

LA VÍA PSICOLÓGICA EN EL DISCURSO POLÍTICO CONTEMPORÁNEO. UN ACERCAMIENTO AL ÊTHOS Y PÁTHOS EN EL DEBATE TELEVISADO

THE PSYCHOLOGICAL WAY IN CONTEMPORARY POLITICAL
DISCOURSE. AN APPROACH TO ETHOS AND PATHOS
IN THE TELEVISED DEBATE

ANA SLIMOVICH

Consejo Nacional de investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.
Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales,
Universidad de Buenos Aires, Argentina
anaslimovich@hotmail.com

Recibido: 28-10-2010 **Aceptado:** 1-07-2011

Resumen: En la retórica del siglo V a.C. se preferían las estrategias persuasivas psicológicas del lenguaje a las lógicas puesto que eran las que, preferentemente, utilizaban los sofistas. Con respecto a la retórica aristotélica, tanto unas como otras constituían medios para la persuasión. Así, Aristóteles en *La retórica* afirma que “la persuasión se produce siempre o porque los jueces se sienten anímicamente afectados en un determinado sentido, o porque el orador ha dado una buena imagen de su carácter o porque algo ha sido demostrado”. En la actualidad, las emisiones televisivas son espacios mediáticos de visibilidad y legitimación del discurso político. Los debates políticos pre-electorales televisados, se constituyen en eventos mediáticos en los cuales cada candidato busca persuadir al espectador de aceptar la representación que él construye del adversario. Si se utilizan, fundamentalmente, estrategias lógicas; si se convoca a las emociones del telespectador; si se construye un orador prudente, honesto o complaciente; serán las preguntas que se intentarán contestar en este trabajo.

Palabras clave: Êthos, páthos, debate, televisión, discurso político.

Abstract: In the rhetoric of the 5th century b.C., persuasive psychological strategies of language were preferred to the logical, because they were preferably used by the sophists. With regard to the aristotelian rhetoric, both were means of persuasion. As well, Aristotle in *The Rhetoric* says that “persuasion always occurs because the judges feel psychically affected in a certain way, or because the speaker has given a good image of his character or because something has been demonstrated”. At present, on television there are media spaces of visibility and legitimacy of political discourse.

The pre-election political televised debates are constituted in media events in which each candidate looks for persuading the spectator to accept the representation that he constructs about the adversary. If they used, mainly logical strategies, if they appeal to the emotions of the spectator, if they build a wise, honest or willing speaker, will be the questions that this paper will try to answer.

Keywords: Ethos, pathos, debate, television, political discourse.

1. Introducción

COMO NOS recuerda López Eire (2000: 19): “la comunicación política moderna sigue siendo retórica, pues busca, al igual que el discurso político tutelado por la Retórica clásica, generar en el oyente efectos cognitivos que le muevan y persuadan a una acción social favorable al orador”.

En el siguiente trabajo se realizará un breve recorrido de los conceptos de *êthos* y *páthos* y se abordará un caso de debate pre-electoral argentino. El objetivo es la utilización de nociones surgidas en la retórica griega clásica en un debate político televisado contemporáneo, compuesto por cuatro oradores candidatos a diputados.

El corpus está conformado por la emisión titulada “Debate Capital” transmitida por la señal televisiva *TN* (Todo Noticias), el 17 de junio de 2009, con motivo de las elecciones legislativas por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Participaron Gabriela Michetti, Pino Solanas, Alfonso Prat Gay y Carlos Heller como candidatos-oradores, con dos periodistas moderadores.

2. Historia sofística

En el desarrollo de la retórica, la filosofía de la sofística cumplió un papel transcendental. El carácter retórico del lenguaje es resaltado por los sofistas del siglo V a.C. al advertir que existía una disociación entre el mundo de las cosas y el lenguaje, entre los hechos sociales y los discursos que tratan sobre ellos; y “comenzaron a alardear de la facultad de lograr, en un debate en el que se enfrentaban dos discursos antagónicos, que el discurso en apariencia más débil de los dos resultase el campeón” (López Eire, 2001: 35). De este modo, el lenguaje es entendido como retórico, no apto para reproducir la verdad pero sí para persuadir emocional y estéticamente. La verdad absoluta desde esta perspectiva no existe, un buen discurso es aquel adaptado a las circunstancias y oportuno (*kairós* y *prepon*), que apele a las estrategias psicológicas del *êthos* o carácter del orador y estilo o *lexis*, y que pueda producir pasiones en los oyentes para generar la adhesión (*páthos*).

