



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario
Argentina

Fausto Neto, Antonio
Lula, el presidente "lengua-floja"
La Trama de la Comunicación, vol. 16, 2012, pp. 119-138
Universidad Nacional de Rosario
Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927337008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Lula, el presidente “lengua-floja”¹

Por Antonio Fausto Neto

Profesor Titular del Programa de Posgrado en Comunicación de Unisinos, Brasil (afaustoneto@gmail.com)

SUMARIO:

Se estudian discursos del presidente Lula sobre la crisis económica de 2008, describiéndose estrategias discursivas a través de las cuales ciertas dimensiones del discurso económico son transformadas por operaciones enunciativas para explicar la crisis. El presidente utiliza, con ese fin, operadores del lenguaje coloquial (metáforas, figuras de lenguaje) y construcciones discursivas asociadas a su biografía y al “mundo de la vida” de interlocutores más próximos a su experiencia lingüística y cultural. Esta modalidad discursiva busca restaurar algo que los economistas y los mercados fallaron en instaurar o “erraron mucho” al intentar hacerlo: la noción de confianza.

DESCRIPTORES:

Lula, enunciación, lengua-floja, discurso político, sentidos

SUMMARY:

Speeches by President Lula about the economic crisis of 2008 are studied, describing the discursive strategies through which dimensions of economic discourse are transformed by enunciative operations to explain the crisis. The president makes use of operators of colloquial language (metaphors, figures of speech and discursive constructions associated with his biography) and with the “world of life” of partners close to his cultural and linguistic experience. This discursive mode aims to restore something that economists and the markets have failed or far missed: the notion of trust.

DESCRIPTIBERS:

Lula, enunciation, persiflage, political discourse, senses

1. UNA NOTA INTRODUCTORIA

Los discursos del ex presidente Lula vienen siendo objeto de recepción de algunos dispositivos, como las reflexiones académicas, y de lecturas mediáticas, especialmente las de carácter periodístico, que se constituyen, según prácticas distintas, en una especie de "observatorio" que se ocupa de monitorear de modo frecuente la construcción enunciativa de los mismos, que parece incomodar sus "prácticas hermenéuticas". A causa de estos discursos – cuyas modalidades de construcción pasan al margen de reglas y etiquetas de la "liturgia" presidencial, en función de operaciones enunciativas que irrumpen en el momento en que son pronunciados –, el expresidente fue acusado de "Presidente lengua-floja". A página entera, un periódico se ocupa de un discurso improvisado hecho por Lula, y en el cual comenta la crisis financiera, señalando que éste "(comparó) el colapso de los mercados a una 'diarrea'". Y continúa: "Minutos antes, había recurrido a un término grosero para justificar el optimismo que venía profesando ante el tormentoso escenario económico: 'Si uno de ustedes fuera médico y atendiera a un paciente, ¿qué le diría?: 'Mirá compañero, vos tenés un problema, pero la medicina avanzó, nosotros te vamos a dar tal medicina y vos te vas a recuperar'. (¿O acaso le diría): 'Mi caro, *sifú* (*jerga utilizada en Brasil para determinar que una situación terminó mal*)'".

Atento al desempeño discursivo presidencial, el periódico recuerda que "Lula incorporó en su discurso al principio de mes los términos '*sifú*' y '*diarrea*', haciendo que se prestara atención a los descuidos, intemperancias verbales, deslices con las palabras y otros derrapes lingüísticos propios de la retórica popular del expresidente". A la vez, y en el mismo reportaje, la opinión académica concuerda en que Lula, a pesar de "ser el mejor orador desde Janio Quadros (...), no puede hablar así en una ceremonia oficial. Si fuera en una charla de café, no habría problema", según concluye el científico político Marco Antonio Villa, de la

Universidad Federal de São Carlos (ZH, 18/12/2008). Del modo de hablar del expresidente, se destacan: su entonación; improvisaciones; juegos de palabras; recursos a ejemplos de la vida cotidiana para metaforizar algunos temas referidos a políticas y acciones gubernamentales y los modos de nombrar de sus opositores. Y, para el propósito de la reflexión que aquí se desarrolla, los operadores discursivos con los cuales Lula desarrolló una especie de analítica sobre la crisis económica de 2008, cuya responsabilidad para él, "tiene que ver con la gente de ojos azules", en una alusión a actores-gobernantes de países desarrollados y técnicos de instituciones financieras internacionales. A parte de esto, muchas otras modalidades del discurso presidencial fueron cuestionadas por el "observatorio mediático-académico", como la muletilla recurrentemente señalada: "Nunca en la historia de este país (...)", impugnada a través de la ironía o, incluso, para poner de relieve la "pobreza" de la competencia semántico-lingüística de su enunciador.

Los discursos presidenciales brasileños siempre estuvieron en el "diván" de los dispositivos periodísticos y académicos. Del último presidente del ciclo militar, general Figueiredo, por ejemplo, se ha señalado la utilización, por parte de él, de los servicios de portavoces para practicar la enunciación de "desmentidos a sus dichos". El presidente transfería a varios portavoces, además del oficial, la responsabilidad de producir afirmaciones que trataban desmentir declaraciones hechas anteriormente por él, o por otros portavoces. Generalmente, personas recibidas por él en audiencia que utilizaba para el ejercicio de esta actividad enunciativa ¿Cómo funcionaba esta estructura de enunciación? A través de un primer portavoz, el presidente decía "sí" sobre determinado tema. Pero esta versión era luego desmentida por un segundo portavoz, que decía "no", posteriormente corregido por un tercero que decía "sí", desdoblándose de esta manera la cadena en un ciclo alterno de "sí" y "no". Resultaba de esta

dinámica de operaciones, una “mecánica discursiva” dinamizada por un “habla intermediaria” (FLAHAULT, 1979), cuya actividad generaba una procrastinación interminable sobre la posibilidad de sustentación de una palabra (FAUSTO NETO, 1988). Si de esta manera el discurso de Figueiredo es recordado por sus desmentidos y, especialmente por la mediación de portavoces elegidos día a día por el general, el dispositivo discursivo lulista muestra, por el contrario, una expresiva autonomía de cara a la estructura de portavoces, especialmente en lo referido a los discursos por ellos preparados:

“No se asusten porque no hay ninguna razón para yo lea este discurso aquí. No voy a repetir, porque el mío no es tan didáctico. Yo quería discutir con ustedes otro asunto, aprovechando esta oportunidad” (04/12/2008).

Con los portavoces, especialmente los redactores de sus discursos, muchas veces peleaba sobre la dificultad de observancia de inevitables disciplinas y ritualísticas, solicitada por los asesores, tendientes al cumplimiento de determinado rendimiento discursivo. A través de la autonomía enunciativa, Lula presenta una capacidad peculiar para “pilotear” las situaciones que envolvían el proceso de enunciación de los discursos, dándoles una textura propia, manejando también la inserción de otros coenunciarios – más allá de la guía y de las instrucciones pasadas por asesores.

Los discursos – para no decir el propio presidente – tuvieron su desempeño evaluado de varias formas, especialmente por los discursos periodísticos. Nunca en la historia del trabajo discursivo de este país, acerca de actores del campo político, hubo un presidente, a ejemplo de Lula, cuyos enunciados hayan sido apropiados por estrategias discursivas tan diversas por parte de los medios. Lula fue un objeto dinamizado por varias operaciones de semantizaciones en los

diferentes ciclos de su vida sindical-política. Puntualmente, en el contexto de las elecciones y de sus dos mandatos presidenciales, hay una historia enunciativa construida en el ámbito de los medios periodísticos de la cual resulta un “objeto”, amado y/u odiado por los que hacen las tapas, editores, columnistas, dibujantes, humoristas, caricaturistas, presentadores de televisión. Hay un riquísimo y complejo material periodístico a partir del cual los estudios sobre las estrategias discursivas desarrolladas podrían plantear hipótesis muy pertinentes en torno a las relaciones entre los medios, el campo político y sus actores, como es el caso de Lula. Ciertamente, en dichos estudios podríamos ver más allá de las nociones cultivadas por el ideario periodístico, como, por ejemplo, lo referido a la “objetividad”. Sin embargo, en el presente artículo no estamos tratando de un análisis de este “corpus”, sino de la “pedagogía discursiva” de Lula. Si el presidente Figueiredo pronunciaba la “denegación” de su lugar por los repetidos desmentidos y si FHC pidió que sus “textos fueran olvidados”, Lula, a pesar de sus déficits (pueblerino de noreste de Brasil, no alfabetizado, con precarios dominios de la lengua gramaticalmente correcta, obrero migrante, izquierdista, con ciertos límites en su aparato vocal, etc.), insistió en una actividad de lenguaje inclinada a la sustentación de la palabra (BARTHES, 1988), directamente asociada a las referencias de un mercado discursivo amplio y contingente de “compañeros y compañeras”.

