



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MENCIÓN: PERIODISMO

TRABAJO DE GRADO

**DISCURSOS ELECTORALES DE DILMA ROUSSEFF Y JUAN MANUEL
SANTOS 2014 PARA MANTENER EL PODER**

ARREAZA, Fernando

Tutor:

ARRAIZ RODRÍGUEZ, Lorena

Caracas, septiembre 2015

Índice General

Introducción.....	7
Marco teórico	11
Capítulo I	11
Marco político-social latinoamericano.....	11
Contexto electoral brasileño	13
Código electoral.....	15
Contexto electoral colombiano	18
Código electoral.....	19
Capítulo II	21
Análisis del discurso	21
Análisis Crítico del Discurso	25
Teoría de la Valoración.....	28
Modelos de análisis	31
Método	33
Objetivo General.....	33
Objetivos Específicos.....	33
Tipo de investigación	34
Operacionalización de las variables.....	35
Diseño e Instrumentos de investigación	37
La clasificación de los sistemas.....	38
Aplicación del análisis crítico del discurso.....	41
Selección de la muestra	42
Análisis y discusión de resultados.....	44
Fase I: Análisis textual	44
Discurso de arranque de Juan Manuel Santos 2014	44
Discurso de cierre de Juan Manuel Santos 2014	46

Discurso de arranque de Dilma Rousseff 2014	48
Discurso de cierre de Dilma Rousseff 2014.....	50
Fase II: análisis contextual.....	52
Juan Manuel Santos 2014	52
Discurso de inicio	53
Discurso de cierre.....	56
Dilma Rouseff 2014	59
Discurso de inicio	60
Discurso de cierre.....	64
Comparación y evaluación de patrones.....	68
Conclusiones y recomendaciones.....	71
Fuentes de información y bibliografía	74
Anexos	76

Índice de Tablas y figuras

TABLAS

Tabla N° 1. Ejemplo de categorización según los sistemas establecidos.....36

Tabla N° 2. Listado de la mayor cantidad de palabras utilizadas y clasificadas en los sistemas de White. Discurso de inicio de campaña de Juan Manuel Santos.....43

Tabla N° 3. Listado de la mayor cantidad de palabras utilizadas y clasificadas en los sistemas de White. Discurso de cierre de primera vuelta electoral Juan Manuel Santos.....45

Tabla N° 4. Listado de la mayor cantidad de palabras utilizadas y clasificadas en los sistemas de White. Discurso de inicio de campaña Dilma Rousseff.....47

Tabla N° 5. Listado de la mayor cantidad de palabras utilizadas y clasificadas en los sistemas de White. Discurso de cierre de campaña Dilma Rousseff.....49

FIGURAS

Figura N° 1. Ejemplo del gráfico de la valoración.....40

Figura N° 2. Distribución de mensajes en los sistemas principales. Discurso de inicio de campaña de Juan Manuel Santos.....44

Figura N° 3. Distribución de mensajes en los sistemas principales. Discurso de cierre de primera vuelta electoral de Juan Manuel Santos.....	46
Figura N° 4. Distribución de mensajes en los sistemas principales. Discurso de inicio Dilma Rousseff	48
Figura N° 5. Distribución de mensajes en los sistemas principales. Discurso de cierre Dilma Rousseff	50

Resumen

El presente trabajo tuvo como finalidad analizar los discursos en el marco electoral de los mandatarios y candidatos a la reelección Juan Manuel Santos (Colombia) y Dilma Rousseff (Brasil) en 2014. En ese sentido, se seleccionaron dos piezas discursivas por cada aspirante que ofrecieran la oportunidad de examinar los recursos que emplearon los candidatos para mantener el poder. El estudio entre el discurso y su intencionalidad se hizo mediante la teoría del Análisis Crítico del Discurso, la Gramática Funcional y la Teoría de la Valoración. En primera instancia se trabajó con un método de análisis textual que permitió cuantificar los mensajes claves e identificar los elementos más utilizados por los candidatos, clasificados según los sistemas que propone la Teoría de la Valoración. Asimismo, se procedió posteriormente a insertar los resultados cuantificados en su hábitat mediante los parámetros del Análisis Crítico del Discurso. En esa segunda parte se establecieron los nexos con el contexto que explican las inclinaciones de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff en sus discursos. Además, en la investigación se buscó identificar las similitudes y diferencias entre las estructuras discursivas de los candidatos para exponer patrones o singularidades en la política latinoamericana.

Introducción

Los presidentes Juan Manuel Santos (Colombia) y Dilma Rousseff (Brasil), ante la posibilidad de perder sus cargos en unos comicios presidenciales, configuraron sus lógicas discursivas a fin de obtener sendas victorias, consolidar capitales políticos y simbólicos propios, así como relegitimar sus liderazgos de cara a sus respectivos electorados.

En esa conformación de discursos, ambos candidatos (de ideologías, países y características disímiles) se vieron en la necesidad de emplear recursos y mensajes presuntamente similares para eludir la derrota electoral y hacer efectiva la comunicación ideológica que entablan en el marco de las campañas electorales. Se evidencia entonces la inminente relación entre discurso y poder.

El poder ha sido desde los tiempos medievales un objeto de teorización. Distintas concepciones han sido desarrolladas por autores clásicos como Hobbes, Montesquieu, Rousseau y Maquiavelo. Posteriormente, nuevos modelos conceptuales irrumpieron en el campo de la sociología y le confirieron una visión más real y práctica al poder. Entre estos nuevos paradigmas destacan la Teoría de Capital Simbólico de Bourdieu y la Microfísica del poder esgrimida por Michelle Foucault.

A la luz de estos constructos modernos, se actualizó la comprensión de los procesos políticos enmarcados en las sociedades dinámicas de la contemporaneidad. Actualmente, el poder se entiende como una red de relaciones de dominación e influencia que están distribuidas a lo largo del tejido social.

Asimismo, la disputa por establecer estos vínculos de poder es en mayor medida una lucha alegórica; los actores políticos bregan por incidir en las construcciones simbólicas que realizan los electores a partir del entorno. Es en

este ámbito de la elaboración de significados en el que el discurso político cobra un papel relevante: es esencial para obtener y mantener el poder.

Delimitación y alcance

Este trabajo analizará las lógicas discursivas de Juan Manuel Santos (Colombia) y Dilma Rousseff (Brasil) durante el período electoral de 2014 en esas naciones. Para ello, el estudio abordará discursos emitidos por ambos candidatos y tomará en consideración las conexiones que se desprendan de sus estructuras con el contexto.

El presente trabajo buscará exponer los recursos de los candidatos en la política colombiana y brasilera, para dar una muestra representativa de los mecanismos que utilizan los mandatarios en su objetivo de mantener el poder.

Las herramientas periodísticas permitirán un análisis que contribuya al estudio de la intencionalidad lingüística detrás de la comunicación entre los que quieren mantener el poder y los electores. Esta investigación buscará aportar al campo de los estudios políticos y comunicacionales en la región latinoamericana desde la perspectiva colombiana y brasilera, dos países referencia en el continente.

Justificación

La relevancia de este proyecto de investigación se centra en la hipótesis que pretende respaldar: existen coincidencias en los discursos de dos candidatos que responden a condiciones, ideologías y electorados distintos. Por consiguiente, el estudio aspira a analizar los mensajes políticos en una perspectiva que coincide con el pensamiento global que impera en todos los ámbitos de la vida humana, incluso en la política.

Esta sería la primera comparación de las líneas discursivas de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff bajo preceptos teóricos de autores como Peter White y Teun Van Dijk. Esta cualidad le otorga originalidad y trascendencia a la investigación, así como le ofrece aportes al campo de la Comunicación Social en Venezuela y América Latina.

La historia, relevancia y naturaleza política de Colombia y Brasil ofrece la oportunidad de desarrollar un estudio sobre dos países con gran influencia en su región. Además permite comparar la realidad política de dos naciones vecinas con raíces diferentes,

El análisis de discurso es una herramienta de trabajo y estudio que todo comunicador debe manejar en aras de diseminar los mensajes bajo el foco de los entornos en los cuales se originan. El periodista trabaja como intérprete y tiene como misión descifrar los códigos que se emiten para traducirlos al interlocutor; en esta investigación, esa tarea se realizará desmontando un hilo discursivo para ofrecer una perspectiva original al campo de la comunicación.

Formulación del Problema

A raíz del planteamiento anteriormente descrito, se deriva la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las coincidencias y diferencias en los discursos empleados por Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff, durante sus campañas presidenciales de 2014, para preservar el poder?

Con la finalidad de comprender la terminología incluida en la pregunta a ser investigada, se expone a continuación un glosario de términos parafraseados o citados textualmente de la obra *El análisis crítico del discurso* de Teun A. Van Dijk:

- Discurso: es una forma de acción social que está vinculado a un marco ideológico. Todo discurso es histórico y es constitutivo de una sociedad y una cultura. (Van Dijk, 1999, p. 24-26).
- Poder: “Definiremos el poder social en términos de control. Así los grupos tienen (más o menos) poder si son capaces de controlar (más o menos), en su interés, los actos y las mentes de los miembros de otros grupos”. (Van Dijk, 1999, p. 26).

Marco teórico

Capítulo I

Marco político-social latinoamericano

Los procesos sociales y políticos en América Latina tienen una evolución natural como en otras regiones del mundo. Hay momentos históricos en los que tendencias y corrientes políticas invaden progresivamente las diferentes naciones que integran el Cono Sur Americano, y modifican las circunstancias con las que se desarrollan las sociedades, la política, las elecciones y las campañas electorales.

El estudio de los países que conforman Latinoamérica como región parte desde la afirmación que estas naciones comparten un espíritu político, social y económico similar. Carlos Rangel en su obra *Del Buen Salvaje al Buen Revolucionario* (2005) expone lo siguiente:

A pesar del indigenismo de moda, Argentina, Bolivia, Cuba, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Santo Domingo, Uruguay y Venezuela suman una sola cultura, la cultura hispanoamericana, implantada en 18 naciones independientes y una nación sometida políticamente a los Estados Unidos (p. 30)

Esta afinidad, especialmente en los aspectos sociales y políticos, obliga a un estudio integral de la región como punto de partida para entender los procesos individuales. Germán Carrera Damas en la conferencia introductoria de la recopilación *Una nación llamada Venezuela* (1984) explica que la metodología de un estudio o análisis histórico para cualquier país latinoamericano requiere de “contextos más inclusivos” (p.4). Es decir, la observación de una determinada nación requiere del análisis de su entorno para entender todas las implicaciones que repercuten en el país objeto de estudio.

De lo anterior se desprende la razón de por qué aparecen “patrones” en los episodios político-sociales en esta zona del continente.

La década de 1970 es un ejemplo y punto de partida para entender la época moderna de las democracias latinoamericanas. Waldo Ansaldi en su libro *La democracia en América Latina, un barco a la deriva* (2007) explica el siguiente panorama:

Con la excepción de Cuba, todos los países latinoamericanos tienen (o han tenido la mayoría a partir de 1990) gobiernos civiles electos; las elecciones son ampliamente reconocidas como la única forma legítima de acceder al poder. Esta situación es prácticamente la opuesta a la de la década de 1970, cuando solo dos países en la región tenían gobiernos democráticos (Ansaldi, 2007, p134)

Aunque las condiciones democráticas en Latinoamérica demuestran una evolución en las últimas décadas, Ansaldi también afirma que en las condiciones actuales en la mayoría de los países la democracia es “simultáneamente débil y resistente, frágil pero duradera” (Ansaldi, 2007, p1).

Dado el escenario anterior descrito por el autor, los estudios modernos sobre la democracia latinoamericana se centran en las condiciones en las que se llevan a cabo las decisiones populares. Es decir, la democracia como fenómeno y las circunstancias que la determinan en cada país. La democracia como institución se afianzó en las naciones, pero el sistema ha tenido desviaciones que en los años se ha intentado enderezar.

Jennifer McCoy y Héctor Vanolli en su texto *Campañas electorales: ventajismo y reelección en América Latina* (2014) explican el siguiente escenario de los retos actuales que enfrenta la región en la dimensión política:

La regulación del desarrollo de las campañas proselitistas plantea una serie de importantes desafíos. Pocos tan decisivos, sin embargo, como el de garantizar que los candidatos que aspiran a ocupar cargos públicos puedan competir en un ambiente de relativa igualdad de condiciones (p. 1)

Mccoy y Vanolli (2014) señalan que a partir de la década de los noventa la entrada del fenómeno de la reelección inmediata en los altos cargos ejecutivos cambió el panorama político regional e inició una tendencia que se desarrollaría en los años subsiguientes. La posibilidad de que un funcionario activo pudiera optar a repetir en el cargo demandaba nuevas reglas para garantizar la igualdad de oportunidades entre los candidatos (p.2). Más adelante los autores escriben que vista esa nueva variable en el juego político “varios de los países del hemisferio han comenzado a sancionar una serie de normas y regulaciones con el objeto de intentar compensar o limitar las ventajas de las que gozan los candidatos en ejercicio de cargos públicos” (p. 3).

Esa entrada de la reelección inmediata que señalan los autores creó otra arista entre la relación del discurso y el poder. La oportunidad para los mandatarios latinoamericanos de reelegirse abrió la posibilidad de diseñar discursos que tomaran ventaja de su posición. Su posición de poder pasó a ser un elemento fundamental en la elaboración de mensajes.

Aunque este fenómeno sobrepasó culturas y fronteras, tuvo que evolucionar en diferentes panoramas. Cada nación introdujo la reelección con diferentes bagajes políticos.

Contexto electoral brasileño

Aunque Brasil comparte la misma cercanía en Latinoamérica con el resto de los países, cabe destacar que su desarrollo y esencia tiene algunos lunares diferenciadores. El origen de Brasil como nación proviene de una raíz diferente, la “colonización lusitana y la lengua portuguesa, además del modo en cómo fue

conquistada” (Rangel, 2005. p 30) diferencia a Brasil del resto de países”. El autor Tulio Halperin Donghi escribe en el libro *Historia contemporánea de América Latina* una afirmación en la misma dirección, cuando explica que luego del proceso independentista “en Brasil hubo una transición más apacible (que en el resto del continente) parecía haber esquivado esos cambios catastróficos; en todo caso, la independencia consagraba allí también el agotamiento del orden colonial” (Halperin, 2005, p 135).

También, antes de esclarecer las particularidades del código electoral y el desarrollo político-social brasileño, cabe repasar las palabras de Carlos Rangel (2005):

Conviene recordar, en este contexto, lo afirmado en las primeras páginas de este libro sobre la imposibilidad de incluir al Brasil en generalizaciones sobre América Latina. Ningún otro país latinoamericano puede siquiera concebir esa vocación de gran potencia mundial. A la vez, Brasil es claramente un país con muchas semejanzas con el resto de Latinoamérica, tanto por su origen ibérico como por ciertos paralelismos y coincidencias en su desarrollo histórico y su idiosincrasia colectiva (p. 261)

Una de las semejanzas de Brasil con el resto del continente se puede apreciar en la época de rupturas constitucionales en la mitad del siglo XX. La desviación del orden democrático más importante en la historia brasileña fue en 1964. Sergio Guerra Vilaboy en su ensayo *Etapas y procesos en la historia de América* resume lo siguiente:

El régimen militar brasileño, inaugurado en abril de 1964, liquidó el reformismo “*trabalhista*” y fue el comienzo de una férrea y criminal dictadura de corte fascista que aplastó cualquier conato opositor. Desde esa perspectiva, el gobierno brasileño fue la primera experiencia latinoamericana de esta clase de régimen,

aunque naciera en una fase anterior (1961-1967), pues sus rasgos fascistas se habían ido perfilando con la promulgación de las actas institucionales de 1965 y 1967, hasta eliminar los últimos vestigios democráticos. Así, el fascismo brasileño sirvió de vehículo para estrangular las protestas obreras y las manifestaciones estudiantiles, y para combatir la creciente actividad de las guerrillas urbanas. (Guerra Vilaboy, p 57, para.2)

Brasil retomó el hilo democrático posteriormente. Aunque las raíces nacionales eran diferentes, su proceso político tuvo algunas similitudes al de la región. Muchos de los opositores a la dictadura son hoy protagonistas de la política brasilera. Este proceso de restauración de la democracia por parte de quienes vivieron la dictadura impulsó cambios en el sistema electoral. El código electoral mantuvo algunas consideraciones pero en general recogió las demandas luego de la dictadura y sufrió transformaciones luego de la ruptura democrática.

Código electoral

El Desarrollo del código electoral en Brasil comenzó en 1932. Torquato Jardim en *Campañas electorales: ventajismo y reelección* (2014) resume su evolución:

El primer código electoral en Brasil data de 1932. Mediante este instrumento se creó la Justicia Electoral, estableciéndose además el derecho al voto de las mujeres. Sobre esta base se eligió una asamblea constituyente que redactó la constitución federal de 1935. Dicha constitución fue, sin embargo, derogada tras el golpe del *Estado Novo* de 1937, por lo que las elecciones quedaron suspendidas por otros ocho años. Con el retorno de la democracia en 1945 se restablecieron las competencias de la Justicia Electoral. El golpe de 1964 no impidió la realización continua de

elecciones para el congreso, las asambleas legislativas en los estados y los alcaldes y regidores en los municipios. Las elecciones directas para gobernadores se reanudaron en 1982, mientras que las elecciones directas para presidente se restablecieron en 1989. (p44)

El Tribunal Superior Electoral es el ente que regula la actividad en Brasil. En su página oficial en internet explica su funcionamiento de la siguiente manera:

La Justicia Electoral está integrada por el Tribunal Superior Electoral (TSE); un tribunal electoral regional (TRE) en todos los estados, en el Distrito Federal y en los territorios; jueces electorales y las juntas electorales. Estas ramas tienen su composición y competencia que se describe en el código electoral. El Tribunal Superior Electoral tiene su sede en la capital de la República, y los tribunales electorales regionales en las capitales de los estados, en el Distrito Federal y en los territorios. (Tribunal Superior Electoral, 2014, introducción Justicia Electoral)

En la página oficial establecen la jerarquía de las normas comenzando por “la constitución política, el Código Electoral, la Ley General de Elecciones, Ley de los Partidos Políticos y la Ley de Inelegibilidad” (Tribunal Superior Electoral, 2014, sistema electoral brasileño). Para la elección del presidente, las normas electorales señalan lo siguiente:

Es electo de forma directa y mediante sufragio universal por un término de cuatro años. El presidente, quien puede ser re-electo para un solo término siguiente, es escogido por mayoría absoluta, descontando los votos en blanco y los nulos. Si ningún candidato alcanza la mayoría absoluta en la primera vuelta, se celebra una segunda vuelta entre los dos candidatos con mayor número de votos, y se considera electo al que

obtenga la mayoría de los votos válidos (Tribunal Superior Electoral, 2014, Sistema político brasileño)

Torquato Jardim cataloga el sistema brasileño en el mismo texto de *Campañas electorales: ventajismo y reelección* (2014), como “operativamente muy exitoso” (p. 43).