“El primer intento de justificar el empleo del lenguaje para hacer cosas tan concretas como persuadir, hacer cambiar de opinión, amedrentar o hacer reír y disfrutar a los oyentes es el que llevó a cabo en el siglo V a.C. el sofista Gorgias de Leontinos” (López Eire, 2001: 43). Desde esta perspectiva, el discurso persuasivo “a través de estrategias racionales de argumentación de lo opinable y de estrategias de seducción del alma basadas en la recurrencia, genera persuasión y la persuasión produce inmediatamente acción” (2001: 47).

3. La retórica: tres pruebas para la persuasión

En primer lugar, es importante afirmar que en *El arte de la retórica*, Aristóteles sostiene que “las pruebas obtenidas por medio del discurso son de tres clases: las primeras están en el carácter moral del orador; las segundas en disponer de alguna manera al oyente, y las últimas se refieren al discurso mismo, a saber, que demuestre, o parezca que demuestra” (*El arte de la retórica*, LI, 1356, a, 2). De modo que el Estagirita afirma: “todos los que deciden se persuaden, bien porque ellos mismos están de alguna manera dispuestos, bien porque creen que los oradores se encuentran en una determinada disposición de ánimo, o bien porque se ha demostrado” (*El arte de la retórica*, LIII, 1403 b, 3). Así, tanto en estos pasajes como en la mayoría de la *Retórica*, Aristóteles considera al páthos y al êthos como legítimos medios para la persuasión.

Mientras Murphy (1990) clasifica a los medios de persuasión en “pruebas lógicas” –vinculado al logos–; “pruebas psicológicas” asociado al páthos; y “pruebas éticas”, el êthos; Barthes (1990) sostiene que existen en la retórica aristotélica las pruebas dirigidas al convencer (gobernadas por el entimema y el exemplum), y las subjetivas o morales dirigidas al conmover: êthos, “los caracteres, los tonos, los aires”–; y páthos, “los sentimientos del que escucha” (Barthes, 1990: 190).

4. Fuentes de credibilidad del êthos

Este trabajo se orienta a un acercamiento a las pruebas psicológicas en el debate televisivo de candidatos políticos. Por esta razón, se describirá brevemente cuál es la definición de êthos en Aristóteles y cómo se construye, desde esta perspectiva, la credibilidad del orador.

En cuanto a la definición de la noción de êthos, Aristóteles enfatiza en que se le da credibilidad a un hecho planteado en un discurso retórico en la medida que “nos parece que el orador posee tales o cuales dotes, a saber,

si nos pareciere bueno, o benévolo o ambas cosas” (*El arte de la retórica*, LI, 1366, a, 3). Para conseguir la persuasión del oyente a través de la prueba ética, dice Aristóteles, el discurso se ha de realizar de manera que haga al orador digno de confianza (axiópistos) para el oyente. Asimismo, el Estagirita enuncia cuáles son las fuentes generadoras de la credibilidad del orador: “Tres son las causas de que los oradores sean dignos de fe, pues otros tantos son, fuera de las demostraciones, los motivos por los cuales creemos, a saber: la prudencia, la virtud y la benevolencia” (*Arte de la retórica*, LII, I, 1378, a, 2).

La interpretación de “phronesis”, “areté” y “eúnoia” con la que Aristóteles define las cualidades del orador han sido variadas. Maingueneau (1993, p. 138) traduce “parecer prudente”, “presentarse como hombre simple y sincero” y “dar una imagen agradable de sí mismo”; enfatizando en las características morales del orador. Por el contrario, Ruth Amossy (1999) opta por afirmar que la autoridad que da al orador de sí deriva de tres aspectos fundamentales: el buen sentido o criterio (phronesis), la virtud (areté) y la benevolencia, el afecto (eúnoia). De esta forma, incluye aspectos cognitivos y afectivos en la definición, que no están presentes en Maingueneau. En esta misma línea, Marafioti (1995, p. 29) define a la phronesis como prudencia: “condición de quien fundamenta bien, una sabiduría objetiva”; la areté como virtud, “muestra de una actitud que no teme a sus consecuencias y se expresa a partir de enunciados directos”; y la eunoia como benevolencia refiriéndose a “no confrontar, no agredir, intentar ser simpático, alcanzar una complicidad con el auditorio”.

