

LA CERCANÍA AL VOTANTE COMO ESTRATEGIA ARGUMENTATIVA.

ANÁLISIS DE CASO

Jaime Fernando Velázquez Payán¹
Tecnológico de Monterrey, Campus Hidalgo.

INTRODUCCIÓN:

Actualmente México y la mayoría de las naciones enfrentan un descontento político en todos los sectores, la sociedad se encuentra cansada de los malos gobiernos y de las inadecuadas acciones que han llevado a cabo. La mayoría de los políticos terminan su periodo de gobierno y rara vez son percibidos de manera positiva ante la sociedad.

Sin embargo, existen algunos políticos que a pesar del descontento de la población con la política en general, siguen manteniéndose en el agrado de las personas y a través de los años continúan ganando puestos de elección. Tal es el caso de José Manuel Valenzuela López, quien durante tres periodos distintos ha sido presidente municipal y en dos periodos diputado local, postulado por partidos políticos diferentes en cada periodo, logrando ser presidente municipal y diputado local representando a partidos de ideología de izquierda, centro y derecha.

El discurso es un arma fundamental para los políticos y la mayoría de las veces el éxito obtenido en las urnas se debe a los discursos y acciones que llevan a cabo para conseguir el mayor número de votos. Dicho lo anterior es de gran valor detectar las características que posee el caso de estudio para determinar cuáles han sido las acciones y estrategias que lo han llevado a obtener y mantener el éxito logrado.

¹ Profesor del Tecnológico de Monterrey, campus Hidalgo. Maestro en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla. Correo electrónico jaimefernando@tec.mx

Objetivos:

El objetivo general del trabajo es identificar las estrategias argumentativas, herramientas y tácticas que utiliza José Manuel Valenzuela López para obtener la aceptación que ha logrado y mantenido a través de los años.

Metodología:

La metodología que se seguirá para la elaboración de la investigación consistirá en el análisis de los discursos de estudio: José Manuel Valenzuela López, basados en la Teoría de la Argumentación (Anscombe– Ducrot, 1983, Fuentes- Alcaide 2002).

Corpus:

Para el desarrollo de la presente investigación se tomaron como referencia siete discursos de José Manuel Valenzuela López. El primero es un fragmento del discurso que llevó a cabo tres meses antes del fin de la administración de su gobierno del periodo 2010-2013. De esta manera se pretende tener una referencia y realizar una comparación entre su discurso de hace años y su discurso actual, del resto de sus discursos de años anteriores no se encontró registro.

El segundo discurso analizado es un fragmento de su participación en el debate electoral que se llevó a cabo en el mes de mayo de 2016, previo a las elecciones del día cinco de junio de 2016.

El tercer discurso analizado se denomina “cierre de campaña”, un fragmento de su participación en el acto final de su campaña electoral del año 2016. El cuarto discurso del año 2016, “Gracias”, un mensaje que transmitió a través de sus redes sociales minutos después de que se dio a conocer el resultado de las elecciones del 2016.

El quinto discurso, un mensaje de “agradecimiento” a toda la población por haberle dado de nuevo la victoria en las urnas. Este mensaje fue transmitido a través de las redes sociales de José Manuel Valenzuela López, el día siguiente de haber ganado sus terceras elecciones.

El sexto discurso analizado es una entrevista que otorgó para un portal de internet de la región del Évora dos meses después de haber ganado sus terceras elecciones, en donde

detalla cada uno de sus procesos electorales en los que ha participado y habla sobre su forma de hacer política.

Finalizaré con el séptimo discurso analizado, discurso como presidente municipal para el periodo 2017-2018, en donde expone su plan de gobierno.

A nadie se le escapa (¿o sí?) que en política es determinante el discurso (Van Dijk, 2009). Es una actividad totalmente orientada a la persuasión del votante, en cuyas manos está la decisión de darles el poder a unos grupos frente a otros. (Fuentes Rodríguez, 2016: 112)

Debido a que la finalidad principal del presente proyecto de investigación es detectar las estrategias y herramientas que utiliza José Manuel Valenzuela López en su discurso, es indispensable entender a que nos referimos cuando hablamos del discurso político electoral, para posteriormente centrarnos en la argumentación política.

“El discurso contribuye a la reproducción del poder, y sobre todo del abuso del poder, de la dominación. La gente que tiene el poder, desde el presidente, el primer ministro, hasta el profesor, el médico, son personas que hablan, que escriben, que controlan el discurso público. El discurso y la comunicación se convierten entonces en los recursos principales de los grupos dominantes” (Van Dijk, 1994: 9)

El discurso político electoral:

Calsamiglia & Tusón (2012) señalan que en nuestra vida cotidiana, en el día a día de nuestras acciones nos comunicamos y expresamos a través de las palabras o escritura, por lo tanto, definen al *discurso* como una práctica social.

“Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el contexto (lingüístico, local, cognitivo y sociocultural)”. (Calsamiglia & Tusón, 2012: 1)

Para tener un entendimiento más claro y preciso partiré con algunas definiciones teóricas referentes al *discurso*. Fuentes Rodríguez (2016) señala que en el estudio del discurso político el género o tipo discursivo es un aspecto fundamental, ya que el tipo del producto elegido está en relación con el objetivo que se pretende, pero también y fundamentalmente, determinado por la situación.

La presente investigación se enfoca principalmente en el enfoque discursivo, debido a que la finalidad primordial es analizar y detectar qué estrategias utiliza José Manuel Valenzuela López, así como determinar cuáles son los mecanismos en los que se apoya:

Un enfoque discursivo tiene en cuenta la adecuación entre los elementos utilizados y el fin perseguido. Generalmente se centra en la retórica. Analiza las estrategias, el uso de las falacias y otros medios para conseguir persuadir al receptor. También se incluyen aquí los trabajos que tienen en cuenta la interacción entre mecanismos lingüísticos y tipo discursivo. (Fuentes Rodríguez, 2016: 17 -18).