En el texto expresa el siguiente panorama:

La adopción de la llamada “papeleta única” (1962), el rigor con el que se ha manejado el Registro Electoral Nacional Único (1986) y la confiabilidad de las urnas electrónicas (1996) en lo que hace a la recepción y el conteo de votos, contribuyeron en los últimos años a la creación de una notable relación de confianza entre la sociedad civil y el organismo electoral. En Brasil persisten, sin embargo, dos grandes desafíos: el control del origen y destino de los recursos económicos que directa e indirectamente financian las campañas electorales y el control o regulación de los actos políticos y administrativos de los titulares de cargos públicos que se postulan a la reelección, de modo a garantizar la igualdad de condiciones y oportunidades entre los candidatos durante la campaña. (p. 43)

Además, debido a las condiciones demográficas del marco político brasileño, que reúne un electorado más numeroso que sus vecinos, aparece otra particularidad que señala Jardim (2014):

La obligación constitucional (al voto), sumada al constreñimiento legal, crea un “mercado” para ser conquistado. Dado el tamaño de este mercado, la seriedad del discurso, la honestidad de los compromisos y la responsabilidad de la *res pública* dan por lo general lugar a la pirotecnia y a la emoción del *show*. (p. 55)

El crecimiento económico de Brasil en los últimos años atrajo las miradas e incrementó su influencia política en la región. El control de los cargos públicos, en especial la presidencia, ha tomado mayor relevancia para el continente.

Contexto electoral colombiano

El panorama colombiano presenta una cercanía más evidente al desarrollo de la región latinoamericana. El origen hispano los acerca al resto de las naciones del continente al compartir un proceso similar de colonización y posterior desarrollo como nación.

Antes de puntualizar las condiciones actuales de la democracia colombiana, Leslie Bethell (2014) explica en un extracto de su texto *Historia de América Latina: los países andinos desde 1930* las características de la política en sus inicios:

“Tradicionalmente se ha calificado la política colombiana de oligárquica. Existía en el seno de la oligarquía un consenso a favor del gobierno civil, la democracia semi-representativa y algunas oportunidades limitadas para que miembros capacitados de la clase media ingresaran en el pequeño círculo que negociaba las grandes decisiones” (Bethell, 2014, p 177)

Colombia ha tenido un desarrollo regular en sus elecciones y superó los retos geográficos para establecerse como nación. Un golpe de estado en 1953 al presidente Laureano Gómez fue la ruptura más importante en la tradición electoral. Bethell (2014) en el mismo texto señala las circunstancias:

El régimen del general Rojas Pinilla accedió al poder en medio de una oleada de euforia reforzada por el elevado precio del café y con la aprobación de todos los sectores de la clase alta,

exceptuando la facción laureanista, bien entendido que era simplemente de transición. Los liberales, aliviados al ver que se había evitado la amenaza de hegemonía laureanista, toleraron la composición abrumadoramente conservadora de la burocracia y aceptaron una suspensión de la política de partidos con el apoyo de los ospinistas. Así pues, el gobierno Rojas Pinilla gozaba de una amplia base de aceptación, pero no de apoyo; su legitimidad se basaba en su capacidad de reprimir la violencia y fomentar el consenso (Bethell, 2014, p 204).

Sin embargo durante la década de 1970, etapa turbulenta en la región, Colombia mantuvo en sus formas un orden electoral estable. Juan Fernando Londoño (2014) en *Campañas electorales: ventajismo y reelección* en presenta el siguiente esbozo del contexto histórico electoral de Colombia:

Colombia tiene una larga tradición electoral, lo cual no quiere decir que las elecciones se hayan realizado siempre de acuerdo con los estándares que garantizan la transparencia y la equidad de los procesos electorales. No obstante ello, las elecciones en el país se han desarrollado no solo con regularidad sino con reglas de juego más o menos claras, sobre todo en lo que hace a la fecha de inicio de la campaña, los ciudadanos habilitados para participar en ellas, el monto que pueden gastar los candidatos y la forma en que deben resolverse las controversias surgidas del debate electoral. (p. 59)

Código electoral

El organismo encargado de manejar los procesos electorales colombianos es el Consejo Nacional Electoral. El artículo N° 11 del Código electoral establece que “El Consejo Nacional Electoral tendrá a su cargo la suprema inspección y

vigilancia de la organización electoral y en el ejercicio de estas atribuciones cumplirá las funciones que le asignen las leyes y expedir las medidas necesarias para el debido cumplimiento de éstas y de los decretos que las reglamenten” (Código electoral colombiano, 1986). Este consejo, según sus normas, está integrado por siete miembros: tres por cada uno de los partidos que obtuvieron mayor número de votos en la última elección del Congreso y uno por el partido que les siga en votación.

El código establece que los colombianos eligen al presidente y vicepresidente de la nación mediante el voto universal, directo y secreto. Si ningún candidato obtiene la mitad más uno de los votos en la primera vuelta los ciudadanos deberán votar en una segunda vuelta y los candidatos serán los dos que hayan obtenido la mayor cantidad de votos (Código electoral Colombiano, 1986).

Londoño (2014) señala la principal falencia del sistema electoral de Colombia:

En todo caso, el mayor desafío de Colombia consiste en asegurar la credibilidad de las reglas, pues mientras exista una sensación de desconfianza generalizada sobre la forma en que se conducen las elecciones, y la certeza de que algunos infringen las normas sin recibir sanciones, será muy difícil que la democracia goce de la credibilidad que requiere para funcionar. (p. 75)

Colombia tiene en el presente un sistema democrático estable y unas instituciones con credibilidad. Tras décadas complejas, los colombianos gozan en el presente de un crecimiento económico sostenido. Ese crecimiento le permitió darle fuerza a las instituciones y desarrollar relaciones internacionales que avalan sus fortalezas del presente.

Capítulo II

Análisis del discurso

El discurso como método de comunicación se utiliza para transmitir mensajes personales o multitudinarios. Carlos Fernández Rodríguez (2004) explica en su crítica a las perspectivas de los análisis del discurso la siguiente idea: “La sociología y las técnicas de análisis del discurso han tenido una próspera colaboración en las últimas décadas. La importancia del lenguaje en una sociedad como la actual, en la que la información es incluso la base de la llamada «Nueva Economía», ha hecho necesario ese entendimiento” (Nuevas perspectivas en el análisis del discurso: aportaciones desde una posición crítica, p 283).

Las posibilidades comunicacionales abren la oportunidad para que determinados actores conduzcan a multitudes para su beneficio. La manipulación es un término que se ha asociado a líderes grupales, especialmente políticos. La propaganda electoral, por ejemplo, es un tipo de manipulación; Teun Van Dijk (2006) define el término “manipular” en su escrito *Discurso y manipulación* de la siguiente manera:

La manipulación no solo involucra poder, sino específicamente abuso del poder, es decir, dominación. En términos más específicos, pues, implica el ejercicio de una forma de influencia ilegítima por medio del discurso: los manipuladores hacen que los otros crean y hagan cosas que son favorables para el manipulador y perjudiciales para el manipulado. En un sentido semiótico de la manipulación, esta influencia ilegítima también puede ser ejercida con cuadros, fotos, películas u otros medios. De hecho, muchas formas contemporáneas de manipulación comunicativa, por ejemplo, por los medios de comunicación, son multimodales, tal como es el caso, típicamente, de la propaganda. (Discurso y manipulación. p 51)

El entendimiento de ese trasfondo en los discursos que señala Fernández Rodríguez puede ponerse en evidencia mediante el uso de determinados esquemas. Esa premisa lleva a entender que si el análisis del discurso pone en evidencia la intencionalidad, también pone en evidencia la manipulación. Teun Van Dijk (1996) señala las posibilidades de su propuesta de análisis en el texto *Análisis del discurso ideológico*:

El análisis ideológico del lenguaje y del discurso es una postura crítica ejercida ampliamente entre estudiosos de las humanidades y las ciencias sociales. Este análisis supone que es posible poner “al descubierto” la ideología de hablantes y escritores a través de una lectura minuciosa, mediante la comprensión o un análisis sistemático, siempre y cuando los usuarios “expresen” explícita o inadvertidamente sus ideologías por medio del lenguaje u otros modos de comunicación (Análisis del discurso ideológico, p 1).

Para iniciar el estudio del discurso y su análisis Van Dijk (1996) parte de la idea de “considerar a los usuarios del lenguaje como miembros de comunidades, grupos u organizaciones y se supone que hablan, escriben o comprenden desde una posición social específica” (Análisis del discurso ideológico, p 15).

De los conceptos anteriores se desprende el valor y la incidencia que tiene la palabra y el discurso como herramienta social que influye en el desenvolvimiento de la mayoría de las actividades humanas, en especial la política.

Uno de los instrumentos para dilucidar los elementos que componen un discurso aplicado en la política es el análisis del discurso sociopolítico. Van Dijk (1996) en su texto *Estructura y funciones del discurso* delimita sus condiciones:

Sostuvimos que las oraciones no deben estudiarse aisladamente sino en relación a las demás oraciones de un discurso. Hemos

demostrado que el acento, la entonación, las estructuras sintácticas y sobre todo el significarlo y la referencia deben analizarse en relación a las estructuras de las secuencias y del discurso como un todo. Ahora queremos dar otro paso adelante y argüir que tampoco la emisión, cuya estructura textual ya describimos, debe analizarse "aisladamente". Las emisiones se usan en contextos de comunicación e interacción sociales, y tienen, por consiguiente, funciones específicas en tales contextos. Para entender esas funciones hay que tener en mente una propiedad muy fundamental de las emisiones: se usan para realizar acciones. (*Estructura y funciones del discurso*. p 58)

En una crítica de distintas publicaciones sobre el tema, Carlos Jesús Fernández Rodríguez (2003) expone desde otra óptica las implicaciones de un análisis

Las publicaciones del Análisis Crítico del Discurso representan un esfuerzo por atender a una de las manifestaciones sociales más relevantes: los fenómenos discursivos. Pero frente a otros análisis lingüísticos, el Análisis Crítico del Discurso introduce variables de gran utilidad en el análisis sociológico: elementos como la intertextualidad, el contexto o el dialogismo arrancan al discurso del ámbito semiótico y lo devuelven a lo social, fuente de la que surge. (*Nuevas perspectivas en el análisis del discurso: aportaciones desde una posición crítica*. p 290)

Luego define el análisis del discurso ideológico y explica el término de la siguiente manera:

...Debemos señalar que es prioritario considerar al análisis del discurso ideológico como un tipo específico de análisis del discurso sociopolítico. Dichos análisis, entre otras cosas, pretenden relacionar las estructuras del discurso con las estructuras sociales.

De este modo, las propiedades o relaciones sociales de clase, género o etnicidad, por ejemplo, son asociadas sistemáticamente con unidades estructurales, niveles, o estrategias de habla y de texto incorporadas en sus contextos sociales, políticos y culturales (Análisis del discurso ideológico, p 15).

Sin embargo, cuando Van Dijk explica las funciones del análisis del discurso ideológico hace énfasis en su verdadero propósito: las conclusiones no solo se reducen a las conclusiones superficiales de intencionalidad o tono en un discurso. Van Dijk (1996) explica la correlación resultante de las estructuras de un discurso con las ideologías:

El propósito del análisis del discurso ideológico no es simplemente 'descubrir' las ideologías subyacentes, sino articular sistemáticamente las estructuras del discurso con las estructuras de las ideologías. No se requiere ser analista del discurso para concluir que un relato noticioso, el fragmento de un texto o una conversación determinada es "conservadora", "sexista" o "ecologista". Nuestro conocimiento ingenuo del lenguaje, el discurso, la sociedad y las ideologías nos conducen a menudo hacer tales inferencias con relativa certeza. Sin embargo, un estudio más explícito y analítico del discurso exige una formulación más clara de tales instituciones, e intenta especificar qué expresiones o significados del discurso dan lugar a qué clase de inferencias u otros procesos mentales. (Análisis del discurso ideológico, p 24).

Sin embargo, Van Dijk (1996) destaca en el propio *Análisis del discurso* la complejidad del proceso. El análisis de un constructo discursivo requiere de un estudio multidisciplinario para descubrir el trasfondo ideológico que domina la expresión textual. Solo un estudio amplio del texto y del entorno puede permitir

el reconocimiento de las ideologías a través del discurso en sus diferentes manifestaciones que varían de forma pero no de fondo. El autor resume en el siguiente párrafo los retos del proceso analítico del discurso:

En suma, articular la “superficie” del habla y el texto con ideologías “subyacentes” es un proceso lleno de complejidades y contradicciones. De hecho, las ideologías más persuasivas muy rara vez se expresan del todo, y se requiere de una serie de pasos teóricos para dilucidar en tales casos el control ideológico indirecto del discurso. Esto explica también las habituales variaciones ideológicas y contradicciones que se detectan a través de encuestas, entrevistas u otro tipo de discurso. Más que concluir que la gente no tiene ideologías, o que éstas son sistemas inconsistentes de creencias, las observaciones igualmente innegables de estabilidad ideológica en distintos contextos y a través de grupos diversos sugiere que los miembros de grupos a menudo tienen ideologías (algunas veces simples), pero a causa de otros factores estas ideologías pueden expresarse en formas variadas por individuos que se encuentran en distintos contextos. (Análisis del discurso ideológico, p 23)

Estos preceptos presentan el análisis del discurso como dinámico y cambiante, Es decir, un mismo objeto puede abordarse con diferentes enfoques al incluir distintos elementos que componen el campo comunicativo entre los sujetos. Al estudiar la relación entre discurso y poder de Santos y Roussef en sus campañas resulta importante incluir el legado político, económico y social con el que les toca trabajar.

Análisis Crítico del Discurso

El análisis crítico del discurso es una rama del análisis del discurso en general que toma en cuenta procesos históricos, cultura, interacciones sociales y otros

temas que arrojan un resultado con una profundización en el propio objeto de estudio analizándolo según el entorno, dando respuestas sobre problemas generales partiendo de focos particulares.

El autor Teun Van Dijk (1999) define en uno de sus postulados la noción primaria de esta corriente:

El análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia principalmente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político. (El análisis crítico del discurso, párrafo 1)

El análisis crítico del discurso toma de otras disciplinas anteriores distintos elementos que se pueden combinar según el enfoque del investigador en función de las necesidades del proyecto. Carlos Jesús Fernández (2003) expone la herencia de esta disciplina analítica:

El ACD es heredero de otra corriente, la llamada «Lingüística Crítica», representada por autores como Roger Fowler, Gunther Kress o David Hodge, y que centraba sus investigaciones en cuestiones como la relación entre lenguaje y control social, a la vez que introducía en el estudio de los discursos los conceptos de poder, historia e ideología. (Carlos Fernández, 2003, p 284)

Norman Fairclough (1995) respalda las ventajas de este tipo de análisis en su publicación *El estudio crítico del lenguaje*. Aunque críticos de este concepto aseguran que el investigador toma una posición política y puede desvirtuar las conclusiones, lo que los lleva a inclinarse a un análisis únicamente del texto

para asegurar una posición objetiva, Fairclough defiende una simbiosis entre el estudio del texto y de lo que rodea dicho texto:

...Parte de la crítica es dirigida a los analistas que postulan efectos ideológicos únicamente en base al análisis de textos, sin considerar los modos diversos en los cuales dichos textos pueden ser interpretados y respondidos. Corremos el riesgo, sin embargo, de perder lo bueno buscando lo mejor al abandonar el análisis textual a favor de un análisis de la recepción. (Fairclough, 1995, p 17)

El análisis crítico del discurso parte de una posición más activa del investigador en el desarrollo sociopolítico del entorno a estudiar. De esta manera el análisis crítico del discurso ofrece una oportunidad de estudio y teorización distinta a otras disciplinas para el estudio del poder y su manejo en la sociedad. En el mismo postulado, Van Dijk explica el fin práctico del análisis crítico del discurso o ACD, más allá de su aporte al desarrollo de otras disciplinas que estudian el discurso y su impacto en la sociedad:

...El ACD, aun cuando pretende inspirar y mejorar otras aproximaciones en los estudios del discurso, tiene también su foco específico y sus propias contribuciones que hacer. Además de proveer bases para aplicaciones en varias direcciones de investigación, tiende singularmente a contribuir a nuestro entendimiento de las relaciones entre el discurso y la sociedad, en general, y de la reproducción del poder social y la desigualdad — así como de la resistencia contra ella—, en particular. ¿Cómo son capaces los grupos dominantes de establecer, mantener y legitimar su poder, y qué recursos discursivos se despliegan en dicho dominio?... el ACD proporciona detallados y sistemáticos análisis

de las estructuras y estrategias de texto y habla, y de sus relaciones con los contextos sociales y políticos. (Van Dijk. P 24)

En esa misma dirección Fairclough y Wodak (1994) afirman el lugar fundamental que ocupan los textos, el discurso y el lenguaje en la vida social. En su visión del análisis crítico del discurso hay siete postulados o principios fundamentales que sostienen las investigaciones bajo este concepto. Van Dijk cita esas premisas:

- El análisis crítico del discurso trata de problemas sociales.
- Las relaciones de poder son discursivas.
- El discurso constituye la sociedad y la cultura.
- El discurso hace un trabajo ideológico.
- El discurso es histórico.
- El enlace entre el texto y la sociedad es mediato.
- El análisis del discurso es interpretativo y explicativo.
- El discurso es una forma de acción social.

Estos postulados enfatizan la complejidad del análisis crítico. Las estructuras de los discursos están pensadas y definidas según su hábitat, por lo que la descomposición requiere de una superposición de las partes que componen el discurso con la realidad para identificar la intencionalidad de los candidatos.

