

Las tribulaciones del cambio: Estrategias argumentativas en el debate del balotaje presidencial argentino

The tribulations of change: Argumentative strategies in the Argentine presidential ballot debate

Mariano DAGATTI (UBA)
onairamdagatti@gmail.com

Carolina FRANCO HÄNTZSCH (UBA)
caro.franco.brc@gmail.com

Recibido em: 15 de out. de 2018.
Aceito em: 16 de fev. de 2019.

DAGATTI, Mariano; FRANCO HÄNTZSCH, Carolina. Las tribulaciones del cambio: Estrategias argumentativas en el debate del balotaje presidencial argentino. *Entrepalavras*, Fortaleza, v. 9, n. 1, p. 231-251, jan-abr/2019.

Resumen: Este artículo analiza las estrategias argumentativas desplegadas por los candidatos Daniel Scioli y Mauricio Macri en el debate televisivo antes del balotaje por el cargo de Presidente de la República Argentina. Se divide en dos secciones: la primera considera los modos en que los presidenciables conjugaron en sus argumentos su trayectoria política, la situación actual del país y las perspectivas a futuro, y cómo estas referencias se articulan en pos de favorecer la imagen propia y perjudicar la del rival. La segunda sección indaga las estrategias de los candidatos para definir su posición respecto del oficialismo. Los resultados de la investigación indican estrategias que difieren, en primer lugar, por el modo en que representan el futuro, y, en segundo lugar, por la inclusión o exclusión del candidato oficialista en el colectivo de identificación del gobierno entonces en ejercicio.

Palabras clave: Debate político. Estrategias argumentativas. Argentina contemporánea.

Abstract: This paper analyzes the argumentative strategies deployed by the candidates Daniel Scioli and Mauricio Macri in the televised debate before the ballot for the office of President of the Argentine Republic. It is divided into two sections: the first one considers the ways in which the candidates combined in their arguments their political careers, an analysis of the current situation of the country and future prospects, with the purpose of favoring one's own image and damaging that of the rival. The second section explores the strategies of the candidates to define their position with respect to the ruling party. The results of the research indicate different strategies with regard to how the future is represented, in the first place, and a struggle to demonstrate how close Daniel Scioli was to the government then in exercise.

Keywords: Political debate. Argumentative strategies. Contemporary Argentina.

Introducción

Las elecciones presidenciales de 2015 en la Argentina atendieron a la constitución de un nuevo espacio para la puesta en juego de la argumentación al servicio de la competencia partidaria: los debates presidenciales televisados. Autoproclamado “hito” de la vida política nacional en la voz de sus organizadores, de sus conductores y de los medios que relevaron la transmisión¹, su ocurrencia como acontecimiento político-mediático coincidió con el primer balotaje² de la historia argentina.

Los presidenciables más votados en la primera vuelta, el candidato del oficialismo, Daniel Scioli (Frente para la Victoria), y el candidato de la principal coalición opositora, Mauricio Macri (Cambiemos), compitieron mano a mano en la segunda vuelta electoral. El resultado definitivo del escrutinio fue un triunfo de Cambiemos (51,34%) sobre el Frente para la Victoria (48,66%). La diferencia: 678.774 votos. Antes de la realización del balotaje, el 15 de noviembre, en el Salón de Actos de la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires, tuvo lugar un debate entre los dos candidatos³.

¹ Sus organizadores se ocuparon de celebrar el acontecimiento en calidad de gesto inaugural, tanto durante como en el pre- y post-debate. Por ejemplo, el periodista Rodolfo Barili abrió la emisión del debate de la primera vuelta (4 de octubre) anunciando: “*el primer debate presidencial, que sea ésta la pregunta dentro de cuatro años: qué día y a qué hora; no si se hace*”.

² “Segunda vuelta electoral” o “balotaje” es el término utilizado para designar la segunda ronda de votación en algunos sistemas de elección a cargos ejecutivos o legislativos: consiste en una competencia entre los dos candidatos más votados de la primera vuelta, quienes para llegar a ocupar el cargo necesitan obtener más de la mitad de los votos emitidos.

³ El segundo debate, objeto de este artículo, obtuvo niveles de audiencia récord. Se trabajará aquí esta segunda instancia en la medida en que en la primera las condiciones de discusión “típicas” del género se vieron alteradas por la ausencia del candidato oficialista, principal blanco de ataque del resto de los postulantes a presidente. En efecto, el primer debate se caracteriza por la ausencia casi total de polémica en el piso, a la que complementan las muestras de cortesía explícitas entre los debatientes – ver Franco Häntzsch (2017).

Los debates presidenciales televisados presentan, desde el punto de vista de la argumentación, dos dimensiones que les son inherentes. De un lado, siguiendo a Wiesner; Haapala; Palonen (2017), los debates son “una manera de pelear justamente, de emprender una lucha pacífica” (WIESNER; HAAPALA; PALONEN, 2017), que supone “hablar a favor y en contra respecto de una proposición” (WIESNER; HAAPALA; PALONEN, 2017, 2017, p. 16)⁴. Del otro, Jamieson; Birdsell (1988) subrayan que el debate televisado es una confrontación orientada a “ganar la decisión de la audiencia” (JAMIESON; BIRDSELL, 1988, p. 10). Dos frentes simultáneos, entonces: duelo con el rival y persuasión de la audiencia. La resolución afortunada de dichos objetivos exige a cada uno de los contendientes estrategias *ad-hoc*.

Nuestro artículo analiza aquellas que los presidenciables Daniel Scioli y Mauricio Macri sostuvieron en el debate pre-balotaje: cómo cada uno de ellos intentó construir una imagen favorable de sí y una imagen desfavorable de su oponente, cómo procuraron armar trampas para capturar a su adversario en flagrantes contradicciones y cómo procuraron desarmar las trampas que a su vez aquel le tendía.