En el discurso político electoral la ideología e identidad juegan un papel fundamental. Van Dijk (2005) señala que una ideología es el fundamento de las representaciones sociales compartidas por un grupo social. Dependiendo de la perspectiva propia, del hecho pertenecer a un grupo o de la ética, estas ideas de grupo pueden ser valoradas “positiva”, “negativamente” o no ser valoradas en absoluto.

A través del análisis de los discursos se pueden determinar elementos para conocer y determinar el tipo de ideología de nuestros gobernantes. Tal y como lo menciona María Cristina Martínez, en las conferencias de Van Dijk, “discurso, poder y cognición social” (1994:3). “El análisis crítico del discurso se nos presenta entonces como un instrumento indispensable para lograr entender mejor los mecanismos complejos a través de los cuales se transmite y reproduce la ideología de quienes tienen el poder”.

A partir de la ideología que se manifieste se construye el discurso con la única finalidad de persuadir, convencer y atraer el mayor número de seguidores, en el caso específico del discurso político electoral se resume en la suma y captación de votos. Tal como lo menciona Fuentes Rodríguez (2016:19), “Fines, roles, objetivos, ideologías trabajan en estrecha interacción con la situación y con la propia construcción discursiva para conseguir el fin del político: llegar al ciudadano y conseguir su voto. Es el paso hacia el poder.

Para Charaudeau (2009: 293) “El discurso político tiene como meta incitar a pensar y actuar más que la intención de demostrar. No se trata de establecer una verdad por la razón, independientemente de las opiniones, sino intentar transformar (o fortalecer) opiniones marcadas de emoción”. En política un factor clave es la construcción de la identidad de cada político. La Real Academia Española define el término “identidad”, como el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. De esta manera lograré identificar los rasgos que caracterizan a José Manuel Valenzuela López.

“Existen tres tipos de significados estilísticos: uno sirve para auto presentación del hablante, otro sirve para expresar la actitud que se adopta hacia una situación. Por ejemplo, mediante el grado de formalidad o institucionalización de las actividades discursivas” (Van Dijk, 2000: 210).

La identidad se presenta como algo permanente, ligado al rol, y caracterizado tanto por aspectos personales como situacionales o externos. La imagen social o *face* (Goffman, 1959; Brown y Levinson, 1987; Bravo, 1999; Arundale, 2006), por su parte se centra en los rasgos que el hablante diseña en la interacción y que se refieren a su comportamiento en ella. (Fuentes Rodríguez, 2016: 23)

José Manuel Valenzuela López se desenvuelve y lleva a cabo acciones que lo identifican y lo hacen ver de una manera “diferente”, tal y como él se mira a sí mismo, a través de la imagen social que proyecta. En este sentido Valenzuela López recurre a un discurso populista, tal como lo establece Charaudeau (2009:268) “cualquier hombre o mujer como sujeto político debe presentarse como diferente de los demás o de sus predecesores, debe mostrar energía, fuerza de convicción y de sinceridad”. En referencia a lo anterior, Fuentes Rodríguez (2013: 13) menciona: “la imagen social alberga en el modo en el que el individuo se percibe a sí mismo y quiere ser percibido por los demás, la representación que el hablante crea de sí mismo durante la interacción”.

Charaudeau (2009:284-285) especifica que en el discurso político existen características generales como la simplificación que condiciona todas las otras; hay otras que tienen que ver con los modos de razonamiento, otras más se relacionan con la elección de los valores y finalmente, otras con la elección de los argumentos. Además de dichas características mencionadas hace referencia a la coexistencia de dos tipos de razonamiento causal. Uno, ético, que plantea como principio de acción lo que es la finalidad. En el otro tipo de

razonamiento, el pragmático, se plantea una premisa que implica una consecuencia más o menos inevitable o prevé una meta.

De acuerdo con las características expuestas por Charaudeau se encontró que Valenzuela López recurre a un discurso político de razonamiento ético debido a que la finalidad principal que manifiesta es lograr conectar y crear cercanía con el votante y en consecuencia obtener votos, en lugar de persuadirlo con la única finalidad de obtener votos. “El discurso político con un razonamiento ético busca situar al individuo ante una elección moral (en nombre de la cual hay que actuar), mientras que el razonamiento pragmático busca situarlo ante una responsabilidad (qué medios utilizar para lograr sus fines)”. (Charaudeau, 2009: 286).

Cada discurso tiene una finalidad distinta. Charaudeau (2001, 2005, 2009) afirma que diferentes roles, diferentes identidades, diferentes comportamientos y diferentes fines llevan a diferentes discursos.

La argumentación política:

Cuando hablamos de *argumentación* nos estamos refiriendo a un macro acto del habla que forma parte de nuestro devenir cotidiano. Cualquiera de nuestros discursos, sea cual sea la clase tipológica a la que se adscriban, responde a un propósito, una intención, una finalidad. (Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara, 2007: 9).

La argumentación y el discurso van de la mano, para que un discurso pueda efectuarse adecuadamente es indispensable la argumentación correspondiente. Tal y como lo mencionamos anteriormente, Calsamiglia & Tusón (2012) señalan al discurso como una práctica social y Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara (2007) hacen referencia a la argumentación como un proceso de naturaleza relacional, por el cual se encadenan unos argumentos a una conclusión, consideran que el objetivo de la argumentación es guiar al receptor a crear una conclusión determinada. Señalan que la finalidad de la argumentación consiste en convencer y persuadir.

En relación con el discurso político como un texto argumentativo, Fuentes Rodríguez (2016:18) expone “El político es un texto argumentativo, la contextualización y el objetivo que busca el hablante explican el tipo de selecciones lingüísticas que hace este”.

- cómo organiza su discurso

- cómo muestra su subjetividad, cómo se dirige al interlocutor
- cómo estructura la información y dispone todo el material lingüístico con un fin persuasivo

El discurso político es argumentativo *per se*. Es un discurso polarizado, que se mueve en un contexto de confrontación. Los roles de sus participantes están predefinidos. En ellos hay que diferenciar la identidad individual del político y la grupal (el partido) y si gobierna, su rol como miembro del poder ejecutivo. (Fuentes Rodríguez, 2016: 42)

Valenzuela López a través de los años ha mantenido su identidad personal, un ejemplo claro es que a pesar de que en sus tres periodos como alcalde ha sido postulado por diferentes partidos políticos, partidos de ideologías distintas: izquierda, centro y derecha, ha mantenido exactamente su mismo discurso y ha realizado las mismas actividades sin importar la ideología del partido, simplemente siguiendo su propia identidad.