Teoría de la Valoración

Todo discurso está compuesto de elecciones y decisiones que el emisor toma según el mensaje que quiere transmitir. A mediados de 1980 Michael Halliday, en su texto *Gramática Funcional* (2014), explica cómo los textos tienen estructuras y sistemas. Basados en esos axiomas, el autor expone que al

analizar un texto “mostramos las funciones organizacionales que tiene su estructura. Señalamos las decisiones relevantes que se han tomado” (*Functional Grammar*. 2014, p 24).

Halliday puntualiza que mientras la estructura es el sintagma, el sistema es el paradigma del constructo. Es decir, que el estudio estructural busca los patrones y la regularidades en una composición escrita, analiza el grupo de palabras y su interrelación; y por su parte, el estudio sistemático trabaja lo que se dijo y lo que se pudo decir en lugar de lo expresado (*Functional Grammar*. 2014, p 22).

Al igual que los autores tratados previamente, Halliday también toma en consideración la importancia del contexto dentro de un análisis textual. Lo que rodea la composición determina las estructuras y cambian su significado. El análisis del panorama que encierra el discurso parte incluso antes del análisis textual, en vista de que el enfoque se establece según las señales que se reconocen en torno al texto. Halliday afirma lo siguiente:

...Cómo hemos dicho antes, el lenguaje opera en contexto. En términos de la teoría lingüística, reconocemos este importante principio mediante el desarrollo de una 'ecológica' teoría del lenguaje; uno en el que el lenguaje siempre se teoriza, describe y analiza dentro de un entorno de significados; por tanto, una lengua dada se interpreta en función de su hábitat semiótica. (*Functional Grammar*. 2014, p 32)

Estas bases de Halliday las toma Peter White (1998) en su escrito *Telling Media Tales: the News Story as Rhetoric* para establecer lo que denominó el “Sistema funcional lingüístico”. Este sistema lo utilizó para analizar la manera en la que

determinados medios abordaban los sucesos y noticias. White explica el sistema de la siguiente manera:

El sistema funcional lingüístico está dirigido a explicar el lenguaje como un modo de acción social. Sus formulaciones teóricas se organizan con el fin de explicar los fenómenos lingüísticos en función de su uso. Se supone que tanto el lenguaje y el contexto social en el que opera el lenguaje son los sistemas de significado (sistemas semióticos) y el sistema construye la relación entre los dos como uno para el entendimiento. El lenguaje interpreta el contexto social (denominado "contexto de situación") pero igualmente actúa para construir dicho contexto social. Es decir, el contexto social de cualquier intercambio comunicativo está constituido sustancialmente por dicha comunicación. (White, 1998)

Para explicar las incidencias del lenguaje como modo de acción social, White propone un análisis en tres planos: el plano del compromiso, el de la gradación y el de la actitud (White, 1998). Los tres planos conforman unos ejes que ubican la expresión del interlocutor sobre determinado constructo textual en un punto que mide la valoración, la fuerza y la responsabilidad atribuida sobre los mensajes que se envían.

A grandes rasgos, para el plano del compromiso se toma en cuenta la manera en la que el emisor respalda su proposición o premisa. Este emisor puede construir un enunciado de manera unidireccional, en la que su premisa es una declaración aseverativa sin tomar en cuenta otras voces en el plano comunicacional. En contraposición, este puede tomar en cuenta otras voces en el mensaje y diferentes posturas, incluso la suya (Kaplan, 2007).

El sistema de la actitud revela los mensajes valorativos en un texto. White (1998) diseña una categorización en tres frentes: afecto, juicio y apreciación. En el subsistema de afecto se manifiestan aquellos constructos que incluyen los sentimientos personales del interlocutor, su reacción positiva o negativa ante un hecho. Por su parte el subsistema de juicio y apreciación trabajan de manera paralela cuando valoran el comportamiento de las personas, objetos, ideas o entidades. White (1998) expone que el juicio reúne la forma en la que el emisor valora el comportamiento humano de acuerdo a las normas sociales; mientras que la apreciación evalúa la manera en la que se presentan hechos, objetos, ideas o entes según estas mismas normas sociales.

Modelos de análisis

El campo del análisis del discurso es dinámico, no hay un molde específico que restrinja o abarque todas las aristas. Pedro Santander (2011) en su publicación *Por qué y cómo hacer análisis del discurso* señala que hay “muchas propuestas de análisis de diversos autores frente a diferentes problemáticas y motivaciones...lo que sirve en una circunstancia, no necesariamente sirve en otra”.

Van Dijk (2005) entiende el análisis del discurso como un proceso multidisciplinario y cambiante. Existen muchos modelos de análisis que se adaptan a necesidades específicas. Van Dijk explica que hay estrategias en la gramática que toman en cuenta la manera como los receptores procesan los discursos:

Sin embargo, la verdadera comprensión del discurso es mucho más compleja, y especialmente, más 'dinámica'. Para poder dar cuenta de los procesos "en línea" que se dan en la producción de textos o en la comprensión, necesitamos una nueva perspectiva,

que Walter Kintsch y yo hemos denominado 'estratégica'. A diferencia de las reglas formales y abstractas de la gramática o del análisis del discurso de los primeros tiempos, se supuso que las estrategias desempeñan un papel decisivo en cuanto a la verdadera comprensión. Estas estrategias (la mayoría de las cuales no son intencionales o 'conscientes', sino totalmente automáticas) son procesos 'en línea', flexibles y orientados a una meta, y mientras están en marcha los usuarios del lenguaje hacen conjeturas plausibles, pero rápidas y eficaces, acerca de las estructuras subyacentes, de los significados o de las funciones de los fragmentos del discurso. Los oyentes o lectores no esperan, para echar a andar sus procesos de interpretación, a que la cláusula u oración haya sido oída o leída, sino que comienzan a interpretar ya desde las primeras palabras de los textos u oraciones. Hacen un uso estratégico de muy distintas clases de conocimientos previos, entre los que figuran los que se refieren al contexto, así como aquellos más generales que se hallan almacenados en la memoria. (Van Dijk, 2005)

Sin embargo, los autores coinciden en que un análisis del discurso desmonta las estructuras gramaticales y las estudia en su entorno para entender los procesos con los que se busca enviar un mensaje. La realidad también condiciona la composición de los discursos para que sean efectivos, al influir en la manera en la que los receptores interpretan los discursos.

Método

Objetivo General

- Comparar los discursos electorales de los presidentes Juan Manuel Santos (Colombia) y Dilma Rousseff (Brasil), durante su campaña para la reelección en 2014, con el fin de identificar los recursos discursivos que emplearon para preservar el poder.

Objetivos Específicos

- Describir las incidencias del contexto país en la producción de los discursos políticos de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff.
- Identificar los elementos propios de la Teoría del Análisis Crítico del Discurso en ambos casos de estudio.
- Identificar las similitudes en los discursos electorales de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff.
- Identificar las diferencias en los discursos electorales de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff.

Tipo de investigación

Según la clasificación de los diferentes tipos de investigación, se podría afirmar que este es un estudio exploratorio. De acuerdo con Namakforoosh (2005), “la idea de un estudio exploratorio es desarrollar informaciones para estructurar una hipótesis por probar o crear algunas preguntas para hallar más información” (p.87). En este caso se plantea un análisis de los discursos de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff para sus campañas de reelección presidencial en Colombia y Brasil respectivamente. Un análisis comparativo permitiría encontrar elementos análogos u opuestos que se pongan de manifiesto en las estructuras discursivas que se utilizan para la retención del poder.

Finalmente, cabe acotar que este Trabajo de Grado es de tipo documental y las muestras que serán analizadas serán tomadas de los registros audiovisuales y escritos de los pronunciamientos de los candidatos.

Operacionalización de las variables

Objetivos específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Items
Describir las incidencias del contexto país en la producción de los discursos políticos de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff.	Contexto del país	Social	Violencia	Impunidad
			Pobreza	Nivel de pobreza
		Político	Índices de aprobación	Resultados electorales
				Encuestas
		Económico	Inflación	Ritmo inflacionario
			Empleo	Niveles de empleo formal
	PIB		PIB en período gubernamental	
	Temas discursivos	Sociales	Frecuencia para abordar el tema	Cantidad de referencias a temas nacionales relacionados a lo social
		Políticos	Frecuencia para abordar el tema	Cantidad de referencias a temas nacionales relacionados a lo político
		Económicos	Frecuencia para abordar el tema	Cantidad de referencias a temas nacionales relacionados a lo económico

Objetivos específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Items
Identificar las similitudes en los discursos de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff	Discursos de Santos y Rousseff	Temas políticos y socioeconómicos utilizados	Ofertas electorales y proyectos ofrecidos	Proyectos bandera Agenda propuesta Resultados previos mostrados
		Recursos gramaticales y discursivos	Estrategias del análisis del discurso identificadas	
Identificar las diferencias en los discursos electorales de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff.	Discursos de Santos y Rousseff	Temas políticos y socioeconómicos utilizados	Ofertas electorales y proyectos ofrecidos	Proyectos bandera Agenda propuesta Resultados previos mostrados
		Recursos gramaticales y discursivos	Estrategias del análisis del discurso identificadas	
Identificar los elementos propios de la Teoría del Análisis Crítico del Discurso en ambos casos de estudio.	Discursos de los candidatos	Discursos que inicien y cierren un ciclo proselitista	Elementos y temas utilizados en los discursos	Palabras, frases y oraciones empleadas

Diseño e Instrumentos de investigación

Para este trabajo se utilizaron métodos predominantemente cualitativos. Cabe destacar que para la primera parte del instrumento se apelará a herramientas cuantitativas para dar un mayor soporte al análisis cualitativo. El planteamiento del trabajo fue dividir el análisis de los discursos de los candidatos en dos partes: la primera somete los discursos seleccionados a un estudio textual; en la segunda se hace en relación al contexto. La primera parte trabajó con conceptos teóricos de Halliday (2014) y White (1998); la segunda parte con bases de Van Dijk (1999, 2003 y 2008)

Basándose en la teoría de la valoración de Peter White (1998), el análisis textual separa las palabras utilizadas en los discursos en las tres áreas propuestas por White: actitud, compromiso y gradación; el esquema resultante se presenta a continuación.

Tabla 1: *Ejemplo de categorización según los sistemas establecidos*

Palabra	Repeticiones	Actitud	Compromiso	Gradación
XXXXXXXXXXXXXX				
XXXXXXXXXXXXXX				
XXXXXXXXXXXXXX				

Para darle una perspectiva más amplia al análisis se propuso una variación al esquema de White: en la investigación se determinó una cantidad representativa de las palabras más repetidas y utilizadas por el locutor en su

discurso. Esas palabras fueron clasificadas según la teoría de White al tomar en cuenta el vocablo y la frase que lo rodea.

En este estudio se analizaron las 20 palabras más repetidas por los candidatos, con la intención de filtrar los mensajes que mayor importancia le otorgan sus propios emisores. Esa cantidad se estableció para recoger desde los vocablos estratégicamente repartidos a lo largo del discurso hasta los utilizados de manera reiterativa para enfatizar un punto. Para dar un mejor sentido al análisis se obviaron palabras sin un significado relevante; las conjunciones, preposiciones y artículos suponen la mayor cantidad del vocabulario que se utiliza debido a las necesidades discursivas, por lo que el listado de palabras repetidas numeró los vocablos de real importancia. En la lista se ordenó de mayor a menor las palabras más utilizadas y se les dio una posterior clasificación según los grupos y sub grupos. Estos parámetros se utilizaron para definir si una palabra entra o no en alguna de las clasificaciones propuestas. En este estudio cada palabra se clasificó exclusivamente en uno de los sistemas, el predominante, según las líneas de la teoría utilizada. Posteriormente se implementó un proceso de cuantificación mediante gráficas para esclarecer los recursos resaltantes. Aquellas palabras que en su utilización dentro de los discursos no pueda clasificarse en alguno de los sistemas quedaron en las gráficas como “indeterminada”.

La clasificación de los sistemas

La variación en la clasificación de White (1998) se hará en este trabajo de la siguiente manera:

- Sistema “actitud”: estarán aquellas palabras cuya idea denote una valoración positiva o negativa de cualquier índole. (Ejemplo: *Hoy es un momento de esperanza*).

- Subsistema “afecto”: vocablos cuya idea predominante denote sentimientos propios del interlocutor. (Ejemplo: *A mí me ha conmovido ver cuando uno le entrega la llave de su casa*).
 - Subsistema “juicio”: vocablos cuya idea predominante denote una evaluación de otros individuos de acuerdo a los parámetros sociales. (Ejemplo: *Ayer hablaba con la recién posesionada presidenta de Chile sobre cómo la desigualdad debe ser uno de nuestros objetivos*).
 - Subsistema “apreciación”: vocablos cuya idea predominante denote una evaluación a ideas, conceptos o cualquier sujeto no humano. (Ejemplo: *seguir adelante en esta política de vivienda tan exitosa*).
- Sistema “compromiso”: estarán aquellas palabras cuya idea tome en consideración o no el plano comunicativo de los demás. Es decir, constructos que afirmen, ordenen, pidan o nieguen acciones de manera personal o acudiendo a terceros. (Ejemplo: *Quiero que sea una campaña a favor de Colombia*).
- Subsistema “evasivo”: vocablos cuya idea predominante denote una apelación a terceros para establecer un criterio o enviar un mensaje. (Ejemplo: *en el periódico económico más importante del mundo, había un artículo que decía cómo Colombia estaba atrayendo inversiones*).
 - Subsistema “lineal”: Vocablos cuya idea predominante denote un criterio propio sin considerar a terceros. (Ejemplo: *Juntos hemos logrado unos indicadores sociales que nos deben enorgullecer*).
- Sistema “gradación”: estarán aquellas palabras cuya idea denote un énfasis o una fuerza mayor que el ritmo normal del discurso. (Ejemplo: *La paz es la seguridad definitiva*).

- Subsistema “foco”: Vocablos cuya idea predominante denote un énfasis en un punto específico, separado del resto de las ideas. (Ejemplo: *Pero hoy quiero decir sencillamente cómo va a ser nuestra campaña*).
- Subsistema “fuerza”: Vocablos cuya idea predominante denote un realce o un incremento en la magnitud de la idea. Una cantidad, un nivel o una medida. (Ejemplo: *perdurarlos significaría muchos más años de sacrificio y de miedo*).

Aunque en los conceptos originales de la teoría todos los componentes del discurso tienen una valoración, un grado de compromiso y un nivel de gradación; El propósito de esta variación es analizar por separado la muestra en un sistema predominante para revelar las inclinaciones de las interlocuciones de los candidatos en su objetivo de permanecer en el poder.

En primera instancia la gráfica de valoración general expuso un panorama del discurso y su inclinación en cada sistema. Una correlación numérica de las palabras clasificadas permitió visualizar el peso de cada sistema en las palabras y los mensajes más utilizados. Las palabras sin clasificación quedaron apartadas en un cuarto grupo denominado como “indeterminado”.



Figura 1: Ejemplo del gráfico de la valoración

Los resultados de esta primera fase esclarecieron el tono de los discursos y señalaron la dirección que tomaron las palabras de Juan Manuel Santos y Dilma Rousseff. Esta primera parte provee a la segunda de un basamento cuantificable.

Aplicación del análisis crítico del discurso

La segunda esfera, que introduce los discursos directamente en su entorno para dar respuestas, tomó las líneas socio históricas. Los eventos en el país que rodeen las campañas y su devenir en las elecciones fueron los elementos esenciales a tomar en cuenta para el análisis.

Para ello se procedió a una descripción previa que abarque las líneas generales del período histórico en el que los gobernantes han ejercido el poder. De esta manera se estableció una correlación más certera sobre los recursos utilizados en sus discursos, determinados por las necesidades y oportunidades

detectadas en el entorno, y los motivos circunstanciales que moldearon los mensajes.

Los mensajes que mayor cantidad de veces se identifiquen en el discurso se explicarán dentro de la dinámica que los rodea para arrojar datos que expliquen la naturaleza del discurso y los mecanismos utilizados para preservar el poder. Para efectos de este trabajo se interpretaron que los mensajes que mayor importancia le conceden sus autores son aquellos que enviaron con mayor frecuencia.

Selección de la muestra

El proyecto trabajó con dos discursos de cada candidato. Al tomar en cuenta el acceso que permiten los partidos al material de sus representantes, la opción viable fue tomar piezas discursivas en momentos neurálgicos de sus campañas; esto permitió seleccionar de sus discursos con mayor difusión, debido a que en sus archivos guardan los discursos más importantes emitidos y que obtuvieron mayor atención mediática. Los discursos de arranque de campaña de ambos candidatos ofrecieron la oportunidad de analizar las bases generales y los mensajes centrales de los políticos en sus aspiraciones comunicacionales. En el caso de Juan Manuel Santos se trabajó también con su discurso luego de conocerse los resultados de la primera vuelta y obtener la mayoría para el inicio de la segunda jornada.

Para el ámbito brasileño se seleccionó el discurso de Dilma Rousseff luego de obtener la victoria definitiva. Estos últimos discursos resumen los mensajes claves durante la contienda y tuvieron una relevancia mediática al generar respuestas de sus oponentes políticos.

En el caso del segundo discurso de Rousseff se partió de la premisa en que la legitimidad del poder es de origen y de ejercicio. Es decir, el triunfo electoral no significa necesariamente la consecución o preservación del poder. El discurso

de victoria finalizó la jornada electoral luego de la votación y los mensajes emitidos tuvieron una relevancia mediática para estabilizar su gobierno frente a las crecientes críticas en su contra.

Nota: Los discursos de Dilma Rousseff se obtuvieron en portugués por lo que pudiese haber pérdida en la traducción al castellano.

