

---

**RECONSTRUYENDO LA CONFIANZA:  
el discurso de campaña de Carlos Reutemann por el sub-lema justicialista 'Creo  
en Santa Fe' en el diario *El Litoral* (Santa Fe, agosto-septiembre de 1991)**

*Rebuilding trust  
campaign speech by the Peronist Carlos Reutemann sub-theme  
'I Believe in Santa Fe' in the newspaper El Litoral  
(Santa Fe, August-September 1991 )*

**MARÍA CECILIA LASCURAIN**

Instituto de Altos Estudios Sociales [IDAES]  
Universidad Nacional de San Martín [UNSAM]  
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas [CONICET]  
mcecilia.lascurain@outlook.com

**Resumen**

El artículo analiza el discurso de campaña del candidato a gobernador de la provincia de Santa Fe, Carlos Reutemann, por el sublema justicialista “Creo en Santa Fe”, entre agosto y septiembre de 1991. En un contexto de crisis y transformaciones en la representación política, en general, y en el justicialismo, en particular, el discurso de Reutemann buscó reconstruir el vínculo representativo parcialmente dañado por medio de diversas estrategias discursivas. En primer lugar, definió su autorrepresentación como “independiente” y *outsider* de la política, distanciándose, a su vez, de los “políticos tradicionales” sobre quienes pesaba una negativa percepción desde la ciudadanía. En segundo lugar, delineó al colectivo de los “indecisos” como destinatario privilegiado de sus alocuciones. Por último, resignificó y estableció una relación ambigua con la tradición peronista a la cual apelaba alternativamente desde su condición de extrapartidario, buscando ampliar lo más posible el alcance de su interpelación política.

**Palabras clave:** Crisis de representación – Discurso político – *Outsider* – Peronismo – Reutemann

**Summary**

This paper analyzes the campaign discourse of Carlos Reutemann, candidate to the government of Santa Fe province, for the Justicialist sublema “I believe in Santa Fe”, from August to September of 1991. In a context of crisis and transformation of political representation, the discourse of Reutemann sought to rebuild the representative link partially damaged through various discursive strategies. First, defining himself as a political outsider, taking distance, at the same time, from “traditional politicians”, who were the targets of a negative perception from citizenship. Second, outlining the group of “undecided” as privileged receiver of his allocutions. Finally, giving new sense to Peronist tradition, and establishing an ambiguous relationship with it, to which he referred alternatively from his condition of an outsider, trying to widen as much as possible the extent of his political speech.

**Key words:** Representation crisis – Political discourse – Outsider – Peronism – Reutemann

---

**Reconstruyendo la confianza:**

**el discurso de campaña de Carlos Reutemann por el sublema justicialista 'Creo en Santa Fe' en el diario El Litoral (Santa Fe, agosto-septiembre de 1991).<sup>1</sup>**

**MARÍA CECILIA LASCURAIN**

IDAES-UNSAM/CONICET

**Introducción**

La creación de la candidatura a gobernador de Carlos Alberto Reutemann – ex corredor de Fórmula Uno y empresario agropecuario – dentro del Partido Justicialista de Santa Fe se dio a conocer en el mes de abril de 1991,<sup>2</sup> unos meses después de que el entonces vicepresidente de la Nación, Eduardo Duhalde, realizara declaraciones al respecto como parte de la estrategia que se dio en llamar “Operación Empresario Exitoso”, que el presidente Carlos Menem estaba proyectando para las elecciones de ese año en algunos distritos.<sup>3</sup> Luego de haber recolectado la cantidad de avales que la vigente “Ley de Lemas”<sup>4</sup> exigía para la constitución de los sublemas (corrientes internas de cada partido político), Reutemann se lanzó a concretar acuerdos que, según afirmaba, no reconocían “líneas internas” dentro del lema del Partido Justicialista, sino que se armaban con dirigentes “de las terceras líneas”, militantes, afiliados e independientes.<sup>5</sup>

El estilo de campaña del sublema “Creo en Santa Fe” – bajo el cual Reutemann presentó su candidatura – reprodujo, en varios aspectos, el tipo de formato proselitista

---

<sup>1</sup> Una versión preliminar de este trabajo fue presentada en el XI Congreso Nacional y IV Congreso Internacional sobre Democracia, Rosario, Argentina, 8 al 11 de septiembre de 2014. Agradezco los comentarios allí recibidos. El contenido del artículo es, sin embargo, de mi absoluta responsabilidad.

<sup>2</sup> Diario *El Litoral (EL)*, 8/4/91, p. 5.

<sup>3</sup> VARGAS, Horacio. *Reutemann, el conductor. La biografía no autorizada*. Homo Sapiens, Rosario, 1997, pp. 96. Una estrategia similar, en este sentido, se diseñó para la candidatura del ex cantante y empresario Ramón Ortega en Tucumán.

<sup>4</sup> La Ley de Doble Voto Simultáneo y Acumulativo, conocida como “Ley de Lemas”, fue sancionada el 9 de noviembre de 1990. Dicho sistema electoral contemplaba una doble competencia en el mismo acto electoral: entre Partidos (Lemas) y entre líneas internas (sublemas). El triunfo correspondía al candidato o sublema más votado del partido con mayores votos. Para una descripción del funcionamiento del sistema y de los aspectos legales y constitucionales del mismo, y un análisis de los posicionamientos de todos los partidos representados en la Legislatura provincial al momento de su sanción, consultar el artículo de BORELLO, Raúl – MUTTI, Gastón. “La ley de lemas en la provincia de Santa Fe”. En: *Actas del VI Congreso Nacional de Ciencia Política de la SAAP*, Rosario, Argentina, 2003. Para un análisis del impacto de la ley en el sistema de partidos santafesino, ver ROBIN, Silvia. *Régimen electoral y sistema de partidos. La influencia de la ley de lemas sobre el sistema de partidos en la provincia de Santa Fe*, 2007 [Disponible on line en <http://es.scribd.com/doc/57608724/Regimen-Electoral-y-Sistema-de-Partidos-Santa-Fe-Argentina>]

<sup>5</sup> *EL*, 30/4/91.

(uso de las caravanas, las encuestas y la propaganda televisiva) que se había desplegado ya en los comicios nacionales de 1987 y que se consolidará en los sucesivos eventos electorales. Si bien la campaña de la apertura democrática en 1983 para el caso de los candidatos presidenciales (Raúl Alfonsín por la UCR e Italo Lúder por el PJ) había apelado “a las más modernas técnicas de publicidad y propaganda”,<sup>6</sup> la puesta en escena tradicional del acto político masivo estructurado en torno al líder y su discurso ejercía una continuidad respecto del modo clásico de hacer campaña. Va a ser Antonio Cafiero, en su campaña por la gobernación de Buenos Aires en 1987, quien instaurará una nueva modalidad que dejará a los grandes actos multitudinarios en un segundo plano (sin que éstos y los grandes discursos estén ausentes), inaugurando las *caravanas* por el interior del territorio bonaerense como una estrategia de “contacto directo” con los ciudadanos, en aras de revertir la traumática derrota electoral del PJ en 1983.<sup>7</sup> A ello se sumaron, también, las encuestas y la propaganda televisiva como novedosas herramientas de la moderna “videopolítica”,<sup>8</sup> que serán, junto con las caravanas, explotadas con éxito como recurso proselitista en la campaña de 1989 – paradigmáticamente – por Carlos Menem.<sup>9</sup>

En su estilo – y a diferencia de los demás candidatos<sup>10</sup> del Partido Justicialista de Santa Fe (PJSF) – Reutemann replicó esas nuevas modalidades de campaña electoral, desterrando todo vestigio de los formatos tradicionales: sin realizar actos masivos ni grandes discursos, la estrategia del ex deportista se basó exclusivamente en recorrer (“caminar”) en extenso todo el territorio de la provincia, “charlando” con la gente y concretando encuentros con los diversos dirigentes locales (partidarios, barriales, de organizaciones civiles, empresariales, etc),<sup>11</sup> además de las estrategias desplegadas en los medios de comunicación (publicidad y programas especiales sobre su persona y trayectoria). En efecto, se ha sostenido que la década del noventa

<sup>6</sup> ARFUCH, Leonor: “Dos variantes del juego de la política en el discurso electoral de 1983”. En: VERON, Eliseo (AAVV): *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Hachette, Buenos Aires, 1987, p. 29.

<sup>7</sup> FABRIS, Mariano. “La campaña electoral de 1987. El justicialismo en busca de nuevos electores”, 2006 [Disponible on line en <http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/fabris.pdf>]

<sup>8</sup> MURARO, Heriberto. *Políticos, periodistas y ciudadanos. De la videopolítica al periodismo de investigación*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1997.

<sup>9</sup> CANELO, Paula. “‘Son palabras de Perón’. Continuidades y rupturas discursivas entre peronismo y menemismo”. En: PUCCIARELLI, Alfredo (coord.). *Los años de Menem. La construcción del orden neoliberal*. Siglo XXI, Buenos Aires, 2011.

<sup>10</sup> Los subtemas que presentó el PJ fueron siete: Luis Rubeo (“Primero Santa Fe”), Fernando Caimmi (“Nuevo Rumbo”), Osvaldo Sortino (“Santa Fe merece el cambio”), Juan Bernardo Iturraspe (“Cambio solidario”), Enrique Vallejo (“Hito 91”), Alberto Maguid (MOSAR-COP) y Carlos Reutemann (“Creo en Santa Fe”).

<sup>11</sup> En efecto, el eje de la campaña fue la estrategia de “contacto directo” y la centralidad de la *persona/imagen* del candidato, según describió su operador político, Carlos Funes: “No tiene pertenencia con ninguna línea interna del PJ de Santa Fe y su campaña se basará en un contacto directo con la gente, no tiene discurso político pero la gente lo conoce”. VARGAS, Horacio. *Op. Cit.*, p. 110).

representa, en términos del discurso político, un periodo de crisis de “la *palabra* política capaz de ordenar el espacio de las discusiones y de los debates”, al tiempo que se estructuró “un nuevo tipo de ‘pacto’ con la ciudadanía (...) sostenido más sobre un sistema de guiños de complicidad y gestos que despertaban identificación y familiaridad que sobre la coherencia argumentativa de un discurso”,<sup>12</sup> donde la legitimidad discursiva era *delegada* a otros actores (economistas y comunicadores mediáticos).