El discurso político de Valenzuela López refleja la identidad que él se ha creado (un hombre humilde y cercano a la gente), caracterizándolo como una de sus principales estrategias y fortalezas para marcar la diferencia entre sus adversarios. En este sentido nuevamente señalamos que Valenzuela López recurre al discurso populista, como lo menciona Charaudeau (2009: 263) “el sujeto político debe desplegar estrategias discursivas diversas: estrategias de construcción de imágenes de sí mismo, de manera que se haga, por una parte, creíble a los ojos de la instancia ciudadana (*ethos* de credibilidad), y por otra, atractivo (*ethos* de identificación)²”.

El discurso de la política necesita, para hacerse inteligible y abrirse paso en la conciencia de la opinión pública una referencia clara, que permita a los distintos partidos definirse en relación con ella (Morato, 1989: 125). En política y específicamente en el discurso político la argumentación se convierte en el motor clave para lograr convencer a los votantes a través de los argumentos que se plantean.

El político que quiere convencer, o persuadir, a su auditorio, adopta una argumentación que consiste en atraer la atención sobre determinados elementos relacionados con una cuestión socialmente controvertida, que asocia mediante razonamientos. Pero esos razonamientos no se caracterizan precisamente por una fidelidad a la lógica, sino que son, técnicamente,

² Estos dos tipos de *ethos* del político se encuentran descritos en Le discours politique. Les masques du pouvoir, op. Cit.

razonamientos incorrectos, aunque parezcan impecables al auditorio, y aunque no defrauden la eficacia que su emisor espera de ellos. (Morato, 1989: 166).

La argumentación juega un papel fundamental en el ámbito de la política electoral, a través de los discursos políticos o en los argumentos empleados en la vida diaria se puede llegar a convencer y persuadir a la población. De esta manera es posible obtener un mayor número de simpatizantes y votos en los procesos electorales que se presenten.

S. Gutiérrez Ordoñez (1996) resume las características de la argumentación:

- a) El papel de la argumentación es ofrecer las razones que conducen a una conclusión determinada. Estas razones son los argumentos.
- b) La argumentación es de naturaleza relacional: una relación entre argumentos y una conclusión.
- c) La argumentación es indisociable a la polémica: se hace necesaria a causa de un desacuerdo (real, probable o posible).
- d) La argumentación posee una finalidad perlocutiva.
- e) La argumentación no es forzosamente dialógica (existen autor refutaciones).
- f) Los límites del argumento no coinciden necesariamente con los del enunciado.

Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2007:25) exponen los elementos básicos que componen una argumentación.

-las razones que justifican una opinión: argumentos.

-la conclusión que puede derivarse de ellos.

-la regla que permite ponerlos en relación. Un conocimiento consabido por los participantes en la comunicación: topoi. El topoi o garante argumentativo es la conexión entre dos hechos o conceptos, que la comunidad ha socializado y que permite la relación entre argumentos para llegar a una conclusión.

-el origen de argumentos y conclusiones: fuente.

-el contexto en el que se produce dicha argumentación: marco argumentativo.

Dichos componentes son parte indispensable para lograr el correcto proceso de la argumentación.

ESTRATEGIAS ARGUMENTATIVAS:

En el discurso político hay que tener en cuenta muchos factores para poder entenderlo en su totalidad. Es un discurso persuasivo, en el que se intenta convencer y llevar al auditorio a actuar en una determinada dirección. En este sentido, es fundamental tener en cuenta todas las estrategias argumentativas utilizadas para ello. (Fuentes y Alcaide, 2002).

Concepto de estrategia:

Comenzaré explicando lo que es “*estrategia*”. Debido al ámbito en donde se utilice existen diferentes términos para definir “*estrategia*”. Por ejemplo; estrategia electoral, estrategia comercial, estrategia política, entre otras. Patrick Charaudeau & Dominique Maingueneau (2005) resumen en un sentido más general “*estrategia*”, como cualquier acción llevada en forma coordinada para alcanzar cierto fin. Sin embargo, nos basaremos principalmente al campo que nos ocupa “el discurso”; por tal motivo aterrizaremos en las estrategias en análisis del discurso.

La cercanía:

A continuación, hablaré de la *cercanía*, la que se considera la principal estrategia que utiliza José Manuel Valenzuela López. Entendiendo como *cercanía* la proximidad física en la que se desenvuelve Valenzuela López. En este caso haciendo referencia específicamente a las acciones que realiza para estar cerca de las personas, estrategia que utiliza como un vínculo para tener una relación directa con las personas pero que a la vez es característico del discurso populista. Según Charaudeau (2009:269) “El populista por su parte, pretende estar atento al pueblo y se declara cercano a él. La ruptura y la proximidad son temas característicos del discurso populista”. Valenzuela López cumple con lo señalado por Charaudeau, recurre al discurso populista en cada una de sus acciones que realiza con las personas con la única finalidad de crear *cercanía* con la población en general.

Dicho lo anterior describiré algunas de las acciones que lleva a cabo con las personas Valenzuela López con la finalidad de estar cerca de la gente.

- Asistir a cualquier festividad o actividad que se le invite

- Visitar los hogares, casa por casa

- Saludar de mano
- Aventarse al mar
- Atender en su oficina a cualquier persona que lo solicite
- Asistir a los funerales
- Regalar frutas y verduras por las calles de las diferentes poblaciones del municipio
- Regalar dulces a los niños
- Realizar peleas de box
- Protagonizar videos musicales
- Participar en los festejos religiosos

La proyección de la autoimagen:

Según Fuentes Rodríguez (2016: 22) “el político busca implicar al receptor. Intenta conocer sus intereses, apelar a su emoción y crear un nosotros con él: *captatio benevolentiae*, empatía, emoción y halago a su imagen”.