Son los primeros pasos en una zona de vacancia: la de estudios sobre debates presidenciales en la Argentina. La falta de antecedentes tiene una razón obvia: en 2015 se realizó por primera vez en nuestro país un debate entre candidatos al cargo de Jefe de Estado. Los aportes de esta investigación deben verse entonces a la luz de esta situación.

Los estudios en el campo de la comunicación política destacan la importancia de los debates televisivos para las democracias en general (CANEL, 2008; LUENGO, 2011) y para las latinoamericanas en especial (CRESPO Y DEL REY MORATÓ, 2013; RUIZ Y ALBERRO, 2012). Debido a su carácter inaugural, no abundan trabajos específicos sobre este género en el país, si bien diferentes autores han considerado la cuestión dentro de estudios más amplios sobre los procesos políticos y electorales a nivel nacional (WAISBORD, 1995; ADAMOVSKY, 2017) o han enfocado debates realizados en otras instancias electivas (SLIMOVICH, 2012). Los únicos antecedentes directos respecto a nuestro objeto son los de Acosta (2016) y Acosta y Campolongo (2017), pero no trabajan con análisis del discurso.

⁴ Salvo indicación en contrario, las traducciones son de los autores del artículo.

El marco teórico-metodológico de nuestro artículo refiere a los estudios retórico-enunciativos contemporáneos (AMOSSY; KOREN, 2002). Su enfoque está orientado por una reformulación de las teorías de la argumentación a partir de los progresos de la lingüística del discurso en sus vertientes enunciativas y pragmáticas. Metodológicamente, se consideran los marcos de enunciación, el carácter dialógico de los intercambios comunicativos, la función del alocutario, la *doxa* y los presupuestos que autorizan la interacción verbal.

Los registros audiovisual y escrito del debate presidencial están disponibles en plataformas como *YouTube* o en sitios digitales de organizaciones encargadas de su conservación. El video completo del debate ha sido tomado de: <https://www.youtube.com/watch?v=H7Lnw-fk__k>. La transcripción oficial del debate está disponible en el sitio web de la ONG Argentina Debate: <<http://www.argentinadebate.org/category/argentina-debate-2015>>.

El porvenir es largo. Las retóricas sobre el futuro nacional

Las estrategias de los candidatos en el debate presidencial previo al balotaje se desenvuelven en torno a una idea de cambio que la coyuntura electoral de 2015 propició por motivos diversos: desde el tratamiento mediático dominante del acontecimiento hasta el hecho de que el oficialismo llevara doce años consecutivos de gobierno – un récord en la Argentina de la última centuria –.

Nos proponemos en esta sección analizar los modos en que los presidenciables Daniel Scioli y Mauricio Macri (en adelante, DS y MM, respectivamente) conjugaron en sus argumentos su biografía y trayectoria política, la situación actual del país y las perspectivas a futuro. Examinaremos cómo en DS las referencias al futuro se encuentran articuladas en una retórica de la advertencia que apuesta a señalar los peligros del eventual gobierno de Cambiemos. En MM, por lo contrario, el futuro está edificado desde una retórica de la esperanza, que pone el énfasis en el programa de gobierno, zona propositiva del discurso político. Estas referencias involucran estrategias y contra-estrategias argumentativas destinadas a favorecer la imagen propia y perjudicar la del rival.

La retórica de la advertencia: el cambio como amenaza

La principal estrategia argumentativa de DS durante el debate consiste en definir la eventual victoria de su oponente como una amenaza. Con ese propósito, realiza dos movimientos complementarios. En primer lugar, diseña una *polémica desplazada*, consistente en debatir contra una suerte de “adversario modelo”, elaborado a partir de acciones y decires previos de MM, ajenos a la dinámica *efectiva* del debate. A este movimiento le sigue un segundo: el de mostrar lo que, desde su punto de vista, resulta corolario *necesario* del programa de su rival. Esta puesta en escena de una evidencia paradójicamente inadvertida exige del orador una faceta informativa – de allí, la configuración de una retórica de la *advertencia* –, que lo conduce, no obstante, a una aporía: la de verse en la urgencia de demostrar lo que se supone que sus destinatarios ya saben.

Tratemos de examinar los movimientos de la retórica de la advertencia de DS. Considérese el siguiente fragmento, que condensa una estrategia repetida:

- (1) Yo quiero decirle al ingeniero Macri que [...] siento que sus ideas, sus decisiones y sus propuestas son realmente en este momento un peligro para el conjunto de la sociedad. **Cuando él ha manifestado**, cosa que **no ha dicho aquí** en su primera intervención, que va a levantar el cepo, que va a dejar librado el tipo de cambio, **eso yo quiero decirle a cada trabajador que** representa un recorte en el salario real. Yo quiero decirle a cada pyme que **cuando abrimos la economía**, esto genera un peligro para el conjunto, y a cada familia y a cada jubilado. Por eso quiero preguntarle **quién va a pagar los costos de este ajuste** que va a llevar adelante, **que es inevitable a partir** de dejar...

La intervención inicial de DS deja en claro la primera de sus estrategias rectoras a lo largo del debate, que denominamos aquí de *polémica desplazada*: organizar una contra-argumentación basada en decires anteriores de su adversario. Esta apela por necesidad a una memoria colectiva de mediano y largo plazo, que excede el presente de la situación de comunicación: “Cuando él ha manifestado, cosa que no ha dicho aquí en su primera intervención...”. DS no discute con los argumentos de MM en el debate, sino con una constelación de decires previos, cuya mención apuesta a actualizar una imagen negativa del rival.

La estrategia de *polémica desplazada* no solo trae a cuenta decires anteriores, sino que traduce los significados de la posición discursiva adversaria a la propia⁵. Los párrafos citados permiten observar el dispositivo de traducción de DS, a partir del uso de discurso referido indirecto y de operaciones de reformulación⁶: “Cuando él ha manifestado [...] que va a levantar el cepo [...] eso yo quiero decirle a cada trabajador que representa un recorte en el salario real”. La argumentación que el candidato desarrolla a partir de allí elabora un silogismo que concluye en una pregunta estimada *necesaria*, repetida en diferentes ocasiones: – y de manera específica en el párrafo citado– : “¿quién va a pagar los costos de este ajuste?”.