Sin embargo – y por paradójico que parezca – la “palabra política” no estuvo ausente de la campaña de Reutemann. En pequeños actos, comidas o declaraciones a la prensa, el candidato recurrió a la producción de sentidos por medio del discurso político que contribuyeron – junto con las demás estrategias – a la generación y reconstitución del lazo social y político. Son esos sentidos los que indagaremos en este trabajo. Sin negar que el estilo reutemmista responde al perfil de liderazgo típico noventista en la construcción de la legitimidad (predominio de la imagen, estrategia de “contacto directo”, discursividad técnica, ausencia relativa de los espacios políticos tradicionales, partidos, grandes discursos movilizadores de la ciudadanía, etc.) sostenemos que éste habitó – al menos, en su primera campaña política – una importante dimensión de la palabra que definió maneras de significar e interpretar lo político-social y que fueron apropiadas por los demás candidatos del sublema “Creo en Santa Fe” en sus respectivos discursos de campaña, todos los cuales eran políticos con largas trayectorias partidarias.<sup>13</sup> Es por ello por lo que consideramos limitados los análisis en términos de “estrategias” o “estilos” de representación,<sup>14</sup> considerando que el nivel discursivo o enunciativo permite comprender las especificidades de fenómenos que en la dimensión del “estilo” se presentan como similares (por ejemplo, los casos de Menem, Ortega y Reutemann).<sup>15</sup>

Dado este marco general, nuestro propósito es analizar la economía discursiva de la campaña de Reutemann, indagando allí los elementos enunciativos que nos

<sup>12</sup> RINESI, Eduardo – VOMMARO, Gabriel. “Notas sobre la democracia, la representación y algunos problemas conexos”. En: RINESI, Eduardo – NARDACCHIONE, Gabriel – VOMMARO, Gabriel. *Los lentes de Victor Hugo: transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina reciente*. Prometeo, Buenos Aires, 2007, p. 437 – cursivas en el original.

<sup>13</sup> Tal el caso, por ejemplo, del candidato a intendente de la ciudad de Santa Fe, Jorge Obeid, quien sucedió a Reutemann en la primera magistratura provincial.

<sup>14</sup> NOVARO, Marcos. *Pilotos de tormentas: crisis de representación y personalización de la política en Argentina [1989-1993]*. Letra Buena, Buenos Aires, 1994.

<sup>15</sup> *Ibidem*.

permiten comprender<sup>16</sup> cuáles fueron los significados allí movilizados, en cuyos términos se puede interpretar el triunfo<sup>17</sup> abrumador de este sublema por sobre las demás vertientes justicialistas,<sup>18</sup> logrando una adhesión electoral impensada<sup>19</sup> para el PJ en esa coyuntura y llevando a este partido a la victoria. Para ello, recurriremos a dos abordajes del análisis del discurso que, si bien son diferentes, consideramos complementarios. Uno, que se enfoca en el análisis *estructural* del discurso, y del cual nos serviremos para identificar la construcción del “colectivo de identificación” (el “yo” y el “nosotros”) del discurso y de sus “destinatarios” (“positivos” y “negativos”),<sup>20</sup> todo lo cual constituye, para este enfoque, la “dimensión ideológica” o el “plano de la enunciación”. El segundo, que se sitúa más en el plano de los *contenidos* significantes del discurso, y que analiza este material desde la configuración de las identidades políticas.<sup>21</sup> Esta segunda perspectiva nos permitirá auscultar – dentro de la estructura discursiva – en la forma en la que el enunciador busca delimitar un campo de solidaridades identitarias en torno a su propuesta, dejando fuera del mismo a su “exterior constitutivo”, su “otro”, y realizando una determinada lectura del pasado inmediato y del peronismo como tradición política.

<sup>16</sup> Todo acontecimiento social es el resultado de múltiples variables – sociales, económicas, culturales, políticas – y, por supuesto, su comprensión no puede ser reducida a su dimensión discursiva. Sin embargo, dado que en una campaña electoral se producen esencialmente discursos (esto es, significados), es válido establecer relaciones entre esa producción discursiva y su recepción expresada en los resultados electorales, más aún en campañas para cargos ejecutivos, en las cuales esa producción tiene a la persona del candidato como principal enunciador y constructor de sus destinatarios a los cuales pretende interpelar y convencer. ARFUCH, Leonor. *Op. Cit.*

<sup>17</sup> En términos de cantidad de votos, el principal competidor de Reutemann (y del PJ) era el candidato radical Horacio Usandizaga, quien con su sublema “Convergencia Santafesina” obtuvo 524.904 votos, superando a “Creo en Santa Fe” que alcanzó 488.105. En efecto, el gran mérito de la campaña fue revertir progresivamente a lo largo de dos meses una tendencia que todos los encuestadores aseguraban: la derrota del justicialismo a manos del candidato radical, y la gran cantidad de indecisos. Sin embargo, en el marco del sistema de “Lemas”, el PJ terminó triunfando con 694.542 votos sobre 601.304 de la UCR, dado el aporte de los demás sublemas justicialistas, mientras que el sublema de Usandizaga fue el único dentro de la UCR que presentó candidato a gobernador. TOW, Andy. *Op. Cit.*

<sup>18</sup> Dentro del lema Frente Justicialista Popular, los sublemas más votados fueron: *Creo en Santa Fe* (32,91%), *Nuevo Rumbo* de Fernando Caimmi (5,08%) y *Primero Santa Fe* de Luis Rubeo (3,41%). Los dos últimos, con cuyo aporte el lema justicialista pudo superar al radical, representaban sectores tradicionales del PJSF, dando cuenta de la capacidad electoral de este partido aún en su peor momento en términos de credibilidad. El lema se completó con los sublemas Cambio Solidario, COP-MOSAR, 9 de Julio, Hito 91, Santa Fe Merece el cambio, entre otros, los cuales sumaron 5,31% de los votos. TOW, Andy, *op. cit.*

<sup>19</sup> Si bien el radicalismo se hallaba dividido en dos fracciones principales (Usandizaga y Cáceres) y el justicialismo había logrado un triunfo electoral en 1987 sobre el radicalismo de una diferencia del 16%, todos los vaticinios aseguraban que la sola figura del líder radical Usandizaga ganaba la elección a cualquiera de los candidatos del peronismo existentes. Tal era la crisis del PJ que debió buscar una figura con atracción electoral que, por su peso, le hiciera frente al competidor de la UCR, la cual debía estar despegada totalmente de las referencias a la dirigencia justicialista gobernante.

<sup>20</sup> VERÓN, Eliseo. “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política”. En: AAVV. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Hachette, Buenos Aires, 1987.

<sup>21</sup> ABOY CARLÉS, Gerardo. *Las dos fronteras de la democracia argentina: la reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*, Homo Sapiens, Buenos Aires, 2001.

El trabajo se divide en tres partes. La primera analiza la manera en la que Reutemann se autorrepresentó ante la ciudadanía y buscó capitalizar positivamente su condición de extrapartidario en un contexto de crisis representativa del peronismo y de mutación general del vínculo de representación política, tomando distancia de “los políticos tradicionales”. La segunda aborda el cierre interno de su discursividad, constituyendo a la figura del “indeciso” (nominado, principalmente, por el vocativo “la gente”) en destinatario privilegiado de sus alocuciones. La tercera se concentra en la re-interpretación que el discurso de Reutemann hizo del peronismo como identidad y de su pasado inmediato, insertándose de manera novedosa en esta tradición. En efecto, el candidato produjo un juego discursivo ambiguo entre su condición de *outsider* y su candidatura en un subtema dentro del PJ. Aunque su destinatario principal lo constituyó la figura del “indeciso”, Reutemann no dejó de interpelar al votante justicialista a partir de nociones vinculadas con la “Actualización doctrinaria” del peronismo proclamada por el presidente Menem unos meses antes de la campaña.

El corpus empírico que analizamos se compone, principalmente, de las declaraciones y propaganda electoral de *Creo en Santa Fe* publicados en el diario *El Litoral*,<sup>22</sup> principal medio de prensa escrita de la ciudad de Santa Fe (capital de la provincia de Santa Fe), la cual es sede del PJSF. El período abarca los meses de desarrollo de la campaña electoral (agosto y septiembre de 1991). Complementamos, además, esta base documental con el análisis de discursos extraídos de fuentes bibliográficas (biografías y material periodístico).

### Las “virtudes” del *outsider* frente a los políticos tradicionales

Tanto el análisis estructural del discurso como el de las formaciones de las identidades políticas coinciden en considerar que la producción de un enunciado discursivo o la configuración de una identidad política suponen la existencia de *otros* actos de enunciación o identidades. Así, para Eliseo Verón “el campo discursivo de lo político implica *enfrentamiento*, relación con un *enemigo*, *lucha* entre enunciadore (..) La enunciación política parece inseparable de la construcción de un adversario (..) Todo acto de enunciación política supone necesariamente que existen otros actos de

---

<sup>22</sup> Si bien *El Litoral* es, junto con el diario *La Capital* de la ciudad de Rosario, uno de los diarios más importantes de la provincia (en su tirada y en su trayectoria), consideramos para futuros trabajos ampliar el espectro de fuentes que nos permitan tener una panorámica más amplia del fenómeno bajo análisis.

enunciación, reales o posibles, opuestos al propio”.<sup>23</sup> En el mismo sentido, Gerardo Aboy Carlés afirma que “no hay identidad si no hay límites que la definan (...) [E]n su devenir las identidades se constituyen a través del antagonismo: éste es el exterior constitutivo de toda identidad en un sistema de conformación de identidades”.<sup>24</sup> En otras palabras, cuando el enunciador construye una imagen de sí mismo, está, al mismo tiempo, construyendo una distancia respecto de otros enunciadores o estableciendo límites en su discursividad respecto de otras discursividades.<sup>25</sup> En este sentido, una formulación enunciativa siempre se constituye como una respuesta, una contestación, explícita o implícita, a otros enunciados. “El hablante no es un primer hablante, quien haya interrumpido por vez primera el eterno silencio del universo [sino que] cuenta con la presencia de ciertos enunciados anteriores, suyos y ajenos”<sup>26</sup> con los cuales su enunciado se relaciona. Esa relación puede tomar la forma de un distanciamiento, una polémica, una afirmación o, simplemente, suponer como conocido el discurso del otro. En el caso de Reutemann, como veremos, la relación con el discurso o la imagen ajena no es tanto de polémica explícita<sup>27</sup> como de distanciamiento y crítica.

El candidato de *Creo* se autorrepresentó, principalmente, como un *outsider* de la política, capitalizando de esa manera su condición de extra-partidario y figura ajena al ámbito político. Esta imagen de sí mismo constituyó su primordial carta de presentación en un contexto donde la figura del político tradicional se encontraba sensiblemente dañada y cuestionada, tanto en el nivel local como nacional. Respecto de este último, la estrategia de campaña de Reutemann reproducía – con algunas

<sup>23</sup> VERON, Eliseo, *Op. Cit.*, p. 16 – destacados en el original.