Desde la perspectiva de Roland Barthes (1990), el carácter del orador estaría constituido por sus atributos, “los rasgos del carácter que el orador debe mostrar al auditorio (no importa mucho su sinceridad) para causar una impresión favorable: son sus aires” (189). En este sentido, “el orador enuncia una información y al mismo tiempo dice: yo soy éste; no soy aquel”. El autor expresa que phronesis es la “cualidad del que delibera bien, del que sopesa el pro y el contra: es una sabiduría objetiva”; areté es “la ostentación de una franqueza que no teme sus consecuencias”, y eunoia: no chocar, no provocar, ser simpático, entrar en una comunidad complaciente con el auditorio (ídem).

Cabe resaltar que algunos autores (Maingueneau, Amossy) ponen en juego la diferencia entre un êthos extra-discursivo, que pone en juego los valores y representaciones que el público posee del orador antes de que hable, y el que se forma en el discurso mismo. “El sólo hecho de que un texto pertenezca a un género del discurso o a un cierto posicionamiento ideológico induce a prejuicios en materia de êthos” (Maingueneau, 2002: 3). Sin embargo, Aristóteles sólo reconoce el êthos generado por el discurso mismo puesto que el Estagirita concluye que el êthos no debe sustentarse

en elementos previos sino en y por el discurso del orador. En este punto, se realizará una mención a la mediatización de la política en su estado actual.

5. La política mediatizada. El debate

El discurso político ante el advenimiento de los medios masivos ha sufrido múltiples transformaciones; que se han acentuado con la imbricación del discurso político en emisiones televisivas informativas y de entretenimiento, y los nuevos medios como internet. Con respecto a los acontecimientos políticos electorales en las emisiones informativas televisivas –objeto del corpus–, se ha estudiado el lugar de intermediario que ocupan los periodistas, en particular en los noticieros, ya que son ellos los que reciben al político y los que establecen de manera recurrente el eje O-O (los ojos en los ojos) (Verón, 2001). Las instituciones se estructuran en relación directa con los medios: como ejemplo, se suele explicitar que la “campana electoral está cada vez más pensada, organizada, dosificada, en función de la televisión” (Verón, 2001: 15), puesto que la construcción del que enuncia y de aquel al que se dirige del discurso político está en tensión con la escena comunicacional de la emisión informativa. Se hace política a través de los medios, y en particular de la televisión informativa donde se espectacularizan las acciones públicas –campanas, debates, etc.– (Martini, 2004).

Con respecto, entonces, a la democracia audiovisual en la cual se consuma la mediatización de lo político, distintos teóricos¹ (Mouchon, 2002; Sartori, 1998; Verón, 2001) señalan un solapamiento de la dimensión de construcción del adversario. Así, se tiende a relegar aquellos aspectos del discurso político orientados al contra-destinatario y al pro-destinatario; puesto que se acentúan aquellos componentes que apuntan a la seducción del para-destinatario². Con respecto al plano estrictamente del enunciado, se ha insistido en concluir que con la mediatización de la política se genera un proceso de borramiento y ausencia de la dimensión programática: aquella en la cual el enunciador político se compromete a futuro³.

¹ “Una de las tendencias del tratamiento político en la televisión consiste entonces en reducir al máximo el aspecto argumentativo cuando de lo que se trata es de llegar a un público más amplio (...) la televisión generalista, parece, entonces, corroer inexorablemente las cualidades salientes de la política: discutir contradictoriamente e intentar persuadir” (Mouchon, 2002: 221).

² Seguimos aquí la propuesta de Eliseo Verón en cuanto a la destinación múltiple del discurso político que “es un discurso de refuerzo respecto del pro-destinatario, de polémica respecto del contra-destinatario, y de persuasión sólo en lo que concierne al para-destinatario” (1987: 5).

³ Eliseo Verón (1987) distingue, en el plano del enunciado, cuatro componentes: descriptivo –el enunciador político ejerce la constatación–; didáctico –se enuncia un principio general–, prescriptivo –se entreteje un imperativo universal– y programático –promesa y anuncio.