La informalidad conviviendo con la formalidad del ritual discursivo de la Presidencia. Algunas “estrategias de contacto” desarrolladas por Lula merecieron del presidente Obama comentarios de elogios y de cariños: “¡A mí me encanta ese tipo! Es el político más popular de la Tierra. (...) Y es porque es un buen tipo”. Siguiendo el ejemplo de otros presidentes, como José Sarney, que mantuvo el programa radiofónico “Conversaciones al Pie de la Radio” (PINTO, 1988), Lula también mediatizó su interacción con la sociedad, va-

liéndose asimismo de la radio y del periodismo impreso. Así, inauguró en 2003 el programa de radio "Café con el Presidente", que se hizo semanal en 2005. En 2009, produjo la columna "El Presidente Responde", que era distribuida a cerca de 140 periódicos catatrados. Inclusive sometido a las restricciones de las rutinas de comunicación inherentes al cargo, organizadas por su staff mediático y a los juicios de aquellos que ponían reparos a su "retórica", el presidente tenía un papel estratégico y decisivo en el proceso de producción de sus discursos. Estos podían ser compartidos con asesores, pero la versión final de sus dichos era por definida por él: el presidente define los asuntos y recibe luego ayuda de su staff, pero es él quien libera la redacción final. Casi siempre después de modificaciones propuestas por él, pide chequear informaciones directamente con los ministros del área. Los discursos de Lula traen resonancias de marcas de hablas coloquiales en antiguas asambleas y otras que mezclan argumentos, palabras de órdenes y consideraciones didácticas acerca de las situaciones sobre las cuales él habla. Construyó, en ese sentido, un protocolo sui generis de contactos con la sociedad, aspecto que sería responsable de los elevados índices de popularidad que mantuvo hasta los últimos días de su gobierno.

Aunque no estemos analizando los discursos periodísticos sobre Lula, de ellos nos valemos, conforme indica el título de este artículo. Por lo menos, por tres motivos: en primer lugar, porque los discursos presidenciales aquí analizados obedecen un complejo proceso de circulación, y la construcción discursiva periodística sobre ellos se constituye en uno de los eslabones de su proceso de mediatización; en segundo lugar, porque nos valemos de una operación enunciativa periodística – el título de una materia periodística sobre los discursos de los presidentes – para la construcción de este artículo; y en tercer lugar, porque las lógicas de los medios estuvieron siempre

presentes en la formulación de los discursos de Lula. Hay una especie de percepción fina del presidente sobre la mediatización y sobre sus procesos, algo que se manifiesta en los modos de acceder a los medios, en el sentido crítico sobre el trabajo de los "peritos mediáticos" y en el dominio de algún aspecto u otro de las rutinas y culturas periodísticas:

"Hoy fue anunciado el PBI, y yo le dije a mi Ministro de la Planificación: "Vos vas a dar una entrevista. Y vas a dar una entrevista comedida, porque, si das una entrevista muy eufórica, la gente va a querer que aprobemos lo que no se puede". Hay una cosa que sé que inquieta a algunas personas, que es el gasto público" (12/03/2008) .

También relata para terceros sus relaciones con los medios, narrando los ángulos del trabajo de cobertura periodística sobre la economía brasileña:

"Ustedes podrían hacer una prueba. Tomen a algunos articulistas económicos y vean lo que ellos dijeron, en estos últimos cinco años, sobre la economía brasileña. Van a constatar que erraron en todo. Porque a las personas les gusta errar, pero obviamente que quienes yerran no tienen suerte, no pueden tener suerte" (12/03/2008, pp.17-18) .

Sugiere que el pueblo inspeccione las políticas vía medios de comunicación, pues atribuye a los contactos con ellos la modalidad principal por la cual la sociedad toma conciencia de la crisis mundial:

"Estoy convencido de eso. Por lo tanto, todos nosotros tenemos que prepararnos para comprar todo lo que la gente sueña para Navidad e "hinchar" para que el nuevo año sea infinitamente mejor. De hecho, yo vi una declaración del presidente de una de esas federaciones del comercio diciendo que el optimis-

mo de él para Navidad es mucho mayor que el año pasado. Obviamente que el pueblo está viendo la televisión. Es preciso ver como esta crisis está siendo vista todo el santo día" (10/10/2008).

Hechas estas aclaraciones, nos fijaremos sobre un corpus más específico para estudiar aspectos relacionados con discursos proferidos por Lula entre 2008/2010, sobre la crisis de 2008. Partimos de la hipótesis según la cual - en esta crisis - solamente un determinado tipo de discurso político podría tematizar la cuestión de la confianza puesta en crisis, cuestionando duramente el discurso económico vigente, y que lo hace a través de una discursividad que, distante de la problemática abstracta e impersonal del mercado, reintroduce la dimensión de las personas y de sus realidades. En estas condiciones, es gracias al actor - especie de observador implicado en la vida cotidiana - que tal manifestación discursiva es posible. Y para que ella se produzca, es fundamental que se tome en cuenta la propia "historia de su enunciación".

En este sentido, antes de analizar los materiales propuestos (proferidos en diferentes ambientes para diversos públicos), hilvanaremos algunos comentarios sobre cómo la dimensión discursiva repercute sobre los estilos de los presidentes y viceversa.

2. LOS PRESIDENTES, ENTRE LOS DISCURSOS Y LOS ESTILOS

Los presidentes son recordados por los "archivos" no tanto como "personas" sino principalmente a partir de lo que se percibe de ellos, es decir, aspectos asociados a estilos, y hábitos relacionados con las funciones que ocupan. Retrocediendo en el tiempo, recordaremos que el presidente Janio Quadros se destacaba por sus excentricidades, principalmente los famosos "pasajes" escritos a los asesores, en los cuales, además de las 'órdenes de servicios', hacía reprimendas sobre el desempeño de sus funciones. El presidente Figueiredo, por su aversión a política, el

gusto por la equitación y la enunciación de los desmentidos. El presidente Collor, por las promesas desicivas y por las manifestaciones autorreferenciales de su propia imagen, impresas en camisetas. El presidente FHC fue considerado un hombre "culto" porque hablaba idiomas; el presidente Lula, recordado como alguien que venció, aunque no haya estudiado como los otros y, también, como una persona que no presentaba las mejores aptitudes para ejercer aquellas funciones. En este caso, sus déficits - los derivados de su instrucción escolar - siempre han sido recordados por y asociados a la cuestión discursiva. Se habla, por ejemplo, de su "intemperancia" retórica, así como de su "lengua-floja", aspectos que le habrían impedido observar las exigencias inherentes - incluso las lingüísticas - a la liturgia del cargo.

Curiosamente, las dificultades lingüísticas de "lengua-floja" del presidente parecen no haberse constituido nunca en un problema que requiriese la mediación de sus asesores. Algunos de sus discursos muestran detalles de los enfrentamientos con su 'staff' sobre las cuestiones a ser tematizadas por ellos, especialmente referidos al modo de decirlos. En este sentido, podemos analizar lo reflejado en el film "El discurso del rey" como contraste de lo que sucede con Lula. Hay en ambos casos una problemática de fondo que concierne a las relaciones del poder con el discurso, especialmente, a las condiciones impuestas por este último para que el poder - y sus agentes - (se) enuncien. El discurso es, quizás, el principal dispositivo con que el sujeto lidia para contraer vínculos con sus pares. En el film, la radio - dispositivo de que se valdría para hablar a sus súbditos - impone al rey otras condiciones de enunciación que lo llevan a buscar la mediación de un perito, para que éste restaure las posibilidades del poder expresarse, menguadas por restricciones impuestas al "aparato lingüístico" del monarca. Aquí, Lula "frustra" el apetito de los peritos asesores. A pesar de algunos déficits, habla aban-

donando la guía, y por estas razones sus discursos son criticados. Justamente, por la imposibilidad de autoimponerse las privaciones a su estilo discursivo que, según juzgan sus analistas, serían necesarias a la liturgia del cargo.