<sup>24</sup> ABOY CARLÉS, Gerardo. *Op. Cit.*, p. 64.

<sup>25</sup> La diferencia entre ambos enfoques radica en que, para el “estructural”, la presencia de un “otro negativo” es constitutivo de todo discurso en tanto que “juego” enunciativo o *modalidad* enunciativa (las marcas de la relación intersubjetiva, sus coordenadas espacio-temporales, su dimensión pragmática). ARFUCH, Leonor. *Op. cit.*. Mientras que para el enfoque de la conformación de identidades políticas, la existencia del “otro” se ubica en el plano de la “acción”, o de las “prácticas sedimentadas, configuradoras de sentido” a través de las cuales se constituye toda identidad. En efecto, una “formación discursiva” no es solamente una producción lingüística sino “una configuración de identidades constituidas a través de matrices sedimentadas de acción a las que bien podríamos denominar *habitus* o rutinas”. ABOY CARLÉS, Gerardo. *Op. cit.*, p. 54.

<sup>26</sup> BAJTIN, Mijail. “El problema de los géneros discursivos”. En: *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México, [1953] 1979, p. 255.

<sup>27</sup> En el discurso de Reutemann no se observa una confrontación abierta con las personas respecto de las cuales establece un límite discursivo: los políticos tradicionales. Las referencias son más bien impersonales o indirectas, mediante el recurso de la ironía. Sobre las funciones del discurso polémico, consultar AMOSSY, Ruth. “Por una retórica del dissensus. Las funciones de la polémica”. En: MONTERO, Ana Soledad (comp.), *El análisis del discurso polémico: disputas, querellas y controversias*. Prometeo, Buenos Aires [en prensa].

diferencias —<sup>28</sup> la llevada adelante por el propio presidente de la Nación en 1989. Menem personalizó en torno a su figura tanto la acción proselitista (mediante el uso de las caravanas como estrategia de contacto directo) como su discurso, despojado de referencias hacia fórmulas peronistas clásicas (“trabajadores”, “compañeros”) o vaciándolas de su contenido político e introduciendo unas nuevas que apelaran a colectivos más amplios (“hermanos y hermanas de mi patria”). Mediante una operación de distinción respecto de los políticos de partido (centralmente, en oposición a las figuras de la Renovación Peronista encabezada por Antonio Cafiero, pero también frente al liderazgo alfonsinista),<sup>29</sup> y dada su condición de caudillo del interior, el ex presidente delineó un perfil de *outsider* político<sup>30</sup> estructurado en torno a un discurso de la anti-política, entendida la política como esfera institucionalizada de intercambios entre los distintos actores político-partidarios.<sup>31</sup>

En el nivel provincial, la imagen de toda la dirigencia partidaria atravesaba una coyuntura crítica en cuanto a su credibilidad (la idea de la “corrupción de los políticos” se había vuelto un tópico generalizado entre la opinión pública), en la cual la situación del PJSF se evidenciaba particularmente grave, dada la destitución del vicegobernador justicialista por acusaciones de corrupción en junio de 1990 y la baja *performance* electoral que el partido había experimentado en las últimas elecciones municipales, perdiendo las intendencias de Santa Fe y Rosario en noviembre de 1989.<sup>32</sup> Todo ello, sumado a la crisis interna del PJSF, en la cual la pérdida de autoridad del presidente del partido, el gobernador Víctor Reviglio – arrastrada por los acontecimientos mencionados – daba cuenta de un escenario especialmente

<sup>28</sup> Por ejemplo, el componente religioso y la imagen de “salvador” de la estrategia menemista se hallan totalmente ausentes del estilo de Reutemann. BARROS, Sebastián. *Orden, democracia y estabilidad. Discurso y política en la Argentina entre 1976 y 1991*. Alción, Córdoba, 2002.

<sup>29</sup> *Ibidem*.

<sup>30</sup> NOVARO, Marcos. *Op. Cit.* Menem, en este sentido, afirmaba: “No tengo compromisos con los factores de poder ni con grupos de presión ni con ningún entorno, mi compromiso es con el pueblo” (discurso de campaña, citado en CERRUTI, Gabriela y Sergio CIANCAGLINI. *El Octavo Círculo. Crónica y entretelones de la Argentina menemista*. Planeta, Buenos Aires, 1991, p. 45). La diferencia con Reutemann será que éste sustituirá el vocativo “pueblo” por uno de connotación neutral y a-política: “la gente”. Más adelante retomaremos el análisis del uso de este vocativo en el discurso del candidato santafesino.

<sup>31</sup> ABOY CARLÉS, Gerardo. *Op. Cit.*

<sup>32</sup> Para un análisis de la coyuntura previa del PJSF, su crisis interna, de liderazgo y de representatividad, ver SÁNCHEZ, Luis y otros. *Un día de emoción. Historia política de Santa Fe (1990-1991)*, Instituto de Estudios Sociales, Rosario, 1995; y LASCURAIN, María Cecilia: “Fragmentación en el justicialismo santafesino. Del juicio político al vicegobernador a la Ley de Lemas (1990)”, en actas de las *Segundas Jornadas de Ciencia Política*, Universidad Nacional del Litoral, 2014 [Disponible on line en [http://www.fhuc.unl.edu.ar/materiales\\_congresos/cienciapolitica2014/pdf/4%20Democracia%20Partidos%20y%20Accion%20Colectiva/Lascurain.pdf](http://www.fhuc.unl.edu.ar/materiales_congresos/cienciapolitica2014/pdf/4%20Democracia%20Partidos%20y%20Accion%20Colectiva/Lascurain.pdf)]

complejo<sup>33</sup> en un partido que desde la transición democrática se hallaba fuertemente fragmentado por la puja de diversos liderazgos.<sup>34</sup>

Este escenario constituyó el telón de fondo de la postulación de Reutemann como candidato a gobernador por el justicialismo, según el cual se comprende el sentido de su autorrepresentación como *outsider*: “Yo soy un extrapartidario que participo como candidato en un subtema dentro del justicialismo; *no tengo compromisos con nadie* y por lo tanto estoy en condiciones de elegir los mejores hombres”.<sup>35</sup> En este mismo sentido, Jorge Obeid, candidato a intendente de la ciudad de Santa Fe por *Creo...*, afirmaba:

“La figura de Reutemann fue fundamental en este proceso (...) porque no se trata de un hombre que proviene del peronismo y no cayó en las tremendas disputas de la interna peronista y, en segundo lugar, demostró tener una sensibilidad muy especial para comunicarse con la gente y entender sus problemas”<sup>36</sup>

La imagen del *outsider* – en su doble condición de *outsider político* y *outsider partidario* – (doble cualidad que radicalizaba su condición de exterioridad respecto de la arena política) estuvo, sin embargo, presentada predominantemente como la negación de su opuesto, la figura del “político”, la cual se constituiría en su *contradestinatario* o destinatario negativo:<sup>37</sup>

“Yo *no soy político*, tengo la ventaja de no tener que pintar paredes. El 85% de la gente me recibe porque no soy político, pero ha llegado el momento de participar, de meterse en el juego, de producir hechos, de cambiar las cosas y el estilo de la política”<sup>38</sup>

La idea sobre el político está directamente asociada a lo que el candidato se refiere términos irónicos como la política tradicional (“pintar paredes”, “tomar café”, “hacer empanadas”), por oposición a la cual define una nueva forma de hacer política:

<sup>33</sup> La conjunción de estos fenómenos (crisis de representación política, y crisis del partido y del gobierno) también es advertida por otros analistas del caso del PJSF en este periodo: “La pérdida de confianza de la sociedad hacia el gobierno puede traducirse en términos de ruptura del lazo representante-representado, lo que se relaciona con una crisis interna del partido al estar íntimamente relacionados partido y gobierno, al ser el propio gobernador el presidente del partido en la provincia”. SÁNCHEZ, Luis y otros. *Op. Cit.*, p. 14.

<sup>34</sup> Sobre la fragmentación del PJSF durante los años ochenta, ver: MAINA, Marcelino. “Nación y provincia: la ¿renovación? peronista en Santa Fe 1983 – 1989”, en *Actas de las I Jornadas de Ciencia Política del Litoral, Universidad Nacional del Litoral*, ciudad de Santa Fe, 10 y 11 de mayo de 2012.

<sup>35</sup> *EL*, 3/9/91, p.7. Destacados del autor.

<sup>36</sup> *EL*, 9/9/91, p.6.

<sup>37</sup> VERÓN, Eliseo. *Op. Cit.*

<sup>38</sup> *EL*, 20/8/91, p.7. Destacados del autor.

“No veo por qué no puedo entrar a la ‘alta política’ y gobernar. Si la alta política es ir por años a los comités a tomar café, fumar y pegar carteles y hacer empanadas, no creo que sea éste un certificado de autorización para hacer política. *La política sea alta o baja es el conocimiento de la realidad, de las necesidades de la gente. Es la aplicación de principios morales, de objetivos claros, sentido común, sensibilidad social, firmes ideas de promoción humana, crecimiento y desarrollo*”<sup>39</sup>

“A la provincia la puede manejar una persona que sea organizada y con un buen equipo. No necesariamente debe ser un político. *Con que sea una persona de bien, con sentido común y firmes principios morales, que seleccione a los mejores hombres para cada área, se puede perfectamente manejar la provincia (...)* A Santa Fe beneficiaría que haya menos política y más acción”<sup>40</sup>

Aquí se advierte una concepción de la política como “administración” de los asuntos públicos y como aplicación del sentido común y de principios morales. En efecto, los años noventa fueron años en los cuales la palabra de la dirigencia política (especialmente referenciada en la del presidente Menem) estuvo atravesada o “colonizada” por el discurso técnico-económico, el cual tendrá una función política central al organizar los debates e imponer sus temas y su jerga, ejemplo de lo cual son las ideas que aparecen en el discurso reutemista sobre la política como administración del Estado y la idea de “organización” y “manejo” de las finanzas públicas. Este discurso técnico-económico se complementó, asimismo, con una modalidad de construir la legitimidad del liderazgo político basada en la estrategia de contacto directo – sin mediación de las estructuras partidarias – que posicionaba al candidato como alguien que venía a conocer y prometía resolver los problemas cotidianos de la gente sin programas partidarios, ni planes de gobierno, ni grandes discursos, poniendo en el centro de su discurso consideraciones de tipo moral para crear un efecto de proximidad, confianza y credibilidad entre el público y su figura.<sup>41</sup> La política dejaba de ser, en consecuencia, el ámbito de los partidos políticos, de la militancia y trayectoria en ellos y de los intercambios institucionalizados entre los políticos de carrera.