En los debates pre-electorales, la conversación de los candidatos es ordenada y reglada en turnos y planos por la institución televisiva, y las estrategias enunciativas de los actores políticos se conjugan con las presentaciones y mediaciones de los actores de la información. Por otro lado, el poder referencial del directo (Carlón, 2006) se manifiesta con mayor preponderancia puesto que se trata de un *acontecimiento mediático* (Dayan y Katz, 1995). Esto es, las fuentes de credibilidad del *êthos* de cada candidato se entrecruzan con los efectos de sentido del dispositivo televisivo, las reglas impuestas por la emisión, la intervención de sus adversarios, de los periodistas moderadores del debate, etc.⁴. En este sentido los debates políticos televisados son acontecimientos mediáticos transmitidos en directo –o con efecto directo–. Las puestas en escena, en sintonía con lo planteado con Carlón (2009), no son perfectas. En el “Debate Capital 2009”, en el último minuto de conclusiones de los candidatos, la última exposición era la de Pino Solanas quien acusa, por primera vez durante el evento, a Prat Gay de haber sido parte de la banca financiera durante la crisis que generó el corralito financiero en Argentina en 2001. El plano mostraba a Solanas; sin embargo en off se escucha un murmullo de Prat Gay. En este sentido, el reclamo se hace inentendible e inaudible para el receptor –no para Pino Solanas– pero no así inexistente. El formato de planos y contraplanos establecido previamente no permite la inclusión de una toma con el contracampo en ese momento –y no le permite así contestar.

6. Las reglas del “Debate Capital”

El centro del espacio del estudio del “Debate Capital” estuvo ocupado por los atriles para los cuatro candidatos, dispuestos en un arco hacia la pantalla con ubicaciones y secuencias de turno asignadas por sorteo. Los dos moderadores se ubicaron a la izquierda, fuera de campo. El debate estuvo estructurado en cuatro bloques en donde se discutió el modelo nacional –luego de un minuto designado para la presentación de cada candidato–, el de ciudad y la inseguridad y, por último, la declaración final de cada orador. Los minutos libres estipulados para el debate en cada bloque y luego de las tomas de palabra individuales, establecieron los momentos de menor interpelación al espectador televisivo, mayor interacción entre los candidatos, mayor discurso meta y la orientación polémica de las intervenciones. Los

⁴ Es importante destacar que el peso simbólico posterior al acontecimiento estará íntimamente ligado a la construcción mediática del relato del evento –quiénes fueron los ganadores y perdedores, quiénes lograron convencer y se mostraron sólidos, quiénes se mostraron como los mejores oradores, etc.–.

moderadores se concentraron en hacer respetar los turnos de los tiempos, anunciar lo que vendría luego y ser redundantes con las reglas del debate.

Un plano general de atriles con los candidatos, los moderadores y acompañantes acercándose a la tribuna inauguró cada bloque. Por el contrario, el pasaje a la pauta televisiva estuvo dominado por la imagen de los políticos levantándose de sus asientos y los asesores acercándose a los atriles. De este modo, se refuerza el efecto de artificiosidad y puesta en escena. No se registraron primeros planos de los candidatos, ni planos detalle de alguna parte de su cuerpo durante su exposición. La composición de planos era rígida durante la intervención individual de cada orador: estaba constituida por un plano medio que incorporaba los brazos pero que se veían tapados con los trazados en off. Durante el debate propiamente dicho, los minutos estipulados como libres, se comenzaba con un plano general que se acercaba al candidato mediante un zoom, para luego pasar a una pantalla partida en dos espacios de intercambio bidireccionales (o cuatro en los comienzos o finalización de cada bloque) con uno de los candidatos, luego con el otro y así hasta completar la ronda y volver a empezar. Es importante destacar que no se alternaba el plano estipulado aunque uno de los candidatos estuviera interpellando a otro diferente al que aparecía en pantalla. Esto se evidencia, por ejemplo, cuando Prat Gay se dirige específicamente a Gabriela Michetti (la nombra) y el plano sigue en él:

Estas son las cosas que molestan, cuando se promete, se promete y después no se cumple. Hay una promesa en particular que no puedo creer Gabriela que hayas aceptado que Macri no cumpla, y es esto también se dijo en el último programa, hace dos años, dijo, prometió, no hacer publicidad oficial cuando sea gobierno.

Por otro lado, se evidencia la ausencia de planos de corte, eliminando la posibilidad de metasignos de un candidato ante la enunciación de otro. Esta ausencia de gestualidad frente al discurso del adversario, implicó la imposibilidad de descalificarlo *durante* su exposición.

7. Acerca del êthos y del páthos de los candidatos

En primer término, se expondrán aquellas estrategias de argumentación del primer bloque de la emisión televisiva, aquel destinado al minuto para la presentación de cada uno de los cuatro candidatos a diputados.