Valenzuela López rompe completamente con cualquier prototipo institucional estipulado, no sigue guiones ni formas de protocolos en sus intervenciones. Adicionalmente a sus discursos realiza ciertas actividades u ocurrencias fuera de lo normal. A través de los años se ha creado una imagen de un hombre sencillo y ante todo cercano a la gente, mantiene una coherencia entre el discurso que manifiesta y las acciones que lleva a cabo en su vida cotidiana. En cada oportunidad menciona que es un hombre humilde y generoso, siempre haciendo alusión que tiene un corazón tan grande que no le cabe en el pecho.

La autoimagen se refiere a la percepción que tiene sobre su persona Valenzuela López, es decir, cómo se ve a sí mismo. Hernández Flores (2006,2013) denomina actividades de autoimagen al comportamiento comunicativo realizado por un hablante que repercute favorablemente en su propia imagen. José Manuel Valenzuela López se proyecta como un hombre alegre, lleno de carisma y como una persona que rompe con el protocolo común de cualquier político. Desde la manera en la que viste, utilizando colores llamativos en su vestimenta con la finalidad de llamar la atención.

Se manifiesta como una persona totalmente abierta y cercana a la gente, se percibe como una persona tranquila y relajada. Con energía al momento de emitir sus discursos, utiliza un discurso diferente a lo convencional, emplea palabras sencillas y se refiere a los ciudadanos tratándolos como si fueran parte de su familia.

“El sujeto político debe desplegar estrategias discursivas diversas: estrategias de construcción de imágenes de sí mismo, de manera que se haga, por una parte, creíble a los ojos de la instancia ciudadana (ethos de credibilidad), y por otra, atractivo (ethos de identificación)³” (Charaudeau, 2009: 263)

Autoalabanza:

Es una de sus estrategias más claras. Podemos verlo en alguno de sus discursos:

“La gente ya conoce a Chenel, saben que soy un hombre humilde y generoso, de un corazón que no cabe en mi cuerpo, porque es más grande que yo. Soy un loco que toda la vida ha endulzado el momento, con sus paletas y ocurrencias, que contagian con su gracia y alegría”.

Valenzuela López recurre a la autoalabanza para mostrarse como un hombre humilde, con la finalidad de crear una conexión más cercana con la población, en sus discursos y acciones de su vida cotidiana expresa con admiración las bondades de su personalidad. Charaudeau (2009: 268) señala que cualquier hombre o mujer como sujeto político debe presentarse como diferente a los demás o de sus predecesores, debe mostrar energía, fuerza de convicción y de sinceridad. Pero también debe ser capaz de seducir a las multitudes, y esto solo es posible, a pesar de todos los asesores de marketing político, dejando que se exprese lo profundo de su personalidad, es algo irracional que se llama carisma.

³ Estos dos tipos de ethos del político se encuentran descritos en *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, op.cit.

MECANISMOS O TÁCTICAS ARGUMENTATIVAS:

Entendiendo el término “táctica” como un método para poder lograr un objetivo, analizaremos los principales métodos que utiliza José Manuel Valenzuela López para lograr la cercanía con las personas. Detallaré las tácticas y herramientas detectadas en el discurso de Valenzuela López.

La Intensificación:

Para Fuentes Rodríguez (2010: 38) “la intensificación actúa como un potenciador del valor del acto, ya sea de cortesía o de la descortesía (...) El efecto dependerá si la utilizamos para enfatizar actos que alaban la imagen del oyente o para enfatizar actos que denigran la imagen del oyente”. A través de esta estrategia argumentativa se pretende aumentar y fortalecer lo que se está diciendo.

Valenzuela López pone en práctica esta estrategia argumentativa para dar mayor énfasis a las expresiones en las que se refiere a su persona, al trato que le brinda a cada una de las personas que lo visitan y a la sociedad en general, intensifica las expresiones en las que hace mención de que es un hombre humilde y que siempre da la cara a la gente. Cuando enfoca el mensaje hacia las personas eleva su tono de voz y pronuncia con mayor fuerza las frases que tienen que ver con la cercanía entre él y su gente. A través del uso de intensificadores en sus discursos Valenzuela López logra dar más fuerza a sus expresiones, además de poner mayor énfasis elevando su tono de voz, lo hace a través de sus gestos y expresiones corporales.

En este sentido Valenzuela López utiliza intensificadores para alabar su propia imagen. Fuentes Rodríguez (2010) menciona ciertos medios de expresión a través de los cuales se manifiestan algunos intensificadores. Sin embargo, nos enfocaremos en los de maximización de la cantidad y cualidad y los de apoyo de la propia aserción, debido a que son los intensificadores detectados en los discursos analizados de Valenzuela López.

Valenzuela López ejerce mayor fuerza en la información que hace referencia a la relación que tiene con las personas, al trato que les da, cuando explica cómo ayuda a las personas, la manera que contribuye a las causas sociales, de beneficencia del municipio y del respaldo que la gente le brinda.

Hay elementos que suponen un grado más elevado en la escala, o una mayor fuerza, una enfatización sin más. (Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara, 2002: 60)

Según Fuentes Rodríguez (2010) Dentro de los intensificadores de maximización de la cantidad y cualidad se desprenden los cuantificadores que tienen la finalidad de exagerar. Valenzuela López utiliza expresiones como: “si se da la pelea pueblo querido de Angostura, de la región del Évora, de todo Sinaloa, va a *trastocar fronteras*, porque va a venir gente de todos lados, tanto medios de comunicación como ustedes, televisiones *nacionales e internacionales*”. Utiliza cuantificadores para exagerar al referirse a *trastocar fronteras* y al mencionar *nacionales e internacionales*.

Los intensificadores también se manifiestan a través de adverbios cuantificadores como; *muy, altamente, sumamente, extremadamente, de maravilla*, etc., Estos adverbios son los más utilizados por Valenzuela López en sus discursos que analizamos. Por ejemplo, expresa: “me siento *muy* agradecido”, “tengo un *gran* gozo”, nuevamente expresa “me siento *muy* emocionado”, “*muy* agradecido”, “la gratitud que les tengo es *inmensa*”. Utiliza los adjetivos “*muy, gran, inmensa*” para darle una mayor connotación a sus expresiones.