Se sabe que la actividad del lenguaje es regulada por operaciones que trascienden ampliamente la intención de aquellos que profieren discursos. Hacen que el sujeto no permanezca como el centro de la actividad discursiva, una vez que está sometido a las redes y otras complejidades que imponen las condiciones a través de las cuales una palabra puede ser sostenida. Hay una tensión vivida por aquel que profiere la enunciación. De un lado, los factores reguladores inherentes al propio aparato lingüístico discursivo. Estos, de alguna forma, ordenan que el discurso se haga sobre ciertas condiciones, oriundas de las reglas "impuestas" por las gramáticas. Tal circunstancia generaría la situación de la "lengua-presa": aquella envuelta en reglas, subyugada a las amarras de las gramáticas y de los parámetros de los rituales y de los oficios. Del otro lado, la existencia de un trabajo del cual no se tiene control sobre sus reglas y operaciones, y que "busca hacer salir", "hacer aparecer", es decir, hacer pasar algo de un plano a otro, de "lo decible al dicho". Son especies de operaciones desarrolladas y que están vueltas hacia la materialización de fenómenos mentales a los cuales no tenemos acceso y sobre los cuales solamente se puede dar una representación metalingüística (CULIOLI, 2010). Estamos hablando de un otro modo de funcionamiento del lenguaje que rebasa las delimitaciones impuestas por las nociones de gramáticas, cuyas expectativas tienden, ante todo, a establecer y/o definir posibles sentidos a ser producidos, así como a fijar, también, los límites de la interpretación. Entablar un discurso, en este caso, sería desarrollar una pragmática otra, "no (...) restricta a cierta forma de intercambio entre sujetos racionales, perfectamente conscientes de su

vocabulario y sus intenciones de significar" (CULIOLI, 2010, p.30). Algo que rebasaría la "lengua-presa", según operaciones que generarían, así, el funcionamiento de la "lengua-floja". La noción de "lengua-floja" está asociada a aquella de lengua viva, la lengua de la calle, que aparece sin amarras, la lengua que roza, que se hace al margen de los marcos de las liturgias y de los rituales. Ella es un tipo de enunciación que se vuelve hacia la exteriorización de algo y que se revela a través de las formas, del trabajo discursivo que busca reconocimiento

Dicha noción nos hizo indagar sobre la naturaleza del proceso de construcción de los discursos de Lula, y nos colocó delante de la hipótesis según la cual la existencia y el funcionamiento de una determinada enunciación dependen de su historia. En este sentido, localizamos en un texto escrito en los tiempos de las primeras semiologías una referencia que destaca esta peculiaridad. Dice el autor:

La enunciación de un enunciado no sabría ser comprendida se nos limitemos solamente a ella. Para describir correctamente el proceso de enunciación, no es suficiente notar las circunstancias presentes del acto de la palabra; es necesario también reconstituir la historia de la enunciación. Pues cada enunciado es la consecuencia de una serie de transformaciones de una enunciación primera; cada enunciación posee, así, su historia transformacional. (TODOROV, 1970, p.35).

Tales reflexiones nos llevan a pensar algunas dimensiones de los discursos de Lula, desde la perspectiva de la historia de su enunciación. Leyendo aquellos discursos proferidos sobre la crisis económica de 2008, vemos que estos traen marcas de una compleja historia y de una trayectoria enunciativa que envuelven una larga producción discursiva que va desde su vida sindical hasta la presidencia:

"Yo me levanté por la mañana y se decía en los medios: '...porque la crisis va a hacer esto y aquello, ...porque el pueblo no quiere comprar, ...porque el pueblo tiene miedo de comprar'. Yo llamé al Ministro Franklin (de la Comunicación Social) y le dije: 'Franklin, nosotros precisamos ir a la televisión. Jamás en mi vida pensé en ir a la televisión para hacer apología del consumo. Yo era parte de aquella juventud que estaba contra la sociedad consumista. Muy en contra'. Entonces, dije: 'Bueno, voy a hacer propaganda del consumo, porque los titulares dicen que el trabajador no quiere comprar porque siente miedo de perder su empleo y, por lo tanto, no va a contraer deuda'. Dije entonces: 'Tendré que ir'. Conversé con algunos empresarios, pero llamé solo a algunos (...) y fui a la televisión diciendo una frase simple: 'es verdad que hay una crisis económica y es verdad que, si te quedás con dudas y te quedás debiendo, podés perder el empleo. Ahora es cierto también que se puede no comprar, y entonces vas a perder el empleo mucho más rápido que si comprás. Entonces, comprá de forma moderada. Andá a la tienda, comprá aquello que necesitás comprar, pero comprá, porque la economía es una rueda gigante, y si ella para, ahí sí, este país va a estar en crisis".

El texto que acabamos de citar no es un relato memorialista, pues el presidente lo enuncia en el propio momento en que hace un discurso, en un contexto determinado que influye sobre los procedimientos que direccionan la producción de sus discursos; lo enuncia al tiempo que habla sobre la crisis. Es un relato en el cual se observa la presencia de elementos de las lógicas de la mediatización, así como la comprensión que el propio presidente hace de lo que representaría su acceso a la televisión para, según él mismo dice, "decir una frase simple". Vemos inclusive que su relato, además de tener un carácter didáctico, al citar los pasos enunciativos, muestra que, de alguna forma, el

presidente subvierte el ritual en el cual se apoyan los momentos que anteceden al trabajo propiamente dicho de hablar al pueblo. En vez del asesor, de quienes se espera el toque de sugerencia, como "elemento propositivo", parten del propio presidente las tomas de decisión, en este caso, la de ir a la televisión, donde incita al pueblo al consumo. Detalla cómo hizo para llegar hasta este momento, en suma, actualiza el discurso, al enunciarlo en discurso otro, en el momento en que habla para empresarios. O sea, el presidente hace del momento en que profiere el discurso, la revelación de su proceso productivo poniendo de manifiesto el eslabón entre una etapa y otra. El presupuesto del acto presidencial está atravesado por lógicas de la mediatización, en tanto que solo tiene sentido para él hablar para muchos, hablar teniendo garantías de que puede ser, efectivamente, visto y oído por la televisión. Sus peleas con los asesores no permanecen en la penumbra. Registros de muchas de ellas aparecen, no en los relatos de los asesores, sino a través de la voz del propio presidente, que las revela en otros contextos discursivos, de naturaleza pública:

"Hay algo cómico: si alguien hace la presentación una vez y la gente no entiende, la gente es burra. Si lo hace una segunda vez y la gente no entiende, la gente es medio burra. Pero, en la tercera, burro es quien está explicando, porque la gente no entiende. Esta vez yo entendí todo (...). No se asusten porque no hay ninguna razón para que yo lea este discurso aquí. Este discurso, en el fondo, es lo que Ud., en tanto presidente de la ANCINE, dijo. No voy a repetir, porque el mío no es tan didáctico. Pienso que en un día como este, la persona menos indicada para hablar de audiovisual sería yo. Hablar del Fondo sectorial, ya se lo hizo. Yo quería discutir con ustedes otro tema, aprovechando esta oportunidad".

El texto que acabamos de citar presenta tres as-

pectos de interés: el primero refiere a la cuestión del "método" que el presidente desarrolla para captación de temas generalmente lanzados por los asesores, para que los mismos sean abordados por él: Lula no es solo un agente "ventrílocuo" que, manejado por el staff, dice lo que éste le manda hablar. El segundo tiene que ver con la autocomprensión que tiene el presidente sobre su cualificación para hablar de temas que los asesores podrían abordar mejor; en tercer lugar, se destaca su "desobediencia" para con la hoja de ruta trazada por el staff, especialmente para con los discursos preparado por éste. Como ya destacamos, hace valer su autonomía discursiva y no solo abandona la hoja de ruta, sino que anuncia que lo hace, en el contexto de la propia escena enunciativa en la cual se constituye como actor principal.