<sup>39</sup> *EL*, 23/8/91, 7. Destacados del autor.

<sup>40</sup> *EL*, 5/9/91. Destacados del autor.

<sup>41</sup> En este sentido, se observa una continuidad entre el discurso menemista y el de Reutemann. No es que la imagen haya reemplazado a la palabra, sino que ésta estuvo compuesta por un “juego de voces” con tres vértices: el presidente, la palabra de los equipos técnicos de la economía y la palabra de los periodistas y comunicadores. Sobre este punto, ver RINESI, Eduardo – VOMMARO, Gabriel. *Op. Cit.* Específicamente, sobre el discurso económico del neoliberalismo de la Escuela de Virginia – llevado a la práctica en Argentina –, que concibe a la democracia como “administración del gobierno del pueblo”, consultar el riguroso análisis de MORRESI, Sergio. “¿Más allá del neoliberalismo? Estado y neoliberalismo en los años noventa”. En: RINESI, Eduardo – NARDACCHIONE, Gabriel – VOMMARO, Gabriel. *Op. Cit.*

Las estrategias argumentales para diferenciarse de ese “otro negativo” que constituía el político profesional eran diversas. Apelando a la memoria de los santafesinos y a la “presuposición”<sup>42</sup> sobre el contenido del pasado, Reutemann se posicionaba frente al político tradicional:

“Creo que puedo llegar a ser un buen político. A mis esquemas los voy a aplicar a la política, a la administración, en el gobierno. Quién dice que no de mejor resultado (...) *Ya durante ocho años los santafesinos probaron con los políticos tradicionales.* No veo por qué no me pueden dar una oportunidad a mí”<sup>43</sup>.

“La Legislatura de la provincia tendrá un presupuesto ajustado para permitir que el Poder Legislativo, legisle, nada más. *No queremos que se convierta en una juguetería o en una distribuidora de sidra y pan dulces.* Esto se los aseguro porque no hay nadie que me pueda torcer el brazo”<sup>44</sup>

La política tradicional estaba asociada, entonces, a una deficiente administración de la gestión estatal – frente a la cual los criterios de un empresario privado podían resultar más eficientes – y a la distribución arbitraria e irracional de bienes entre los miembros del partido gobernante para favorecer a su “clientela” política, utilizando para ello los recursos públicos.

La utilización de la analogía con el mundo del deporte y, en particular, con el automovilismo, fue un recurso argumentativo de primer orden al momento de construir la imagen de una nueva política por oposición a la vieja política. La eficiencia, la velocidad de reflejos y la determinación en la toma de decisiones constituían elementos reconvertibles de un campo al otro:<sup>45</sup>

“En mi profesión [de automovilista] la vida, que es lo máspreciado que tenemos, dependía de decisiones o reacciones, de instintos, de milésimas de segundos. Mi conformación mental es diferente a la de un político tradicional (...) Los políticos cuando se hacen funcionarios pierden el contacto real con la gente (...) Hay un gran resentimiento contra el funcionario, el burócrata, que siempre pide cartas, papeles y más papeles y no es capaz de arreglar una cuenta en dos minutos. Me parece que se

<sup>42</sup> “El presupuesto es un tipo de contenido inscripto en el enunciado que se presenta como ya conocido, exterior, evidente y no pasible de ser refutado (...) y se dirige directamente a los partidarios o adherentes, introduciendo o bien discursos de elogio o valorización de los propios logros, o bien discursos descalificatorios hacia los adversarios políticos”. MONTERO, Ana Soledad. “Puesta en escena, destinación y cotradestación en el discurso kirchnerista (Argentina, 2003-2007)”. En: *Revista Discurso y Sociedad*, Vol. 3, n°2, 2009, p. 326-327). En nuestro ejemplo, el elemento preconstruido cumple la función de descalificar al “otro negativo” que se está definiendo.

<sup>43</sup> *EL*, 26/8/91. Destacados del autor.

<sup>44</sup> *EL*, 25/8/91, p.6. Destacados del autor.

<sup>45</sup> “La campaña de Reutemann se basó en operar sobre el descreimiento de la gente en la política y tratar de transferir la imagen exitosa obtenida en el campo deportivo al político”. VARGAS, Horacio. *Op. Cit.*, p. 105.

anquilosan, se encuentran demasiado cómodos en los escritorios, se pasan en la discusión de los aspectos teóricos y se olvidan de lo práctico”<sup>46</sup>

“Yo largo en primera fila. Las carreras son largas y, además, no he pensado ni pienso en ningún momento en salir segundo, porque nunca emprendí aventuras en mi vida”<sup>47</sup>

Sin embargo, el posicionamiento frente a los políticos de partido no se expresaba, como adelantamos, mediante una confrontación abierta o directa, sino de manera encubierta, aunque el actor confrontado fuera siempre la figura del político:<sup>48</sup>

“Algunos parece que pierden la sensibilidad cuando llegan al gobierno. Puedo asegurar que conmigo eso no va a pasar, soy práctico, rápido y perfeccionista”<sup>49</sup>

“Siempre están mirando un paso más adelante de la función que tienen en ese momento, olvidándose de para qué fueron elegidos. Conmigo no es así (...) Yo no estoy pensando en otros cargos”<sup>50</sup>

La referencia a los resultados de las encuestas como datos “duros” de la realidad, como expresión de aquella colonización del discurso político por el lenguaje técnico-estadístico, formaba parte de esta estrategia enunciativa de no confrontar directamente: “He encontrado un 100% de la gente escéptica sobre la forma de obrar del político [pero] no veo por qué yo también ahora no puedo participar de la posibilidad que ofrece una verdadera democracia y, en este caso, la ley de lemas”<sup>51</sup>

Reutemann se presentaba, además, como un mero “emergente natural” de la crisis de los partidos y los políticos:

“Si hoy en Santa Fe y en el país se da una aparición como la figura mía en la escena política, *no es culpa mía sino de los políticos*. Si yo puedo llegar a tener éxito (...) es porque *han sido los políticos los que me brindaron la oportunidad de estar en esto*. Es decir, si los políticos no se hubieran equivocado en algunas cosas, yo no existiría como candidato”<sup>52</sup>

<sup>46</sup> *EL*, 26/8/91.

<sup>47</sup> *EL*, 31/8/91.

<sup>48</sup> La función de “contradestinyación” no siempre se realiza directa y abiertamente, polemizando con el adversario. También puede tomar la forma de una oposición “encubierta” (como en nuestro caso, donde se apunta a cuestionar a la *persona* del político) o “indirecta”, apareciendo el adversario en ambos casos como “tercero discursivo”. Sobre esta cuestión, se puede consultar GARCÍA NEGRONI, María Marta. “La destinación en el discurso político: una categoría múltiple”. En: *Lenguaje en Contexto I (1/2)*, 1988; y MONTERO, Ana Soledad, *op. cit.*

<sup>49</sup> *EL*, 26/8/91. Destacados del autor.

<sup>50</sup> *EL*, 5/9/91.

<sup>51</sup> *EL*, 6/8/91, p.7.

<sup>52</sup> *EL*, 5/9/91. Destacados del autor.

De esta manera, el discurso de Reutemann construía una imagen de sí mismo y establecía los límites externos de su propuesta político-electoral. Una propuesta que se enfocaba más en definir nuevos significados sobre el quehacer político y sus protagonistas – los representantes políticos –, que en prometer o definir planes de acción concretos. El corte del campo discursivo se realizaba respecto del pasado reciente en la provincia, en el cual los políticos profesionales<sup>53</sup> eran los responsables de su propio descrédito ante la ciudadanía y, por ende, de la aparición de un *outsider* en la escena política. En un contexto de crisis de representatividad para el justicialismo – crisis interna y como partido de gobierno – la imagen de Reutemann como “independiente”, en tanto que radical novedad en la oferta partidaria, se presentó como una figura despojada de las cargas negativas atribuidas a la dirigencia tradicional con el propósito de recomponer la confianza perdida de la ciudadanía. La apelación a la figura del “indeciso” buscó atraer, principalmente, a amplias franjas del electorado las cuales, según las encuestas, no tuvieron un candidato definido hasta pocos días antes del comicio.

### Los “indecisos” como destinatario privilegiado

En el dispositivo enunciativo del discurso político aparece, junto con la figura del contradestinatario analizada en el apartado anterior – cuya función es la de enfrentarse o polemizar con el discurso ajeno –, la figura del paradestinatario o “tercer hombre”, la cual cumple la función de persuadir o convencer a un auditorio que aún no ha adherido a la propuesta que el discurso está ofreciendo.<sup>54</sup> Más aún, la función de seducción de terceros podría decirse que nunca está ausente de este tipo de estructura enunciativa, puesto que “todo discurso político tiene como finalidad última, desde el punto de vista intradiscursivo, la constitución de un determinado Destinatario del Mensaje identificado con el Enunciador Discursivo en el Nosotros Inclusivo”;<sup>55</sup> por eso, “tanto la función polémica como la de refuerzo están al servicio de la persuasión”.<sup>56</sup> Sin embargo, los diferentes tipos de destinatarios discursivos pueden aparecer en distinto grado, primando más una función que otra.

<sup>53</sup> Desde 1983, gobernaron Santa Fe dos dirigentes del justicialismo: José María Vernet (1983-1987) y Víctor Reviglio (1987-1991).

<sup>54</sup> VERÓN, Eliseo. *Op. Cit.*

<sup>55</sup> GARCÍA NEGRONI, María Marta. *Op. Cit.*, p. 109.

<sup>56</sup> MONTERO, Ana Soledad. *Op. Cit.*, p. 320.