De igual forma, Fuentes Rodríguez (2010:41) menciona que existen otros recursos enunciativos que también utiliza el hablante para reforzar su aserción y dotarle de mayor fuerza o reafirmandola. Por ejemplo: “La verdad, yo soy un hombre muy humilde”, denota mayor seguridad a la aserción al expresar “*la verdad*”.

También utiliza recursos enunciativos para reforzar su aserción, ocurrencias con el verbo *decir* en primera persona. Por ejemplo: “A toda la gente de Angostura a la cual le tengo mucha gratitud, *le digo* que me siento *muy* agradecido”.

En los discursos analizados se detectó la intensificación argumentativa en expresiones como las siguientes: “No tengo una *gran* obra porque fue un año difícil, pero sí una obra humana *inmensa e incalculable* porque la forma de gobernar mía es única” “Durante mi campaña he sido respetuoso, no hablo mal de nadie”

En las expresiones anteriormente mencionadas se puede detectar el uso de los intensificadores que utiliza: *gran, inmensa, incalculable*. De igual forma menciona que durante su periodo no se realizó ninguna obra de *gran* trascendencia. Catalina Fuentes

Rodríguez (2016: 167) en su libro “*Estrategias argumentativas y discurso político*” menciona que la intensificación supone: un refuerzo de lo dicho, un refuerzo de la fuerza ilocutiva, una estrategia argumentativa que busca la imposición y dotar de fuerza sus argumentos.

La Repetición:

José Manuel Valenzuela recurre constantemente a utilizar la repetición como una estrategia comunicativa, el número de repeticiones que lleva a cabo en cada uno de sus discursos varía de acuerdo con la extensión del discurso que se plantea.

“El fenómeno retórico de la repetición consiste en el uso reiterado de una o varias palabras como estrategia comunicativa, teniendo lugar generalmente en oraciones consecutivas. Por medio de la repetición no solo se consigue enfatizar o dar prominencia a una palabra o idea, sino que además, este mecanismo actúa como elemento cohesivo del texto, estableciendo conexiones anafóricas con las oraciones precedentes o catafóricas con las oraciones subsiguientes, y por lo tanto, sirviendo de hilo conductor entre las oraciones en las que se produce la repetición”. (Benito & Íñigo Mora, 2012: 24).

Valenzuela López recurre a la intertextualidad a través de la repetición constante en cada uno de sus discursos con la finalidad de remarcar y destacar determinadas informaciones.

Lenguaje no verbal:

Desde el comienzo de cada intervención Valenzuela López hace uso de la comunicación no verbal. En sus discursos realiza movimientos de sus manos, su postura de brazos siempre abiertos, lo que lo hace ver como una persona abierta al público. Dependiendo del caso realiza algunos señalamientos de agradecimiento hacia el público, levantando los brazos y posteriormente tocándose su corazón. De esta manera logra conectar con su público. Expresa el agradecimiento que tiene hacia las personas y menciona que son parte de su corazón. De igual forma menciona el agradecimiento que tiene hacia un ser divino (Dios). Al momento de referirse a Dios enfoca su mirada hacia el cielo por algunos instantes.

Acompaña su discurso con gestos y movimientos de cabeza en cada una de sus frases, su mirada siempre está dirigida hacia el público, la mayor parte de sus intervenciones incluyen risas, en ocasiones entre algunas de sus frases o al final de sus intervenciones. Con las risas logra percibirse como una persona alegre, con simpatía. De esta manera rompe con el formalismo, mostrándose de una forma natural, logrando coherencia con su discurso que plantea “ser un hombre sencillo y siempre original”.

La emoción:

La emoción es una de las herramientas más fuertes que utiliza a su favor Valenzuela López. Después de analizar cada uno de los discursos seleccionados y las acciones que lleva a cabo con las personas determinamos que, a través de sus discursos, pero también en las actividades que realiza en su vida cotidiana utiliza la emoción como una vía de cercanía con las personas.

Ya Charaudeau alude a los diversos enfoques sobre la emoción:

“El poder de influencia de las palabras no reside solo en la fuerza del proyecto de identidad social del que son portadoras sino en su repercusión en los sistemas de espera ciudadanos (efecto de espejo), los cuales son sensibles a los valores, al carisma de las personalidades políticas y a la *emoción* situacional”. (Charaudeau, 2009:261).

Valenzuela López incluye en sus discursos palabras y frases que hacen alusión a los sentimientos, los valores y el corazón. En la mayoría de sus discursos menciona a Dios, crea una cercanía con la sociedad en donde a través de sus palabras logra hacer sentir a las personas parte de su proyecto. Utiliza palabras como:

“caminaré de la mano con ustedes”

“soy un hombre humilde y generoso”

“tengo un corazón tan grande que no cabe en mi pecho”

“soy hombre de gracia y alegría”

“tocando los corazones de la gente”

Javier del Rey Morato menciona en su libro *La comunicación política*, lo siguiente:

“El líder tiene que seguir dando pruebas de las excelencias de su personalidad y de su liderazgo, y tiene que acompañarle la situación; si su carisma es imprescindible, o consigue hacer creer que lo es, podrá durar. En caso contrario, si la situación no le es especialmente favorable, y se presenta al protagonismo de otro tipo de liderazgo, producto de criterios de legitimidad distintos, su liderazgo será cuestionado”. (Morato, 1989: 91-92).

La personalidad de José Manuel Valenzuela López es una de sus principales fortalezas que le han permitido mantenerse en el agrado de las personas durante el paso de los años. Gracias a su carisma logra conectar y transmitir emoción en cada uno de sus discursos o actos que lleva a cabo.