Examinemos esta pregunta en la que DS insiste. Como se observa, deriva de un par de argumentos causales – “levantar el cepo... representa...” o “cuando abrimos... esto genera” – que traducen el programa del adversario bajo las reglas de la posición discursiva de DS: levantar el cepo, abrir la economía *significan* “ajuste”. Estas tesis se inscriben dentro de un razonamiento más amplio: las propuestas de MM conducen a un “ajuste” considerado – dentro de la lógica de DS – “inevitable”. El uso del pronombre demostrativo “este” en la pregunta por “quién va a pagar los costos de *este* ajuste” subraya el carácter amenazador, inminente, y sobre todo evidente, de las consecuencias entrevistas en el programa del adversario.

Los argumentos de DS operan, entonces, sobre el terreno de la evidencia. En el extracto que sigue, se observa cómo el candidato repite el interrogante a su oponente:

- (2) Lamentablemente, **no contestó la pregunta que le planteé** [quién va a pagar los costos de este ajuste que va a llevar adelante], porque **es obvio** que una brusca devaluación... y ya lo hemos vivido en el pasado, y esto quiero decirlo con toda sinceridad, viene de **la mano de la coherencia que ha expresado el candidato Macri** en cada uno de los temas que han sido de debate profundo en el Congreso de la Nación para la sociedad.

⁵ Remitimos aquí a la clásica definición de la polémica como interincomprensión. Véase Maingueneau (2008).

⁶ La estrategia de traducción supone ceder la iniciativa discursiva, debido a que el texto-base de reformulación corresponde a la voz del adversario, considerado lenguaje-objeto de la actividad metadiscursiva. Por *iniciativa discursiva* entendemos, en la línea de Raiter (2016), la práctica fundamental para establecer los términos del debate y los ejes de la polémica en cada escena discursiva concreta, disputando el valor de signos compartidos e imponiendo signos nuevos a partir de otros existentes.

El análisis de las dos citas precedentes nos conduce al segundo movimiento a partir del cual DS pone en escena su retórica de la advertencia: la constatación de lo evidente. Porque no se trata de advertir para provocar miedo; antes bien, el objetivo parece ser volver visible una situación considerada inevitable desde el punto de vista del orador. Inevitable, en primer lugar, porque MM habría demostrado su “coherencia” en contra de los asuntos de interés público. Inevitable, en segundo lugar, porque la historia argentina nos provee una lección – la de 2001 – de los efectos del programa adversario, que DS considera suficientemente viva en la memoria de los compatriotas. Inevitable, en tercer lugar y sobre todo, porque es una consecuencia *necesaria* de la implementación de propuestas de esa índole: “es obvio que...”.

Cada una de estas razones se funda en una gnoseología⁷, en un esquema de saberes que el orador considera compartidos y, por lo tanto, fecundos para la producción o la maduración de un consenso. Ahora bien, a la demostración de lo evidente en la argumentación de DS le es inherente una aporía: la del imperioso deber de dar a (re)conocer lo ya sabido, de iluminar lo que a todas luces es visible. Consideremos el siguiente extracto:

- (3) La gente en su casa. **Es muy inteligente el pueblo argentino. Lo está subestimando. Se da cuenta de las contradicciones que hay.** Todo lo que ayer estaba en contra, ahora, porque estamos en una elección, dice que está a favor. [...] **Vos, trabajador, lo tenés que saber. Yo estoy acá en defensa de tu futuro. El 22 de noviembre andá a votar en defensa propia.**

La aporía se puede sintetizar en una frase: “la gente lo sabe, *pero* lo tiene que saber”. Esta paradoja insuperable⁸ plantea un problema de persuasión: ¿cómo se convence de lo evidente a quienes no comparten la evidencia? El elogio del pueblo – “Es muy inteligente el pueblo argentino” – plantea una contradicción que excede la argumentación; afecta, incluso,

⁷ Por gnoseología, Angenot (2010, p. 41) entiende “un conjunto de reglas que determinan la función cognitiva de los discursos, que modelan los discursos como operaciones cognitivas. Esta gnoseología corresponde a las maneras en que el ‘mundo’ puede ser esquematizado sobre un soporte de lenguaje (maneras cuyo fondo es la ‘lógica natural’), *esquematisaciones* que constituyen la precondition de los juicios (de valor, de elección)”.

⁸ Esta paradoja condensa uno de los déficits del discurso kirchnerista durante el período electoral. Ver Onofrio (2017), Gómez Triben (2018).

el dispositivo enunciativo del orador, que oscila en un mismo turno de habla, por el arte del apóstrofe, entre la tercera persona y la segunda, entre el discurso *sobre* el pueblo (“La gente...”) y el discurso dirigido *al* pueblo o al tipo social que lo representa por antonomasia (“Vos, trabajador...”)⁹.

En definitiva, la estrategia de *polémica desplazada* – apoyada en una gnoseología de la evidencia – construye una suerte de adversario fijo, inmutable, una imagen invariablemente *disfórica*, cuya coherencia, entendida a la manera de una esencia – por medio del argumento común del actor por sus actos –, es posible rastrear en la consistencia del *anti-ethos previo* que DS diseña:

- (4) Él [Macri] **se opuso** a la recuperación de YPF, **se opuso** a la recuperación de la administración de los fondos de la ANSES, **se opuso** fundamentalmente a la recuperación también de Aerolíneas [...]. **Fue de los primeros en salir a decir que** si no íbamos a pagarle a los fondos buitres, las consecuencias que íbamos a tener en nuestra economía real.
- (5) Yo quiero preguntarle al ingeniero Macri **por qué votó en contra de la recuperación** de YPF, de Aerolíneas, **de la creación de** una empresa que ha dado agua potable y cloaca. [...] ¿Por qué votó en contra de recuperar la administración de los fondos de la ANSES [...]?