3. CONFIANZA EN "VIAJANTE"

Entre 2008 y 2010 el presidente Lula profirió varios discursos. "Nunca en la historia reciente de este país" un presidente habló tanto sobre una crisis - y las crisis fueron muchas- como Lula lo hizo, según diferentes estrategias acerca de la "burbuja financiera" de 2008. Los discursos fueron proferidos en muchos ambientes que posibilitaron el restablecimiento del cuerpo-a-cuerpo del presidente con sus interlocutores, como en los antiguos contextos de asambleas sindicales. Las operaciones de enunciación del "viejo sindicalista" fueron reutilizadas ante reyes o reinas, embajadores, banqueros, empresarios, otros presidentes como él, líderes de sociedades de beneficencia, representantes de instituciones internacionales, todos tratados por él informalmente por el propio nombre, o por el informal operador de conversación: "compañero". De esta "nivelación conversacional", resultó un correcto tipo de reconocimiento proferido en la reunión del G-9 por el Presidente Obama, ante otros compañeros-presidentes, y para los medios internacionales, cuando emitió la famosa frase: "este es el tipo". A lo mejor,

el presidente estadounidense quería destacar más el rendimiento enunciativo de Lula que, necesariamente, su persona. Y, de esta manera, reconocer sus cualidades, fundamentalmente, a partir del "modo privado" con que lidia con el lenguaje.

Varias son las características de las operaciones enunciativas que estructuran el discurso del presidente. Sus discursos resultan de la coexistencia con la propia maquinaria oficial; del trabajo ritualístico conferido por asesores políticos; de la relación y/o de la presencia de los medios; de los protocolos afines a los temas abordados. También, con operaciones que irrumpen del aparato normalizador del núcleo presidencial. Pero, igualmente, con las capacidades del propio presidente potenciadas por su historia, especialmente por su "biografía migracional", contingencia que impone "soltar la lengua" para diferentes negociaciones, inclusive para la propia supervivencia, al enfrentar el mercado del trabajo y las grandes ciudades. Historia que pasa luego por el mundo sindical, de donde se parte para política, al ser electo diputado federal; por último, los tres intentos fallidos por llegar a la presidencia. Esta "movilidad" requiere la producción y el funcionamiento de un trabajo enunciativo, inclusive el recurso remisivo hacia algunos de estos momentos, por parte de Lula. Así, asocia el trabajo presidencial al de un "vendedor" o un "viajero". Alguien que va de una plaza a la otra, anda por el mundo vendiendo su fuerza de trabajo, para no decir su propio destino. Esta imagen es actualizada por él, pero ya en el contexto del mandato presidencial:

"como viajero, salí hacia el exterior, acompañado de empresarios, ministros, abriendo nuevos mercados (...). Desde el primer momento trabajamos para ampliar el mercado interno y, concomitantemente, nos lanzamos a la conquista de nuevos compañeros en el mercado internacional".

4. VENDIENDO LA CONFIANZA

Nuestra hipótesis es que la elaboración discursiva que Lula hace sobre la crisis económica está organizada en torno a un proyecto enunciativo que tiende a explicar la crisis, pero que, sobre todo, se da la tarea de vender la confianza, que es un aspecto que el mercado parece no asegurar a los ciudadanos.

Gran parte de los discursos pronunciados sobre la crisis y su burbuja, por agentes económicos, académicos, intelectuales y los peritos de los medios, personifican la misma en la existencia de un ser abstracto llamado de mercado. Incluso los analistas más críticos, como el economista estadounidense Paul Krugman, al discutir por qué “los economistas erraron tanto”, considera a este complejo personaje y colectivo de identificación, el mercado, como el “sujeto” cuyas responsabilidades deben ser colocadas en cuestión en esta crisis. Repetidas veces sostiene que

Ellos – los economistas – necesitan enfrentar la inconveniente realidad de que los mercados financieros están muy de este lado de la perfección, que ellos están sujetos a extraordinarios delirios y a la locura de las multitudes. (...) Los economistas fueron seducidos por la visión de un sistema de mercado perfecto y desprovisto de ficción. Si la profesión anhela la redención, ella tendrá que conciliarse con una visión menos deslumbrante – a de una economía de mercado que presenta muchas virtudes, pero que también está repleta de fallas y ficciones. (...) Pregunta: ¿qué tipo de orientación la ciencia económica moderna va a ofrecer delante de nuestro apuro actual? ¿Será que podemos confiar en esta orientación? (KRUGMAN, 2009).

Hay un contraste entre la formulación de Krugman y la de Lula: la primera es típica de un personaje académico, alguien que se inviste de una figura analizadora, con rasgos de un discurso afinado aliado al

exuberante conocimiento sobre los mecanismos del económico y del capitalismo financiero. Por su parte, Lula ocupa otra “plataforma discursiva” y en ella responde la interrogación de Krugman acerca de los errores de los economistas y, también, del mercado. Asume la bandera del restablecimiento de la confianza explicando que solamente sería posible si la misma se buscara a través de un discurso que reúna menos abstracciones, o impersonalidades, y más referencias al mundo de las personas. Un discurso que pueda ser sostenido por una persona y no por una entidad abstracta. Siendo así, el modo de lidiar con la cuestión de la confianza se hizo a través de operaciones enunciativas muy específicas y que no le mantuvieron atado a un lugar propio de un discurso analizador - político y económico, mantenido a distancia del calor y de los termómetros de la crisis. Se instituyó como un actor que emerge de este ambiente y cuyo capital fue el hecho de hablar, pero “desde dentro de la propia crisis”. Para ello, su discurso se hace a través de varios operadores que se alternan entre sí: la conversación persona a persona, la exhortación sindical, el discurso analizador impregnado de fragmentos de ejemplaridad, las metáforas de la economía familiar campesina, los textos formulados por diplomáticos para grandes asambleas internacionales, pero rehechos por asociaciones “libres” del propio ex-presidente, y, por último, las palabras propositivas o exhortativas surgidas en el momento en que él mismo hablaba. Además de eso, varios fragmentos del “mundo de la vida”, como las conversaciones de café y las charlas entre obreros, que le confieren, con justeza, ser titular de una “lengua-floja”.

5. LECTURA DE LOS DISCURSOS PRESIDENCIALES

Lo que nos interesa en este trabajo es describir cómo en los discursos de Lula se engendran operaciones y operadores por los cuales desarrolla su proceso de nombrar la crisis. ¿En qué medida la compleja “es-

trategia de contacto" por él desarrollada reintroduce, desde otra perspectiva, la cuestión de la confianza en el sentido de que la misma pasó a ser tratada a la luz de construcciones y argumentos que la distanciaron de abstracciones? ¿Cómo sus estrategias discursivas dieron cara y forma al concepto de confianza? En otras palabras, ¿en qué medida, al mostrar cómo hace para actuar en tanto operador político al hablar sobre la economía (léase la crisis), el discurso de Lula estaría produciendo otra forma de situar la problemática del actor/observador y sus relaciones entre instituciones y actores sociales? ¿Qué tipo de respuesta, por la acción de su operador, la política ofrecía como alternativa a aquello que hacía la ciencia económica, generando la crisis y negando la noción de la "burbuja financiera", bajo la alegación de que el sistema financiero tenía todo bajo control?

Sabemos que los enunciados de un discurso dependen de sus enunciaciones y, de muchos aspectos que no se ven a simple vista. En este análisis, tomaremos en cuenta principalmente los enunciados que aparecen formalizados en textos escritos y que fueron preparados para ser dichos por el presidente en diferentes actos para muchos públicos distintos. El análisis deja fuera otras marcas del trabajo enunciativo como entonaciones, "estridencias", pausas, tono, gestualidad, etc., aspectos que pertenecerían a otra dimensión de lo verbal y de lo no verbal. Para describir las características de estos discursos, tomaremos en consideración su funcionamiento a través de operadores que se manifiestan a lo largo de los dichos del presidente. Los operadores serán designados como: Didácticos, Testimoniales, Asociativos, Interpelativos, y Programáticos. Muestran la relación del presidente, en tanto actor, con procesos de tematización por él realizados que involucran las formas de nombrar la crisis y las posibles soluciones para ella. De esta manera, Lula desarrolla una "gramática propia" que emana del "mundo privado" de su aparato de producción

de sentido.