“El líder no habla por hablar. Está buscando partidarios. Quiere que sus palabras entren bien en nuestro meollo, porque sabe que, si las repetimos, formamos ya parte de su equipo y colaboramos a su victoria. Por eso intenta poner en todo cuanto dice un poco de emoción, de sabiduría o de habilidad. Llega un momento entonces en que ya ni importa el sentido verdadero de los vocablos, sino su efecto acústico, su capacidad de producir impactos psicológicos sobre los oyentes, su energía para suscitar rayos polémicos y su sutileza para arbitrar disculpas”. (Mellizo, 1990: 140)

José Manuel Valenzuela López recurre a determinadas acciones vinculadas al populismo, tal como lo señala Patrick Charaudeau, en su artículo “*Reflexiones para el análisis del discurso populista*”. Este autor menciona que “en todos los casos de populismo se ve la presencia de un líder carismático fuerte, aunque este construya su liderazgo sobre imágenes diferentes según las culturas (estas imágenes no son las mismas en Europa, en América Latina o en África). Este líder no tiene un programa político propiamente dicho, sino promete romper con las prácticas del pasado, terminar con la corrupción y devolver su poder al pueblo”. (Charaudeau, 1995: 260).

Valenzuela López cumple con lo señalado por Charaudeau, es percibido como un hombre carismático, no sigue un plan político específico sino que va realizando las acciones que le gustan realizar, ha construido su imagen de líder de acuerdo a las características de la región donde se presenta, aunque estas acciones son diferentes entre las diferentes partes del mundo, también se diferencian de las diferentes regiones del país, incluso se diferencia al resto de los municipios del estado de Sinaloa.

“En análisis de discurso se plantea el problema de saber qué relaciones mantienen entre sí << emoción>> y << razón>. Desde este punto de vista, las posiciones adoptadas por los analistas del discurso consisten en describir y explicar el funcionamiento de los elementos emocionales en el discurso de mira persuasiva, sin pretender brindar criterios de evaluación”. (Charaudeau & Maingueneau, 2005:205)

Su discurso está centrado totalmente en que “el pueblo tiene el poder”, que él está en el poder gracias a que la gente le ha dado esa oportunidad, que él es solamente un portavoz y que las personas siempre seguirán teniendo tal poder.

“El hecho de que las emociones se inserten en un marco de racionalidad no es suficiente para explicar su especificidad. No solamente el sujeto debe percibir alguna cosa, no solamente esa cosa debe acompañarse de una información, es decir, de un saber, sino que además es necesario que el sujeto pueda evaluar ese saber, que pueda posicionarse en relación con este último para poder experimentar o expresar emoción”. (Charaudeau, 2011: 97-118).

Las Metáforas:

Dorde Cuardic García (2005) señala que los seres humanos utilizamos metáforas cotidianamente. Cumplen la función de permitir comprender las experiencias humanas. Términos procedentes de un ámbito conceptual, utilizados en la comprensión de una experiencia humana, se emplean en un discurso receptor que permite comprender otra experiencia humana; así, por ejemplo, términos procedentes del sistema conceptual bélico son utilizadas en la construcción del discurso político o deportivo.

En algunos de sus discursos Valenzuela López agrega ciertas metáforas como parte de sus expresiones, por ejemplo: “con todo el lodo que me tiran voy a construir un gran castillo” “Soy un guerrero, soy un gladiador”.

María Eugenia Flores Treviño (citado en Fuentes Rodríguez 2016:88) menciona que en la tradición mexicana es muy popular la utilización de metáforas y que su uso es muy favorecido entre la población de cualquier ámbito socioeconómico.

Al usar metáforas en sus expresiones Valenzuela López logra crear una conexión con sus oyentes y de esta manera las personas relacionan los acontecimientos con aspectos de su vida cotidiana, tradiciones, costumbres y con su cultura en general. Fuentes Rodríguez (2016:287) señala que la metonimia y la metáfora “contribuyen sobremanera a la expansión de los significados en cualquier lengua”. En este sentido García (2005) agrega que las metáforas contribuyen a estructurar cualquier tipo de discurso (científico, literario, conversacional...) y, en consecuencia, intervienen en la delimitación de su sentido. También constituyen un importante recurso persuasivo en los procesos de políticas públicas.

En relación con la función que tienen las metáforas dentro del discurso Cuvardic García (2005:2) hace referencia que las metáforas cumplen una función cognitiva. “Los seres humanos, para comprender las experiencias sociales, emplean este recurso lingüístico, Las metáforas funcionan, en estas circunstancias, como símbolos clave o símbolos de condensación”.

La cortesía:

Escandell (2013:142-145) expone que la cortesía puede entenderse de dos maneras diferentes. “Puede concebirse, en primer lugar, como un conjunto de normas sociales, establecidas por cada sociedad, que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros, prohibiendo algunas formas de conducta y favoreciendo otras: lo que se ajusta a las normas se considera cortés, y lo que no se ajusta es sancionado como descortés”. Adicionalmente señala que también “se puede entender la cortesía como un conjunto de estrategias conversacionales destinadas a evitar o mitigar conflictos”.

Por lo tanto, podemos entender la cortesía como una estrategia para generar cercanía, pero a su vez, un arma de defensa para evitar problemáticas. Leech (1983:83) señala que “hay una desafortunada asociación del término (cortesía) con formas de comportamiento humano superficialmente gentiles, pero en el fondo insinceras: y por ello es tentador el eliminar la cortesía (al menos en ciertos entornos) por considerarla como un factor superfluo y trivial, que no es más que un adorno del uso serio del lenguaje”.

Valenzuela López considera que la clave para conservarse dentro de la gracia de la gente consiste en dar siempre la cara, atender a la gente, dándole su lugar y atendiéndola con agrado.

“Yo siempre doy la cara a la gente, la atiende, siempre le guardo gratitud y en la forma de gobernar ahí está precisamente el que tú te sigas conservando dentro de la gracia de la gente, que le des su lugar, que la atiendas donde te aborden, que le des su tiempo, que seas atento con ellos, que le atiendas con agrado, con gusto, que la respetes, que le demuestres donde ellos te necesitan, que tú le tengas una respuesta, pero sobre todo que seas amable y atento con ella. Es lo que la gente quiere con un buen gobernante, que la escuchen y que la atiendan y que sobre todo que le des respuesta a sus demandas”.