Como se observa en la serie de ejemplos, la “coherencia” que DS constata en MM remite a una serie de acciones y decisiones que en conjunto delinearían el contorno negativo del adversario (“votó en contra...”, “se opuso a...”). La enumeración y la anáfora acentúan el efecto de consistencia y ofrecen una imagen negativa integral, que estaría en las antípodas de la trayectoria del propio orador.

El vocero del miedo: el futuro en disputa

En este trabajo de construcción de una imagen *disfórica* del adversario, la estrategia argumentativa de DS permanece centrada en el rival, a quien cede, en consecuencia, la iniciativa discursiva. El eje del debate es, para el candidato oficialista, el eventual gobierno de

⁹ La conminación es acompañada gestualmente por el uso del dedo índice señalando enfáticamente al frente, allí donde, del otro de la pantalla, la recibe el telespectador.

Cambiamos. La contra-estrategia de MM es explícita. Se trata de poner en escena y desarmar no sólo la polémica desplazada, la estrategia de traducción, con sus referencias y reformulaciones, sino también la falta de iniciativa discursiva del rival:

(6)Y yo te pido, porque ya veo hace varios días que **estás haciendo de vocero de lo que yo haría** que no voy a hacer, ¿no?, de cosas horribles; que no hagas de **vocero mío**, que hables de tus temas, de **cuáles son tus propuestas**. Porque nosotros realmente creemos que hay que desarrollar la economía, que hay expandir la economía, no ajustar. **Yo no he hablado nunca de ajustar**. Justamente, **creo que ustedes han ajustado**. [...] **Y abrir la economía es lo último que he dicho**; hay que cuidar el empleo, hay que sentarse con cada pyme, con cada pequeño productor.

En este extracto, MM marca de forma explícita la cesión de la iniciativa discursiva que realiza su oponente: “no hagas de vocero mío, que hables de tus temas, de cuáles son tus propuestas”. Por lo demás, su respuesta involucra diferentes estrategias argumentativas. En primer lugar, evidencia una de las zonas más problemáticas del discurso de DS en tiempos de elecciones, la del componente programático (VERÓN, 1987); es decir, la de “los fantasmas del futuro”, donde “el hombre político promete, anuncia, se compromete”. Como candidato del oficialismo, DS se enfrenta a una contradicción en los términos: debe proponer un cambio en la continuidad o debe garantizar continuidad con cambios. MM pone esta contradicción del rival sobre la mesa.

En segundo lugar, realiza una serie de negaciones polémicas¹⁰. Algunas refutan la palabra de DS y sus referencias a los decires previos de Macri: “Porque nosotros realmente creemos que hay que desarrollar la economía, que hay que expandir la economía, no ajustar. Yo no he hablado nunca de ajustar”, “Y abrir la economía es lo último que he dicho”. Otras polemizan ciertas afirmaciones, presupuestos u omisiones de DS: “Por algo hace cuatro que no crecemos; hace cuatro años que no se genera empleo...”¹¹. Como sea, a diferencia de la polémica desplazada

¹⁰ Ducrot (1986) reserva el término de “negación polémica” para definir aquella negación destinada a contradecir una opinión inversa. A diferencia de la descriptiva y como la metalingüística, la negación polémica supone siempre la presencia de dos puntos de vista antagónicos susceptibles de ser atribuidos a distintos seres discursivos.

¹¹ El tono polémico del extracto introduce, por añadidura, una definición alternativa del término

o atemporal de DS, MM ejercita una *polémica directa*, en vivo, con ataques y defensas ante los planteos concretos y directos del rival.

La contra-estrategia del candidato de la oposición no se reduce, sin embargo, a la mera negación de la argumentación de su adversario. Frente a las advertencias de DS acerca de los efectos negativos de las eventuales políticas de su gobierno, MM exhibe iniciativa discursiva, ofrece una hoja de ruta, que funda en una retórica de la esperanza:

(7) Daniel: te escucho hace varios días insistir que los argentinos tienen miedo. Yo no creo, eh; yo creo que los veo muy contentos. Sienten la esperanza que se puede, que vamos a crecer [...] Los que yo creo que tienen miedo son ustedes, los que están gobernando, porque han abusado del poder y ya no quieren volver al llano y perder los privilegios. Ese es el verdadero miedo que hay hoy. No nosotros; nosotros estamos felices, sentimos que tenemos una enorme oportunidad.

MM niega la emoción disfórica que los argumentos de DS proyectan¹² (“los argentinos tienen miedo”) y propone una lectura contraria, otro marco de discurso, otro *pathos*: “los veo muy contentos. Sienten la esperanza [de] que se puede...”. Además, restringe la experiencia del “miedo” a la de los actuales gobernantes, planteando una disociación emotiva entre el gobierno – o el kirchnerismo, en sentido amplio – y el conjunto de los argentinos. Esta separación argumentativa se complementa con una asociación por paráfrasis entre los argentinos y Cambiemos: “los argentinos”, que están “muy contentos”, que “sienten la esperanza”, convergen con el colectivo partidario: “nosotros estamos felices...”, enfrentado al “ustedes” de los gobernantes, Scioli incluido¹³.

“ajuste”. Si, para DS, ajustar equivale a liberar el tipo de cambio – ergo, devaluar – y abrir la economía, para MM, ajustar es no crecer; por ende, afirma, el kirchnerismo está llevando adelante un gobierno de ajuste.

¹² Meyer (2009) distingue *pathos* proyectivo, el que despliega el discurso en su materialidad significativa, de *pathos* efectivo, el que “vivencia” el auditorio en efecto y de forma concreta.

¹³ Esta estrategia de *anclaje*, la de ligar a DS con el gobierno kirchnerista, será objeto de consideración en la próxima sección.