A) LA CRISIS SEGÚN LA ARTICULACIÓN DE OPERADORES

Hay varias maneras que el presidente utiliza para definir la crisis. Recurre a varios mecanismos discursivos para explicar su origen: los de naturaleza de modalización afirmativa, por ejemplo, cuando enfatiza que ella "es consecuencia de la creencia ciega en la capacidad de autorregulación de los mercados y, en gran medida, en la falta de control sobre las actividades de agentes financieros". También, cuando alía su rendimiento testimonial a sus arrobos interpeladores, al recordar tener "línea directa con Bush", circunstancia que le permite abordarlo de modo directo, casi que doméstico: "Ya hablé con el presidente Bush dos veces y le dije que la crisis es suya, que por favor la resuelva y no la traslade a los países pobres, no. (...) Y gracias a Dios, el sistema financiero brasileño no está metido en eso".

Reitera su rendimiento testimonial, cuando ilustra cómo habla con informalidad con el presidente electo de los EUA a quien interpela sobre la crisis, y a quien sugiere métodos para su solución: "Yo me acuerdo, otro día llamé al presidente Obama y dije: Obama, ¿porqué no estatizáis algunos bancos? No es una conversación fácil".

Trata a sus interlocutores de modo familiar, como recurso que busca didactizar su conocimiento sobre el funcionamiento – y los agentes – de los mecanismos económicos, especialmente, en lo referido a la relación del mundo fabril con la crisis:

"Yo, de tarde en tarde, veo a los chicos del sindicato que quieren que baje los intereses a toda hora. Estoy con el ojo en la tasa de interés. Con el ojo en la creación de empleo, pero estoy con el ojo en la inflación también, porque la inflación de este país es una cuestión cultural. Dentro de poco la gente puede estar con inflación alta y no quiero ni que los intereses

suban, ni que la inflación aumente. Quiero las dos cosas bajas, porque así quienes ganan son quienes viven del salario”.

Asocia el funcionamiento del aparato económico al desempeño del actor político al personificar las acciones que están siendo tomadas para equilibrar políticas de intereses e inflación. A la vez, teoriza sobre las causas de la inflación, destacando la cultura como su provocadora, tesis ésta no siempre simpática a los economistas. En este enunciado, hace comparecer marcas de referencias de un discurso autorreferencial, en la medida en que el funcionamiento del escenario y de los mecanismos económicos es explicado en torno al rendimiento de su propia persona.

El presidente explica, con cierta didáctica, las estrategias de política económica desarrolladas por el Gobierno. Sin embargo, al situar los modos de llevarlas a cabo prefiere en el lugar de elaboraciones detalladas, declaraciones cuyas modalizaciones comprometen el punto de vista y la propia palabra presidencial, algo que se ilustra por el propio lugar en el cual se coloca:

“Mi formación económica es la de un asalariado. Todas las veces que alguien que vive del salario gasta más que lo que gana, se va al diablo. Por lo tanto, no se asusten, porque no me preocupa ser llamado “ conservador”. No me asusta. Quiero ser bastante agresivo en la política de distribución de renta en este país, en la política social. En la economía quiero ser cauteloso, para hacer que las cosas sucedan paulatinamente, sin que pueda subir la presión rápidamente y la gente quiebre. No quiero momentos de euforia. Yo quiero momentos de responsabilidad de todos nosotros”.

El habla presidencial estructurada en torno a las modalizaciones afirmativas lleva también un carácter de advertencia y, a la vez, de exhortación a los inter-

locutores para que los acompañe en la observancia de lo que sus dichos preconizan como recorrido. Se trata de una convocatoria que el discurso hace menos como proposición y como dimensión explicativa, y más por una exhortación, en el sentido de que sus convicciones lleguen a ser compartidas por los demás.

La explicación de la crisis pasa también por operadores de testimonialidad, distintos de los discursos que se mueven en torno a operadores exhortativos, didácticos, interpelativos, y dichos operadores mantienen este discurso en un contexto en que las impresiones y sentimientos de Lula deben ser tomados como referencias. Inclusive, además de los aspectos mencionados, él recurre también en otros discursos a situaciones alegóricas como posibilidad para desarrollar una operación enunciativa de fondo didáctico, al asociar a la salud de la economía a la del propio cuerpo:

“Mucha gente dice que el presidente Lula no está viendo la crisis. Ora, Dios del cielo, soy un tipo de ser humano que cuando voy a visitar a una persona enferma en un hospital, no me quedo diciendo a él cuantas personas murieron de aquella enfermedad. Me quedo hablando de las personas que se curaron de la enfermedad. Porque hay gente que va a un hospital visitar un enfermo terminal y dice: ayer murieron cuatro de eso. No soy ese tipo de gente. Mi papel es dar serenidad a la sociedad brasileña, esa es la verdad absoluta”.

El recurso a las operaciones por las cuales el presidente recurre a las asociaciones de hechos o realidades es muy frecuente en este tipo de discurso presidencial. Se subentiende en un primer momento que el presidente estaría hablando para grandes masas, con quienes busca interlocución. Pero eso no siempre ocurre, ya que también hace discursos de este tipo para públicos presenciales y más sofisticados. A lo

mejor, considera a los públicos que van a contactarse con su discurso a través de los procesos de mediación a que serán sometidos. Lo que aún llama atención en esta modalidad de discurso, es la combinación de la presencia de marcas autorreferenciales - por las cuales el presidente se coloca en el centro de la enunciación - al lado de aquellas de carácter indicial, a través de las que busca establecer contacto con sus interlocutores.

B) EL RECURSO AL "MUNDO DE LA VIDA"

Inauguraciones, como la de una fábrica de automóviles, son conmemoradas bajo la égida de un discurso permeado por el recuerdo, registros que son anunciados en tono testimonial por el presidente, al evocar el mundo rural de su infancia:

"Yo, hasta los siete años, viví en una casa con un desgramado de un quinqué, haciendo humo en mi casa. Lo más importante de este programa, lo planteé en la televisión: una mujer quedaba con acceso a la luz, pero apagándola a toda hora. Y el marido le preguntó: ¿por qué estás apagando la luz? Ella le dijo: 'por qué yo nunca he conseguido hasta ahora ver a mi hijo durmiendo'".

A la vez, describe la actualización de este registro, sometiéndolo a los lenguajes mediáticos televisivos, mediante programas que mediatizan las acciones de su propio gobierno y de las cuales él mismo se dice protagonista. Se trata de un doble actor, aquel que se acuerda de la infancia rural, de una casa iluminada solo por rayos de un quinqué, y aquel otro que plantea una comparación con un episodio de mediatización: una propaganda gubernamental, en la cual una familia rural es beneficiada por un programa de electrificación de su Gobierno. El presidente es un doble protagonista: en la primera condición, alguien que vive la privación en el mundo rural. En la segunda, aquel

que concede a aquel mundo los medios para superar la privación. Se vale, al presentar esta doble circunstancia, de registros del mundo de la vida en el cual también él se dice un personaje.

Otros recuerdos y escenas del mundo de la vida son por él movilizadas para definir sus estrategias didácticas para hablar de la crisis, pero también de los procesos de distribución de renta, a través de los cuales los ciudadanos de baja renta pasan a tener acceso a los bienes de consumo, algunos de carácter esencial, como los alimenticios.

"El pobre brasileño aprendió a entrar en un centro comercial y comprar qué comer y hasta comprar yogur, que hasta hace unos días era cosa de rico en Brasil, sólo el niño rico lo podía comer al yogur. Yo recuerdo cuando era metalúrgico, pasaban las personas vendiendo yogur en la calle. Mi mujer tenía tres hijos, ella compraba uno para cada uno, no había el segundo. Hoy las cosas están mejorando porque nosotros creemos que distribuir renta es la mejor forma de hacer crecer nuestro país".