“Podría hablarse en este caso de populismo compasivo, y lo que es cuando se trata de una simple estrategia que juega a escuchar la demanda social para conquistar o ejercer mejor el poder”. (Charaudeau, 2009: 274-275)

Brown y Levinson (1987) (citado en Escandell Vidal, M^a. V. (2013:154) Parten del supuesto de que toda sociedad tiene que controlar la agresividad de sus miembros, a la vez que intenta canalizar ese potencial de agresividad como instrumento de control interno y como fuerza de la que servirse en las relaciones competitivas con otros grupos sociales. La cortesía presupone, por tanto, la existencia de ese potencial agresivo y trata de contrarrestarlo para hacer posibles las buenas relaciones sociales.

“La cortesía es precisamente el principio regulador de la distancia social y su equilibrio: gracias a ella mantenemos o disminuimos la distancia social. Debe interpretarse y valorarse como el necesario punto de referencia que nos permite medir la adecuación entre el enunciado y el grado de distancia social que media entre los interlocutores. Este tipo de cortesía recibe el nombre de cortesía relativa, ya que depende decisivamente de las posiciones sociales de los interlocutores”. (Escandell, 2013:150).

Fuentes Rodríguez (2009,2013:9) expone que la cortesía se emplea con tres fines:

a) “Cohesivo: el hablante intenta mantener el contacto y la relación armónica, para que el interlocutor no rompa la interacción. Es la cortesía ritual, empleada en saludos, agradecimientos, despedidas...b) Argumentativo (cortesía estratégica): el hablante la utiliza para conseguir sus fines comunicativos. Alabar al otro lo predispone a su favor. c) Social: el hablante proyecta una imagen de sí mismo como persona colaborativa, amable... esto trasciende el propio intercambio comunicativo”.

Después de analizar los discursos seleccionados de José Manuel Valenzuela López podemos determinar que utiliza la *cortesía* en los tres puntos mencionados: cohesivo, argumentativo y social. No solamente en sus discursos sino en las acciones que lleva a cabo en su vida cotidiana. Anteriormente mencionamos algunas de las acciones que lleva a cabo para generar cercanía con las personas, en esas mismas acciones manifiesta la cortesía como una estrategia. Por lo tanto, podemos decir que utiliza la cortesía como una estrategia para lograr la cercanía.

De igual forma en el fin argumentativo no solo alabando a terceras personas sino también lo utiliza alabando las bondades de su personalidad. Por último, en el fin social con cada una de sus acciones, colaborando en causas del municipio o apoyando fines concretos de beneficencia pública.

A continuación, se muestran algunos ejemplos en donde expresa la importancia que le da al uso de la cortesía en sus discursos:

“Soy de los que piensa que actuando bien, haciendo bien las cosas, claro que sin de hacer un lado mis ocurrencias, mis “cheneladas”, porque son parte también de una costumbre y una tradición de hacer política, yo siempre doy la cara a la gente, la atiendo, siempre le guardo gratitud y en la forma de gobernar ahí está precisamente el que tú te sigas conservando dentro de la gracia de la gente, que le des su lugar, que la atiendas donde te aborden, que le des su tiempo, que seas atento con ella, que la atiendas donde te encuentres, que le atiendas con agrado, con gusto, que la respetes la gente, que le demuestres tú, donde ella te busca, donde ella te encuentra, donde ella te necesita, que tú le tengas una respuesta, pero sobre todo que seas amable y atento con ella”.

“la forma de gobernar mía es única, yo tengo las puertas abiertas y la gente que va a verme yo siempre la atiendo con agrado y la atiendo como se merece”

“tengo un gran gozo y doy gracias a Dios y a ustedes que nuevamente me dan el poder, y que lo voy a ejercer para todos por igual”

CONCLUSIÓN:

Gracias a la cercanía que tiene con las personas José Manuel Valenzuela López ha logrado obtener y mantener el éxito y aceptación que tiene con la población desde hace años. Para

lograr la cercanía desarrolla estrategias, mecanismos y tácticas que le permiten tener un vínculo directo con la población.

Valenzuela López utiliza cualquier medio que le permita acercarse y conectar con la gente, conoce completamente el contexto de la región en donde lleva a cabo sus acciones: sus costumbres, tradiciones, necesidades, aficiones, etc... De esta manera realiza diferentes acciones y ocurrencias entre los diferentes sectores de la población, sabe cómo llegar a cada sector y todos los actos concretos que realiza tienen un fin de acercarse al pueblo.

En relación a la autoimagen de Valenzuela López, se percibe como un hombre humilde, sencillo que siempre atiende y da la cara a la gente. En este sentido utiliza la autoalabanza en sus discursos para diferenciarse y mencionar todas sus bondades.

Referente a los mecanismos y tácticas detectadas en los discursos seleccionados de Valenzuela López destacamos: *la intensificación, la repetición, el lenguaje no verbal, la emoción, las metáforas y la cortesía.*

Intensifica sus argumentos cuando se refiere al trato que le brinda a cada una de las personas que lo visitan y a la sociedad en general. De igual forma lo hace en las expresiones en las que hace mención de que es un hombre humilde y siempre da la cara a la gente.

Sus discursos están llenos de repeticiones. La palabra *gente* es la más utilizada en su discurso. Se refiere a este término para mencionar a las personas, como una manera de poder llegar a más individuos de forma colectiva, en sus discursos destaca la palabra *gente* como sujeto de acción, lo anterior para mencionar las actividades que él realiza con las personas y viceversa.

De igual forma la palabra *Angostura* o *Angosturense* la mencionó en cinco de los siete discursos, las palabras: *gracias, hombre, presidente, pueblo y nuevamente* en dos de sus discursos.

Menciona ciertos términos en un mismo discurso y de igual forma repite expresiones en discursos distintos. Siempre destacando los aspectos:

- Que es un hombre humilde que siempre dará la cara a la gente

- Que la gente siempre tendrá puertas abiertas

A través de las metáforas utiliza términos asociados a las costumbres populares de la región, utilizando un lenguaje sencillo y fácil de comprender. De esta manera logra que las personas entiendan su mensaje y lo vinculen como un hombre cercano. La emoción y cortesía son transmitidas a través de sus discursos con palabras y acciones que aluden a los sentimientos y valores.