En el discurso del que aquí nos ocupamos la función de persuasión del destinatario indeciso es la que predomina y esto por varias razones. En términos de la estructura enunciativa, la conquista del paradestinatario es típica de los discursos de campaña, en los cuales se busca persuadir a aquellos que no comparten una creencia presupuesta con el enunciador pero que tampoco se oponen a él. En efecto, el porcentaje de indecisos unos días antes de la elección era muy alto.<sup>57</sup> Por otro lado, el hecho de que un candidato se presente como un *outsider* de la política supone no poseer, *a priori*, un colectivo de identificación como prodestinatario (partidarios y/o adherentes) al cual referirse sobre la base de ideas y valores ya compartidos. La figura del candidato independiente supone estar libre de identificaciones partidarias o ideológicas previas buscando construir una solidaridad radicalmente nueva, dado que el propio enunciador constituye un actor político nuevo, aunque, como veremos luego, su discurso no esté totalmente desprovisto de ciertas referencias identitarias preexistentes (toda identidad se construye sobre la base de una relativa sedimentación de la formación política previa).<sup>58</sup> Es, entonces, a partir de la construcción discursiva de la figura de los “indecisos” que Reutemann buscó edificar principalmente un lazo de confianza. Se podría decir que la “creencia presupuesta”<sup>59</sup> que enunciador y destinatario compartían era la de no tener creencia, no adherir a ninguna solidaridad política previa, o, más bien, compartir una creencia negativa que se expresaba en un rechazo a la oferta partidaria representada por los dirigentes políticos tradicionales. En consecuencia, los roles del paradestinatario y prodestinatario en el discurso de Reutemann se confunden: los “indecisos” (relativos, en el modelo de Verón, al paradestinatario) son construidos como un “colectivo de identificación”, como un “nosotros inclusivo” (es decir, como el prodestinatario) interpelado desde esa identidad para reconvertirla en una creencia positiva nueva a partir del vínculo construido en torno a su persona.

La apelación a la figura del indeciso era explícita, tal como aparece en la siguiente propaganda, que retoma fragmentos de declaraciones del candidato: “A los *indecisos les digo*: nunca emprendí aventuras en mi vida. Todas las cosas las pensé antes muy bien. Me metí en política porque llegó la hora de participar en serio en esta

<sup>57</sup> En las vísperas de la elección, los indecisos alcanzaban un 21%. SANCHEZ y otros. *Op.Cit.*, p. 38. Finalmente, los votos se polarizaron entre el PJ (por la gravitación de la figura de Reutemann) y la UCR, obteniendo en conjunto 87,37% de los votos. La tercera fuerza, no peronista (la Alianza Honestidad, Trabajo y Eficiencia), alcanzó sólo el 8, 57%. TOW, Andy: *Atlas de elecciones en Argentina*, <http://towsa.com/andy/>, acceso el 23/7/14.

<sup>58</sup> ABOY CARLES, Gerardo. *Op.Cit.*

<sup>59</sup> VERÓN, Eliseo. *Op. Cit.*

democracia que debemos construir todos. Dejar la tribuna y bajar a la cancha a participar”.<sup>60</sup>

El vínculo de representación construido en el discurso de Reutemann buscaba articular un campo de solidaridades lo más amplio posible, convocando a “todos los sectores” políticos y sociales, tanto intrapartidarios – dado que, en alguna forma, interpelaba también a los justicialistas “desencantados” con la dirigencia tradicional – como independientes:

“Si bien es cierto que estoy en un sublema del Partido Justicialista, *vuelvo a recordarles que soy independiente*, por eso en mi gobierno habrá una apertura a *todos los sectores* con vocación de servicio que quieran colaborar por el bien de toda la sociedad y de la provincia de Santa Fe”<sup>61</sup>

“Creo que *todos debemos unirnos y superar las diferencias*; volvernos por Santa Fe, por nuestros hijos, por nuestros padres, por nuestros abuelos, por nuestra provincia”<sup>62</sup>

Reutemann – recurriendo al uso de la primera persona – se presentaba como un ciudadano santafesino “simple y sencillo” que había decidido “entrar en política” y trasladar su forma de obrar y pensar privados a la gestión de gobierno, creando así un efecto de proximidad/igualdad entre su posición como candidato y la ciudadanía como destinatario de su discurso, que se distanciaba principalmente de los clivajes político-partidarios:

“Como hombre de la provincia conozco todos sus problemas -sé que cada dos por tres no hay clases, quiero que los hospitales funcionen- y lo que aquí ocurre (...) Es decir, todos los problemas que preocupan a los santafesinos y que quieren que cambien (...) No estoy viendo las cosas desde afuera”<sup>63</sup>

“Mis pautas de gobierno son simples y sencillas. *Son las mismas pautas y valores que he aplicado en mi vida privada*: rectitud en el obrar, seriedad, transparencia”<sup>64</sup>

“La gente ya no me ve como a un deportista y sí como a un político (...) Ahora estoy en la cancha y no en la tribuna. *Mientras no transgreda mi concepción de vida y mis principios*, todo funcionará excelentemente bien”<sup>65</sup>

<sup>60</sup> *EL*, 17/8/91, p.6. Destacado del autor.

<sup>61</sup> *EL*, 1/9/91, p. 8. Destacados del autor.

<sup>62</sup> Primera entrevista del diario *El Litoral* a Reutemann, 21/1/91, p. 5. Destacados del autor.

<sup>63</sup> *Ibidem*.

<sup>64</sup> *EL*, 22/8/91. Destacados del autor.

<sup>65</sup> *EL*, 30/8/91, p.9. Destacados del autor.

No obstante esta imagen de “hombre común”, el discurso del ex piloto de carrera mantenía la distancia del representante frente a los representados, construyendo una voz exterior a la del colectivo al cual interpelaba. En otras palabras, también aparecían marcas de la diferenciación de roles entre el “yo” y el “ustedes” característico del discurso o acto electoral.<sup>66</sup>

“No vine a prometer nada. Solamente vengo para que, en lugar de hablarles de mis planes de gobierno, sean *ustedes* los que me digan qué es lo que necesitan que yo haga si soy gobernador (...) Los planes tienen que hacerlos *ustedes*, y realizarlos *ustedes* con la ayuda del gobernador”<sup>67</sup>

“*Ustedes* [hablándoles a cooperadores de hospitales] cumplen una función social con el enfermo que es irremplazable (...) No le quepan dudas que todas estas acciones serán decididamente apoyadas desde *mi* gobierno si resulto electo”<sup>68</sup>

En este mismo sentido, cuando aparece el “nosotros”, no se refiere a un “nosotros” inclusivo sino al “equipo de trabajo” del candidato: “*Nosotros* vamos a poner orden, transparencia y vamos a administrar como se debe y después la historia será otra”.<sup>69</sup> Otro aspecto de esta “distancia” entre candidato y electores estuvo expresado en el uso predominante del vocativo con el cual Reutemann nominaba a sus destinatarios: “la gente”, el cual supone que el enunciador no está incluido en el colectivo al que habla y con quien establece su relación. El candidato se posiciona como un “vocero” de “lo que quiere la gente”:

“El 95% de *la gente pide* terminar con la corrupción, con la deshonestidad, con el manejo ilícito de las cosas del gobierno. Un solo acto más de corrupción y *la sociedad*, que *está* al borde del colapso, estallará. Los políticos *tienen* que marcar el paso que quiere *la gente*”<sup>70</sup>

“En cuanto a la corrupción ya no me preocupa porque estoy seguro que será *la misma gente* y la prensa la que me va a cuidar las espaldas”<sup>71</sup>

“Quiero que quede claro una cosa y esto va para todos los que me voten y los que no: el gobierno debe estar al servicio de *la gente* y no *la gente* al servicio del Estado”<sup>72</sup>

<sup>66</sup> ARFUCH, Leonor, *op. cit.*

<sup>67</sup> *EL*, 4/8/91, p.5. Destacados del autor.

<sup>68</sup> *EL*, 23/8/91, p.7. Destacados del autor.

<sup>69</sup> *EL*, 12/8/91, p.7. Destacados del autor.

<sup>70</sup> *EL*, 25/8/91, p.6. Destacados del autor.

<sup>71</sup> *EL*, 30/8/91, p. 9. Destacados del autor.

<sup>72</sup> *EL*, 3/9/91, p.7. Destacados del autor.

La denominación “la gente” constituyó un significativo clave en el proceso de mutación y crisis de la representación política.<sup>73</sup> Los finales de los años ochenta asistieron a transformaciones profundas en el formato de la representación y en la constitución del vínculo entre políticos y ciudadanos, entre estado y sociedad.<sup>74</sup> Así, el sujeto a representar pasó de ser “el pueblo” o las identidades partidarias tradicionales a constituir, bajo la hegemonía del discurso mediático y de las encuestas, un “gran colectivo estadístico (...) una versión transformada (...) del viejo *demos*, como un sujeto evanescente políticamente irrepresentable, o representable sólo como una unidad, sin clivajes ni divisiones internas (...) suerte de platea anónima, de ciudadanía ‘light’”.<sup>75</sup> Como se desprende de las declaraciones del candidato de *Creo*, “la gente” –expresión anónima y apolítica – se constituyó en el destinatario preferido para nominar un nuevo sujeto a representar, encarnado en este caso por los “indecisos”, “independientes” o “desconfiados”, lo cual expresará una tendencia que se acentuará a lo largo de los años noventa sin distinguir tradiciones partidarias o ideológicas.

Sin embargo, la apelación a los indecisos – si bien, preponderante – no será la única que aparezca en el discurso reutemannista. El destinatario peronista también estará presente en sus alocuciones, resignificado de una particular manera en vistas a ampliar lo más posible el campo de sus adhesiones políticas.

### **El “resurgir del peronismo”: resignificación de una tradición y nuevas promesas**

Tal como mencionamos, una de las estrategias discursivas de Reutemann consistió en aludir, en términos generales e indirectos, al pasado reciente vivido por

---

<sup>73</sup> “La gente” aparece como la nueva figura del soberano en tiempos de cambios en la representación política: “La nueva apelación política a ‘la gente’ (...) constituye un forma de pretensión representativa que evidencia, a la vez que la intenta superar, la crisis de las formas tradicionales. Ante el debilitamiento de grandes ordenadores sociales y políticos que brindaban a los políticos la seguridad de que estaban representando determinados colectivos sociales o nacionales ‘anteriores’ a la política, esta apelación busca en este sentido reconstruir el sujeto representable, aunque sea de una manera precaria y difusa”. VOMMARO, Gabriel. “Lo que quiere la gente”. Los sondeos de opinión pública como herramienta política. El caso de las elecciones nacionales de 1999”. En: CHERESKY, Isidoro - BLANQUER, Jean Michel. *De la ilusión reformista al descontento ciudadano. Las elecciones en Argentina, 1999-2001*, Homo Sapiens, Rosario, 2003, p. 80-81. Sin embargo, esta nueva figura – protagonista del discurso de los políticos y de los encuestadores- no podrá hacer uso de ese protagonismo desde el momento en que su propio discurso será tomado como parcial o “no representativo” para un campo – el de la “comunicación política” – que tiende a cerrarse sobre sí mismo, impidiendo cualquier trastocamiento de su propia lógica por una opinión pública crítica.