Establece, a partir de las iniciativas económicas implementadas en favor de poblaciones pobres, comparaciones entre las actuales condiciones de vida de ciudadanos de clases sociales diferentes. Para ello, usa una especie de "contabilidad alimentar" combinada con un operador de explicación sobre aquello que ayer el rico podía adquirir y aquello a lo que el pobre no tenía acceso. Y que hoy ambos pueden consumir. No se queda, sin embargo en comparaciones abstractas: moviliza operadores de testimonialidad para hablar sobre el tema. De ellos lanza mano al recordar su propia condición de trabajador, cuando vivenciaba en la propia piel las condiciones que limitaban su acceso a bienes como los alimentos.

El recurso a elementos comparativos forma parte de su didáctica, especialmente cuando describe las inter-

pretaciones dadas a las inversiones gubernamentales, especialmente destinadas a las poblaciones pobres:

"En Brasil hay una cosa que yo quería que ustedes comprendieran bien: todo lo que la gente hace para el pobre es gasto; todo lo que la gente hace para los sectores más ricos – que necesitamos hacer también – es inversión, lo que es una distorsión conceptual muy seria".

Elaboraciones asociativas, de la lejana experiencia de la economía familiar rural, son evocadas para explicar la importancia que se debe atribuir al acto de ahorro, en los días de la crisis actual. Entre el universo familiar y la economía de un país, el problema es solo de escala, y según su testimonio, los cuidados que se observa en el primero son útiles para el segundo:

"(...) aprendí con mi madre analfabeta que tener un dinerito en el banco es la salvación de la cosecha en momentos de crisis. Entonces, el país está resguardado. Hoy me quedo contento porque no soy solo yo quien lo dice, no".

C) INTERPELANDO ACTORES: "¿CUÁL ES SU PARTE?"

Hay discursos en los cuales son resucitadas dimensiones del discurso político de carácter interpelador, así como las escenas típicas de las mesas de negociaciones en las cuales el presidente participaba en otras épocas, en su condición de líder sindical. En este caso, no siempre los agentes más directos aludidos en sus dichos se encuentran presentes allí donde él habla. Sin embargo, universos de actores sociales todavía son recordados. La estrategia de negociación se divide en dos etapas: en la primera, a través del uso de operaciones interpelativas, a través de las cuales el discurso interroga a su universo interlocutor, chequeándolo o poniendo en discusión sus puntos-de-vista. En la segunda, ofrece la salida y argumenta por

qué la misma es de interés de la mayoría:

"Aquí, hay un problemita que yo quería plantear para ustedes: los años de tentativa para convencer al empresario brasileño de que el consumidor no está preocupado por el valor total de un producto. Él está preocupado sobre si la mensualidad que él va a pagar cabe dentro de su cheque de pago. Porque normalmente, los empresarios, cuando tienen un problema, aparecen y le dicen al gobierno: "reduzcan impuestos". Y yo les preguntaba: ¿cuál es la parte de ustedes? ¿Cuál es la parte de ustedes? Ahora bien, si un trabajador no puede comprar un coche en 36 meses, lo puede comprar en 48, lo puede comprar en 80. Entonces vamos a hacer un juego para que todo el mundo gane y nadie pierda (...) y el pueblo pueda comprar su coche. Resultado: la industria automovilística está batiendo récords en las ventas de coche".

El discurso sirve como un ejemplo de aquellos en los cuales la enunciación presidencial se preocupa porque allí aparezca, de hecho, una escena de negociación que envuelve actores diferentes. En ella, él no se mantiene como árbitro, sino como un operador que trata de cuestionar a los interlocutores, exponer los argumentos contrarios a las posiciones de los agentes, mostrar sus inconsistencias, proponer alternativas que puedan beneficiar al conjunto de segmentos envueltos por la cuestión en debate. Si la alternativa de negociación sindical es útil, puede también ser desplazada a ámbitos mayores. Y, para ello, nada mejor que la misma pueda ser experimentada en el contexto de los discursos presidenciales.

D) DISCURSO PROGRAMÁTICO: EL RETORNO DE LA ACCIÓN

Afirmamos anteriormente, que los discursos presidenciales se insertaban en un tejido más amplio y complejo, en el cual se situaban varias lógicas de los diferentes universos, muchas de ellas que se consti-

tuyen en elemento de condición de producción de su actividad enunciativa. Parte de este tejido se constituye en referencia al discurso político, principalmente aquellos operadores de modalización programático. Conforme hemos visto, en algunas circunstancias los discursos presidenciales se valieron de operadores didácticos (mediante el registro de situaciones ejemplares y del recurso a las figuras de lenguajes); de operadores asociativos por el recurso a aspectos de la biografía del actor; y aún a cierta naturaleza testimonial, que destacaba aspectos del rendimiento protagonista del propio presidente. Dos otros tipos de operadores forman parte también de las estrategias que tratan de destacar otras dimensiones del discurso político: las operaciones de interpelación de los sujetos, conforme vimos arriba, y otra modalidad en la cual el sujeto desarrolla sus modalizaciones programáticas por las cuales invita y exhorta a los interlocutores a la acción. Posiblemente, palabras de orden exhortadas de un modo menos imperativo.

"Este momento exige de empresarios, trabajadores y de gobiernos una actitud dura. Nosotros no podemos convivir con paraísos fiscales. Nosotros no podemos vivir con un sistema financiero que especula papel con más papel, sin generar un puesto de trabajo, sin producir un tornillo, un zapato, una camisa, una corbata. Entonces, la hora es para que aprovechemos, como ustedes están aprovechando, y construir una propuesta, hacer al G 20 entender nuestras propuestas".

Sus marcas sitúan la existencia de un discurso de fondo programático en el cual enunciador y enunciatarios se encuentran fundidos por la presencia de un colectivo de identificación que se manifiesta en un "nosotros inclusivo": empresarios, trabajadores y gobiernos. El enunciador formula las exigencias, denuncia situaciones, refleja sobre caminos que deben ser

tomados, apunta los horizontes y emula a los pares a recorrerlos, indicando los posibles los efectos de las acciones que deben ser realizadas.

Enfatiza la necesidad de iniciativas que deben ser implementadas, algo que no es una imposición, pero una invitación más enfática a ser observada, inclusive por los adversarios. Además de eso, descalifica interlocutores, evalúa los límites y cualificaciones de instituciones interlocutoras y singulariza por una afirmación la singularidad del papel de los nuevos foros de diálogo, como es el caso de los países emergentes:

"Tenemos que traer a la esfera pública decisiones antes tomadas por supuestos "especialistas", pero que solo servían a intereses privados. Es ampliamente reconocido que el G-7 solo ya no está en condiciones de conducir los asuntos económicos del mundo. La contribución de los países emergentes es también esencial".

El tono del discurso programático pasa también por recuerdos, disfrazando advertencias dirigidas a los agentes económicos:

"Los agentes financieros privados deben observar reglas internas de gobierno corporativo y de transferencia de informaciones relevantes al mercado y a la sociedad, en especial aquellas relacionadas a riesgos y activos".

En este caso, las posturas son recordadas, las expectativas sobre sus acciones son anunciadas y se manifiestan en enunciados, bajo la forma de consejos.

El discurso programático reúne también dos tonos: uno reflexivo-assertivo y otro de carácter didáctico:

"Incorporar a los más débiles y a los más necesitados a la economía y a las políticas públicas no era

solo algo moralmente correcto. Era, también, políticamente indispensable y económicamente acertado. Porque sólo arreglan una casa el padre y la madre que miran por todos, no dejan que los más fuertes usurpen a los más débiles, ni aceptan que los más débiles se conformen con la sumisión y con la injusticia. Una casa sólo es fuerte cuando es de todos – y en ella todos encuentran abrigo, oportunidades y esperanzas”.

En el primer caso denuncia situaciones y expone exigencias que no figuran en palabras de orden, sino a través de argumentos. En el segundo, para sostener tal construcción, se vale de la situación ejemplificadora al hacer relación entre gobierno y el ambiente de la casa. Sus argumentos mapean principios que son comunes a la gestión gubernamental y a la vida doméstica, especialmente los requisitos, en tanto que premisas, que hacen que uno y otro funcionen bien: abrigo, oportunidades y esperanza.