Análisis y discusión de resultados

Fase I: Análisis textual

Discurso de arranque de Juan Manuel Santos 2014

En marzo de 2014 Juan Manuel Santos anuncia su candidatura a la reelección de la presidencia en Colombia con un discurso de 1301 palabras. Se contabilizó un total de 20 palabras en promedio por oración. Si se concentran las 20 palabras más frecuentes suman 195 del texto completo. (Anexo 1)

Tabla 2: Listado de la mayor cantidad de palabras utilizadas y clasificadas en los sistemas de White. Discurso de inicio de campaña de Juan Manuel Santos

Palabra	Repeticiones	Actitud	Compromiso	Gradación
Campaña	20	12	5	3
Nos	16	10	1	4
Quiero	13	11	1	1
Todos	12	3	1	8
Es	11	5	1	5
Hemos	11	4	3	4
Paz	11	7	0	4
Más	10	6	1	3
Colombia	10	6	1	3
Colombianos	9	3	0	6
Juntos	9	3	2	4
País	9	5	4	0
Terminar	8	1	5	2
Años	8	2	2	4
Seguir	8	4	4	0
Tarea	7	0	5	2
Mundo	7	1	3	3
Estamos	6	4	2	0

Construyendo	5	3	2	0
Unidad	5	4	1	0

En su primer discurso la palabra predominante de Santos es “campaña”. La necesidad de reforzar el anuncio de su lanzamiento lo lleva a recalcar el mensaje del inicio de la campaña. Las palabras inclusivas como “nos” “quiero” y “todos” también lideran la lista.

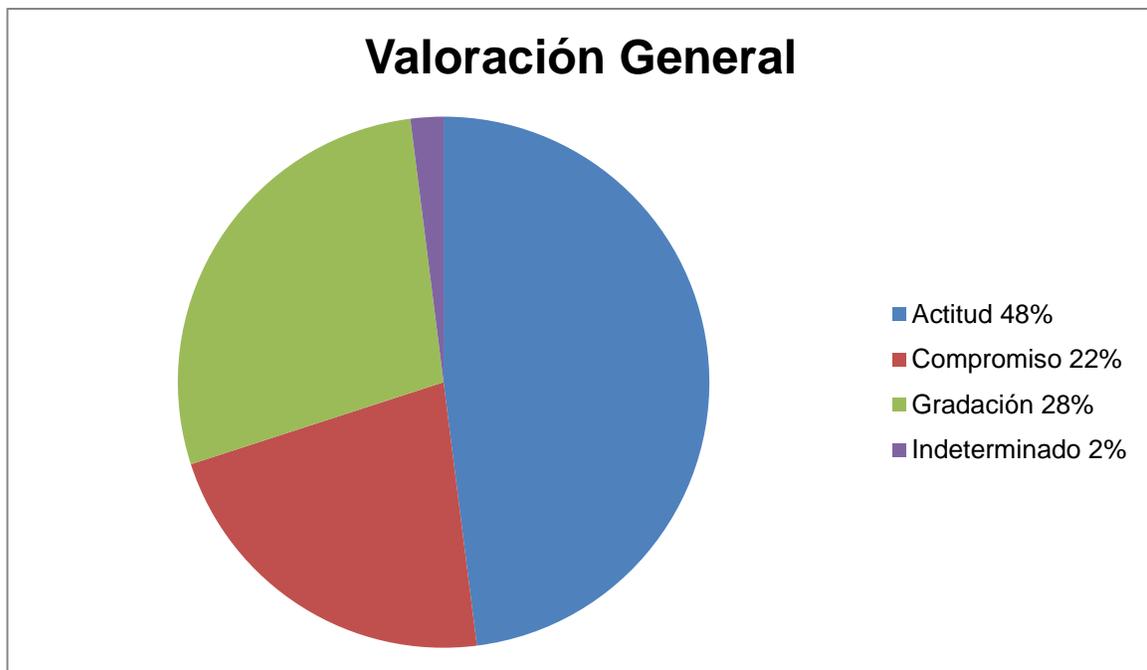


Figura 2: Distribución de mensajes en los sistemas principales. Discurso de inicio de campaña de Juan Manuel Santos

El sistema afectivo resalta en el discurso de arranque del candidato colombiano. La palabra más utilizada, en este caso *campaña*, se utilizó en 12 ocasiones de una manera valorativa.

Discurso de cierre de Juan Manuel Santos 2014

Al final de la primera vuelta en las elecciones colombianas, Juan Manuel Santos pronuncia un discurso de 867 palabras. Hay 18 palabras por oración en promedio. Las palabras más repetidas suman 115 del total pronunciadas. (Anexo 2)

Tabla 3: Listado de la mayor cantidad de palabras utilizadas y clasificadas en los sistemas de White. Discurso de cierre de primera vuelta electoral Juan Manuel Santos

Palabra	Repeticiones	Actitud	Compromiso	Gradación
Paz	13	7	5	1
Vamos	13	5	5	3
Más	8	2	3	3
País	7	5	2	0
Gracias	6	3	2	1
Colombianos	6	1	2	3
Escoger	6	4	1	1
Guerra	6	6	0	0
Contra	6	0	6	0
Hoy	6	3	0	3
Propuestas	5	4	0	1
Quiero	4	0	2	2
Campaña	4	3	0	1
Unidad	4	1	2	0
Todos	4	0	2	2
Lucía* (nombre propio)	4	3	1	0
Quieren	4	3	1	0
Colombia	3	1	1	1
Quince*	3	0	0	3
Nuestra	3	1	2	0

El discurso bisagra entre la primera y segunda vuelta colombiana fue de menor extensión que el de inicio. La palabra *paz* predominó el conteo y se utilizó como bandera. Frecuentemente se utilizó de manera valorativa para resaltarla frente a otras condiciones negativas para la nación. También el candidato colombiano la utilizó considerablemente con un compromiso de hecho, en el que Santos afirmó de manera expresa que la paz era una necesidad para los colombianos.

Cabe destacar el uso de *Lucía* por la candidata Marta Lucía Ramírez. Santos se refirió recurrentemente a ella de manera actitudinal bajo el subsistema de juicio, evaluando positivamente sus propuestas en un intento de captar sus votos para la segunda vuelta. Además se señaló *quince* por la referencia repetida a la fecha de la votación final, siempre en el sistema gradación por el aspecto enfático del día para sufragar.

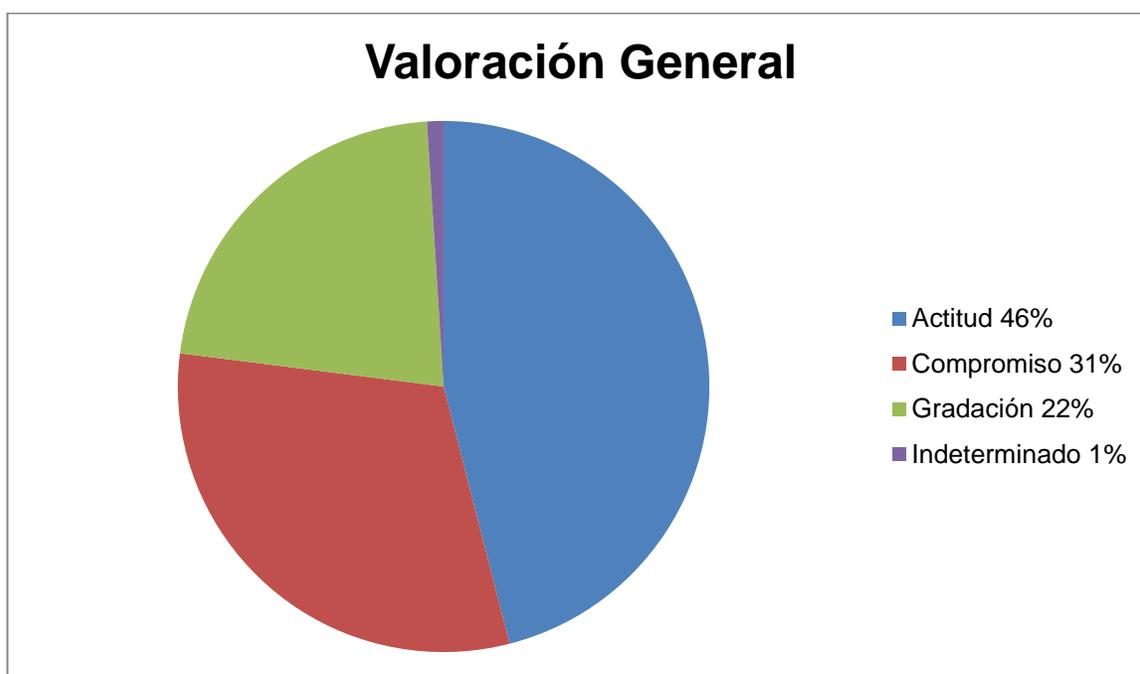


Figura 3: Distribución de mensajes en los sistemas principales. Discurso de cierre de primera vuelta electoral de Juan Manuel Santos

Discurso de arranque de Dilma Rousseff 2014

Durante la convención de su partido, Dilma Rousseff aceptó la nominación anunciada por su compañero, mentor y padre político Luiz Inácio Lula Da Silva. Comunicó oficialmente su búsqueda del segundo período presidencial. Rousseff pronunció un discurso compuesto por 2366 palabras con un promedio de 19 por oración. (Anexo 3)

Tabla 4: Listado de la mayor cantidad de palabras utilizadas y clasificadas en los sistemas de White. Discurso de inicio de campaña Dilma Rousseff

Palabra	Repeticiones	Actitud	Compromiso	Gradación
Brasil	23	7	11	5
Transformación	13	1	5	7
País	13	5	5	3
Pueblo	13	3	6	4
Nuestra	13	1	4	8
Yo	11	2	4	4
Nuevo	11	2	6	3
Reforma	11	1	8	2
Política	10	3	6	1
Compañeros	9	1	3	4
Compañeras	9	2	3	4
Historia	9	1	0	8
Ciclo	9	1	6	2
Millones	8	0	0	8
Mayor	8	0	0	8
Programa	8	1	3	4
Hacer	7	0	5	2
Brasileños	7	1	5	1
Mundo	7	2	4	1
Calidad	7	1	5	1

La palabra predominante en este caso fue “Brasil”. La candidata Rousseff la utilizó en 11 ocasiones dentro de los parámetros del sistema de compromiso, en los que la mayoría de las frases contienen afirmaciones categorizadas en el subsistema de hecho; la candidata explicó situaciones del país anteriores a los gobiernos de su partido, situaciones actuales que cambiaron gracias a la administración del presidente anterior (Lula Da Silva) y situaciones futuras si hay una continuidad.

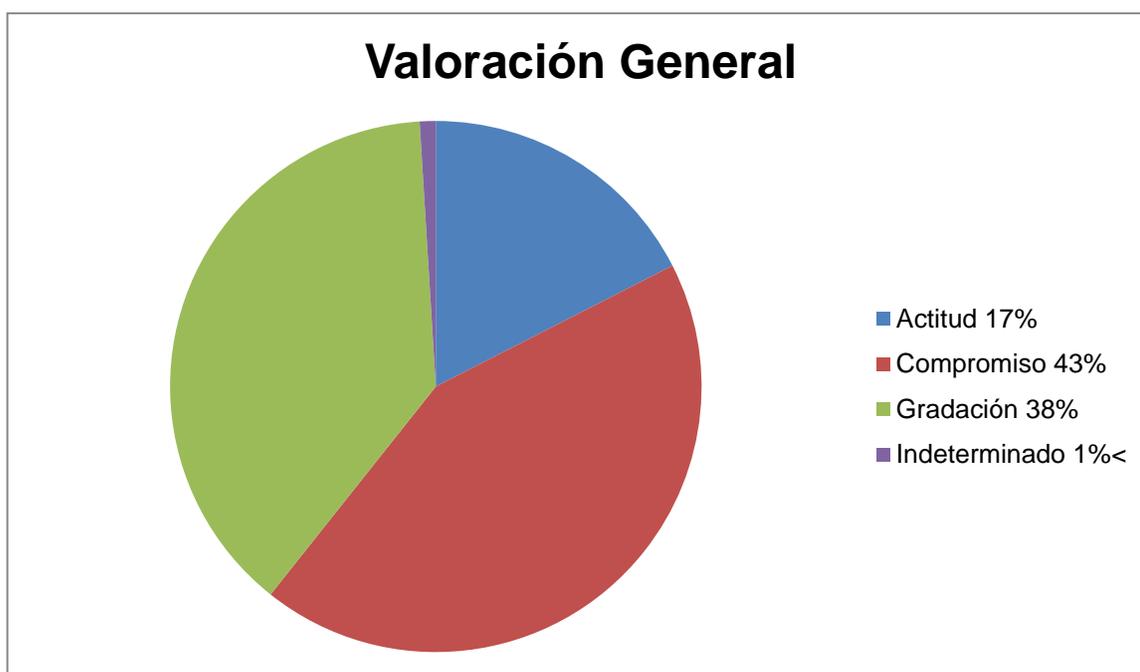


Figura 4: Distribución de mensajes en los sistemas principales. Discurso de inicio de campaña Dilma Rousseff

El discurso de arranque Dilma Rousseff contuvo muchas afirmaciones unilaterales. Sin valorar directamente las gestiones pasadas utilizó afirmaciones de manera descriptiva y dio por sentado situaciones de manera personal. Por otro lado su discurso obtuvo un alto porcentaje de mensajes con el sistema de gradación predominante; ese 38% cuantificado está compuesto por mensajes sentenciosos para resaltar aspectos de su gobierno como especiales dentro de

su contexto histórico, e insistió en inyectarle fuerza o realce con cantidades y adverbios superlativos que separaban positivamente sus políticas durante el primer gobierno.

Discurso de cierre de Dilma Rousseff 2014

El discurso de cierre de Dilma Rousseff estuvo compuesto por 1217 palabras y 16 palabras en promedio por oración. La palabra “más” lideró la lista de términos relevantes utilizados con 23 repeticiones, seguida de “Presidente” y el pronombre “mi” con 14 y 13 apariciones respectivamente. En total las palabras que lideran la lista concentran 139 vocablos del discurso. (Anexo 4)

Tabla 5: Listado de la mayor cantidad de palabras utilizadas y clasificadas en los sistemas de White. Discurso de cierre de campaña Dilma Rousseff

Palabra	Repeticiones	Actitud	Compromiso	Gradación
Más	23	3	4	16
Presidente	14	11	1	1
Mi	13	5	3	2
Brasil	10	4	4	2
País	9	4	4	2
Sociedad	7	0	4	3
Todos	5	2	1	2
Estoy	5	0	3	2
Diálogo	5	0	3	2
Mucho	5	2	1	2
Reforma	5	0	3	2
Quiero	5	1	1	3
Ustedes	5	2	2	1
Agradezco	4	4	0	0
Pueblo	4	1	2	1
Mejor	4	3	1	0
Esperanza	4	1	1	2

Fuerza	4	1	1	2
Energía	4	1	2	1
Sentimiento	4	0	3	1

La candidata apeló a la palabra “más” esencialmente en su uso como adverbio de cantidad en 16 ocasiones; se enfocó en repetir las acciones de su gobierno y recalcar la continuidad para seguir profundizando más en las políticas.

Asimismo, la palabra “presidente” se usó fundamentalmente de manera valorativa para demostrar gratitud hacia el equipo de campaña, y especialmente, referirse a su compañero de partido y antecesor Lula Da Silva. El resto de los términos enlistados presenta un mayor equilibrio en la distribución de las clasificaciones. Estadísticamente no se registró una inclinación significativa en la construcción discursiva

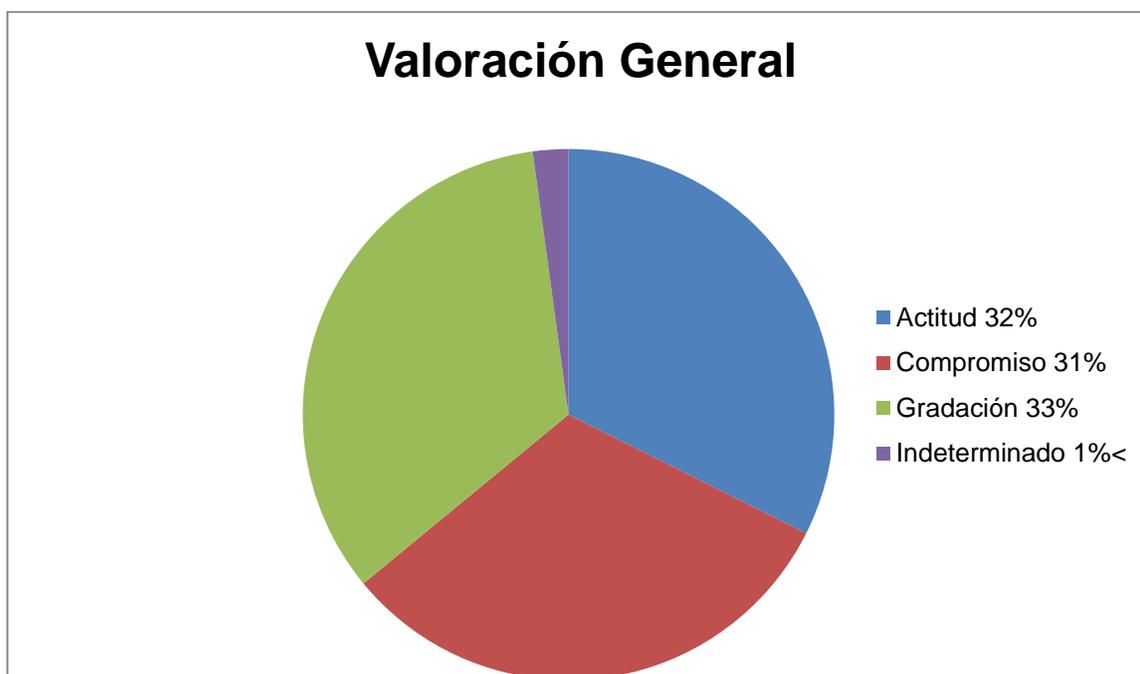


Figura 5: *Distribución de mensajes en los sistemas principales. Discurso de cierre Dilma Rousseff*

Fase II: análisis contextual

Juan Manuel Santos 2014

Juan Manuel Santos llegó a la presidencia de Colombia en 2010 como heredero político de Álvaro Uribe Vélez. Gracias a una reforma constitucional que permitió su candidatura a la reelección, Uribe dejó el mandato como el primer presidente colombiano en los últimos años que gobernó por dos períodos. Entre 2002 y 2010 dirigió la administración pública y registró un crecimiento económico importante; adicionalmente obtuvo victorias estratégicas en el enfrentamiento con el conocido grupo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). La popularidad de Uribe incluso lo respaldó para que se discutiera una nueva reforma que permitiera su elegibilidad para un tercer mandato, pero institucionalmente no se aprobó.