<sup>74</sup> NOVARO, Marcos. *Op. Cit.*; TORRE, Juan Carlos. “Los huérfanos de la política de partidos. Sobre los alcances y la naturaleza de la crisis de representación partidaria”. En: *Desarrollo Económico*, vol. 42, n° 168, 2003; CHERESKY, Isidoro. “La política después de los partidos”. En: CHERESKY, Isidoro. *La política después de los partidos*. Prometeo, Buenos Aires 2006; RINESI, Eduardo - VOMMARO, Gabriel. *Op.Cit.*; entre otros.

<sup>75</sup> RINESI, Eduardo - VOMMARO, Gabriel. *Op. Cit.*, p. 442.

los santafesinos, especialmente en lo que atañía a la actividad de “los políticos” desde la vuelta a la democracia (sin identificar, en particular, los nombres de los mismos). Esta recurrencia al pasado es, en efecto, constitutiva de todo discurso que busca construir nuevos sentidos y lazos de solidaridad entre quien habla y a quien ese discurso es dirigido. La dimensión diacrónica o dinámica es, junto a la dimensión de la alteridad y de la representación (aspectos que intentamos abordar en el primer y segundo apartado, respectivamente), constitutiva de la formación y transformación de toda identidad política, puesto que ninguna significación es totalmente nueva, sino que se construye sobre la base de una relativa estructura significativa anterior. Según Aboy Carlés: “Toda identidad política se constituye en referencia a un sistema temporal en el que la interpretación del pasado y la construcción del futuro deseado se conjugan para dotar de sentido a la acción presente”.<sup>76</sup>

Si bien el discurso de Reutemann recurrió al pasado para diferenciarse de otros discursos presentes en la forma de definir su “alteridad” discursiva<sup>77</sup> – el discurso del “político tradicional” o, en ocasiones, de “la política” a secas, haciendo abstracción de la fuerza política a la que se refería –, también debió realizar una interpretación de ese pasado en un sentido temporal, del peronismo como tradición política, tradición que estaba atravesando un proceso de radical transformación a partir de la asunción de la presidencia de la nación por Carlos Menem.<sup>78</sup> Aún como extrapartidario, Reutemann representaba, en última instancia, una de las opciones electorales que ofrecía el lema justicialista, por lo cual debía hablarle no sólo a “ajenos” sino también a “propios”, a pesar de que algunos autores establezcan una separación tajante entre el electorado al que apuntaba Reutemann (el independiente) y al que se dirigían otros candidatos del lema justicialista, como por ejemplo el dirigente “histórico” Luis Rubeo, “cuya campaña apuntó básicamente a captar al voto

<sup>76</sup> ABOY CARLÉS, Gerardo, *op. cit.*, p. 68.

<sup>77</sup> Este aspecto del discurso reutemista se asemeja al que identifica Aboy Carlés en el discurso de Menem una vez que está en el gobierno: “Desde el gobierno, Menem construyó su propia frontera respecto del pasado convirtiéndose en el narrador del epílogo alfonsinista: el caos económico, aún el vivido bajo su propia gestión, fue asociado una y otra vez con su antecesor, legitimando así su propio suelo fundacional”. ABOY CARLES, Gerardo. *Op. Cit.*, p. 291. Lo que los distingue, como venimos sosteniendo, es que Reutemann no personaliza a quienes confronta, sino que su alteridad es constituida por una impersonal referencia a “los políticos tradicionales”.

<sup>78</sup> Es oportuno referirse aquí al programa de transformación/adaptación de los principios internos del peronismo que el propio Menem denominó como “Actualización Doctrinaria”, el cual argumentaba sobre la incorporación de ideas del liberalismo como la apertura económica, y de actores representantes de esa tradición política en alianza con el justicialismo, como una continuidad – y no una ruptura – en la tradición peronista según la naturaleza “frentista” del movimiento peronista (*EL*, 16/3/91, p. 1). Para un análisis de este significativo discurso, se puede consultar PALERMO, Vicente – NOVARO, Marcos. *Política y poder en el gobierno de Menem*. Tesis-Norma, Buenos Aires, 1996.

peronista”.<sup>79</sup> A diferencia de esta interpretación, sostenemos que no hubo una división excluyente entre los otros candidatos del partido y Reutemann sobre el destinatario que cada uno construyó desde sus respectivos discursos. En otras palabras, no es cierto que Reutemann haya apelado *solamente* a los independientes; la base justicialista que le otorgará su voto no fue en absoluto insignificante y será la que, una vez en el gobierno, colaborará para la consolidación de *Creo...* como nueva línea interna hegemónica en el PJSF.

Ahora bien, el posicionamiento de Reutemann respecto del PJSF no fue unívoco a lo largo de la campaña. Por un lado, el candidato de *Creo...* reafirmaba su prescindencia partidaria y su opción por el criterio técnico en la designación de los potenciales futuros funcionarios:

“No todos los colaboradores del gabinete van a ser peronistas. *No tendrá nada que ver su extracción política.* Llevaré hombres que sean técnicos y especialistas en cada uno de los temas, además que compartan mi criterio de lo que es la política”<sup>80</sup>

“Con la única persona que hablé específicamente del tema [de su candidatura] fue con el Dr. Menem quien me pidió que trabaje por Santa Fe y no para los dirigentes peronistas de Santa Fe, por lo que *no tengo otra referencia dentro del partido*”<sup>81</sup>

Al mismo tiempo, buscaba tomar distancia de las versiones que lo identificaban como el candidato preferido del presidente:

“*Menem lo único que me dio es aliento.* Me puso su mano en el hombro y me dijo que si me animaba podría ser candidato. Toda la campaña la estoy haciendo con gas oil, sin recursos”<sup>82</sup>

Sin embargo, se advierten también marcas de una recuperación del justicialismo resignificado en clave de la nueva concepción sobre la política que vino a representar este sublema: el peronismo era asimilado a las ideas de “capacidad de gestión”, “pragmatismo” y de una “nueva dirigencia” valorada en términos morales y no por su trayectoria política.

<sup>79</sup> SÁNCHEZ, Luis y otros, *op. cit.*, p. 36.

<sup>80</sup> *EL*, 3/9/91, p.7. Destacados del autor.

<sup>81</sup> Citado en SÁNCHEZ, Luis y otros, *op. cit.*, p. 37. Destacados del autor.

<sup>82</sup> *EL*, 20/8/91, p.7. Destacados del autor.

“He notado que el peronismo ha vuelto a la vida, se respira un aire de deseos, de querer ganar. Deseo de triunfo de la mejor gente, de la buena gente, de la gente seria a la que, si le damos una oportunidad abriendo las puertas de la participación de los más capaces, estoy seguro de que vamos a hacer un gobierno muy diferente”<sup>83</sup>

“Los hombres son buenos, pero como dijo Perón: ‘Controlados son mejores’. Creo que el partido ordenado va a ser una buena herramienta”<sup>84</sup>

“Perón decía que ‘mejor que decir es hacer’, pero parece que los mismos peronistas después lo olvidan (...) Es intolerable la mentalidad burócrata, enredada, complicada. Conmigo puedo asegurar que va a ser diferente”<sup>85</sup>

En estos extractos se observa la manera en la que Reutemann hacía una recuperación de algunas ideas que pertenecen a la tradición discursiva del peronismo. Aunque los términos utilizados no sean precisamente fieles a expresiones que remiten a ese acervo discursivo y a la trayectoria del decir de un líder político (Perón), lo que interesa para el análisis del discurso es “la relación entre confianza y creencia” que persigue construir y fortalecer el “hacer persuasivo” del enunciador en la comunicación política.<sup>86</sup> En efecto, “la confianza en los hombres y en su decir cuenta más que las frases bien hechas o su verdad concebida como referencia exterior”.<sup>87</sup> El vínculo con el destinatario, especialmente durante una campaña electoral, debe ser creado y recreado constantemente, y no hay ningún atributo previo del enunciador que pueda eximirlo de recurrir a estrategias diversas para fortalecer ese vínculo de confianza. En este sentido se comprende, entonces, la recuperación de ciertos elementos de la tradición peronista que apuntaran a ganar la adhesión del electorado partidario y que se complementarían con las credenciales de popularidad que Reutemann portaba como ex automovilista famoso y la favorable recepción que esa imagen tenía entre la población. La reversión de la tendencia electoral negativa<sup>88</sup> del PJ se debió al trabajo mismo de la campaña, y, entre otras estrategias, a la elaboración de un discurso que no quedara asociado exclusivamente a su condición de *outsider* sino que le hablara también a los peronistas, retomando algunos aspectos de

<sup>83</sup> *EL*, 22/8/91.

<sup>84</sup> *EL*, 25/8/91, p.6.

<sup>85</sup> *EL*, 26/8/91.

<sup>86</sup> ARFUCH, Leonor, *Op. Cit.*, p. 38.

<sup>87</sup> GREIMAS, A. Julius y Courtès, Joseph. *Semiótica: diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid, Gredos, 1990 citado en ARFUCH, Leonor. *Op. Cit.*, p. 38.

<sup>88</sup> Usandizaga se mantuvo en las encuestas como seguro ganador durante los meses de junio, julio y agosto. Recién a finales de este último mes el PJ empezó a elevar su tendencia electoral, principalmente debido a la candidatura de Reutemann. Ver: SANCHEZ, Luis y otros, *Op. Cit.*, p. 22.

esta tradición y vinculando a la figura de Reutemann con ellos.<sup>89</sup> En efecto, uno de los candidatos a senador provincial por este sublema, Mario Papaleo, afirmaba:

“Por allí algunos no se explican esto [la candidatura de un extrapartidario como Reutemann], pero yo les digo que esto no es más que la concreción de una afirmación que nos legara Perón, cuando dijo que ‘para un argentino no hay nada mejor que otro argentino’”<sup>90</sup>

El mismo Reutemann reconoció el apoyo por parte del justicialismo una vez conocido el resultado electoral:<sup>91</sup>

“Cuando yo me largué a hacer la campaña las posibilidades de ganarle a la UCR eran remotas. Nadie lo creía. Y salí y luché y gané de milagro. El milagro se lo debo a la base justicialista”<sup>92</sup>

El uso de elementos presupuestos que apuntaban a crear, de alguna manera, un destinatario positivo, un colectivo de identificación, no en referencia a una identificación partidaria sino a sucesos pretéritos (como señalamos previamente, en torno a la desconfianza hacia la dirigencia en ejercicio y su accionar calificado como “corrupto”), también constituyó una modalidad discursiva para valorizar al peronismo en este nuevo “pacto de creencia”:

---

<sup>89</sup> Por supuesto que, además de la atracción que la sola figura que Reutemann ejerció en el electorado, hubo otros factores de índole contextual que colaboraron en su triunfo. Disponiendo la mirada sobre el sistema de partidos local, es de destacar la importante crisis que también estaba atravesando la UCR, dividida entre el usandizaguismo (sector “amarillo”) y el cacerismo (“sector blanco”), el cual respondía a la presidencia nacional del partido, ejercida por Alfonsín. La división entre ambos sectores no es meramente coyuntural sino de tipo ideológica: los primeros respondían a un modelo neoconservador y apoyaban las políticas de Menem, y los segundos eran críticos de aquél. Estos cruces en el ámbito santafesino fueron tales que el sector blanco de Luis Cáceres decidió no presentar candidato a gobernador, una vez que la ley de lemas fue aprobada, y a cuya sanción este sector se opuso fuertemente. Otro factor fue la intervención al PJSF por parte del Consejo Nacional Justicialista en junio de 1991, la cual ejerció un control directo sobre todo el proceso electoral. Además, el espaldarazo final de Menem al candidato y la estabilidad económica a partir de la ley de Convertibilidad, coadyuvaron a legitimar la figura de Reutemann como candidato privilegiado del PJSF. SÁNCHEZ, Luis y otros. *Op. Cit.*, p. 29 y sgtes. Sin embargo, nuestro objeto de estudio está centrado en las estrategias discursivas de la campaña y los significados que circularon a partir de ellas, los cuales supieron restablecer un vínculo de confianza entre el sublema de Reutemann y gran parte de ciudadanía santafesina.

