (165).
- POCHMANN, M. (s.f.). *Produtividade e emprego no Brasil dos anos 90*. Instituto de Economia. Disponible en <http://www.econ.puc-rio.br/pdf/td405.pdf>.
- PORTO, Mauro; GUAZINA, L. S. 1999, septiembre. *A política na TV: o horário eleitoral da eleição presidencial de 1994*. En *Contracam-*

- po, Niterói, 3 (1), 5-33. Revista de Mestrado em Comunicação: Imagem e Informação da Universidade Federal Fluminense.
- POSSENTI, S. 1993a. *Análise do discurso: uma complicação do óbvio?* en Chaia et al. (Org). *Análise do discurso político. Abordagens*. São Paulo: Educ.
- . 1993b. *Discurso, estilo e subjetividade*. São Paulo: Martins Fontes.
- PRADO, J. L. A. 1996. *Brecha na comunicação: Habermas, o Outro, Lacan*. São Paulo: Hacker.
- RÁDIO e Televisão Bandeirantes Ltda. 2002. *Lula o presidente. Trajetória de um vencedor*. [DVD].
- REBOUL, O. 2000. *Introdução à retórica*. 2.ª ed. São Paulo: Martins Fontes.
- REDE TVT-TV DOS TRABALHADORES. 1990. *Melhores Momentos da Campanha Lula Presidente*. [Documental]. São Paulo.
- REIS, R. de C. (2000). *FHC e Lula no Horário Eleitoral Gratuito. A política segundo a mídia*. Disponible en <http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.eca.usp.br%2Fassocia%2Ffalaic%2Fchile2000%2F11%2520GT%25202000Discurso%2520e%2520Comunic%2FReiss.doc&ei=TQ0fVOSvLtKAYgS5kIHgAg&usg=AFQjCNEK36anLgHmbmWKjGp3voOZWDMv5w&sig2=TD1F2QnX7wmndWt8kpD-hIA&bvm=bv.75775273,d.aWw>.
- REVISTA ÉPOCA. 2002-2003. Núms. 242, 248, 249, 251, 252, 254, 256, 258, 260, 262.
- REVISTA ISTOÉ. 2002-2003. Núms. 1684, 1702, 1714, 1715, 1721, 1724, 1727, 1735, 1736, 1737, 1738, 1739, 1743, 1745, 1747, 1779.
- REVISTA VEJA. 2002-2003. Núms. 1785, 1786, 1787, 1788, 1794, 1807, 1808, 1810, 1811, 1812, 1813, 1816, 1832, 1834.
- RICOEUR, P. 1977. *Interpretação e ideologias*. (Trad. H. Japiassu). Río de Janeiro: Francisco Alves.
- ROLLI, C. y FERNANDES, F. 2004, 1 de agosto. *Crescem os empregos com salários baixos*. Folha Online. Disponible en <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0108200402.htm>.