Esta coyuntura abrió el panorama para que Santos se postulara como sucesor de Uribe. Santos ejerció como ministro de Defensa en la segunda administración de Uribe, dirigió el Partido de la U que agrupó el apoyo “uribista” y recibió el soporte del presidente saliente para reemplazarlo. La expectativa sobre el gobierno de Santos era que continuara las líneas generales de su antecesor, pero paulatinamente dio un giro; especialmente en cuanto a la política frente a las FARC. La propuesta de Santos cambió al bajar las hostilidades y comenzar un “proceso de paz” con negociaciones que Uribe sigue rechazando en el presente. Algunas políticas en la educación, las relaciones con gobiernos vecinos como Venezuela y resultados en el campo agroalimentario también fungieron como frentes de debate para la evaluación del primer período presidencial de Santos.

En el año 2014 el escenario de la reelección para Santos se le presentó con otros oponentes también relacionados con Uribe Vélez: Óscar Iván Zuluaga, delfín político de Uribe y con quien Santos administró el Partido de la U; Enrique Peñalosa, quien con el respaldo del partido Alianza Verde y Uribe buscó la

alcaldía de Bogotá; Marta Lucía Ramírez, ministra de Defensa en el primer gobierno de Uribe; y Clara López, candidata de tendencia izquierdista.

Discurso de inicio

En este discurso de Juan Manuel Santos para inaugurar su candidatura las palabras *campaña, nos, paz, todos, es, hemos, quiero* suman 94 apariciones para representar 7% del total. En 52 de esas ocasiones, poco más de la mitad, las utilizó de manera valorativa para generar una conexión emocional con los receptores.

La palabra *campaña* se utilizó 12 veces con una actitud valorativa y estuvo frecuentemente acompañada por la palabra “quiero”.

Ejemplo: “Quiero que sea una campaña a favor de Colombia...una campaña de juego limpio, no de campaña sucia...Yo quiero que sea una campaña legal...Quiero que sea una campaña alegre... Quiero una campaña con visión de futuro” (Ver anexo 1)

El tono de este primer discurso comienza con un recuento de los objetivos logrados según el mandatario. Luego lo conecta con una propuesta de campaña que resalta aspectos positivos, es decir, exhorta e indica que en la campaña debería discutirse sobre propuestas a futuro y no con ataques o tensiones. El primer elemento a tomar en cuenta es que el tema lo aborda de manera general, pone moralmente por encima las campañas sin confrontaciones tensas.

El término *paz* aparece en 11 ocasiones a lo largo del discurso y funge como estamento principal para respaldar la administración del primer período. Aunque en 7 de esas ocasiones se utiliza valorativamente, siempre de manera positiva, se esgrime con el sistema de gradación para resaltar la propuesta principal, la única concretamente presentada, bajo la frase de la “paz total”.

Ejemplo: “*Hoy le decimos al país y al mundo: estamos listos. Estamos listos para seguir construyendo prosperidad para todos, y seguir construyendo ese objetivo que debe ser el objetivo principal de cualquier sociedad: la paz, la paz... Vamos a seguir y estamos listos para construir lo que hemos denominado la paz total”.* (Ver anexo 1)

Entre esas dos ideas presentadas anteriormente, Santos aprovecha para indicar sutilmente la contraparte de lo que en su hilo discursivo es la “paz total” al sugerir que están listos “*para seguir combatiendo todo aquello que durante tanto tiempo nos ha hecho sentir miedo*”.

La palabra *hemos* se utiliza 11 veces y se divide equitativamente en los diferentes sistemas, pero siempre con la intención de enviar mensajes que aprueben su primer mandato.

Ejemplo: “*Juntos, todos nosotros, todos los colombianos, hemos logrado mucho... hemos construido y fortalecido nuestra economía... hemos logrado unos indicadores sociales que nos deben enorgullecer... hemos venido ganando espacios en el mundo... Hemos hecho mucho y nos enorgullecemos... Fíjense lo que hemos logrado en estos últimos años”.* (Ver anexo 1)

En los extractos anteriores se evidenció la intención de establecer una aprobación axiomática del período de gobierno anterior, sin presentar datos palpables que respalden las afirmaciones hechas.

Este intento de transmitir el presente como un avance con respecto al pasado e intentar convencer al receptor del apoyo electoral se refuerza con el uso del segundo vocablo más repetido de la lista establecida para este discurso: el pronombre *nos*. Dentro de las 16 apariciones del pronombre, en seis se utiliza para señalar un aspecto positivo del presente. Ejemplo:

- “*...nos señalan como un ejemplo...*”
- “*...indicadores sociales que nos deben enorgullecer”*

- “...nos están quitando las visas...”
- “Hemos hecho mucho y nos enorgullecemos...”
- “Y la paz total, que no se nos olvide, la paz total es la seguridad total”
- “gracias a todos los colombianos que nos han acompañado, que nos acompañan” (Ver anexo 1)

En contraposición, en las dos ocasiones que se acude al vocablo para expresar una valoración negativa se utilizan tiempos del verbo en pasado. Ejemplo:

- “...todo aquello que durante tanto tiempo nos ha hecho sentir miedo”
- “...no una campaña anclada al pasado, anclada a esos problemas que tanto nos han agobiado” (Ver anexo 1)

La estructura del discurso está conformada por Juan Manuel Santos y su equipo de campaña para enviar tres mensajes claves concatenados a los receptores. Primero que la campaña positiva habla de propuestas y no confronta agresivamente las ideas o problemas. Segundo, La paz es la piedra central de lo construido, lo que se construye y lo que se está por construir. Es decir, cualquier otra opción para la presidencia implica una posibilidad de inestabilidad. Tercero, la paz permitió a la administración de gobierno llegar hasta el presente con las condiciones actuales y se dejaron atrás las circunstancias negativas.

La conjunción de factores revela que Santos aprovecha su condición de mandatario actual para inferir que un cambio de gobierno significa la posible pérdida de la paz. En Colombia, debido a su historia, el tema de la guerrilla y la paz son de alta sensibilidad social. Aunque las políticas de Uribe terminaron siendo exitosas, el clima de guerra significó tensión para los ciudadanos. Santos aplacó las hostilidades con un proceso de negociación que critican los opositores más cercanos a la tendencia con la que llegó al poder Santos, al calificar el proceso de paz como llave a la impunidad o por ser una sumisión a la guerrilla. Santos apeló en su discurso de partida al miedo de los ciudadanos

al clima conflictivo para mantener o incrementar sus posibilidades de retener el puesto en la presidencia.

Discurso de cierre

El 25 de mayo de 2014 se celebró la primera vuelta de las elecciones colombianas. Óscar Iván Zuluaga obtuvo la mayor cantidad de los votos con 3 millones 800 mil aproximadamente. Juan Manuel Santos registró 3 millones 300 mil voluntades y ambos salieron electos para disputar la segunda y definitiva contienda electoral, que se disputó el 15 de julio.

Para cerrar esa primera vuelta y arrancar la segunda, Santos implementó un discurso con un mayor grado de compromiso según el sistema de White (1998) y continuó inyectando un alto porcentaje de expresiones valorativas a su discurso. El presidente y su equipo de comunicación afianzó la palabra *paz* como clave en el mensaje a los electores para la recta final de las elecciones. La *paz* y el verbo *vamos* se utilizaron en 13 oportunidades; mientras que el verbo salió repartido en los sistemas de manera equitativa, el término *paz* recibió un alto nivel de uso en los sistemas de actitud y compromiso.

Ante el esclarecimiento del escenario político y la asunción de un único oponente que representaba el polo opuesto a su propuesta del proceso de paz, Santos incrementó (en proporción a las palabras totales del discurso de inicio de campaña) sus afirmaciones positivas en torno a la paz y las condiciones negativas de su ausencia. En cuatro ocasiones Santos utiliza la paz como la separación fundamental entre la opción de su candidatura frente a la de la oposición.

- “Comienza la campaña del trabajo por la paz frente a la opción exclusiva de la guerra”
- “...entre los que se niegan a la paz, y los que estamos dispuestos a buscarla”

- *“...lo que hemos hecho en estos cuatro años y lo que haremos en adelante para consolidar la paz y la prosperidad”*
- *“...los convoco a que se unan por esta cruzada por la paz” (Ver anexo 2)*

El cierre del discurso centra “la paz” como el objetivo primordial de la campaña y es el tópico que define la esencia de cada candidatura. El llamado a la masa electoral que aglutinaron los candidatos que quedaron fuera de la contienda en la primera vuelta (5 millones de votos aproximadamente) tiene como gancho ese término.

Ejemplo: *“Convoco a todos los colombianos a la unidad que necesitamos: ¡la unidad para la paz! porque todos compartimos el mismo sueño... ¡la paz nos une! Llegó la hora de dar la bienvenida a una nueva generación de colombianos... ¡la generación de la paz! porque hoy somos más, ¡somos mayoría los que queremos la paz! ¡Y vamos a demostrarlo! Vamos a demostrar que somos más los que estamos decididos a terminar un conflicto que lleva ya medio siglo de dolor y sangre. Que somos más los que le apostamos a un país incluyente, a un país moderno, a un país solidario y a un país sin guerra. Por eso unidos... ¡vamos por la paz! ¡Unidos, el 15 de junio, vamos a ganar la paz!”.* (Ver anexo 2)

El término antónimo de la paz, la guerra, se utilizó asociándolo siempre a la elección del candidato contrario. Seis veces introdujo el vocablo y en todas las ocasiones calificó en el sistema valorativo de actitud, al utilizarlo como un hecho negativo que se desprendía; esas construcciones gramaticales también tienen un grado alto de compromiso lineal porque se aducen las premisas de manera unilateral en todo momento. Ejemplo: *“podrán escoger entre quienes queremos el fin de la guerra y los que prefieren una guerra sin fin”.* (Ver anexo 2)

La palabra *país* es la expresión que aparece de cuarta en la lista de las palabras relevantes más utilizadas. En cinco ocasiones se usa con una actitud valorativa, específicamente de apreciación, al emitir sugerencias sobre lo que

puede llegar a ser el país con base en las condiciones del presente. Ejemplo: “*Que somos más los que le apostamos a un país incluyente, a un país moderno, a un país solidario y a un país sin guerra” (Ver anexo 2). En las otras dos repeticiones se utiliza dentro del sistema de compromiso y de manera lineal; el candidato afirma de manera unilateralmente lo que su país necesita y requiere para que haya una consecuencia positiva.*

En el discurso de cierre hay otro mensaje que refuerza la asociación entre el pasado como un elemento de peligro que puede volver, y el futuro como la situación ideal si se le da continuidad a la administración del presente. En este caso, mediante el verbo *escoger* se le plantea a los receptores un escenario con dos opciones opuestas.

Ejemplo: “*Porque no se les olvide: el 15 de junio vamos a escoger entre el pasado y el futuro. Vamos a escoger entre el miedo y la esperanza” (Ver anexo 2)*

En la estructura aparece *escoger* en seis ocasiones. En cuatro de ellas se clasificó dentro del sistema “actitud”, específicamente dentro del subsistema de juicio, al emitir una valoración del comportamiento de su oponente político y lo que significa escoger su candidatura para el país. El extracto anterior se clasificó dentro del subsistema “foco”, en vista del énfasis que puso Juan Manuel Santos en la fecha de la elección y la encrucijada que representa.

Existe una tendencia durante el discurso a englobar valores y situaciones negativas al pasado. Colombia socialmente atravesó situaciones complejas que dejaron en la memoria colectiva un temor al retroceso. Santos apeló a ese temor al atar la regresión de la nación a la elección de su contrincante. De la estructura se desprende que la continuidad es la única vía que mantiene las garantías que goza la población.

El adverbio de cantidad “más” aparece en 8 ocasiones. En la mitad de las construcciones gramaticales se utiliza directa o indirectamente para referirse a una promesa, condición o propuesta para los electores de estratos económicos bajos. Ejemplo: “*Entre los que quieren acabar las viviendas gratis para los más pobres, y los que queremos multiplicarlas.... para tener un país más incluyente y más equitativo... Que somos más los que le apostamos a un país incluyente” (Ver anexo 2)*

Dilma Rouseff 2014

Dilma Rouseff asume el cargo de presidenta de Brasil en enero del año 2011. Es la primera mujer que ocupa el puesto y la quinta que lo consigue en América del sur. Durante su juventud militó en una organización con influencia marxista-leninista. Dicha organización estuvo activa durante la dictadura brasileña que se instauró en 1964 y fue parte de las fuerzas políticas perseguidas.

La carrera política de Rouseff comienza su ascenso cuando es designada parte del gabinete ministerial en el primer mandato de Luiz Inácio Lula Da Silva en 2003. Como cabeza del Ministerio Nacional de Energía y Minas jugó un papel preponderante en el desarrollo económico de Brasil durante ese período. Más adelante Lula Da Silva la designó jefa del gabinete civil, con el que aumentó su notabilidad pública.

Aunque el Partido de los Trabajadores (con el que Lula Da Silva y Rouseff llegaron a la presidencia) sufrió críticas por acusaciones de corrupción, la popularidad de Lula al terminar su segundo período seguía estable. El apoyo que tenía se lo transmitió a Rouseff cuando se postuló en 2010 y logró ganar las elecciones. En la primera vuelta obtuvo 46% de los votos, y en la segunda 56%. La esperanza de los brasileños se centró en continuar el crecimiento económico logrado por la administración de Lula Da Silva y continuar las reformas dirigidas a los estratos bajos económicos de la sociedad.

Para 2014 Dilma Rousseff buscó un segundo período como presidenta. Durante el primer período hubo otros escándalos de corrupción y protestas que pusieron en entredicho la posibilidad de extender su gobierno. Aunque los rumores apuntaron a que Lula Da Silva aprovecharía la popularidad que aún conservaba para retomar las riendas, el propio expresidente postuló por el partido a Rousseff. En la primera vuelta nadie obtuvo 50% de la voluntad electoral, por lo que el reglamento dictó que se requería una segunda vuelta. La mandataria en el cargo, quien obtuvo 41% de los sufragios, contra Aécio Neves, un socialdemócrata que registró 33% de los votos.

Discurso de inicio

El primer punto que destaca en esta alocución es la cantidad dominante de frases e ideas que afirma de manera lineal. Además hay un alto porcentaje en el sistema “gradación” debido a la cantidad de elementos que Rousseff destaca de su gobierno en comparación a la historia brasileña. Solamente las 5 palabras más utilizadas, dentro de las 20 enlistadas, suman 75 de las 2366 empleadas para construir la alocución.

El nombre de la nación *Brasil* se utilizó en 23 ocasiones y fue la más utilizada dentro de las palabras esenciales en la estructura del discurso. Regularmente se asoció *Brasil* a las palabras *cambio*, *reforma* y *nuevo*. Rousseff constantemente adujo, y por ello en 11 ocasiones clasificó en el subsistema lineal del compromiso, las cualidades que tiene el Brasil actual sobre las que tenía antes de su gobierno y el de su mentor Lula Da Silva.

Ejemplo: “*Lula mudou o Brasil e o Brasil quer continuar mudando. A continuidade que o Brasil deseja é a continuidade da mudança... O Brasil quer seguir mudando... Presidente Lula: quando há 12 anos, você assumiu a presidência, o Brasil era um; Quando a deixou, o Brasil era outro*”. (Ver anexo 3)

Asimismo, se revela un patrón del discurso en el que se posiciona el período actual de Brasil como sobresaliente en la historia. Rousseff enfatiza que la presidencia de su predecesor fue un punto de inflexión en el hilo político del país, y que a partir de su gobierno la administración pública tiene una continuidad en un proceso de cambio que aún no culmina; por el contrario, ella como presidenta se encargó de prolongarlo y ofrece seguir haciéndolo.

Ejemplo: *“Antes dos nossos governos, o Brasil se defendia das crises arrojando os salários dos trabalhadores... Este novo Brasil conseguiu implantar o maior programa... Vamos continuar transformando o Brasil em um país de oportunidades para todos... Precisamos ter uma conversa toda especial com os mais jovens, pois eles não puderam testemunhar todo processo de transformação que o Brasil passou nos últimos onze anos”*. (Ver anexo 3)

El mensaje de cambio se refuerza con el término *transformación*, que se identifica 13 veces en el discurso. En 7 de esas ocasiones calificó para el sistema “gradación” por la fuerza que le imprimían gramaticalmente con adverbios u oraciones compuestas que medían la hipotética transformación. Otro patrón en las construcciones discursivas con el término “transformación” es el uso de las palabras *nacional, democrática y social*.

Ejemplo: *“Um Plano de Transformação Nacional desta envergadura... A transformação social produzida por nossos governos criou as bases para a promoção de uma grande transformação democrática e política no Brasil. Nossa missão, agora, é dar vida a esta transformação democrática e política, sem interromper, jamais, a marcha da grande transformação social em curso”* (Ver anexo 3)

El extracto anterior apunta a las intenciones de la candidata de transmitir una apreciación positiva a la propuesta de continuar las reformas, e insistir en que el gobierno está en un proceso que no alcanza los beneficios finales. En esa parte del texto Rousseff explica la transformación en dos vertientes, una política y

otra social, la primera es una oferta para este nuevo período y la segunda es una transformación que comenzó con las políticas de su partido, las cuales pretende afianzar. Una vez más expone su gestión como un proceso de cambios que deja atrás una etapa y sigue marchando hacia otra.

Otros vocablos muy utilizados en la estructura fueron *país* y *pueblo*. Ambos aparecen 13 veces y clasificaron de manera similar en los sistemas, además coincidieron en construcciones gramaticales que buscan justificar medidas y encumbrar los beneficios que han recibido los ciudadanos de su gobierno presente.