Se observa un predominio de manifestación del êthos de honestidad. En el caso del discurso de Prat Gay –candidato por la Coalición Cívica, partido opositor al gobierno nacional y al gobierno de la ciudad de Buenos Aires–,

es construido como un candidato que hace coincidir principios éticos y acciones; poniendo en juego un carácter de orador moral:

Desde que llegó Cristina hay más inseguridad, hay más impuestos, hay más pobres, hay menos actividad, menos ventas, menos empleo, tenemos que cambiar, por eso te repito, quiero poner mis ideas, mis valores y mis equipos en funciones. (Prat Gay, 17/06/2009)

Soy Alfonso Prat Gay. Nací y me crié en esta ciudad. Soy padre de tres hijos y soy economista. Estudié en Argentina y tuve la suerte de perfeccionar mis estudios. Como economista trabajé en un banco, en Nueva York y en Londres, a principios de 2002 me dolía ver la crisis de la Argentina desde afuera, dejé aquello y decidí volver. Fundé mi propia empresa y a fines de ese año acepté el desafío de dirigir el Banco Central en la República Argentina. (Prat Gay, 17/06/2009)

Se constituye así la imagen de un carácter sincero y serio, a través de la narración de su formación intelectual y experiencia, de la vestimenta formal, el tono pausado y el cierre de su presentación con la modalidad lógica⁵ al afirmar: “Quiero ser diputado porque tenemos que cambiar”.

Terminé mi mandato y me fui. Me fui porque vi que Néstor Kirchner quería hacer en el Banco Central lo que después terminó haciendo con el INDEC. Era el año 2004, pocos se le animaban a Néstor Kirchner en ese momento. Quiero ser diputado porque a pesar de aquellos años de crecimiento, la brecha entre ricos y pobres sigue siendo la misma. Quiero ser diputado porque estoy convencido de que las soluciones no son complejas si tenemos los equipos y la voluntad política de ir adelante. Quiero ser diputado porque quiero transformar la bronca en esperanza, quiero ser diputado porque tenemos que cambiar. (Prat Gay, 17/06/2009)

En el discurso inaugural de Carlos Heller, candidato a diputado por el Frente para la Victoria, partido gobernante, se construye un *êthos* honesto que incluso opta por la modalidad de la incertidumbre para referirse a sus aptitudes políticas:

Soy nuevo de alguna manera en la política porque nunca he ocupado un cargo en la estructura del estado, en ningún lugar, sin embargo, creo tener una experiencia que me permite decir que tengo cosas para ofrecer. (Carlos Heller, 17/06/2009)

⁵ La modalidad lógica es una de las modalidades del enunciado en la que el enunciador “sitúa o inscribe el tema del enunciado dentro de lo objetivamente necesario o dentro de lo contingente” (Herrero, 2006: 35).

También, se observa la figura retórica de la repetición para tratar de disponer al telespectador de manera favorable:

En todo ese tiempo he aprendido cosas que me parecen fundamentales. He aprendido que la democracia, la eficiencia, la búsqueda de consenso, el diálogo, son valores absolutamente complementarios. He aprendido que búsqueda de la eficiencia no está necesariamente ligada al objeto de la máxima rentabilidad posible, del lucro como gran motor de todas las actividades de todos los seres humanos. (Carlos Heller, 17/06/09)

Usted está cansado, me parece, de que hoy en el congreso los diputados oficialistas se dediquen a levantar la mano convalidando sólo la decisión que un señor toma en Olivos, esas decisiones que toma solo y que nos llevan puestos a todos, y se llevan puesta a la república. Estamos todos cansados de eso. Sabemos que el congreso debe ser el corazón de la democracia, el lugar donde están expresadas las ideas de todos nosotros y las ideas de todos los argentinos, necesitamos de ustedes para hacerle frente al desafío que este nuevo congreso tendrá a partir del 28, el desafío de lograr que Pino, Alfonso, Heller, yo, todos, podamos trabajar y dialogar mucho. (Gabriela Michetti, 17/06/09)

Así, los dos candidatos optan en su presentación por la anáfora, estrategia retórica de índole psicológica basada en la repetición de palabras en los respectivos comienzos de dos frases sucesivas. El locutor tiene así la intención de agrandar el enunciado, apelando a la emoción del interlocutor y mostrarse como un orador firme y tenaz.