NOTAS DE CONCLUSIÓN

El contexto y la situación de enunciación en los cuales estos materiales fueron analizados permiten reconocer que Lula se constituye como un “lector de la crisis económica de 2008, cuyo trabajo discursivo rebasa las fronteras del discurso político y económico, para constituirse en una heterogeneidad de discursividades. Hemos llamado la atención sobre su existencia, así como sobre las condiciones enunciativas a partir, y a través de las cuales, tal discurso fue “sostenido”, especialmente sobre la naturaleza del trabajo de varias operaciones enunciativas mediante las cuales este actor se transforma en lector para situar el tema de la confianza en las instituciones, en los actores y en sus políticas, sacudidos por las responsabilidades que tuvieron en la eclosión de la referida crisis y en la coyuntura de ella resultante.

El interés del artículo fue examinar el trabajo del lec-

tor, a la luz de una actividad de comunicación en la cual se teje un correcto tipo de discurso que tiende, entre otras cosas, el restablecimiento de eslabones perdidos, especialmente algunos de ellos, en el ámbito psicosocial.

Se puede mismo decir que la lectura aquí hecha sobre el trabajo del lector, sugiere en él existencia de rasgos de una “gramática” que fue movilizada por el discurso político para transformar, a través de las estrategias discursivas arriba descritas, una correcta narrativa económica abstracta de la crisis. El discurso político se desplaza de un lugar representacional y, poniéndose en otro lugar enunciativo – el de un actor de operaciones interpretativas muy específicas – vincula la crisis al mundo de los individuos, proponiéndoles otras inteligibilidades y, una correcta pedagogía sobre los caminos de su superación. No se pueden atribuir los índices crecientes de aprobación del presidente por la sociedad brasileña al trabajo discursivo por él hecho sobre la crisis, especialmente la producción de un discurso de confianza. Pero se puede decir que los discursos hechos en varios ámbitos como foros económicos nacionales e internacionales, simposios con clases empresariales, inauguraciones de obras gubernamentales, conversaciones con entidades sindicales, intervenciones en foros complejos como el G-20, discursos en la ONU, en la sede de la OIT y las reuniones de Davos, entre otras, señalan el desarrollo de otro tipo de intervención discursiva del actor. Su agenda mezcla, o interfiere en, la complejidad de otras agendas; lanza sobre las rutinas de varios foros tematizaciones convergentes con la crisis; trabaja sus contactos con interlocutores a través de operaciones enunciativas que se alternan entre diagnósticos, interpelaciones, proposiciones, descripciones y ejemplos de situaciones, tomando como referencia paralelismos y/o escenas y problemas del mundo de la vida. O sea, el actor construye una actividad discursiva analítico-programática y dinamiza un “circuito

de reflexiones" en los foros por donde pasa y "desalojando" de ellos una especie de discurso constataivo y auto profetizante. Algunos ejes se destacan en el estilo de sus discursos: ascendencia sobre los asesores, especialmente su comprensión sobre la presencia y el tiempo de los medios; didactización de la crisis para los "compañeros" más próximos, la población del país, utilizándose operadores de reconocimiento específicos y afines a la organización financiera y económica de la vida doméstica; interpelación de los "compañeros" más distantes - los actores internacionales -, llamándolos a rever posturas sobre, por ejemplo, la autorregulación de los mercados y sugiriendo que se trasladen a la esfera pública las decisiones tomadas por los especialistas de círculos restringidos; defensa de sus políticas de inclusión, como los gastos con la población, principalmente hacia los sectores más pobres. Y, sobre todo, el eje en que, reiteradamente, aparecen contenidos dirigidos a la población interna: consumir más, equilibrando este acto con modos cuidadosos de hacerlo, para así garantizarse el empleo y el salario. El discurso presidencial articula así elementos de lógicas de varios mundos - político, económico, mediático - y, principalmente, de la lógica inherente al mundo de la vida de los actores sociales. Él articula y dialoga con las mismas en un trabajo discursivo que funciona en un complejo dispositivo de circulación que parte de su propia historia de vida y pasa por el mundo de los asesores y que se manifiesta en las "políticas de contacto" que desarrolla junto al ámbito mediático y en una especie de cuerpo-a-cuerpo con interlocutores de los diferentes campos sociales. Marcas de este complejo proceso se manifiestan en los propios textos que conectan al presidente y sus asambleas, protocolo en el cual instauró de una forma u otra, la problemática de la confianza.

Este protocolo estudiado nos llevó a una aproximación a algunas observaciones formuladas por Luhmann en el contexto de un libro en el cual refleja

la cuestión de la confianza. Allá, de modo resumido dice que: a) el mundo enfrenta el grave problema de la complejidad difícil de manejar, y esto se constituye en un problema para los sistemas que tratan de mantenerse en él; b) que la problemática teórica de la confianza, que tiene vínculo con riesgos y complejidades emergentes, estaría asociada a la noción de temporalidad; c) y que el problema de la reducción de la complejidad pasa más por procesos inductivos que por procesos deductivos.

La crisis de 2008 no deja de ser un acontecimiento complejo porque, entre otras cosas, coloca desnudas las consistencias de las tesis autorreferenciales de los mercados, para no decir, de ellos mismos. Se trata de una grave turbulencia del sistema financiero, especialmente de sus fundamentos autorreguladores, que desencadena la inestabilidad del sistema financiero, por un lado, y los efectos de la desconfianza instaurada, especialmente de orden psicosocial. Es delante de esa complejidad y, cuyas incidencias se propagarían en la mecánica de escala transnacional, que el discurso del actor se propone a rehacer este momento de incertidumbres a través de una "pedagogía" a partir de un discurso político que se manifiesta de otra forma. Delante de las operaciones del sistema financiero, el actor, como parte de este mundo en el cual se pone a describir sus operaciones, interviene en él por la actividad de la comunicación. Desarrolla, así, operaciones específicas por las cuales sitúa su propio rendimiento y el del sistema, objeto de sus observaciones (lecturas). Y en estas condiciones, se compromete en la tarea de producir posibilidades, reducciones de complejidad impuestas por la crisis, etc., mediante estrategias simbólicas por él inducidas en el flujo de la propia temporalidad de los hechos. En estas condiciones, su "pragmática discursiva" no se fijó en una acción de denuncia y de análisis, sino que se hizo acción a través de una otra "pragmática" que tomó también para su constitución otros operadores

pertenecientes a varias dimensiones cognitivas y simbólicas, muchos de ellos próximos al mundo de la vida, así como otras narrativas de distintos campos sociales. Los discursos aquí examinados constatan que, de hecho, la lengua del actor “estuvo suelta”. En frecuentes momentos y en diferentes contextos, estuvo movilizada por una pragmática que no solo tomó cuenta de la agenda del sistema político, sino que permeó otras agendas, explicando la crisis y solapándola con otro tema, aquel que se reportaría a la cuestión del restablecimiento de los caminos. Es típico en crisis de este tipo asociar su magnitud a la figura del actor, en el sentido del que el líder va a decir, hacer o apuntar cual el camino a ser andado por sus seguidores. Subyace a esta asociación, otra cuestión que pone la confianza en riesgo. O sea, ¿cómo va a hacer el líder para orientar el proceso de “travesía del túnel”, mientras se sale de la crisis? A lo mejor, proponer recorridos por varios “senderos”, entre ellos, como Lula llegó a formularlo, “ir a la televisión para decir una frase simple”... Las ideas de Luhmann, sintetizadas arriba, llaman también la atención hacia la figura del actor y hacia la importancia de su trabajo discursivo en la construcción de la confianza, especialmente el trabajo que se exige de la comunicación para tales fines. Se sabe, dice él, que todo actor es probado por todos, no solamente por un proceso causal, sino también por las implicaciones simbólicas que se conforman en este proceso de interacción en las cuales se sitúa su trabajo. O sea, para que se logre confianza personal, es necesario que las acciones humanas sean perceptibles como determinadas personalmente, pues la confianza se funda en la motivación atribuida a la conducta. La construcción de la confianza depende de situaciones fácilmente interpretables, y no menos que eso, por las posibilidades de la comunicación (LUHMANN, 2005).