La retórica de la esperanza: aires de cambio

La retórica de la esperanza no sólo cobra forma en el contraste explícito con los miedos promovidos por el adversario, sino, sobre todo, a partir de la enunciación de un programa, dimensión clave de la estrategia persuasiva de MM en el debate:

- (8)[...] **el desafío es crecer y para eso tenemos muchas acciones. La primera**, poner en marcha el plan de infraestructura más importante de la historia [...] **También quiero trabajar para** que accedas a tu primera vivienda [...] y que además realmente **la asignación no solo continúe, sino que se extienda a todos, incluyendo a los hijos de monotributistas**. [...] Estas son algunas de las medidas que nos van a posibilitar empezar a crecer.
- (9)[...] **no nos resignemos a vivir detrás de las rejas, que realmente volvamos a trabajar juntos** para recuperar la tranquilidad y la paz. **Yo les quiero proponer, que es una de mis tres propuestas, es enfrentar y derrotar el narcotráfico** [...] Después de diez años de inacción, diría yo de complicidad del Gobierno Nacional, que se la ha pasado negando esta realidad.

A diferencia de DS, que dedica segmentos importantes de sus turnos de habla a polemizar con su rival, MM cumple con las expectativas oratorias del segmento. Enuncia su programa a partir de una relación discursiva de primeras y segundas personas (nosotros-ustedes o nosotros-vos, yo-vos o yo-ustedes, y nosotros inclusivo “los argentinos”). Ofrece secuencias eminentemente programáticas, que, desde la retórica clásica, se situarían en el ámbito de la deliberación: su tiempo es el futuro, su objetivo es promocionar lo útil y rechazar lo perjudicial¹⁴.

La retórica de la esperanza de MM encuentra su zona ideal de promoción en la peroración, que es la parte final del discurso destinada, por un lado, a resumir y sintetizar el desarrollo de la argumentación previa a fin de facilitar el recuerdo de los puntos fuertes y, por el otro, a inclinar la voluntad del oyente o espectador a través del *pathos*, generando las emociones que lo orienten en el sentido de los objetivos trazados:

¹⁴ En estos tramos, la polémica no desaparece en el discurso de MM, pero ocupa un lugar relegado.

(10) Hace un tiempo decidí dedicarme a soñar y a mi pasión por el hacer: me refiero a Boca y a la Ciudad. Hacer posible lo imposible [...] **Y ahora siento que estamos por comenzar una etapa maravillosa**, de trabajo en conjunto, buscando llegar a esa Argentina que soñamos hace tanto. [...] **Y hoy es cuando quiero convocarlos a todos, porque ya probamos demasiados años enfrentados.** [...] **Y sé que se necesita un presidente que hable menos y escuche más; que haga conferencias de prensa y no cadenas nacionales; que entienda que el valor es el equipo y no el personalismo.** [...] Pero siento en el corazón que es ahora, que es hoy el momento que nos desafía [...] **¡Vamos todos juntos Argentina!**

La sensación del inicio de una nueva etapa en pos de “esa Argentina que soñamos hace tanto” – uno de los topos habituales del discurso fundacional (ZOPPI FONTANA, 1993) – abre el juego al tiempo de la esperanza. En sus palabras finales, el candidato apuesta a todos los lugares comunes de la peroración, con un vocabulario inflamado, menos romántico que emprendedor o motivacional: “soñar”, “la Argentina que soñamos...”, “se puede”, “mi pasión por el hacer”, “hacer posible lo imposible”, “siento en el corazón”, “el momento que nos desafía”, “¡Vamos...!”. Estos lugares comunes se concatenan en torno a un orador que pretende volverse garante del *mundo* ético de esperanza que despliega: “Y sé que se necesita un presidente...”. Estos trazos retóricos definen una imagen de sí que resalta como una figura nítida sobre los vicios adjudicados al kirchnerismo, su *anti-ethos*¹⁵: el conflicto como motor de la política (“demasiado años enfrentados”), la logorrea y la falta de escucha, el destrato hacia los medios de comunicación, el personalismo.

El presente dura demasiado. Dilemas del tiempo electoral

El debate presidencial televisado en tanto práctica social impone a las estrategias de persuasión de cada presidenciable un *doble juego*: por un lado, arremeter o resistir los embates del oponente; por el otro, seducir al auditorio. En la sección anterior examinamos el modo en que los debatientes apuestan a persuadir a sus audiencias,

¹⁵ Ver Larochelle (2007). Sobre la representación del kirchnerismo en Cambiemos, ver Dagatti (2017).

proyectando un futuro amenazante o esperanzador. En esta sección, se explorarán analíticamente las estrategias de MM y DS para definir su posición respecto del gobierno en curso; lo que conduce a examinar el conflicto entre ambos para dirimir su mayor o menor distancia o afinidad con relación al kirchnerismo.

El lastre del presente, la singularidad del futuro. Estrategias en pugna

La posición discursiva de DS en el debate resulta constreñida por dos frentes. El primer frente es coyuntural, se deriva de la inscripción de la disputa argumentativa en un tiempo electoral específico. La premisa de que el sufragio es la instancia ideal para garantizar democráticamente un cambio de programa gubernamental es compartida por ambos contendientes. Existe una segunda: la de que el kirchnerismo realmente existente no es la opción mayoritaria, sea porque se la impugna globalmente (el caso de MM) o porque se la considera mejorable o necesitada de renovación (es el caso de DS).

Ahora bien, mientras MM no puede más que obtener beneficios de estas presunciones, DS se encuentra compelido por el oxímoron de convertirse en el garante de un cambio en continuidad; contrasentido al que ya hemos referido en la sección anterior. El segundo frente, del que nos ocuparemos ahora, refiere a las estrategias argumentativas por las que MM y DS definen la posición del segundo respecto de la fuerza entonces gobernante. Es decir, si la propuesta de DS de diferenciarse del kirchnerismo es inherentemente contradictoria y, por ende, representa un escollo en su juego argumentativo, examinaremos la maniobra por la cual MM ataca este flanco débil de su adversario.