El discurso de presentación de Pino Solanas, candidato a diputado por el partido *Proyecto Sur*, opositor al gobierno nacional y al de la ciudad de Buenos Aires, es el único que de los lugares de donde se obtiene la materia retórica predominan los del asunto en cuestión, retomando verosímiles sociales:

Estimados amigos, vecinos, compañeros: frente al vaciamiento de la política, el doble discurso, la traición y el engaño como método de acción política, el saqueo de los recursos naturales, la corrupción, el vaciamiento patrimonial, el empobrecimiento, Proyecto Sur viene a plantear una alternativa diferente a ese bipartidismo que ha venido gerenciando el modelo neoliberal en estas décadas. (Pino Solanas, 17/06/2009)

En el segundo y tercer bloque de la emisión, o sea, en las secciones del debate con tema determinado con anterioridad por la emisora (modelo de ciudad, modelo de nación y seguridad); predominan los argumentos de tipo lógico (entimema y ejemplo). Sin embargo, es posible rastrear que una de las

estrategias retóricas de orden psicológico más utilizada es la construcción de un hablante honesto por el ataque justamente a la construcción de carácter sincero del adversario:

–“Yo lamento que de grande te hayas hecho mentiroso”. (Carlos Heller, 17/06/09)

–“Carlos Heller no te sabía grosero”. (Pino Solanas se defiende de la acusación poniendo en duda el *êthos* de benevolencia de su adversario)

En este punto, el ataque a la construcción de carácter honesto del adversario es establecido a través de una argumentación “ad personam”, puesto que no parte de las opiniones del adversario sino de la persona misma, en este caso, un defecto moral, el ser mentiroso, constituye el blanco del ataque. Como plantea Marafioti (1995: 55) a una argumentación ad personam le sigue otra (en este caso la acusación de ser grosero), para deslegitimar al oponente.

Me sorprende otra vez, ya se lo dije el otro día a Alfonso, porque sé que es un profesional el mismo lo dijo y habló de su formación internacional, y demás, y hace terrorismo barato. Terrorismo barato. Acá lo que él dice no tiene ninguna posibilidad de ocurrir absolutamente. Esas son chicanas de la oposición, que primero chicanean con una cosa, después quieren instalar el fraude. (Carlos Heller, 17/06/09)

En el caso de Gabriela Michetti, candidata por el *PRO*, partido gobernante en la ciudad de Buenos Aires, es una constante en su discurso durante todo el debate, la construcción de una oradora benevolente –que da una imagen agradable de sí misma– y conciliadora –que busca el acuerdo, que no pone el énfasis en las diferencias con los adversarios sino en las consonancias⁶:

En este minuto propongo un tema digamos para que veamos si nos ponemos de acuerdo para el Congreso, que es constituir un grupo de trabajo especial que se dedique exclusivamente a profundizar todos los temas del Área Metropolitana. (Gabriela Michetti, 17/06/09)

Lo que Pino propuso cuando hizo el derecho a réplica y obviamente después no hay tiempo para hacerlo pormenorizadamente pero me parece que está bueno, esta cosa de tratar de ver si podemos ver de recuperar esta cosa de los recursos naturales y el manejo... y la proyección de ese tema por ejemplo con la ley de glaciares que votamos juntos que nosotros también estamos

⁶ En un plano paralelo, el discurso del *PRO* se construye como superador de las diferencias y en búsqueda de efectividad.

de acuerdo, como propone Pino, en que esto sea cuidadoso digamos, ¿no?
(Gabriela Michetti, 17/06/09)

Prat Gay en los minutos de interacción con los otros candidatos utiliza la estrategia retórica de carácter benevolente, al manifestarse preocupado por los excesivos ataques discursivos que tanto él como los demás adversarios le dirigen a Gabriela Michetti:

Y estamos todos pegándote a vos pero no te pegamos a vos porque nos guste pegarte, sino porque la verdad es que la gestión no ha sido buena hasta ahora. (Prat Gay, 17/06/2009)

Es obvio en este bloque la que está en inferioridad de condiciones es Gabriela porque... (Prat Gay, 17/06/2009)

Con respecto a la apelación a las emociones en los telespectadores, cabe mencionar que Prat Gay utiliza la *narratio* a modo de ejemplo para generar conmoción en el auditorio: por un lado, el relato de una señora de barrio humilde que debe viajar con un arma casera por miedo a la inseguridad que busca la compasión en el oyente; por el otro, el relato de la indignación de otra señora que señala un boulevard en malas condiciones, en oposición a la consigna oficialista de “Haciendo Buenos Aires”. De este modo, expone su carácter de político mundano que tiene contacto con el pueblo, dando una imagen benevolente y agradable de sí mismo frente a la situación de la ciudad que se va construyendo como catastrófica –desordenada, impune– a través de argumentos lógicos, entimemas y ejemplos, a lo largo de todo su discurso.