Ejemplo: “...e todo povo que muda de patamar quer mais e melhor... porque as necessidades do povo ainda são grandes... O povo quer mais e melhor... Nos últimos onze anos, o país testemunhou o maior crescimento do emprego... tivemos competência de implantar, nos últimos 11 anos, o mais amplo e vigoroso processo de mudança da história do país”. (Ver anexo 3)

A lo largo del texto las expresiones superlativas le dan una identidad a la estructura de la alocución de Rousseff. Uno de los mecanismos claves en el discurso es la exacerbación de los avances celebrados como los más grandes de la sociedad brasilera. Además busca que se evalúe su administración en bloque con la presidencia de Lula Da Silva; buscan posicionar su gestión con los éxitos de la última década como un solo bloque. Los términos *nuestra* e *historia* aparecen en 11 y 9 ocasiones respectivamente, ambos calificaron dentro del subsistema “fuerza” en ocho ocasiones y en cinco se combinaron en la misma expresión. Ejemplo:

- “...em pouco mais de uma década, a maior redução da desigualdade social de nossa história”.
- “...Pela primeira vez em nossa história, o trabalhador não pagou o preço da crise”.

- “*Este novo Brasil conseguiu implantar o maior programa de educação profissional de nossa história*”.
- “*...o maior programa de ensino técnico e qualificação de nossa história*”.
- “*...o maior programa de bolsas de estudos no exterior de nossa história*” (Ver anexo 3)

Utilizando la repetición como estrategia, Rousseff buscó presentar el proceso político, social y económico de la última década como el pináculo en el hilo histórico nacional. Al igual que Santos, la candidata brasilera separa los demás períodos presidenciales y evalúa el suyo (unido al de Lula como se señaló) como un paso en una dirección que solo sigue su partido y sus aliados.

En este caso no hubo una mención o evaluación directa a los oponentes. No se utilizaron adjetivos para describir candidaturas contrarias. El hilo discursivo presenta logros que afirman haber logrado y nuevas propuestas continuistas que siempre entran dentro de la corriente de cambio que comenzó en 2003 y solo se alcanzan siguiendo esas mismas líneas.

La frecuente unión entre *nuestra* e *historia* se repite con las palabras *nuevo* y *ciclo*. El primer término aparece 11 veces en el texto, mientras que el segundo en nueve. En siete ocasiones lo hacen de manera conjunta; la mayor carga en la clasificación de los sistemas cae en “compromiso: en 12 de las 18 ocasiones que aparecen conjuntamente, estos vocablos lo hacen con un compromiso lineal. Rousseff los utiliza para enviar una proposición dada por cierta. Ejemplo:

- “*...temos força para anunciar o nascimento de um novo ciclo de desenvolvimento*”
- “*Este novo ciclo manterá os dois pilares básicos do nosso modelo*”
- “*Este novo ciclo fará o ingresso decisivo do Brasil na sociedade do conhecimento*”

- *“No novo ciclo que vamos construir é necessário consolidar e aprofundar ainda mais estas conquistas”*
- *“é mais apropriado chamar o que nos propomos construir de "novo ciclo histórico" - e não apenas de "novo ciclo de desenvolvimento"”*
- *“Este novo ciclo histórico já está sendo gestado, em parte, pelos programas e projetos que estão em andamento” (Ver anexo 3)*

Estas expresiones buscan persuadir a los receptores que están frente a la llegada de nuevos resultados y que las condiciones actuales son transitorias para mejores resultados.

Discurso de cierre

En un contexto en el que Brasil comenzó a tener problemas en su economía, crecieron las demandas de la población y las críticas contra la presidenta. Rousseff logró ganar su segundo mandato con una diferencia menor al anterior; y en respuesta emitió un discurso que dominó el adverbio “más” con una diferencia importante. En 23 ocasiones apeló al término y 16 con una clara inclinación de graduar con mayor fuerza ofertas y condiciones personales para dirigir el país. En 9 de las 23 ocasiones se asoció *más* a los sinónimos *cambio*, *reforma* y *transformación*, lo que conformó el mensaje central del discurso.

Ejemplo: *“...os resultados apertados produziram mudanças mais fortes e rápidas do que as vitórias amplas... A palavra mais repetida, mais dita, mais falada, mais dominante foi mudança. O tema mais amplamente evocado foi reforma... A minha disposição mais profunda é liderar da forma mais pacífica e democrática este momento transformador”.* (Ver anexo 4)

Presidente se utilizó 14 veces en total: en 9 para dirigirse a los jefes de cada partido aliado, 2 para hablar de la figura genérica de presidente, 1 para referirse a sí misma y en 2 oportunidades para agradecer a Lula Da Silva. En 11 de las 14 ocasiones que empleó el término lo hizo bajo los estándares del subsistema de juicio en actitud. El juicio siempre se aplicó de manera positiva, pero de

manera enfática sobre Da Silva. Ejemplo: *“Eu faço um agradecimento do fundo do meu coração a um militante, ao militante número um das causas do povo e do Brasil, o presidente Lula”*. (Ver anexo 4)

Aún después de concretar la victoria electoral, Rousseff insiste en reforzar su nexos con el expresidente. Su popularidad está atada a la penetración que tiene Da Silva en los ciudadanos brasileños y hay una constante referencia a su figura como pilar de las políticas gubernamentales.

La estructura del discurso contiene en 10 ocasiones “Brasil” y “país” en 9. En ambas ocasiones se repite el uso dentro de una construcción gramatical que denota perspectivas a futuro; hay varios ejemplos en los que estas frases se construyen con otras como *avanzar, mejor* y *vamos*. Ejemplo:

- *“É possível encontrar pontos em comum e construir com eles uma primeira base de entendimento para fazermos o país avançar”*.
- *“...mas unidas por sentimentos comuns: a busca por um futuro melhor para o país”*.
- *“Vamos continuar a construir um país mais moderno, mais produtivo, um país da solidariedade e das oportunidades”*.
- *“É essa a minha esperança. Ou melhor, a minha certeza do que vai ocorrer a partir de agora no Brasil”*.
- *“...deve agora ser transformado em energia construtiva de um novo momento no Brasil”*.
- *“É hora de cada um de nós acreditar no Brasil”*. (Ver anexo 4)

La característica a resaltar de los fragmentos anteriores es el método persuasivo de vender condiciones futuras, por parte de un gobierno que afirma llevar un proceso en la última década. Aunque en el discurso de inicio se hizo hincapié en resultados obtenidos, en el de cierre se trasladan las promesas a situaciones futuras. Con la victoria electoral obtenida, pero 46% del electorado con otra opción en mente para dirigir la nación, el discurso lo perfila el equipo

de campaña de Rousseff para aquellos ciudadanos insatisfechos con el presente.

Otra correlación importante en el esqueleto del discurso se encuentra en el análisis de *sociedad* y *diálogo*. En ninguno de los dos casos clasificaron dentro del sistema actitud; en el discurso se utilizaron especialmente para referirse a los sectores no-aliados y ofrecer puntos de encuentro. Ejemplo: “Quero discutir profundamente esse tema com todo o Congresso e toda a sociedade brasileira... Estou disposta a abrir grande espaço de diálogo com todos os setores da sociedade... Quero discutir com todos os movimentos sociais e da sociedade civil... Vou estimular o mais rápido possível o diálogo e a parceria com todas as forças produtivas do país” (Ver anexo 4)

El mensaje de diálogo responde a la coyuntura de confrontación en el país. 46% de oposición política significa un aproximado de 100 millones de ciudadanos inconformes. Las complejidades en la administración pública crecieron junto al desarrollo económico y las demandas actuales son mayores.

Las palabras menos utilizadas dentro de la lista fueron *mejor*, *esperanza*, *energía*, *fuerza* y *sentimiento*. Todas se utilizaron en cuatro oportunidades, y aunque sus clasificaciones en el sistema de White fueron distintas, coincidieron en el objetivo de vender un cambio alrededor de Rousseff para ejercer sus funciones.

Ejemplo:

- “É essa a minha esperança. Ou melhor, a minha certeza do que vai ocorrer a partir de agora no Brasil”.
- “Tenho forte esperança que a energia mobilizadora tenha preparado um bom terreno para a construção e pontes”

- *“Com a força desse sentimento mobilizador, é possível encontrar pontos em comum e construir...”*
- *“Quero ser uma presidenta muito melhor do que fui até agora”*

Rousseff propuso una negociación de cambio mediante mensajes que vendan confianza. La idea de proponer la prolongación de una etapa no le impidió utilizar recursos más propios de un contendor que aspira a su primera presidencia. El discurso reúne tanto elementos propios de un candidato reelecto, como de un aspirante. La propuesta es un nuevo ciclo dentro de unas políticas establecidas.

Comparación y evaluación de patrones

El primer patrón y similitud entre ambas estructuras discursivas se destacó cuando los candidatos asociaron el pasado a una circunstancia negativa. Hay una coincidencia en sus estrategias de vender el presente como positivo contrastándolo, sin destacar directamente las cualidades que sostienen las bondades del presente, con un pasado que describen como problemático.

Mientras Santos explotó el tema de la guerra como método de persuasión, Rousseff apeló a la pobreza. Ambos se atribuyen directamente la mejora en esa demanda esencial que domina la matriz de opinión de su nación. Sin embargo, no necesariamente esa realidad está supeditada a su permanencia en el poder. Las mejoras sociales, políticas y especialmente las económicas (caso Brasil) frecuentemente están relacionadas a ciclos y fases que escapan de las manos de un gobierno. En ningún momento Santos o Rousseff cedieron parte de la responsabilidad de la paz en Colombia o la riqueza en Brasil a factores externos. Hay una manipulación del tema y asocian su estabilidad en un plano positivo a su permanencia.

La diferencia más notoria es en cuánto al método para emitir los mensajes. Juan Manuel Santos y su equipo componen dos discursos que acudieron predominantemente al plano sentimental, al plano actitudinal dentro de los grupos propuestos. En el promedio de los dos discursos 47% de las palabras más utilizadas se usaron dentro de una idea eminentemente valorativa, mientras que Rousseff promedió en esa misma fórmula 24%. La mandataria brasilera equilibró su discurso con una mayor cantidad de mensajes lineales y enfáticos.

La economía es un tópico más racional que la guerra; mientras que la paz se puede debatir en un plano emocional, la economía tiene un trasfondo numérico que racionaliza la comunicación. Es por ello que Rousseff presenta discursos

con más gradación, al verse en la necesidad de recalcar cifras y cantidades que explotan el tema de la pobreza.

Otro elemento diferenciador es la manera en la que se desarrollan los mensajes que clasificaron en el sistema de compromiso. Los discursos de Rouseff promedian 37% de vocablos bajo este grupo, mientras que los de Santos 26%. Sin embargo, Santos hace más referencias evasivas y en la estructura de Rouseff dominan los mensajes lineales. En sus palabras Santos apela a medios, propuestas y opiniones favorables de terceros para respaldar sus afirmaciones. Hay un intento de respaldar su opinión con la opinión pública. En cambio, Rouseff opta por desechar otros criterios y la estructura de su discurso está compuesta fundamentalmente por aseveraciones unipersonales que parten de una premisa axiomáticamente cierta.

La similitud que más acerca o puede relacionar los discursos es la paradoja de perpetuar en la mente del electorado problemas que se dicen superados. Es decir, ambos candidatos asumen el crédito de dismantelar y superar problemas que aquejaban a los ciudadanos. La guerra en el caso de Colombia y la pobreza en el caso brasilero. Aunque Santos y Rouseff afirman que con su gobierno dejaron atrás o pretenden dejar atrás por completo esos traumas sociales, la elaboración de sus discursos eterniza en el imaginario colectivo esos conflictos al repetirlos constantemente. Su promesa de superar determinado tema choca con la intención de su discurso.

Asimismo, ambos métodos discursivos le hablaron directamente a la masa electoral en su conjunto. No se identificó una segmentación elaborada o una separación de mensajes que hablara de las necesidades particulares de grupos específicos. Rouseff y Santos optaron por abordar problemas que atañen a todo el electorado, con alguna mención específica a gremios o jóvenes.

El adverbio de cantidad *más* apareció en los cuatro discursos y en tres entró dentro de las palabras más utilizadas. Este hecho va de la mano con la

característica continuista de sus ofertas. Su oferta central va dirigida a aumentar sus políticas del pasado, aun con la creciente oposición que ambos candidatos enfrentaron en comparación a sus primeras elecciones.

Otra contradicción que se vislumbra en la descomposición de los textos es persuasión mediante la oferta de un *cambio* o una *transformación*. Mientras que Santos insiste frontalmente en una continuidad de su administración y profundización de sus propuestas, Rousseff emite la promesa de un cambio dentro de una misma corriente. Posiblemente debido al desgaste de los años Lula-Rousseff, la demanda por nuevos caminos creció más en el electorado brasileiro; por lo que el cambio se convirtió en una proposición atractiva para los aspirantes a la presidencia. Por ello, Rousseff apeló a utilizar la transformación inmersa en un programa de prolongación de su mismo gobierno.

Conclusiones y recomendaciones

Los procesos democráticos en un país obligan a una constante renovación de los gobernantes para mantener su lugar. Los candidatos estudiados son ejemplo que para sostener el apoyo de los electores se requiere dar señales sobre un hilo constructivo que muestren que sus mayores frutos son ulteriores. Este escenario lo enfrentan Santos y Rousseff de una manera similar.

La muestra de los discursos de Santos reveló un alto uso de construcciones valorativas. La estructura se esfuerza por separar lo que en su juicio es lo bueno y lo malo. Frecuentemente asocia la guerra a sus oponentes políticos y la paz a su candidatura. Dilma Rousseff no apela tanto a recursos gramaticales que transmitan una valoración de sus rivales electorales, pero compensa esa diferencia con un énfasis entre las bondades de su período y el pasado. Hay una asociación indirecta que puede hacer el receptor entre el pasado negativo y los oponentes políticos; la intención es que en la mente de los ciudadanos los demás representen las dificultades del pasado.

Los gobiernos actuales en Brasil y Colombia los dirigen grupos que pretenden hacer una separación de etapas históricas. Sus períodos presidenciales los enmarcan dentro de un capítulo aparte en la historia de sus países. Ese capítulo trae consigo ciertos resultados que son parte de un proceso en curso que requiere de más tiempo. El presente es exhibido como un ciclo transitorio.

Los gobernantes, en miras de mantener el poder, no se remiten únicamente a enseñar los beneficios de su proceso. En ambos casos hay señalamientos directos e indirectos sobre la ruptura que habría en las políticas si llegase otra persona a la presidencia. Esa ruptura la presentan como una amenaza, y sentencian el final de beneficios de los que gozan actualmente los ciudadanos si se materializa esa disolución en el hilo gubernamental.

Esa tendencia a catalogarse como la única opción que representa estabilidad y valorar a las otras como peligrosas puede ser una tendencia en el continente. El

escenario democrático confronta diferentes opciones de administración pública, que sus ciudadanos escogen según las necesidades. En los discursos analizados ese escenario democrático pasa a ser un campo de batalla donde no solo se dirimen ideas, también se le da paso a una confrontación que deja ganadores y perdedores. Esa tendencia a separar períodos de gobierno y darles un juicio negativo a los que representaron causas distintas exacerba la confrontación y dificulta la comunión de ideas entre ideologías diferentes.

Aunque las contiendas electorales representan una competencia, la predilección a reforzar mensajes negativos sobre otras administraciones públicas puede llevar a un país a un proceso de políticas monolíticas, en busca de ese continuismo al haberse logrado posicionar un grupo como el único positivo en el panorama; o a la inestabilidad constante por nuevos grupos desechando el trabajo de anteriores gobiernos.

En el caso colombiano y brasilero, el esfuerzo por cautivar al electorado y persuadirlo de votar mayoritariamente en su favor va en detrimento de la unión ciudadana. Si bien la separación ideológica es parte del juego político, apelaron a mantener temores sociales del pasado que niegan la posibilidad de valorar positivamente cualquier propuesta.

En ese mismo sentido, una importante carga emocional en las campañas puede tener otras consecuencias. Además de vender ambos comicios como cruciales, trascendentales o bisagra para el futuro nacional, en el caso colombiano Santos introduce en casi la mitad de sus mensajes elementos relacionados a valores y sentimientos. El hecho de someter al electorado continuamente a dichos mensajes y a confrontaciones que resulten en un desgaste emocional, tanto para el grupo ganador como los derrotados, puede desembocar en un desgaste emocional que deteriore el propio sistema democrático. Aunque los procesos sociales sufren un desgaste normal con la evolución de la sociedad, la

implementación de mensajes de alto impacto que describan cada evento electoral como definitorio puede acelerar ese proceso de fricción.

Recomendaciones

Los trabajos que impliquen análisis del discurso siempre contienen un grado de subjetividad del autor. La principal recomendación para proyectos futuros es conformar grupos con varios miembros que impriman diferentes ópticas y lecturas a las clasificaciones; diferentes integrantes en un mismo análisis eleva la cantidad de perspectivas y la capacidad para abordar más terreno.

En cuanto a la muestra, la elección de dos discursos en el inicio de la campaña electoral y al cierre permitió visualizar con éxito las líneas esenciales e inamovibles de la estrategia discursiva a lo largo de la contienda. Sin embargo, el estudio de varios discursos repartidos cronológicamente permitiría ver la evolución de los mensajes y la capacidad de adaptación de los candidatos.

Asimismo, el análisis crítico del discurso (al ser dinámico y cambiante) permite flexibilidad para definir instrumentos y caminos para procesar las estructuras gramaticales. Es por ello que se recomienda la inclusión de diferentes disciplinas y ciencias dentro de futuras investigaciones, que desemboquen en una mayor amplitud para explicar los fenómenos discursivos y sus implicaciones.

Por otra parte, aunque Colombia y Brasil son dos naciones referentes en el continente, el estudio y análisis de las lógicas discursivas en otros países latinoamericanos permitiría profundizar en la realidad regional. La búsqueda de patrones que identifiquen la evolución de la política en América Latina se enriquecería con investigaciones que se enfoquen en otros países del hemisferio.

Fuentes de información y bibliografía

Alfaro y Vanolli. (2014) *Campañas electorales: ventajismo y reelección presidencial en América Latina*. Primera edición Venezuela. Editorial ALFA.

Ansaldi, Waldo (2007.): *La democracia en América Latina, un barco a la deriva*. Buenos Aires: FCE

Bushnell, D y Macaulay, N. (1989) *El nacimiento de los países latinoamericanos*, Madrid.

Carrera Damas, G. (1984) *Una nación llamada Venezuela*. Caracas.