<sup>90</sup> *EL*, 27/7/91, p.5.

<sup>91</sup> Algunos de los gremios peronistas más importantes que apoyaron a Reutemann fueron el SMATA, cuyo dirigente principal era el sindicalista Rubén Cardozo, entonces embajador en Paraguay, y la Agrupación Evita del Sindicato de Trabajadores de la Industria Frigorífica, las 62 Organizaciones Peronistas dirigidas por Amir Schmutz, entre otros agrupamientos barriales y militantes de diversas seccionales de la ciudad de Santa Fe y alrededores que constituyeron para esta coyuntura la “Mesa Provincial Reutemann Gobernador” (*EL*, 5/9/91 y 11/12/91).

<sup>92</sup> Citado en VARGAS. *Op. Cit.*, p. 123.

“El justicialismo es una gran pasión<sup>93</sup> (...) He conocido gente del justicialismo que cumple buenas funciones, que nada tienen que ver con lo *hecho anteriormente*. Hay gente buena, honesta y trabajadora. Es una oportunidad para demostrar que esto es así”<sup>94</sup>

Pero también, la resignificación de una tradición política supone la construcción de una perspectiva de acción hacia el futuro. En particular, los discursos de campaña recurren a enunciados de tipo “prescriptivo”<sup>95</sup> sobre lo que *debe ser* en el futuro, o, también “programático”, ejecutando promesas y compromisos del orden del *poder hacer*. En el discurso de Reutemann aparecían junto a las tradicionales promesas asociadas a las políticas públicas que un estado debe llevar adelante en sectores clave (salud, educación, seguridad), otras más abstractas expresadas en términos tales como “la esperanza de un cambio” y la “austeridad y transparencia” que apuntaban directamente a dotar de un nuevo sentido al estilo de “hacer política” y de gobernar. Los siguientes enunciados expresan un componente programático en el discurso, a pesar de que éste se autopresentaba muchas veces como falto de promesas:<sup>96</sup>

“No seré un gobernador de escritorio y *mantendré* un contacto permanente con el interior y los problemas de cada zona se resolverán en consultas con la gente”<sup>97</sup>

“A pesar de las carencias, de la pobreza, he notado una gran esperanza en toda la gente. Sus miradas, las manos que estreché, los abrazos y las palabras de aliento *hablan de esa esperanza y deseo de comenzar a cambiar*”<sup>98</sup>

También aparecen las marcas de un sentido del *deber ser* en el candidato de *Creo...*, característico de los discursos de campaña que, según Verón, establecen una referencia sobre la orientación de las acciones a futuro: “*Debemos ser ordenados, y lo*

<sup>93</sup> Esta expresión es similar a la que utilizó Menem en su campaña, para quien la identificación con la tradición peronista era del orden de lo afectivo: “El peronismo es una mística, un sentimiento, un movimiento, una emoción. Volveremos al gobierno para que el pueblo vuelva al poder en la Argentina”. Citado en: CERRUTI Gabriela - CIANCAGLINI, Sergio. *Op. Cit.*, p. 12.

<sup>94</sup> *EL*, 25/8/91, p.6. Destacados del autor.

<sup>95</sup> VERÓN, Eliseo. *Op. Cit.*

<sup>96</sup> “No tengo grandes planes ni grandes proyectos (...) He visto habitaciones llenas de carpetas de proyectos que nunca se concretaron. Creo que las cosas son más simples. Pasa por un ordenamiento, por ajustarse a las normas y pautas de conducta éticas, morales, por la aplicación del sentido común y de la sensibilidad”. Reutemann, *EL*, 5/9/91.

<sup>97</sup> *EL*, 3/9/91., p.7. Destacados del autor.

<sup>98</sup> *EL*, 28/8/91. Destacados del autor.

primero que *vamos a hacer* es ver cómo está la provincia, cómo se distribuye el presupuesto, cómo se gasta y cómo se recauda”<sup>99</sup>

“Si hubo una ola de corrupción, *hay que armar otra ola que la enfrente*. Yo sé que la mayoría de los santafesinos es gente buena y honesta, entonces si se produce una ola positiva se puede salir adelante, una ola de credibilidad, de terminar con la corrupción”<sup>100</sup>

Además, las marcas del componente prescriptivo del discurso de Reutemann se construían recurriendo, nuevamente, a elementos asumidos como sabidos o evidentes (preconstruido) por los destinatarios. Las referencias a la futura orientación de la acción de gobierno se presentaban como la negación o el opuesto de las acciones gubernamentales anteriores:

“Las líneas ya están bajadas para todos: *no al despilfarro, al malgasto; sí al orden, la eficiencia, la transparencia, el sentido común y la ejecutividad*. En cuanto a la lucha contra la corrupción ya no me preocupa porque estoy seguro que será la misma gente y la prensa la que me va a cuidar las espaldas”<sup>101</sup>

“*No son tiempos ni para dádivas ni para compras de juguetes y pan dulces*. Quiero que quede bien claro que *la austeridad será una de las características de mi gestión si llego a ser elegido*”<sup>102</sup>

Las prescripciones se referían a la futura gestión de gobierno en la cual, por un lado, no habría lugar para la corrupción<sup>103</sup> y, por otro, se postulaba la necesidad de realizar un gobierno de “austeridad” y “orden” en las cuentas fiscales del estado, en el marco del discurso de la “Reforma del Estado” y de “Emergencia económica” producido desde el gobierno nacional.<sup>104</sup>

<sup>99</sup> *EL*, 22/8/91. Destacados del autor.

<sup>100</sup> Citado en VARGAS, Horacio, *Op. cit.*, p. 106. Destacados del autor.

<sup>101</sup> *EL*, 30/8/91, p.9.

<sup>102</sup> *EL*, 3/9/91, p.7.

<sup>103</sup> El tópico de la corrupción se volvió preponderante en los debates políticos y públicos en Santa Fe a raíz de la destitución por juicio político del ex vicegobernador Antonio Vanrell en el último año de gestión del gobernador Reviglio por acusaciones de corrupción e incumplimiento de los deberes de funcionario público. Ver: LASCURAIN, María Cecilia. *Op. cit.* También había sido procesado por esta última causa, y por peculados, el ex vicegobernador y ex intendente de la ciudad de Santa Fe, Carlos Martínez, en 1989, al haber emitido un impuesto sin autorización del Concejo Deliberante. Ver: SANCHEZ, Luis y otros. *Op. Cit.*, p. 19-20.

<sup>104</sup> La “corrupción” y la “Reforma del Estado” aparecían asociados en el discurso del presidente Menem, constituyendo el discurso de Reutemann una continuidad respecto de aquél en cuanto a este punto. Tal como afirma Sebastián Pereyra: “Las reformas implementadas por el nuevo gobierno se fundamentar[on] en y promover[on] un clima radicalmente antiestatalista, dos de cuyos pilares ideológicos principales fueron la eficiencia y la anticorrupción (...) El cambio de modelo suponía, entonces, nuevas reglas de juego en las

De esta manera el discurso de campaña de Reutemann, si bien se presentó principalmente como el discurso de un *outsider* de la política, retomó aspectos de la tradición peronista de la que se mostraba como ajeno pero que, más hacia el final de la campaña, recuperó, dado el crecimiento de la intención de voto del peronismo en las últimas semanas. Ningún discurso puede construirse en el vacío significativo, y es por eso que Reutemann también buscó construir un vínculo de confianza con aquellos sectores del justicialismo santafesino que optaran por apoyar y votar por su sublema.

### Conclusiones

Este trabajo tuvo como propósito indagar, a partir de declaraciones y propaganda electoral publicada en el diario *El Litoral* de la ciudad de Santa Fe, en las estrategias discursivas desplegadas por Carlos Reutemann, candidato por el sublema justicialista *Creo en Santa Fe*, a lo largo de la campaña electoral para la gobernación de la provincia de Santa Fe durante agosto y septiembre de 1991. *Creo...* llevó como candidato a la primera magistratura al ex corredor de automovilismo y empresario quien se convirtió en el gobernador de Santa Fe para el período 1991-1995.

Se argumentó en primer lugar que, no obstante la importancia de la imagen del candidato y de su popularidad como deportista famoso (recreada por medio de estrategias publicitarias en las que no estuvieron ausentes programas televisivos exclusivos sobre su trayectoria) y si bien la práctica de las “caravanas” o recorridas por el territorio provincial constituyeron recursos de primer orden como estrategias proselitistas en un contexto de personalización del vínculo representativo y de desarrollo de la “videopolítica” como nuevo estilo de comunicación, la dimensión discursiva fue fundamental al momento de construir y dotar de sentidos y significados al vínculo entre ciudadanos y representantes políticos que se estaba queriendo generar. En pequeños actos, comidas o declaraciones a la prensa, el candidato recurrió a la producción de sentidos por medio de la palabra política (palabra, en buena medida, atravesada por una jerga propia del discurso técnico-económico dominante durante toda la década del noventa) que contribuyeron – junto con las demás estrategias – a la generación y reconstitución del lazo social y político, definiendo posiciones y roles entre el enunciador y sus destinatarios.

---

cuales las condiciones para el florecimiento de la corrupción – un Estado empresario y una excesiva regulación de la actividad económica – habrían desaparecido”. PEREYRA, Sebastián. *Op. Cit.*, p. 198 y 206.