En vista de este conflicto, definiremos, por un lado, la estrategia a partir de la cual MM espera dejar en claro que el triunfo de DS representaría *in fine* la continuidad del kirchnerismo. Por el otro, en consideración de la ofensiva de MM, observaremos la estrategia de singularización de DS, desplegada infructuosamente para tratar de sustraerse a los colectivos gubernamental o partidario del kirchnerismo (“nosotros, el gobierno” o “nosotros, los kirchneristas”). La tensión que promueve el choque de las respectivas estrategias durante el debate deja como saldo un problema de inscripción enunciativa para el candidato oficialista.

La distinción fundamental de este duelo argumentativo se juega en torno a quién representa la mejor opción a futuro. Para MM, el

mejor futuro posible es el cambio de gobierno; para DS, en cambio, se trata de la continuidad, mejora y perfeccionamiento de los principales programas del gobierno en ejercicio frente a la amenaza que representa su oponente. Pasemos a ilustrar la serie de embates y contraofensivas entre ambos candidatos a partir de los siguientes fragmentos:

(11) DS: - Aquí **hay un triángulo de progreso** que son los empresarios, los trabajadores y el Estado con políticas públicas, y **hay un triángulo de retroceso al pasado** [Interrupción]: los fondos buitres, el Fondo Monetario Internacional y la propuesta del candidato de la alianza Cambiemos.

MM: - **Daniel: ¿en qué te has transformado? ¿O en qué te han transformado? Parecés un panelista de “6, 7, 8”**, diciendo una cantidad de mentiras que escuchamos hace años [...]

La dicotomía enunciada por DS entre “un triángulo de progreso” y “un triángulo de retroceso al pasado” reproduce una estrategia argumentativa típica del kirchnerismo, que asociaba a Cambiemos con el gobierno de la Alianza, cuya gestión había terminado anticipada y abruptamente por la crisis de 2001. Esa es la razón de la mención del FMI y de la designación de Cambiemos como “alianza Cambiemos”.

La facilidad con que el argumento de DS puede ser reconocido como típicamente kirchnerista – en sus modos de designación, en su dominio semántico de determinación, en su polarización del espacio social – le permite a MM enunciar: “Daniel, ¿en qué te has transformado? ¿O en qué te han transformado? Parecés un panelista de 6,7,8”. La pregunta ubica a DS dentro del espacio discursivo kirchnerista a partir de una estrategia de inscripción del individuo en el colectivo. La denominamos estrategia de *anclaje*. La denuncia de la “transformación” niega toda autonomía y capacidad de liderazgo del rival; de allí, la comparación con “un panelista de 6, 7, 8”, que era el programa de la Televisión Pública más identificado con el kirchnerismo. En otras palabras, MM ancla a DS en el “ustedes, los kirchneristas” y subordina su figura a un plan político ajeno.

La respuesta de DS deja entrever su contra-estrategia, que es la de la *singularización*. DS evita hablar en nombre del gobierno del que participa, de la fuerza que como candidato encabeza. Por el contrario, busca producir un efecto de singularidad, sobre la base de referencias a su lucha y su compromiso personales. En su peroración, por ejemplo, afirma:

- (12) **Me preparé toda la vida** [...] para asumir esta enorme responsabilidad [...] **Estoy convencido de** hacerlo bien, porque **yo interpreto muy bien** a las familias argentinas, sus preocupaciones sus nuevas demandas. **Sé escuchar, sé interpretar.**

La primera persona del singular domina el tramo. Ahora bien, la estrategia no se ciñe únicamente al cierre de su participación, es transversal a todos sus turnos de habla. Copiamos a continuación la cadena de argumentos y contra-argumentos característica de la mayor parte del debate en las fases de pregunta / respuesta / repregunta / respuesta:

- (13) DS: -**Quiero** decirle al candidato Macri que no se confunda. Esta noche vino a debatir **conmigo**, con quien si el pueblo así lo decide va a ser el presidente a partir del 10 de diciembre, y **voy a ser quien voy a mandar y llevar adelante mis decisiones**. Por lo tanto, que **no pierda su tiempo en querer debatir con un gobierno que termina el 10 de diciembre**.
- (14) MM: -**Primero quiero aclararte. Daniel: vos no sos el cambio; vos decidiste, elegiste ser la continuidad.** Elegiste estar con Zannini, con Aníbal Fernández, con Milagro Sala, vos elegiste estar con Axel Kicillof, con Máximo Kirchner. **Nosotros somos el cambio.** [...] Yo te pregunto: cuando **la presidenta** de la República dice que en la República Argentina hay 5 por ciento de pobres, 5 por ciento de personas en la pobreza, **¿miente o dice la verdad?** [...]
- DS:- **Seguís insistiendo en querer debatir con un gobierno que termina el 10 de diciembre** [...] y acá más que discutir de estadística **yo me comprometo** a derrotar definitivamente la pobreza [...] **Todos saben mi sentido de la responsabilidad.** Porque creo que el Estado te tiene que acompañar (...) **Eso es lo que yo represento** como su futuro presidente, si así ustedes lo deciden.

No hace falta demasiado detalle para advertir la expresa apuesta de MM por inscribir a DS en el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner: “Daniel¹⁶: vos no sos el cambio; vos decidiste, elegiste ser la continuidad. Elegiste estar con Zannini...”. La enumeración de nombres propios asociados al colectivo del kirchnerismo – por una insistencia que los principales medios de comunicación instalaron como memoria social –¹⁷ *ancla* a DS al gobierno en ejercicio y contribuye a colocarlo del lado de la continuidad.

El candidato solitario: el debate como duelo

La confusión que DS le adjudica a MM (“Quiero decirle al candidato Macri que no se confunda...”) es la de no ser capaz de advertir su singularidad. DS se muestra ante la audiencia como un candidato solitario, ajeno a las lógicas del kirchnerismo¹⁸: “vino a debatir conmigo”, “voy a ser quien...”, “Eso es lo que yo represento...”.