El otro día en una recorrida en Villa Lugano, se acercó una señora me dijo que era enfermera del hospital del lugar y me mostró como adentro de su palma tenía una tijera. Me dijo: yo tengo que salir todas las mañanas de mi casa y volver a la noche con esta tijera en la mano porque no sé qué me puede pasar. (Prat Gay, 17/06/2009)

El otro día una señora en la esquina de Rivadavia y Olivera me decía mostrándome un boulevard, en medio de Rivadavia, esto más que Haciendo Buenos Aires, es más bien haciendo bolsa o deshaciendo Buenos Aires. (Prat Gay, 17/06/2009)

Cabe mencionar que, en este debate, también se hace uso de la estrategia retórica de la parodia. Pino Solanas, en diálogo con Carlos Heller, cambia el tono serio y de denuncia de las acciones del gobierno nacional, por uno jocoso y altanero al afirmar:

El gobierno que fue capaz de modificar y manipular los índices del INDEC, que le sirve a los trabajadores para defender su poder adquisitivo de todos los industriales, lo que le falta es modificar... el servicio meteorológico. (Pino Solanas, 17/06/2009)

De esta manera, genera risas en el auditorio por la sorpresa de la afirmación.

Con respecto al minuto que posee cada candidato para el cierre (sin posibilidad de ser interrumpido y sin planos de corte con metasignos de otros candidatos frente al discurso de otro), Pino Solanas opta por el ataque al *êthos* de honestidad de Prat Gay acusándolo de cómplice silencioso de una de las crisis más profundas de la Argentina, la confiscación de ahorros y devaluación de 2001, apelando a la estrategia psicológica del *kairós*. Es decir, hace el lenguaje operativo en el momento oportuno, puesto que realiza la acusación al final de dos horas de debate. Prat Gay ya había emitido su discurso de cierre y no volvería a tener la palabra para defenderse de la acusación. De este modo, contribuye a la construcción de un *êthos* de honesto denunciante que mantuvo durante todo el debate.

Yo lamento también que, recordarle a Prat Gay que en el 2001 era funcionario del banco central y funcionario de la banca Morgan cuando se llevaban los ahorros de nuestros ahorristas y vecinos.

Es importante recalcar que en el caso de Gabriela Michetti, en el minuto de cierre se apela al refuerzo de su carácter honesto y conciliador con fines nobles.

Te aseguro que no descansaré para tratar de conseguir que todos nosotros dialoguemos, trabajemos muchísimo para lograr esos proyectos comunes. Y trataré siempre de poner lo mejor de mí. Pero yo se que usted quiere representantes políticos honestos, serios que trabajen mucho y que tengan grandeza. Eso trataré de hacer. (Gabriela Michetti, 17/06/2009)

A diferencia de los otros dos oradores, Prat Gay y Carlos Heller cierran sus discursos tratando de disponer al telespectador de forma favorable sensibilizándolo a través de la pregunta retórica en el primer caso, y de la repetición en el segundo.

La pregunta que tenemos que hacernos es quién le pone límites. Esto es lo que va a definir esta elección. ¿Carlos Heller que cree todavía en el INDEC?, ¿Solanas cuyos diputados aliados votaron a favor de Enarsa, que después vino con los sobrepagos, y el saqueo de las AFJP que no terminó aumentando

las jubilaciones y el salvataje inexplicable de Marsans?, ¿Gabriela que no le pudo decir que no a Macri, le va a poder decir que no al PJ bonaerense cuando esté en el mismo bloque? (Prat Gay, 17/06/2009)

En este sentido, se da por supuesto que todos los espectadores-votantes coinciden con el orador en que la respuesta a todas estas preguntas es por la negativa y esto es algo sobrentendido por el orador para la “amplificación afectiva”. Se pretende la sintonía psicológica con los oyentes que buscan, al igual que el orador, alguien que luche contra Kirchner, y el candidato se construye como el único posible de hacerlo.

A todos esos ciudadanos que hace seis años creían que el país se hundía y que no había más esperanzas. A quienes no tenían trabajo y hoy tienen trabajo. A quienes todos los días van a trabajar y quieren ver un futuro mejor para su familia. A quienes tenían sus PYMES cerradas y hoy tienen empresas funcionando. A los docentes y a los científicos que no eran reconocidos, y hoy tienen ingresos acordes con su trabajo. A quienes no se podían jubilar, y hoy están jubilados. A quienes por años y años tenían sus jubilaciones y pensiones congeladas, y hoy tienen un régimen de actualización. A quienes les indignaba la posición Argentina en el mundo subordinada y dependiente, y hoy ven con alegría como Argentina se integra con el resto de las naciones de Sudamérica. A todos ustedes, a los que valoran esto que estamos diciendo, a los que valoran todo lo realizado y también a todos los que quieren ir por más. (Carlos Heller, 17/06/2009)

Carlos Heller, en el cierre de su discurso, se concentra en los telespectadores-oyentes tratando de interpelar a distintos sectores sociales (empresarios, docentes, jubilados, etc.) y a través de la estrategia de la repetición va sumando grupos –formando una imagen de totalidad de espectadores que adhirieron y/o adhieren al gobierno kirchnerista–.