La tesis que se buscó defender es que el estilo y el discurso de este candidato apuntaron a recomponer la confianza perdida de dos tipos de electorado: el independiente o indeciso, disponible en un gran porcentaje hasta pocos días antes de la elección, y el peronista, parte del cual se sentía defraudado por sus antiguos referentes políticos en un contexto de grave crisis de legitimidad de la dirigencia justicialista local. Reutemann elaboró, entonces, un discurso cuyos elementos se construyeron en un juego especular de oposición a los aspectos que generaban aquella desconfianza por ambos tipos de destinatarios.

Recurriendo al análisis estructural (Verón) y de contenido (Aboy Carlés) del discurso, se analizó la economía discursiva de Reutemann en tres partes. En la primera, se buscó interpretar la manera en la que Reutemann se autorrepresentó ante la ciudadanía y buscó capitalizar positivamente su condición de *outsider* político y partidario en un contexto de crisis representativa del peronismo, tomando distancia de “los políticos tradicionales” cuya figura se encontraba sensiblemente dañada y cuestionada, tanto a nivel local como nacional. Sin embargo, dicha imagen estuvo presentada predominantemente como la negación de su opuesto, la figura del “político”, la cual se constituyó en el *contradestinatario* de su discurso, asociada a las prácticas corruptas, la ineficiencia en la gestión pública y la ambición desmedida de poder. Al mismo tiempo, Reutemann buscó definir una concepción de la acción política entendida como “administración” de los asuntos públicos y como la aplicación pragmática del sentido común y de principios morales (honestidad, sencillez, transparencia, seriedad, rectitud), propios del ámbito privado, a la esfera pública, despojada de componentes político-partidarios o ideológicos.

En la segunda parte se abordó el cierre interno de su discursividad, esto es, la constitución del vínculo positivo entre el enunciador y sus destinatarios. La figura del “indeciso” se construyó como destinatario privilegiado (*paradestinatario*) de las alocuciones del candidato. Aunque Reutemann se presentaba como una figura “independiente” de identificaciones partidarias o ideológicas previas frente a los indecisos, se sugirió que enunciador y destinatario compartían, finalmente, una creencia presupuesta, que era la de no adherir a ninguna solidaridad política preexistente o, en otras palabras, compartir una “creencia negativa” que se expresaba en un rechazo a la oferta partidaria representada por los dirigentes políticos tradicionales. Se argumentó que la manera de nominar a este destinatario del discurso fue la utilización predominante del vocativo “la gente”, término despojado de

referencias partidarias o ideológicas que identificaba de manera genérica al conjunto del electorado, abstraído de cualquier división interna.

En la tercera parte se analizó la re-interpretación que el discurso de Reutemann hizo del peronismo como identidad política y de su pasado inmediato, al insertarse de manera novedosa en esta tradición y producir un juego discursivo ambiguo entre la condición de *outsider* de la política y su candidatura en un subtema dentro del PJ. Por un lado, el candidato de *Creo* reafirmaba su prescindencia partidaria y su opción por el criterio técnico en la designación de los potenciales futuros funcionarios. Por otro lado, se advierten marcas de una recuperación del justicialismo resignificado en clave de la nueva concepción sobre la política que vino a representar este subtema, en continuidad con las ideas de la “Actualización Doctrinaria” del justicialismo elaboradas por el presidente Menem. El peronismo era asimilado a las ideas de “capacidad de gestión”, pragmatismo y de una nueva dirigencia, valorada en términos morales y no por su trayectoria política.

Debido a que el vínculo con el destinatario, especialmente durante una campaña electoral, debe ser creado y recreado constantemente, las credenciales de popularidad que Reutemann portaba como ex automovilista famoso no bastaron *per se* para garantizarle una base electoral que superara el potencial que poseía el candidato radical, Horacio Usandizaga. La reversión de esa tendencia negativa se debió al trabajo mismo de la campaña y, entre otras estrategias, a la elaboración de un discurso que no quedara asociado exclusivamente a su condición de *outsider* sino que le hablara también a los peronistas, retomando algunos aspectos de esta tradición y vinculándolos con la figura de Reutemann. Esta dimensión de la “tradición” supone, además, la construcción de un futuro deseado, el cual toma la forma de “promesas” en el discurso de una campaña electoral. En efecto, Reutemann elaboró un sentido del futuro que se expresó en términos abstractos como “la esperanza de un cambio” y la “austeridad” y “transparencia” de la posible gestión de gobierno próxima y no en planes de acción concretos. Las promesas se construyeron en torno al combate contra la corrupción – como respuesta a una demanda predominante entre el electorado, peronista y no peronista – y, como parte de ese combate, se encararían los procesos de “Transformación del Estado” y de “Emergencia económica” en línea con lo ejecutado por el presidente en el gobierno nacional.

## Referencias bibliográficas

- ABOY CARLÈS, Gerardo. *Las dos fronteras de la democracia argentina: la reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*, Homo Sapiens, Buenos Aires, 2001.
- AMOSY, Ruth. "Por una retórica del dissensus. Las funciones de la polémica". En: MONTERO, Ana Soledad (comp.), *El análisis del discurso polémico: disputas, querellas y controversias*. Prometeo, Buenos Aires, en prensa.
- ARFUCH, Leonor. "Dos variantes del juego de la política en el discurso electoral de 1983". En: VERON, Eliseo (AAVV): *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Hachette, Buenos Aires, 1987.
- BAJTIN, Mijaíl. "El problema de los géneros discursivos". En: *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México, [1953] 1979.
- BARROS, Sebastián. *Orden, democracia y estabilidad. Discurso y política en la Argentina entre 1976 y 1991*. Alción, Córdoba, 2002.
- BORELLO, Raúl – MUTTI, Gastón. "La ley de lemas en la provincia de Santa Fe". En: *Actas del VI Congreso Nacional de Ciencia Política de la SAAP*, Rosario, Argentina, 2003.
- CANELO, Paula. "Son palabras de Perón". Continuidades y rupturas discursivas entre peronismo y menemismo". En: PUCCIARELLI, Alfredo (coord.). *Los años de Menem. La construcción del orden neoliberal*. Siglo XXI, Buenos Aires, 2011.
- CHERESKY, Isidoro. "La política después de los partidos". En: CHERESKY, Isidoro. *La política después de los partidos*. Prometeo, Buenos Aires 2006.
- FABRIS, Mariano. "La campaña electoral de 1987. El justicialismo en busca de nuevos electores", 2006 [Disponible on line en <http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/fabris.pdf>]
- GARCÍA NEGRONI, María Marta. "La destinación en el discurso político: una categoría múltiple". En: *Lenguaje en Contexto I (1/2)*, 1988.
- LASCURAIN, María Cecilia: "Fragmentación en el justicialismo santafesino. Del juicio político al vicegovernador a la Ley de Lemas (1990)", en actas de las *Segundas Jornadas de Ciencia Política*, Universidad Nacional del Litoral, 2014 [Disponible on line en [http://www.fhuc.unl.edu.ar/materiales\\_congresos/cienciapolitica2014/pdf/4%20Democracia%20Partidos%20y%20Accion%20Colectiva/Lascurain.pdf](http://www.fhuc.unl.edu.ar/materiales_congresos/cienciapolitica2014/pdf/4%20Democracia%20Partidos%20y%20Accion%20Colectiva/Lascurain.pdf)]
- MAINA, Marcelino. "Nación y provincia: la ¿renovación? peronista en Santa Fe 1983 – 1989", en *Actas de las I Jornadas de Ciencia Política del Litoral, Universidad Nacional del Litoral*, ciudad de Santa Fe, 10 y 11 de mayo de 2012.
- MONTERO, Ana Soledad. "Puesta en escena, destinación y contradestinación en el discurso kirchnerista (Argentina, 2003-2007)". En: *Revista Discurso y Sociedad*, Vol. 3, n°2, 2009.
- MORRESI, Sergio. "¿Más allá del neoliberalismo? Estado y neoliberalismo en los años noventa". En: RINESI, Eduardo – NARDACCHIONE, Gabriel – VOMMARO, Gabriel. *Los lentes de Víctor Hugo: transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina reciente*. Prometeo, Buenos Aires, 2007.
- MURARO, Heriberto. *Políticos, periodistas y ciudadanos. De la videopolítica al periodismo de investigación*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1997.
- NOVARO, Marcos. *Pilotos de tormentas: crisis de representación y personalización de la política en Argentina [1989-1993]*. Letra Buena, Buenos Aires, 1994.
- PALERMO, Vicente – NOVARO, Marcos. *Política y poder en el gobierno de Menem*. Tesis-Norma, Buenos Aires, 1996.
- PEREYRA, Sebastián. *Política y transparencia. La corrupción como problema público*. Siglo XXI, Buenos Aires, 2013.
- ROBIN, Silvia. *Régimen electoral y sistema de partidos. La influencia de la ley de lemas sobre el sistema de partidos en la provincia de Santa Fe*, 2007 [Disponible on line en <http://es.scribd.com/doc/57608724/Regimen-Electoral-y-Sistema-de-Partidos-Santa-Fe-Argentina>]
- RINESI, Eduardo – VOMMARO, Gabriel. "Notas sobre la democracia, la representación y algunos problemas conexos". En: RINESI, Eduardo – NARDACCHIONE, Gabriel – VOMMARO, Gabriel. *Los lentes de Víctor Hugo: transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina reciente*. Prometeo, Buenos Aires, 2007.
- SÁNCHEZ, Luis y otros. *Un día de emoción. Historia política de Santa Fe (1990-1991)*, Instituto de Estudios Sociales, Rosario, 1995.
- TORRE, Juan Carlos. "Los huérfanos de la política de partidos. Sobre los alcances y la naturaleza de la crisis de representación partidaria". En: *Desarrollo Económico*, vol. 42, n° 168, 2003.
- VERÓN, Eliseo. "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política". En: AAVV. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Hachette, Buenos Aires, 1987.
- VOMMARO, Gabriel. "Lo que quiere la gente". Los sondeos de opinión pública como herramienta política. El caso de las elecciones nacionales de 1999". En: CHERESKY, Isidoro - BLANQUER, Jean Michel. *De*

*Reconstruyendo la confianza:  
el discurso de campaña de Carlos Reutemann  
por el sub-lema justicialista 'Creo en Santa Fe' en el diario El Litoral  
(Santa Fe, agosto-septiembre de 1991)*

---

*la ilusión reformista al descontento ciudadano. Las elecciones en Argentina, 1999-2001, Homo Sapiens, Rosario, 2003.*

**Recibido:** 30 de septiembre de 2014

**Evaluación:** 26 de octubre de 2014

**Aceptado:** 18 de noviembre de 2014