Las citas permiten advertir con nitidez la puja entre la estrategia de singularización de DS y la estrategia de anclaje de MM. Mientras el segundo hace del debate una batalla entre dos fuerzas, la del kirchnerismo y la de Cambiemos, el primero oficia un duelo entre dos personas presidenciables:

(15) MM – [...] el gobierno, específicamente Aníbal Fernández, siempre ha dicho que la Argentina no es un lugar donde se fabrica [droga] sino solamente es un lugar donde la droga está de paso [...] **¿vos creés de verdad lo que dice Aníbal Fernández** que acá no se fabrica droga, que solamente está de paso?

DS: – **Insistís con debatir con un gobierno y funcionarios que terminan el 10 de diciembre. Debatí conmigo, que soy quien aspira como vos a ser presidente** y con propuestas claras, serias y responsables. [...]

¹⁶ El uso del nombre de pila, “Daniel”, repetido una y otra vez durante el balotaje, es una de las múltiples muestras de *informalidad* de diálogo que MM utiliza en sus turnos de habla. Genera un efecto de proximidad y simetría entre los interlocutores. En el caso de DS, sus estrategias de nominación son variadas y ninguna adquiere predominio: MM es nombrado como “Mauricio”, “Macri”, “el candidato Macri”, “el ingeniero”, sin un patrón a *prima facie* regular.

¹⁷ Sobre memoria y medios, véase el trabajo de Moirand (2007).

¹⁸ Sobre endogamia y exclusión en el discurso kirchnerista, remitimos a Fernández Navarro (2016), Onofrio (2016) y Gómez Triben (2017).

La estrategia de singularización le permite a DS abstenerse de objetar – siquiera polemizar con – las premisas enunciadas por MM respecto del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner. Su maniobra podría traducirse en términos de “la respuesta no me compete”, aun cuando quede implícito que la pregunta es pertinente.

Esta estrategia es la manera en que DS trata de resolver la tensión discursiva de su posición política: ¿a quién representa?, ¿cuál es su conexión con la presidente y el kirchnerismo?, ¿a quién busca persuadir? En esta línea, la argumentación del candidato oficialista transita entre el compromiso “personal” y zonas didácticas, prescriptivas y descriptivas:

(16) **Me hago eco** de los trabajadores que dice que le van a poner techo a la paritaria. [...] **Estoy defendiendo** a la clase media. **A vos te estoy defendiendo**, al pequeño y mediano industrial, comerciante.

(17) Muchas gracias. **Como egresado de la escuela pública**, de la Escuela Superior de Comercio Carlos Pellegrini [...] **soy un defensor acérrimo de la educación pública** [...].

(18) **La seguridad ciudadana hay que abordarla desde la prevención. Prevención es** más recursos humanos, más logística, incluir tecnología [...] **La lucha contra la inseguridad tiene ejes centrales:** tolerancia cero al narcotráfico, blindaje total a las fronteras.

Los extractos precedentes permiten demostrar que la argumentación de DS oscila entre actos de habla y expresiones de compromiso, enunciadas en primera persona del singular (“Estoy defendiendo a la clase media...”, “Como egresado de la escuela pública... soy un defensor acérrimo de...”), y los componentes prescriptivo y didáctico (VERÓN, 1987): “La seguridad ciudadana hay que...”, “Prevención es más recursos...”, “La lucha...”. No parece aventurado señalar, entonces, una segunda estrategia de DS, complemento y anverso de la primera, que tampoco habría de tener efectos plenos en su propia performance en el debate. Se trata de una estrategia de *impersonalización*, que opera en las zonas discursivas del saber y el deber y que le permite al orador elidir marcas de subjetividad, enunciando argumentos de carácter impersonal u “objetivo” con pretensión de verdad o de prescripción.

Ahora bien, las estrategias de singularización y de impersonalización de DS enfrentan al candidato con una dificultad en términos de inscripción enunciativa. Porque DS hace uso, en primer lugar, del argumento de la superación¹⁹ – que se apoya en los logros obtenidos por la gestión kirchnerista entonces en ejercicio –, así como, en segundo lugar, enuncia desde una identidad ambigua: “nosotros, el gobierno”, o bien, “nosotros, los argentinos”. Por ejemplo:

(19) [...] a lo largo de estos años, **hemos generado** avances a destacar. [...] Sobre esta base, de una gran primera etapa, ahora **tenemos** que avanzar en la segunda.

(20) Nosotros estamos convencidos de que el fortalecimiento democrático viene de la mano de un Estado social activo [...] **Y un Estado presente es el que ha avanzado en estos años en recuperación de empresas estratégicas.**

¿Quiénes “tenemos que avanzar”, quiénes “estamos convencidos”? Ningún espectador tendría la más mínima dificultad en reponer el agente detrás de estas referencias. DS realiza así una valoración positiva del gobierno del que, en simultáneo, busca singularizarse.

Consideraciones finales

Escenificación en vivo del litigio político, los debates presidenciales televisados son espacios idóneos para el examen de la dimensión estratégica inherente a toda práctica social. ¿Cuáles son las estrategias prioritarias, cómo se utilizan para negociar posiciones dentro del campo, cómo trabajan la temporalidad, qué traman entre el decir y lo dicho?

Este artículo ha explorado analíticamente las principales estrategias argumentativas de los candidatos durante el debate del balotaje presidencial. Los resultados indican, en primer lugar, la presencia de dos *pathos* diferentes con relación al futuro, uno centrado en el miedo y el otro en la esperanza, y, en segundo lugar, la puesta en juego de movimientos para acercarse o distanciarse del gobierno entonces en ejercicio.

¹⁹ El argumento de la superación está orientado hacia el futuro. Supone considerar que lo logrado es un primer paso para alcanzar un estado superior, una situación más perfecta. Véase Fiorin (2015).