Fairclough, N. (1995) *Critical Discourse Analysis*. Recuperado el 15 de enero de 2015 <https://discurso.files.wordpress.com/2009/02/fairclough1995 analisis-critico-del-discursocap-1trad-navarro1.pdf>

Halliday, M. (2014). *Introduction to functional grammar*. Cuarta edición. Nueva York. Routledge

Halperin Donghi, Tulio. *Historia contemporánea de América Latina*. Recuperado. Recuperado el 7 de noviembre de 2014 <http://vivelatinoamerica.files.wordpress.com/2014/04/halperin-donghi-tulio-historia-contemporanea-de-america-latina.pdf>

Kaplan, N. (2007). *La construcción discursiva del evento conflictivo en las noticias por televisión*. Universidad Central de Venezuela. Comisión de estudios de posgrado: área lingüística. Recuperado el 18 de junio de 2015. <http://www.dissoc.org/recursos/tesis/Tesis%20Nora%20Kaplan.pdf>

Leslie Bethell. *Historia de América Latina*. Recuperado el 9 de noviembre de 2014 http://www.bsolot.info/wp-content/pdf/Bethell_Leslie%20-%20Historia_de_America_Latina_XV.pdf

Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la Investigación*. Limusa: México

Rangel, Carlos. (2005) *Del buen salvaje al buen revolucionario. Segunda edición* Caracas. Editorial Critería.

Santander, P. (2011). *Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso*. Recuperado el 30 de marzo de 2015 <http://www2.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/>

Van Dijk, T. (1999) *.El análisis crítico del discurso*. Barcelona: Anthropos

Van Dijk, T. (1999). *Análisis del discurso social y político*. (Con Iván Rodrigo M.) Quito, Ecuador: Abya-Yala

Van Dijk, T. (2003). *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Ariel, 2003.

Van Dijk, T. (2005). *Las estructuras y funciones del discurso*. Recuperado el 13 de mayo de 2015. <http://www.discursos.org/download/books/index.html>

Van Dijk, T. (2008) *Discurso y Poder*. Barcelona: Gedisa.

Vilaboy, Sergio. (1997). *Etapas y procesos en la historia de América Latina*. Recuperado el 15 de noviembre de 2014 <http://www.portalalba.org/biblioteca/GUERRA%20VILLAVOY.%20Etapas%20y%20procesos%20en%20la%20historia%20de%20Am%20E9rica.pdf>

White, P.R.R. (1998) *'Telling Media Tales: the News Story As Rhetoric'*. Recuperado el 12 de mayo de 2015 http://www.grammatics.com/appraisal/whitepr_phd.html

Anexos

Anexo 1

“Hoy es un momento de esperanza. Hoy, al abrir esta sede de campaña, comenzamos a convocar a los colombianos para terminar una tarea que comenzamos hace cuatro años. Y terminar la tarea, unidos, juntos, como debe ser.

Juntos, todos nosotros, todos los colombianos, hemos logrado mucho. Juntos hemos construido y fortalecido nuestra economía, como nunca antes en nuestra historia. Todos nos señalan como un ejemplo para el resto del mundo.

Hoy, esta mañana, en el periódico económico más importante del mundo, había un artículo que decía cómo Colombia estaba atrayendo inversiones de todas partes, mientras esas mismas inversiones se iban de los demás países emergentes. Eso lo hemos construido juntos.

Juntos hemos logrado unos indicadores sociales que nos deben enorgullecer: la disminución de la pobreza, disminución de la desigualdad.

Ayer hablaba con la recién posesionada presidenta de Chile sobre cómo la desigualdad debe ser uno de nuestros objetivos para vencer en Colombia, en Chile y en América Latina.

Juntos, unidos, hemos venido ganando espacios en el mundo. Hoy a Colombia la ven con ojos diferentes. A los colombianos nos están quitando las visas, esas antipáticas visas, en todo el mundo. Y juntos tenemos que continuar y terminar esa tarea. Por eso el lema de la campaña: ‘Hemos hecho mucho y nos enorgullecemos, pero todavía hay mucho por hacer’.

Quiero darles las gracias a todos los colombianos que nos han acompañado, que nos acompañan y nos van a acompañar en este proyecto para transformar a Colombia. Quiero darles las gracias a los partidos que me avalaron. Quiero darle las gracias a la dirección y al equipo de campaña. Quiero darle las gracias al próximo Vicepresidente, Germán Vargas Lleras, y, por supuesto, las gracias a mi familia, que me ha tenido que soportar y me tendrá que soportar durante esta campaña y durante los próximos cuatro años.

Hoy le decimos al país y al mundo: estamos listos. Estamos listos para seguir construyendo prosperidad para todos, y seguir construyendo ese objetivo que debe ser el objetivo principal de cualquier sociedad: la paz, la paz.

Estamos listos para seguir combatiendo todo aquello que durante tanto tiempo nos ha hecho sentir miedo. Tenemos que dejar ese miedo a un lado, el temor a un lado, y llenarnos de optimismo y de pasión para seguir adelante.

Vamos a seguir y estamos listos para construir lo que hemos denominado la paz total. Todo esto lo vamos a seguir construyendo a través de la unión, de la Unidad Nacional, que no solamente los partidos que me avalaron. También ahí van a participar los conservadores que, en forma creciente, en número creciente, están adhiriendo; los verdes, que se quieren venir para acá; los partidos de izquierda, con quienes compartimos ese sueño de la paz; los independientes; las mujeres, que están cumpliendo un papel tan importante; los jóvenes, para quienes estamos construyendo un mejor futuro.

Porque la Unidad Nacional es incluyente. Lo que queremos es que esta Unidad incluya y convoque. Que todo el mundo se sienta parte de este gran proceso. Y la paz total, que no se nos olvide, la paz total es la seguridad total. La paz es la seguridad definitiva, porque ahí podremos concentrar todos nuestros esfuerzos para que todos los colombianos sientan tranquilidad al salir de sus casas, al recorrer sus calles, al enviar a sus hijos y sus hijas al colegio o a los parques.

En las próximas 10 semanas, porque solamente son 10 semanas, vamos a contarles a los colombianos cuáles son nuestras propuestas. Porque tenemos que terminar la tarea de lo que hemos comenzado, pero también ponernos objetivos todavía más ambiciosos: ser el país más educado de América Latina en el año 2025. Erradicar la miseria de Colombia en los próximos 10 años. Si es posible, lo podemos hacer. Terminar, abolir, el déficit habitacional para que los colombianos, todos, tengan la dignidad de un techo propio.

A mí me ha conmovido ver cuando uno le entrega la llave de su casa, de su apartamento, a una familia que nunca había pensado que era posible tener una casa propia. Eso me ha llenado de emoción y de pasión para seguir adelante en esta política de vivienda tan exitosa, y terminar la tarea ahí y eliminar el déficit habitacional.

Pero hoy quiero decir sencillamente cómo va a ser nuestra campaña, cómo quiero que sea nuestra campaña. Nuestra campaña quiero que sea de ideas y de propuestas, no de ofensas y ni de insultos. Yo los invito a todos ustedes, a mi equipo de campaña y a todos los colombianos, a que esta sea una campaña basada en la verdad, no en las mentiras.

Quiero que sea una campaña a favor de Colombia, en pro de Colombia, no en contra de nadie, no para trancar a nadie, sino a favor de esta gran patria que tenemos y que seguimos construyendo con trabajo y con tesón.

Yo quiero que esta campaña, como lo he dicho desde el primer día que me posesioné, sea de unidad, sea de convocatoria, no sea de odios, de rencores, de celos. Este país está aburrido de los odios, de los rencores y de los celos. Este país requiere es unidad y un propósito nacional de seguir trabajando.

Yo quiero que esta campaña, a la comunidad afro que nos acompaña hoy, sea una campaña de juego limpio, no de campaña sucia. Que juguemos limpio en todos los frentes de batalla; que nos enfrentemos con las ideas, no con la guerra sucia, que envilece cualquier campaña y cualquier país.

Yo quiero que sea una campaña legal, respetuosa de las instituciones, que he defendido con ahínco desde el primer día de mi gobierno y desde el primer día en mi vida pública, donde el fin no justifique los medios.

Quiero que sea una campaña alegre, pacífica, noble, de sonrisas: que todas las personas se sientan que están perteneciendo a una gran causa y que sientan orgullo y felicidad de pertenecer a esa causa.

Quiero una campaña con visión de futuro, no una campaña anclada al pasado, anclada a esos problemas que tanto nos han agobiado, y que perdurarlos significaría muchos más años de sacrificio y de miedo.

Hoy está naciendo una nueva generación, la generación de la paz. Yo seguiré luchando para que mis hijos y mis nietos, y esta niña que tiene 6 años, y los niños y las niñas que están naciendo, tengan por fin la oportunidad de vivir en un país en paz.

Esa es una gran causa. Y la paz, como lo hemos dicho, es una paz total, donde las metas, aparte de silenciar los fusiles, sean metas ambiciosas, que nos lleven y nos unan como colombianos. Nos pusimos hace cuatro años unos objetivos muy ambiciosos. Mucha gente nos dijo que no íbamos a lograr lo que ya hemos logrado. Y ahí estamos sentando las bases para ponernos metas todavía más ambiciosas.

Por eso los invito a que lo hagamos juntos, unidos, de la mano, porque así es como las sociedades realmente pueden transformarse, si logran esos objetivos que se proponen, para que no le tengamos miedo a un mejor futuro, para que seamos optimistas.

Fíjense lo que hemos logrado en estos últimos años, y eso en medio de un conflicto. Entonces imaginémonos el país sin ese conflicto, lo que podemos alcanzar si trabajamos todos juntos y construimos un país con más y más oportunidades para todo el mundo, no solamente para unos pocos.

Por eso los invito a terminar la tarea, a terminar la tarea que comenzamos hace cuatro años, y que va en la dirección correcta. Colombia puede mucho, Colombia puede más. Colombia es un país maravilloso, y vamos por más, vamos por más. Muchas gracias. Hoy comienza esta campaña. Hasta el final. Como diría Luis Carlos Galán, ni un paso atrás, siempre adelante, hacia la victoria. Muchas gracias”.

Anexo 2

Hoy quiero dar gracias a Colombia y a los colombianos. Gracias por una jornada democrática ejemplar y en paz. Gracias a los millones de ciudadanos que acompañaron nuestra propuesta y que se van a multiplicar en la segunda vuelta. Gracias a todo mi equipo de campaña; al doctor Germán Vargas Lleras; al presidente Gaviria; a los partidos de la Unidad Nacional, a los conservadores, los verdes, los progresistas e independientes que nos acompañan, y a mi familia que ha estado siempre a mi lado. Quiero también darles las gracias a todos los soldados de tierra, mar y aire y a nuestros policías; gracias a la Fuerza Pública de Colombia que garantizó las elecciones más tranquilas y más seguras de las que tengamos memoria.

Mis felicitaciones al candidato Zuluaga por su buen resultado hoy. Lo invito a que en estas tres semanas demos un debate con altura y nos concentremos en las propuestas. ¡Es lo que el país reclama! Y felicitaciones a Marta Lucía Ramírez, a Clara López y a Enrique Peñalosa por realizar campañas con profundidad democrática y ajenas a los insultos.

Lo que ha quedado claro hoy es que en tres semanas los colombianos tendrán dos opciones: podrán escoger entre quienes queremos el fin de la guerra y los que prefieren una guerra sin fin. ¡Y vamos a ganar con la paz! Ese es nuestro norte, y nada nos va a desviar de ese camino. ¡Hoy empieza la campaña de la esperanza!

Hoy comienza la campaña de la confianza en el futuro de nuestra patria. Comienza la campaña del trabajo por la paz frente a la opción exclusiva de la guerra. Yo recibo este resultado como un mensaje de millones de colombianos que quieren que les sigamos explicando –todavía mejor– lo que hemos hecho en estos cuatro años y lo que haremos en adelante para consolidar la paz y la prosperidad. Y eso es lo que vamos a hacer cada día –de aquí al 15 de junio– con humildad, con seriedad, con trabajo, con dedicación, con paciencia. Porque no se les olvide: el 15 de junio vamos a escoger entre el pasado y el futuro. Vamos a escoger entre el miedo y la esperanza. Entre los que se niegan a la

paz, y los que estamos dispuestos a buscarla. Entre los que niegan a las víctimas, y los que hemos querido reconocerlas y repararlas. Entre los que quieren acabar las viviendas gratis para los más pobres, y los que queremos multiplicarlas. Entre quienes quieren guerra con los vecinos, y los que preferimos las buenas relaciones. Vamos a escoger entre los que insultan y dividen, y los que preferimos convocar y unir. Vamos a escoger entre los que respetamos los poderes públicos, la justicia y las instituciones, y quienes piensan que todo vale. Vamos a escoger entre quienes respetamos la oposición y la prensa libre, y los que prefieren el unanimismo y la intolerancia. ¡En tres semanas vamos a elegir! ¡Y vamos a elegir bien!

A Marta Lucía Ramírez, a Clara López y Enrique Peñalosa, y a sus seguidores, los convoco a que se unan por esta cruzada por la paz. Les digo desde aquí, con afecto y reconocimiento, ustedes han hecho propuestas muy importantes que podemos hacer realidad juntos en los próximos cuatro años. Qué serias las propuestas de la doctora Marta Lucía, por ejemplo en el tema de la lucha contra la corrupción, que es un flagelo que roba a todos los colombianos. ¡Hay que avanzar en ese bloque de búsqueda contra los corruptos para que no se salgan con la suya! A la doctora Martha Lucía también le digo el respeto por las instituciones que ha sido bandera del Partido Conservador, es también nuestra bandera. Qué bien diseñadas las propuestas de la doctora Clara López para tener un país más incluyente y más equitativo, y para apostarle a la reconciliación en el posconflicto. Esas son también mis prioridades: los pobres y la paz. ¡Claro que vamos a hacerlo! Qué importantes las propuestas del doctor Peñalosa en materia ambiental y de seguridad ciudadana, y su énfasis en la educación de calidad, que compartimos. ¡Las suscribimos y podemos sacarlas adelante! Quiero pedirles a ellos y a sus seguidores que nos acompañen en la lucha contra la pobreza, contra la guerra, contra la desesperación que quieren vendernos... en la lucha contra el pesimismo.

Quiero que me acompañen a recuperar la unidad de Colombia, los propósitos colectivos que requerimos para sacar adelante a nuestro país. Convoco a todos los colombianos a la unidad que necesitamos: ¡la unidad para la paz! porque todos compartimos el mismo sueño... ¡la paz nos une! Llegó la hora de dar la bienvenida a una nueva generación de colombianos... ¡la generación de la paz! porque hoy somos más, ¡somos mayoría los que queremos la paz! ¡Y vamos a demostrarlo! Vamos a demostrar que somos más los que estamos decididos a terminar un conflicto que lleva ya medio siglo de dolor y sangre. Que somos más los que le apostamos a un país incluyente, a un país moderno, a un país solidario y a un país sin guerra.

Por eso unidos... ¡vamos por la paz! ¡Unidos, el 15 de junio, vamos a ganar la paz!

Anexo 3

Companheiras e companheiros,

Agradeço, do fundo do meu coração, mais esta prova de confiança. Estou com a alma tomada da mais profunda gratidão e alegria.

Quero transformar, mais uma vez, este sentimento em compromisso - e também em convocação.

Por isso, digo: É hora de seguir em frente, companheiras! É hora de fazer mais mudanças, companheiros! É hora de construir mais futuro, queridos militantes e queridas militantes! É hora de ampliarmos a extraordinária transformação pacífica que estamos fazendo há mais de uma década!

Quatro anos atrás, eu disse em uma convenção igual a esta: "Lula mudou o Brasil e o Brasil quer continuar mudando. A continuidade que o Brasil deseja é a continuidade da mudança."

No meu discurso de posse, eu disse: "Temos um desafio enorme porque o país é outro, porque mudou de patamar, e todo povo que muda de patamar quer mais e melhor. Não quer e não pode retroceder". Hoje, estas palavras continuam bem atuais. Elas demonstram visão estratégica e trazem uma forte sensação de dever cumprido.

O Brasil quer seguir mudando pelas mãos dos que já provaram capacidade de transformar profundamente o País e melhorar a vida de nosso povo. Nós - o PT e os partidos aliados - tivemos competência de implantar, nos últimos 11 anos, o mais amplo e vigoroso processo de mudança da história do país. Que, pela primeira vez, colocou o povo como protagonista;

Que retirou 36 milhões de brasileiros da miséria;

Que levou 42 milhões para a classe média;

Que fez, em pouco mais de uma década, a maior redução da desigualdade social de nossa história.

E isso não pode parar.

Companheiros e companheiras, quero conversar com vocês sobre as grandes batalhas que vamos enfrentar. Se na eleição do presidente Lula a esperança venceu o medo, nessa eleição a verdade deve vencer a mentira e a

desinformação; o nosso projeto de futuro deve vencer aqueles cuja proposta é retornar ao passado. Presidente Lula: quando há 12 anos, você assumiu a presidência, o Brasil era um. Quando a deixou, o Brasil era outro, completamente diferente e muito melhor. De fato, a esperança tinha, em definitivo, vencido o medo.

Quando eu assumi o governo, o mundo era um. Pouco tempo depois, o mundo era outro. A verdade é que a crise econômica e financeira internacional ameaçou não apenas a estabilidade das maiores economias do mundo, mas boa parte do sistema político e econômico mundiais, ao aumentar o desemprego, abolir direitos e semear a desesperança. Porém, o Brasil, dessa vez não se rendeu, não se abateu, nem se ajoelhou! O Brasil soube defender, como poucos, o mais importante: o emprego e o salário do trabalhador – e foi o País que melhor venceu esta batalha!

Antes dos nossos governos, o Brasil se defendia das crises arrojando os salários dos trabalhadores, aumentando as taxas de juros a níveis estratosféricos, aumentando o desemprego, diminuindo o crescimento, vendendo patrimônio público.

Com essa política desastrosa alienavam o futuro do País! A partir de nós, não. Pela primeira vez em nossa história, o trabalhador não pagou o preço da crise. Enquanto, no resto do mundo, a crise devorou, desde 2008, 60 milhões de empregos, aqui foram criados 11 milhões de postos de trabalho com carteira assinada. Mantivemos a política de valorização do salário mínimo e reajustamos o benefício do Bolsa Família sempre acima da inflação.