8. Conclusiones preliminares

En base al análisis realizado, enfocado en las fuentes para la construcción de autoridad del orador en el debate y en los argumentos centrados en el destinatario, se puede concluir que predomina la manifestación de un *êthos* de honestidad en primer lugar, seguido de un *êthos* de benevolencia. Esto es, si hay un ataque, se juega en el terreno de la sinceridad/falsedad del oponente y de sus dichos; lo mismo sucede con las fuentes por las cuales se construye el carácter propio de cada orador.

Con respecto a los argumentos centrados en el destinatario, se apela como

se expresó con anterioridad, a la pregunta retórica y la repetición anafórica para generar adhesión y amplificación afectiva. Pino Solanas es el hablante que en su discurso se centra con mayor variedad de estrategias retóricas de índole psicológicas en el destinatario, con predominancia de la exageración y la parodia; ésta última también usada por Carlos Heller.

Es importante resaltar que una de las estrategias más utilizadas en los minutos de debate libre, esto es, de mayor interacción entre los candidatos, es la construcción del sujeto del discurso a través del ataque explícito a la imagen de orador honesto del adversario. Esto se da en tres de los cuatro candidatos; Gabriela Michetti manifiesta un *éthos* de benevolencia y conciliación y no dirige ataques explícitos a la imagen del adversario.

Por otro lado, en este debate predomina la estrategia de la diferenciación, esto es, tres de los cuatro candidatos se alejan de la imagen del adversario para construir la propia; a través de argumentaciones *ad hominem* y críticas a los discursos de los otros candidatos. Por el contrario, Gabriela Michetti tiende a la estrategia enunciativa de la asimilación. Es decir, atenúa las diferencias con los adversarios. Por esta razón, se construye un cuerpo político de la proximidad. Es una oradora que habla rápido, que se *dibuja* como pragmática, como aquella que busca lo positivo; y que desde su optimismo *nos sonríe*. Además, busca solapar las disidencias con los otros candidatos, respetando los tiempos predeterminados del debate (incluso en varios segmentos termina antes las exposiciones); retomando dichos de sus adversarios y propios; y marcando que el foco de su discurso está en la búsqueda de la coincidencia y asumiendo que hay que dejar de lado las diferencias.

Se puede concluir entonces que, en este debate, la estrategia de asimilación con los caracteres de los otros oradores, esto es, la estrategia de Gabriela Michetti de construir la fuente de credibilidad en la benevolencia desdibuja la construcción del propio adversario, acercando ese discurso político a un discurso publicitario.

Referencias bibliográficas

- Amossy, R. (1999). *Images de soi dans le discours. La construction de l'éthos*. París: Delachaux et Niestlé.
- Aristóteles (2007). *El arte de la retórica* (Traducción de E. Granero). Buenos Aires, EUDEBA
- Barthes, R. (1990). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Carlón, M. (2006). *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2009). "¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era". En Carlón, M. y Scolari, C. (eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 159-187). Buenos Aires: La Crujía.

- Herrero, C. (2006). *Teorías de pragmática, de lingüística textual y de análisis del discurso*. La Mancha: Ediciones de la Universidad de Castilla.
- Dayan, D.; Katz, E. (1995). *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- López Eire, A. y Santiago Guervós, J. (2000). *Retórica y comunicación política*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- López Eire, A. (2001) *Los fundamentos de la retórica*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.
- Maingueneau, D. (2002). Problèmes d'éthos. *Pratiques*, N° 113, 1-36.
- Marafioti, R. (1995). *Temas de la argumentación*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Martini, S. (2004). *Violencia criminal y reclamos en la Argentina: territorios y márgenes de la comunicación política*. In: Actas VII Reunión Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación, ALAIC, La Plata, Argentina.
- Mouchon, J. (2002). *La resistible decadencia del debate público en televisión*. Barcelona: Gedisa.
- Murphy, J. (1990). *Sinopsis histórica de la retórica clásica*. Gredos: Madrid.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
- Verón, E. (1987). *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.