En la particular coyuntura electoral argentina en 2015, el recambio electoral aparecía como el suelo común “eufórico” de los dos candidatos. Las dificultades del oficialista Scioli para lograr una estrategia satisfactoria fueron, en este sentido, mayores que las del opositor Macri: ¿a quiénes dirigirse, desde dónde hablar, a quiénes representar? Son preguntas que el segundo podía responder con mayor soltura que el primero. El debate ha sido una prueba de ello.

Referencias

ACOSTA, M. La sociedad civil y el primer debate presidencial en Argentina. **Marco. Revista de Marketing y Comunicación Política**, Buenos Aires, vol. 2, jun. 2016. Disponible em: <https://www.academia.edu/26835084/La_sociedad_civil_y_el_primer_debate_presidencial_en_Argentina>. Acceso em: 11 feb. 2019.

ACOSTA, M.; CAMPOLONGO, C. El inicio de una nueva etapa en la comunicación política argentina: el primer debate presidencial televisado. **Question**, vol. 1, (n. 56), e001, La Plata, 2017. Disponible em: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4371>. Acceso em: 15 feb. 2019.

ADAMOVSKY, E. **El cambio y la impostura. La derrota del kirchnerismo, Macri y la ilusión Pro**. Argentina, Buenos Aires: Planeta. 2017

ANGENOT, M. **El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible**. Argentina, Buenos Aires: Siglo XXI. 2010

CANEL, M. J. Debatir para ganar. **Nueva Revista de Política, Cultura y Arte**, n. 115, La Rioja, 2008. Disponible em: <<http://www.nuevarevista.net/articulos/debatir-para-ganar>>. Acceso em: 10 nov. 2018.

CRESPO, I.; DEL REY MORATÓ, J. **Comunicación política y campañas electorales en América Latina**. Argentina, Buenos Aires: Biblos. 2013.

DAGATTI, M. Volver al futuro. Las refundaciones discursivas en la Argentina contemporánea (2001-2015). **Pensamiento al margen**. Revista digital., n. 6, 2016. ISSN 2386-6098. Disponible em: <<http://www.pensamientoalmargen.com>>. Acceso em: 12 nov. 2018.

DUCROT, O. **El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación**. Argentina, Buenos Aires: Paidós, 1986.

FERNÁNDEZ NAVARRO, B. **Sitio de Memoria ESMA. La construcción discursiva de sus significados**. Presentada como dissertação de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires, 2017.

FIORIN, J. **Argumentação**. Brazil, São Paulo: Contexto, 2015

FRANCO HÄNTZSCH, C. **Argentina Debate. Política, medios y ciudadanía**. Dissertação (Licenciatura en Ciencias de la Comunicación) – Universidad de Buenos Aires, 2017.

GÓMEZ TRIBEN, M. **Patios Militantes: ritual y mediatización. Los discursos de Cristina Fernández de Kirchner a la juventud (1 de julio de 2015 - 29 de octubre de 2015)**. Dissertação (Licenciatura en Ciencias de la Comunicación) - Universidad de Buenos Aires, 2018.

JAMIESON, K. H.; BIRDSELL, D.S. **Presidential Debates**. The challenge of creating an informed electorate. USA, New York Oxford: Oxford University Press, 1988.

KOREN, R.; AMOSSY, R. **Après Perelman**. Quelles politiques pour les nouvelles rhétoriques? L'argumentation dans les sciences du langage. Paris: L'Harmattan, 2002.

LAROCHELLE, M.-H. **Invectives et violences verbales dans le discours littéraire**. Francia, Laval: Presses de l'Université de Laval, 2007

LUENGO, O. Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos. **Revista Española de Ciencia Política**, Madrid, v. 25, p. 82-96, 2011.

MAINGUENEAU, D. A polémica como interincomprensão. In: _____. **Gênese dos discursos**. Brazil, São Paulo: Parábola, 2008. p. 99-118.

MEYER, M. **La rhétorique**. Francia, París: P.U.F., 2009.

MOIRAND, S. **Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre**. Francia, París: P.U.F., 2007

ONOFRIO, P. **Escenificación, ethos y legitimidad política en los discursos de despedida de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner (25 de noviembre de 2015 - 9 de diciembre de 2015)**. Dissertação (Licenciatura en Ciencias de la Comunicación) - Universidad de Buenos Aires, 2017.

RAITER, A. Iniciativa discursiva en la polémica política. Legitimación y habilitación. In: _____.; ZULLO, J. (eds.), **Al filo de la lengua**. Medios, publicidad y política. Argentina, San Fernando: La Bicicleta Ediciones, 2016. p. 131-149.

RUIZ, F.; ALBERRO, H. **Olas de debates electorales en América**. Luces y sombras de un avance democrático. 2012. Disponible em: <http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/medioslatinos/debates_electorales.pdf>. Acceso em: 12 ago. 2018.

SLIMOVICH, A. El debate electoral en los viejos y nuevos medios. Entre entimemas y emociones. **RILL Nueva época**, n. 17, v. 1/2, INSIL, UNT, 2012. Disponible em: <<http://www.insil.com.ar/adminis/up-load/upload/rill2012/Art%C3%ADculo%2019%20SLIMOVICH,%20Ana.pdf>>. Acceso em: 23 sep. 2018.

VERÓN, E. La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. In: Verón, E. et. al., **El discurso político**. Lenguajes y acontecimientos. Argentina, Buenos Aires: Hachette, 1987. p. 11-26

WAISBORD, S. **El gran desfile**. Campañas electorales y medios de comunicación en la Argentina. Argentina, Buenos Aires: Sudamericana, 1995.

WIESNER, C.; HAAPALA, K.; PALONEN, K. **Debates, Rhetoric and Political Action.** Practices of Textual Interpretation and Analysis–Palgrave. Reino Unido: Macmillan, 2017.

ZOPPI FONTANA, M. Sonhando a Pátria: os fundamentos de repetidas fundações. *In*: ORLANDI, E. (org.), **Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional.** Brasil, Campinas: Pontes, 1993. p. 127–149.