Fomos o país que mais venceu a luta contra a miséria. O que consolidou o maior programa de habitação popular e o que está realizando algumas das maiores obras de infraestrutura do mundo. O País que, fortalecendo a Petrobrás, descobriu o pré-sal e criou o modelo de partilha. Este novo Brasil conseguiu implantar o maior programa de educação profissional de nossa história. Conseguiu ampliar as oportunidades para as mulheres, os jovens e os negros; Levar mais médicos a 3.800 municípios; Melhorar a qualidade do ensino em todos os níveis; E acelerar os avanços de nossa infraestrutura econômica e social. Conseguimos fazer isto porque nunca esquecemos os nossos compromissos mais profundos. Sempre que as dificuldades aumentavam e o governo recebia pressões de todos os lados, eu repetia para mim mesma: Eu não fui eleita para trair a confiança do meu povo, nem para

arrochar salário de trabalhador! Eu não fui eleita para vender patrimônio público, mendigar dinheiro ao FMI, e colocar, de novo, o país de joelhos, como fizeram! Eu fui eleita, sim, para governar de pé e com a cabeça erguida!

Companheiras e Companheiros,

Fizemos muito, mas precisamos fazer muito mais, porque as necessidades do povo ainda são grandes. Por mais que a nossa década tenha vencido o legado perverso das décadas perdidas que herdamos, ela não poderia ter resolvido problemas que se arrastam há séculos. O povo quer mais e melhor - e nós também. Temos, agora, uma oportunidade rara na história: criamos as condições para defender os grandes resultados de um ciclo extraordinário e, ao mesmo tempo, temos força para anunciar o nascimento de um novo ciclo de desenvolvimento. Este novo ciclo manterá os dois pilares básicos do nosso modelo - a solidez econômica e a amplitude das políticas sociais - e trará avanços ainda maiores na melhoria da infra-estrutura e dos serviços públicos, na qualidade do emprego, no desenvolvimento tecnológico e no aumento da produtividade da nossa economia. Este novo ciclo fará o ingresso decisivo do Brasil na sociedade do conhecimento, cujo pilar básico é uma transformação na qualidade da educação. E não adianta ficar dando voltas: a transformação da educação só se consolida com a valorização plena e real do professor - com melhores salários e melhor formação. Já começamos a fazer isso e vamos acelerar muito mais quando ingressarem os 75% dos royalties do petróleo e os 50% do excedente em óleo do pré-sal. Todos destinados à educação.

Companheiros e companheiras,

Nos últimos onze anos, o país testemunhou o maior crescimento do emprego, a maior valorização do salário e a maior distribuição de renda da sua história. O salário do trabalhador cresceu 70% acima da inflação e geramos mais de 20 milhões de novos empregos com carteira assinada. Foi também o mais longo período de inflação baixa da história brasileira. No novo ciclo que vamos construir é necessário consolidar e aprofundar ainda mais estas conquistas. Um avanço decisivo será melhorar a qualidade do emprego. Isso pressupõe melhor ensino técnico e formação profissional, inovação e desenvolvimento tecnológico. A consequência será um forte aumento da produtividade da nossa economia. Para melhorar a formação profissional dos brasileiros, implantei o

Pronatec: o maior programa de ensino técnico e qualificação de nossa história. Demos, também, continuidade a obra extraordinária de Lula, consolidando o Enem, ampliando o Prouni e o Fies, criando novas universidades e escolas técnicas. Implantei a política de quotas para as escolas públicas e o Ciência sem Fronteiras, o maior programa de bolsas de estudos no exterior de nossa história. O Pronatec já tem 7,4 milhões de matrículas. Um feito e tanto que não vai parar por aí! Na quarta-feira passada, lançamos o Pronatec-2 que, a partir de 2015, vai ampliar para 12 milhões estas vagas, distribuídas em 220 cursos técnicos e 646 cursos de qualificação, todos gratuitos. Em 2018, teremos formado 20 milhões de brasileiros e brasileiras.

Companheiros e companheiras,

São tão amplos os desafios, as propostas e as tarefas que temos, que é mais apropriado chamar o que nos propomos construir de "novo ciclo histórico" - e não apenas de "novo ciclo de desenvolvimento" -, o que nos propomos construir, junto com o povo brasileiro. Este ciclo pressupõe uma transformação educacional, uma revolução tecnológica e uma revolução no acesso digital. E, ao mesmo tempo, uma reforma dos serviços públicos, uma reforma urbana, uma reforma política e uma reforma federativa. Este novo ciclo histórico já está sendo gestado, em parte, pelos programas e projetos que estão em andamento, como o PAC, o Minha Casa, Minha Vida, o Pronatec, o Ciência sem Fronteira e os grandes investimentos em infraestrutura. O Minha Casa, Minha Vida é, na verdade, um vigoroso pilar do grande plano de reforma urbana que já começamos a implantar. Como também o são os vultosos projetos de mobilidade em execução nas principais cidades brasileiras, que somam recursos de 143 bilhões de reais. Junto com todos os investimentos em saneamento básico e acesso ao abastecimento de água.

Durante a campanha, teremos condições de debater e aprofundar, com a sociedade brasileira, o Plano de Transformação Nacional, e todo seu conjunto de reformas que produzirá um novo salto de desenvolvimento para o Brasil.

Uma peça importante do plano é o programa Brasil Sem Burocracia. Nenhum país do mundo ascendeu ao desenvolvimento sem romper as amarras da burocracia. Para avançarmos, é necessário tornar o Estado brasileiro, não um estado mínimo, mas um Estado eficiente, transparente e moderno.

Outro programa decisivo é o Banda Larga para Todos, com o qual vamos promover a universalização do acesso de todos os brasileiros a um serviço de internet barato, rápido e seguro. O programa pressupõe tanto a expansão da infra-estrutura de fibras óticas e equipamentos de última geração, como o uso da Internet como ferramenta de educação, lazer e instrumento de participação popular, em especial nas decisões do governo. A reforma urbana que imaginamos engloba não apenas a rediscussão do uso do espaço urbano - e a melhoria da oferta da casa própria e do saneamento básico - mas também transformações decisivas na mobilidade, no transporte público e na segurança. Já a reforma dos serviços públicos dará uma atenção especial à melhoria da qualidade da saúde. Fizemos o Samu, as Upas, os medicamentos gratuitos do Aqui Tem Farmácia Popular, a Rede Cegonha e o Mais Médicos, um programa estratégico que fortalece o SUS e, portanto, a atenção básica de saúde . Temos nos esforçado muito, mas os serviços de saúde precisam sofrer, ainda, uma transformação mais profunda para ficar a altura das necessidades dos brasileiros.

Companheiras e companheiros,

Um Plano de Transformação Nacional desta envergadura, só pode se concretizar com uma ampla reforma, capaz de redefinir os papéis dos entes federados. Não é por acaso que alguns dos serviços públicos que apresentam mais deficiência são os que têm interface entre os governos federal, estaduais e municipais. É preciso reestudar e redefinir novos papéis e novas funções para os entes federados, porque a complexidade crescente dos nossos problemas exige esta mudança. É importante que a redefinição do pacto federativo integre o âmbito da grande reforma política que o Brasil necessita. Esta reforma é fundamental para melhorar a qualidade da política e da gestão pública.

A transformação social produzida por nossos governos criou as bases para a promoção de uma grande transformação democrática e política no Brasil. Nossa missão, agora, é dar vida a esta transformação democrática e política, sem interromper, jamais, a marcha da grande transformação social em curso. Não vejo outro caminho para concretizar a reforma política do que a participação popular, mobilizando todos os setores da sociedade por meio de um Plebiscito.

Companheiros e companheiras,

Nosso Plano de Transformação Nacional será a ampliação do grande conjunto de mudanças que estamos realizando, junto com o povo brasileiro. Significa mais oportunidades para os brasileiros no nosso território e mais oportunidades para o Brasil no mundo. Oportunidade tem sido nossa palavra-chave. Antes do PT e dos partidos aliados chegarem ao poder, as oportunidades para um brasileiro subir e crescer na vida eram poucas, quase nulas. Hoje são muitas!

Vamos continuar transformando o Brasil em um país de oportunidades para todos, em especial para os grupos majoritários historicamente marginalizados: as mulheres, os negros e os jovens. Como mulher - e primeira presidenta - sei que a igualdade de oportunidades para homens e mulheres é um princípio essencial da democracia e um poderoso estímulo ao progresso de uma nação. Sei, que nesta tarefa de continuar mudando o Brasil, conto com o apoio insuperável desta combativa militância do PT, e de todos os nossos partidos aliados. É uma sorte e um privilégio contar com vocês!

É uma sorte e um privilégio ter um vice da estatura de Michel Temer - um estadista e um companheiro de todas as horas. Sou, hoje, uma governante ainda mais madura e disposta a enfrentar desafios. Pronta para ouvir e propor novas idéias.

Tive o desafio de suceder uma lenda viva. Um gigante que em muitas áreas fez mais, em 8 anos, do que outros governos em 80. Eu preciso de mais quatro anos para poder completar uma obra à altura dos sonhos e desafios do Brasil. Para fazer isso, preciso do apoio dos brasileiros e, especialmente, desta grande militância. Precisamos ir às ruas explicar o que fizemos e o que podemos fazer. Precisamos ter uma conversa toda especial com os mais jovens, pois eles não puderam testemunhar todo processo de transformação que o Brasil passou nos últimos onze anos. A campanha é para isso: para lembrar o passado e, antes de tudo, explicar o futuro.

Mas a nossa campanha tem que ser uma festa de paz. Eu nunca fiz política com ódio. Mesmo quando tentaram me destruir física e emocionalmente, por meio de violências físicas indizíveis, eu continuei amando o meu país e nunca guardei ódio dos meus algozes. Por isso vencemos a luta pela democracia.

Eu sou como o povo brasileiro. Não tenho rancor, mas não abaixo a cabeça. Não insulto, mas não me dobro. Não agrido, mas não fico de joelhos para ninguém. Não perco meu tempo odiando meus adversários porque tenho um

país para governar, um povo para representar, um modelo de emancipação popular para executar e proteger dos que tentam bloqueá-lo.

A nossa campanha precisa ser, antes de tudo, uma festa de alto astral. Abaixo a mediocridade! Abaixo o pessimismo e o baixo astral! As grandes vitórias brasileiras são construídas com o fermento da alegria e do otimismo. Vejam como a Copa está dando uma goleada descomunal nos pessimistas.

Sonhemos, companheiras e companheiros!

Sonhemos sonhos heróicos e sem limites. Antes de tudo, amemos o Brasil e nossos compatriotas, com toda a força do coração. Não deixemos o ódio prosperar em nossas almas. Recolhamos as pedras que atiram contra nós e as transformemos em tijolos para fazer mais casas do Minha Casa, Minha Vida. Recolhamos os panfletos apócrifos, com falsas denúncias, e os transformemos em cartilhas e material pedagógico para assegurar educação de qualidade para nosso povo. Recolhamos os impropérios e as grosserias e os transformemos em versos de canções de esperança no futuro do Brasil.

Com a força do povo, venceremos de novo. Viva o Brasil! Viva o Povo Brasileiro.

Anexo 4

Boa noite. Eu queria cumprimentar a todos aqui, agradecer a cada um de vocês e a cada uma de vocês. Começo saudando o presidente Lula. Dirijo meu agradecimento, a minha saudação ao vice-presidente Michel Temer. Queria cumprimentar também a vice-primeira dama, a nossa querida Marcela, cumprimentar os presidentes dos partidos da minha coligação, Rui Falcão, presidente do PT; Carlos Lupi, presidente do PDT; José Renato Rabelo, presidente do PCdoB; Ciro Nogueira, presidente do PP; Vitor Paulo, presidente, aliás, do PRB; Antonio Carlos Rodrigues, presidente do PR; Gilberto Kassab, presidente do PSD; Eurípedes Jr, presidente do PROS; cumprimento aqui os ministros de estado, governadores, deputados, senadores, deputados que me honram com sua presença.

Senhoras e senhores, jornalistas, fotógrafos e cinegrafistas. Senhoras e senhores, meus amigos e minhas amigas. Chegamos, chegamos, um pouquinho de silêncio, porque minha voz se foi. Então, estou aqui usando um restinho de voz, peço que vocês me deem uma força pra vocês. Meus queridos, minhas amigas e meus amigos. Meus amigos e minhas amigas.

Chegamos ao final de uma disputa eleitoral que mobilizou intensamente todas as forças do nosso país, da Nação. Como vencedora dessas eleições históricas tenho simultaneamente palavras de agradecimento e de conclamação. Agradeço ao meu companheiro de chapa, ao meu parceiro de todas as horas, meu vice Michel Temer. Agradeço aos partidos políticos e sua militância que sustentaram a nossa aliança e foram decisivos para nossa vitória.

Agradeço a cada um e a cada uma dos integrantes dessa militância combativa, que foi a alma, a que foi a força dessa vitória e agradeço sem exceção a todos os brasileiros e brasileiras. Eu faço um agradecimento do fundo do meu coração a um militante, ao militante número um das causas do povo e do Brasil, o presidente Lula.

Não acredito, sinceramente, que essas eleições tenham dividido o país ao meio. Entendo, sim, que elas mobilizaram ideias e emoções às vezes contraditórias, mas unidas por sentimentos comuns: a busca por um futuro melhor para o país.

Em lugar de ampliar divergências, de criar um fosso, tenho forte esperança que a energia mobilizadora tenha preparado um bom terreno para a construção e pontes. O calor liberar no fragor da disputa pode e deve agora ser transformado em energia construtiva de um novo momento no Brasil.

Com a força desse sentimento mobilizador, é possível encontrar pontos em comum e construir com eles uma primeira base de entendimento para fazermos o país avançar. Algumas vezes na história, os resultados apertados produziram mudanças mais fortes e rápidas do que as vitórias amplas. É essa a minha esperança. Ou melhor, a minha certeza do que vai ocorrer a partir de agora no Brasil.

Minhas primeiras palavras são de chamamento da base e da união. Nas democracias maduras, união não significa ação monolítica. Pressupõe abertura e disposição para o diálogo. Essa presidente está disposta ao diálogo, e esse é meu primeiro compromisso no segundo mandato: o diálogo.

Toda eleição tem que ser vista como forma pacífica e segura. Toda eleição é uma forma de mudança. Principalmente para nós que vivemos em uma das maiores democracias do mundo.

Quando uma reeleição se consuma, ela tem que ser entendida como um voto de esperança dada pelo povo na melhoria do governo.

Voto de esperança é o que é uma reeleição. Muito especialmente na melhoria dos atos do que até então vinham governando. Sei que é isso o que o povo diz

quando reelege um governante. Quero ser uma presidenta muito melhor do que fui até agora.

Quero ser uma pessoa muito melhor. Esse sentimento de superação não deve apenas impulsionar o governo e a minha pessoa, mas toda a nação.

Algumas palavras e temas dominaram essa campanha. A palavra mais repetida, mais dita, mais falada, mais dominante foi mudança. O tema mais amplamente evocado foi reforma.

Sei que estou sendo reconduzida à Presidência para fazer as grandes mudanças que a sociedade existe.

Aquilo que meu esforço e meu papel alcança pode ter certeza que estou pronta a responder essa convocação. Direi sim a esse sentimento que vem do mais profundo da alma brasileira. Sei das forças e das limitações que tem qualquer presidente. Sei também do poder que cada presidente tem de liderar as grandes causas populares, e eu o farei.

A minha disposição mais profunda é liderar da forma mais pacífica e democrática este momento transformador. Estou disposta a abrir grande espaço de diálogo com todos os setores da sociedade para encontrar as soluções mais rápidas para os nossos problemas.

Meus amigos e minhas amigas, entre as reformas, a primeira e mais importante deve ser a reforma política.

Meu compromisso, como ficou claro durante toda a campanha, é deflagrar essa reforma. Que deve ser realizada por meio de uma consulta popular. Como instrumento dessa consulta, o plebiscito, nós vamos encontrar a força e a legitimidade exigida neste momento de transformação para levarmos à frente a reforma política.

Quero discutir profundamente esse tema com todo o Congresso e toda a sociedade brasileira. Tenho a convicção de que haverá interesses dos setores do Congresso, da sociedade para abrir uma discussão e encaminhar medidas concretas. Quero discutir com todos os movimentos sociais e da sociedade civil.

Conduzir a reforma política não significa que eu não saiba da importância das demais reformas, que também temos a obrigação de promover.

Terei um compromisso rigoroso com o combate à corrupção e com a proposição de mudanças na legislação atual para acabar com a impunidade, que é protetora da corrupção. Ao longo da campanha, anunciei medidas que

serão importantes para a sociedade e para o país enfrentarem a corrupção e acabar com a impunidade.

Promoverei ações locais, em especial na economia, para retomar o nosso ritmo de crescimento e para continuar com a garantia de níveis altos de emprego e assegurar os salários. Vamos dar mais impulsos à atividade econômica, em especial o setor industrial.

Quero a parceria de todos os segmentos, os setores, as áreas produtivas e financeiros nessa tarefa, que é responsabilidade de cada um de nós. Seguirei combatendo com rigor a inflação e avançando no terreno da responsabilidade fiscal. Vou estimular o mais rápido possível o diálogo e a parceria com todas as forças produtivas do país. Antes mesmo do início do meu próximo governo, prosseguirei nessa tarefa.

É hora de cada um de nós acreditar no Brasil. Ampliar nosso sentimento de fé em quem nós temos o privilégio de fazer uma sociedade mais próspera e mais justa.

O Brasil, esse nosso querido país, saiu maior nesta disputa. Eu sei da responsabilidade que pesa sobre meus ombros. Vamos continuar a construir um país mais moderno, mais produtivo, um país da solidariedade e das oportunidades.

O Brasil que valoriza o trabalho e a energia empreendedora. O Brasil que cuida das pessoas com olhar especial para as mulheres, os negros e os jovens.

O Brasil que cada vez é mais voltado para a educação, para a cultura, para a ciência e para a inovação. Vamos nos dar as mãos e avançar nesta caminhada que vai nos ajudar a construir o presente e o futuro.

O carinho, o afeto, o amor e o apoio que recebi nesta campanha me dão energia para seguir em frente com muito mais dedicação.

Hoje estou muito mais forte, mais serena e mais madura para a tarefa que vocês me delegaram.

Brasil, mais uma vez, esta filha tua não fugirá da luta. Viva o Brasil. Viva o povo brasileiro.