Pensamos que, desde el punto de vista de la comunicación, los materiales aquí analizados sugieren reflexiones sobre la relación que los actores es-

tratégicos tienen con la producción discursiva, especialmente en los manejos de crisis o de aquellos momentos que envuelven riesgos y complejidades. La problemática de la comunicación deja de ser una dimensión solo auxiliar para convertirse en una compleja acción a desbastar caminos, no siempre considerados por otros discursos. Si la economía predice, pero yerra, la comunicación puede abrir senderos, o arreglar las antorchas para iluminar el recorrido que debe hacerse a lo largo del túnel. Sin embargo, mientras tanto, es preciso que haya actores investidos de biografías con historias fuertes de enunciaciones que buceen en las procesualidades y en las diferentes lógicas, para que se planteen otros juegos que deberán jugarse. La confianza resulta de la conducta, y su comprensión transcurre a partir de que sea fácilmente interpretable; o sea, las posibilidades de la comunicación están asociadas a las condiciones por las cuales son tejidos y fluyen los discursos. El material aquí analizado muestra que la “lengua-floja” no es un exceso y, consecuentemente, una deformación. A diferencia de lo que sostienen las recriminaciones periodísticas, la “lengua-floja” es una virtud. Es un dispositivo que solamente puede ser engendrado y sostenido por actores que se vean concernidos por la aventura de la experiencia enunciativa. Actores que se lancen al trabajo de dinamización de los objetos, como el de construir la travesía de un discurso que explique la crisis con equivalentes simbólicos como el de la “olita”. Un significante que está más en la procesualidad de discursividad del actor que en los diccionarios y en las gramáticas.

NOTAS

- 1 Trabajo presentado en el II Pentálogo de CISECO (Centro Internacional de Semiosis y Comunicación). Economía y discursividades sociales - Explotaciones de la semiosis económica. Japaratinga, AL, septiembre/2010.
- 2 ZERO HORA. Presidente língua-solta. Editoria: Política, pp.8. Porto Alegre, RS - 14/12/2008.
- 3 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Ceremonia de lanzamiento de las líneas de acción del Fondo Sectorial del Audiovisual. Río de Janeiro, 4/12/2008.
- 4 SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso del presidente. Mesas de negocios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 12/03/2008.
- 5 SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso del presidente. Mesas de negocios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 12/03/2008.
- 6 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Entrevista. Agencia Brasil; Terra; UOL; IG; G1; Limão. Disponible en <http://www.htmlstaff.org/ver.php?id=22438>. Accedido en 01/03/2010.
- 7 Los materiais consultados fueron retirados de la internet y obtenidos junto a la propia asesoría de comunicación de la Presidencia de la República.
- 8 SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso del presidente. Premio "O Brasileiro do Ano 2009" ofrecido por la Revista Istoé y Editora Tres. Sao Paulo, 07/12/2009. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 07/12/2009.
- 9 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Ceremonia de lanzamiento del Fondo Sectorial del Audiovisual, Rio de Janeiro, 4/12/2008. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 04/12/2008.
- 10 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Seminario "Investing in Brazil Summit: Identifying Opportunities in the New Economic Climate". Londres, Inglaterra. 5/11/2009. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 05/11/2009.
- 11 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Apertura del Encuentro del G20. São Paulo. 08/11/2008. Disponible en http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/o;MUL854841-9356,00-LEIA+A+INTEGRA+DO+DISCURSO+DE+LULA+NO+ENCONTRO+DO+G.html Accedido en 8/11/2008.
- 12 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Mesas de negocios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 12/03/2008.
- 13 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Encuentro con liderazgos de la Región del ABC: ABC en diálogo con el Presidente. Sao Bernardo do Campo, SP. 25/08/2009. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 25/08/2009.
- 14 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Encuentro con liderazgos de la Región del ABC: ABC en diálogo con el Presidente. Sao Bernardo do Campo, SP. 25/08/2009. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 25/08/2009.
- 15 SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso del presidente. Mesas de negocios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 12/03/2008.
- 16 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Entrevista. Agencia Brasil; Terra; UOL; IG; G1; Limão. 10/10/2008. Disponible en <http://www.htmlstaff.org/ver.php?id=22438>. Accedido en 01/03/2010.
- 17 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Anuncio del nuevo plan de inversión de la Ford para el Brasil. Camaçari, BA, 20/11/2009. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 20/11/2009.
- 18 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Seminario Empresarial Brasil y Bélgica: Nuevas Fronteras de Negocios. Bruselas, Bélgica. 05/10/2009. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 05/10/2009.
- 19 SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso del presidente. Mesas de negocios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 12/03/2008.
- 20 SILVA, Luiz Inácio Lula. Discurso del presidente. Encuentro con liderazgos de la Región del ABC: ABC en diálogo con el Presidente. Sao Bernardo do Campo, SP. 25/08/2009.
- 21 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Seminario "Investing in Brazil Summit: Identifying Opportunities in the New Economic Climate". Londres, Inglaterra. 5/11/2009. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 05-11-2009.
- 22 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. 98ª Conferencia Internacional del Trabajo. Ginebra, Suiza. 15/06/2009. Disponible en <http://www.imprensa.planalto.gov.br>. Accedido en 15/06/2009.

23 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Apertura del Encuentro del G20. São Paulo. 08/11/2008. Disponible en http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/o;MUL854841-9356,00-LEIA+A+INTEGRA+DO+DISCURSO+DE+LULA+NO+ENCONTRO+DO+G.html Accedido en 8/11/2008.

24 Ídem

25 SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso del presidente. Foro Económico Mundial. Premio: Estadista Global. Davos, Suiza. 29/01/2010. Disponible en <http://noticias.uol.com.br/politica/2010/01/29/leia-na-integra-discurso-de-lula-lido-por-celso-amorim-em-davos.jhtm> Accedido en 01/03/2010.

BIBLIOGRAFIA

- CULIOLI, Antoine. Escritos Antoine Culioli: compilado por Sophie Fisher y Eliseo Verón. Buenos Aires: Santiago Arcos editor, 2010.
- BARTHES, Roland. Cómo vivir juntos: simulaciones novelescas de algunos espacios cotidianos. Buenos Aires: Siglo XX Editores Argentina, 2005.
- FAUSTO NETO, Antônio. O porta-voz. Um dia que digo que sim, um dia em digo que não. In: Humanidades, ano V, n.16, 1988.
- FAUSTO NETO, Antônio; RUBIM, Antônio Albino; VERÓN, Eliseo. Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.
- FLAHAUT, François. A fala intermediária. Lisboa: Via Editora, 1979.
- KRUGMAN, Paul. Artigo. Como puderam os economistas errar tanto? O Estado de São Paulo, em 06/09/2009. Disponible en <http://blogdofavre.ig.com.br/tag/depressao/>
- LATOUR, Bruno. Reensamblar lo social. Uma introducción a la teoría del actor-red. Buenos Aires: Manantial, 2008.
- LUHMANN, Niklas. Introdução á teoria dos Sistemas. Petropolis: Vozes, 2009
- LUHMANN, Niklas. La Confianza. Barcelona: Rubi, 2005.
- MILLER, Gérard. Du père au pire. La politique et ses symptômes. Paris: Éditions Grasset & Fasquelle, 1988.
- MILLER, Gérard. Le divan des politiques. Paris: Navarin Seuil, 1989.
- PINTO, Célia Regina Jardim. Com a palavra o senhor presidente José Sarney: o discurso do plano cruzado. São Paulo: Hucitec, 1988.

- SINGER, André. Lulismo. Um movimento informal de políticas públicas. In: IHU Online. São Leopoldo, RS: Instituto Humanitas Unisinos. Nº 352, Ano X, 29/11/2010.
- TODOROV, Tzvetan. Freud sur l'énonciation. Langages, 1970, v.5, nº17, pp. 34-41.
- VERÓN, Eliseo; SIGAL, Silvia. Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista. Buenos Aires: Eudeba, 2003.
- _____. La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. In _____. El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Buenos Aires: Hachette, 1987.
- ZERO HORA. Presidente língua-solta. Editoria: Política, pp.8. Porto Alegre, RS - 14/12/2008.

Registro Bibliográfico

FAUSTO NETO, Antonio

"Lula, el presidente «lengua-floja»" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 16, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2012.

RECIBIDO: 09/06/2011

ACEPTADO: 25/08/2011