La congruencia que mantiene José Manuel Valenzuela López entre lo que dice y hace es la principal característica que lo mantiene en el agrado de la población. Su discurso está totalmente ligado a las acciones que lleva a cabo en su vida cotidiana.

Dicho lo anterior consideramos tres puntos clave para lograr la cercanía al votante como una estrategia argumentativa:

- Conocer el contexto
- Establecer las estrategias, mecanismos y tácticas en completa relación con el contexto
- Congruencia entre el discurso y las acciones que se realizaran

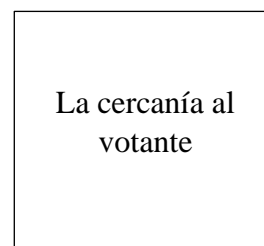
Es importante mencionar que las acciones, estrategias, mecanismos y tácticas que lleva a cabo José Manuel Valenzuela López son percibidas de manera normal y con gran aceptación en la región donde se desarrollan, pero pueden ser percibidas de diferente manera en otro lugar de acuerdo con la cultura en donde se presenten.

Estrategias:

- La cercanía
- La autoimagen/ Autoalabanza

Mecanismos / Tácticas:

- La intensificación
- La repetición
- El lenguaje no verbal
- La emoción
- Las metáforas
- La Cortesía



Referencias Bibliográficas:

- Anscombe, J.-. D. O., 1994. *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos.
- Arundale, R. B., 2006. "Face as relational and interactional: a communication framework for research on face, facework and politeness". *Journal of politeness Research*, 2(2), pp. 193-216.
- Benito, G. Á. & Í. M. I., 2012. Repetición y reiteración en las preguntas orales del parlamento Andaluz. *Discurso & Sociedad*, pp. 1-28.
- Brown, P. y. L. S., 1987. *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Calsamiglia, H. & T. A., 2012. *Las cosas del decir*. Barcelona: Planeta, S.A.
- Charaudeau, P. & Maingueneau. D., 2005. *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu/editores.
- Charaudeau, P., 1995b. Une analyse sémiolingüistique du discours. *Langages*, pp. 96-111.
- Charaudeau, P. (2001): *Analyse des discours. Types et genres*, Éd. Universitaires du Sud, Toulouse <http://www.patrick.charaudeau.com/Visees-discursives-genres.html>.
- Charaudeau, P. (2005): *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, París, Vuibert.
- Charaudeau, P. (2009): "Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière", en P. Charaudeau (dir.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, París, L'Harmattan. <http://www.patrick-charaudeau.com/Identite-sociale-et-identite.html>.
- Charaudeau, P. (2009): Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso y Sociedad*, 253-279.
- Charaudeau, P. (2009): "La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político", in Shiro M. & alii, *Haciendo discurso. Homenaje a Adriana Bolívar*, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2009., 2009, consulté le 26 octobre 2017 sur le site de Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/La-argumentacion-persuasiva-El.html>
- Charaudeau, P. (2011): Las emociones como efectos de discurso. *La experiencia emocional y sus razones*, 97-118.
- Cuenca, M. J. (1995): "Mecanismos lingüísticos y discursivos de la argumentación", *CL&E*, 26.
- Del Rey, M. J. (1989): *La Comunicación política*. Madrid, Eudema.
- Escandell Vidal, M^a. V. (2013): *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Planeta, S.A.

- Fuentes Rodríguez, C. (2009a): “La argumentación en la lengua y la cortesía verbal, ¿dos teorías distintas?”, en M. Casas y R. Márquez (eds.), *XIII Jornadas de Lingüística*, Cádiz, Publicaciones de la Universidad de Cádiz, 109-148.
- Fuentes Rodríguez, C. (2010): *La gramática de la cortesía en español /LE*. Madrid, Arco/Libros S.L.
- Fuentes Rodríguez, C. (2013). *Imagen social y medios de comunicación*. Madrid: Arco/Libros S. L.
- Fuentes Rodríguez, C. (2016). *Estrategias argumentativas y discurso político*. Madrid: Arco/ Libros-La Muralla, S.L.
- Fuentes Rodríguez, C., & Alcaide Lara, E. R. (2002). *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco / Libros, S.L.
- Fuentes Rodríguez, C., & Alcaide Lara, E. R. (2007). *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C., & Brenes Peña, E., (2013): *Comentarios de textos corteses y descorteses*. Madrid, Arco/Libros, S.L.
- García, D. C. (2005). “La metáfora en el discurso político”. *Reflexiones* 83 (2).
- Goffman, E. (1959): *The presentation of self in everyday life*, Nueva York, Doubleday.
- Gutiérrez Ordoñez, S. (1996): “Sobre la argumentación”, *Actas III Jornadas de metodología y Didáctica de la lengua y literatura españolas: Lingüística del texto y pragmática*. Cáceres, 91-119.
- Hernández Flores, N. (2006): “Cortesía y oscilación de la imagen social en un debate televisivo”, en J. Murillo Medrano (ed.), *Actas del II Coloquio Internacional del Programa Edice: Actos de habla y cortesía en distintas variedades del español: Perspectivas teóricas y metodológicas*, San José de Costa Rica, EDICE- Universidad de Costa Rica, págs.37-54.
- Hernández Flores, N. (2013): “Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa”, *Pragmática sociocultural*, 1 (2), 175-198.
- Leech, G. N. (1983): *Principles of Pragmatics*, Londres, Longman.
- Mellizo, F. (1990). “Del lenguaje y la política”, en P. García Domínguez y A. Gómez Font (comps.), “*El idioma Español en las agencias de prensa*”, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Van Dijk, T. A. (1994). “Discurso, poder y cognición social”, conferencias de Teun A. VanDijk, en <http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso,%20poder%20y%20cognici%F3n%20social.pdf>
- Van Dijk, T. A. (2000): *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona, Gedisa.

Van Dijk, T.A. (2005): “Política, ideología y discurso”, *Qúorum académico Vol. 2*. 10 de julio, pp.15-47.
Disponible en: <http://www.discursos.org/oldarticles/Politica%20ideologia.pdf> [Acceso el 27 de octubre de 2017].

Van Dijk, T.A. (2009): *Discurso y poder*. Barcelona, Gedisa