- RUBIM, A. A. C. 1994, 15 de septiembre. *De Fernando a Fernando: poder e imagens 1989/1994*. Texto presentado en el seminário “Política, Cultura e Mídia”, Universidade Federal do Ceará. Disponible en <http://www.facom.ufba.br/sentido/albino.html>.
- . Canelas. 2000. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker.
- SALGADO, E. 2003, 29 de janeiro. *O elo entre dois mundos*. Revista Veja, 1787: 42.
- SAUSSURE, F. de. 1969. *Curso de lingüística geral*. (Trad. de A. Chelini, J. P. Paes y I. Blikstein). São Paulo: Cultrix, USP.  
Disponible en <http://www.slideshare.net/GiseleDottoReginato/saussure-ferdinand-de-curso-de-lingustica-geral>
- SILVA, C. E. Lins da. 2002. *O marketing eleitoral*. São Paulo: Publifolha.
- SILVA, L. I. da. 2003. *Pronunciamentos oficiais do Presidente da República*. Brasília. Disponible en <http://mundorama.net/category/2-biblioteca/series-documentais/discursos-e-pronunciamentos-oficiais/>.
- . 1989, 1994, 1998, 2002, 2006. *Horário Eleitoral Gratuito*.
- SINGER, A. 2001. *O PT*. São Paulo: Publifolha.
- SINGER, P.; Machado, J. 2000. *Economia socialista*. São Paulo: Perseu Abramo.
- SOUZA, M. A. de. 1995. *Da esquerda revolucionária pré-64 ao PT: continuidades e rupturas*. (Disertación de maestría). São Paulo, FFLCH/USP.
- TONELLI, P. 1993. *Eleições 94: o divisor de águas?* Síntese temática de alguns pronunciamentos do deputado Pedro Tonelli . 110. Brasília : Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações.
- TOULMIN, S. 2001. *Os usos do argumento*. São Paulo: Martins Fontes.
- VIEIRA, M. A. y FORTES, A. 2003. *Partido dos Trabalhadores. Trajetórias das origens à vitória de Lula*. (2.<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- WEFFORT, F. 1980. *O populismo na política brasileira*. (4.<sup>a</sup> ed.) Río de Janeiro: Paz e Terra.

PÁGINAS ELECTRÓNICAS

[www.correiocidadania.com.br](http://www.correiocidadania.com.br)

[www.eca.usp.br](http://www.eca.usp.br)

<http://www.educacional.com.br/home/home.asp#&panel1-1>

[www.facom.ufba.br](http://www.facom.ufba.br)

[www.folha.uol.com.br/folha/especial/2002/governolula](http://www.folha.uol.com.br/folha/especial/2002/governolula)

[www.fpabramo.org.br](http://www.fpabramo.org.br)

[www.dieese.org.br](http://www.dieese.org.br)

[www.ibge.com.br](http://www.ibge.com.br)

[www.ilo.org](http://www.ilo.org)

[www.litci.org](http://www.litci.org)

[www.meionorte.com.br](http://www.meionorte.com.br)

[www.mte.gov.br](http://www.mte.gov.br)

[www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br)

[www.pralmeida.org](http://www.pralmeida.org)

[www.pt.org.br](http://www.pt.org.br)

[www.radiobras.gov.br](http://www.radiobras.gov.br)

[www.tse.gov.br](http://www.tse.gov.br)

[www.unicamp.br](http://www.unicamp.br)

[www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)





*Lula: del sindicalismo a la reelección. Un caso de comunicación,  
política y discurso*, se terminó de imprimir en octubre de  
2015 en los talleres de Tipos Futura S. A. de C. V.,  
Francisco González Bocanegra #47B, Col. Peralvillo,  
Del. Cuauhtémoc, CP 06220.  
*150 ejemplares*

# LULA: DEL SINDICALISMO A LA REELECCIÓN

Un caso de comunicación,  
política y discurso social

---

El público tiene en sus manos una obra que será, sin duda, de gran trascendencia multidisciplinar. Especialistas en Ciencias de la Comunicación, politólogos, sociólogos, historiadores, lingüistas, expertos en mercadeo (por señalar sólo algunas disciplinas transversales al tema central de la obra) cuentan en *Lula: del sindicalismo a la reelección*, con un referente para el análisis de uno de los políticos contemporáneos más importantes en los inicios del siglo XX. Escuchar y analizar su discurso, desde localizaciones y deslocalizaciones diferentes, nos enseñará, sin duda, los caminos por los que debemos discurrir, y aquellos otros que jamás deberíamos de volver a pisar.

Otro valor destacable de esta investigación es la capacidad de acotar su campo de estudio únicamente a las relaciones entre comunicación, política y discurso, y exponer todo ello en un lenguaje claro y directo, sin renunciar a la precisión.

De ahí el interés que tiene la divulgación del trabajo de la doctora Panke en los países de habla hispana.

Dra. Ana Isabel Blanco García  
Universidad de León, España.

