

[Imprimir](#)

# artículo Loustaunau

Me gusta <

Tweet

## Intersecciones en Comunicación

ISSN 1515-2332 (versión impresa)

ISSN 2250-4184 (versión On-line)

Intersecciones en Comunicación. n.3 Olavarría ene./dic. 2008

### **La crisis institucional de la Argentina. Un abordaje desde los discursos políticos de campaña**

Gabriela Loustaunau

Gabriela Loustaunau. Grupo de Investigación. Estudios de Comunicación en Cultura y Educación (EEDUCCOM). Facultad de Ciencias Sociales (FACSO). Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNPCBA). E-mail: gabrielaloustaunau@yahoo.com.ar

Recibido: 07/02/08

Aceptado: 20/02/08

“¿Cómo podría hablar de la institución en un lenguaje que quisiera ser riguroso, formalizado o formalizable al infinito, etcétera, desde el momento en que este mismo lenguaje es una institución, quizás la primera y la más importante de las instituciones?

Cornelius Castoriadis, Figuras de lo pensable, 2001, p.115.

#### RESUMEN

Desde el área de la Comunicación Política se propone articular los aportes de la Sociología y las Ciencias Políticas con la indagación de los estudios críticos del discurso desde la matriz cultural y comunicacional que los atraviesa, en lazo con las condiciones materiales e históricas en que estas modalidades se producen. El punto de partida de la investigación se constituye de una serie de discursos políticos emitidos por los medios de comunicación durante la campaña electoral por la Presidencia de la Nación, entre abril y mayo de 2003. Se intenta articular las estrategias discursivas de los enunciadores políticos con la crisis institucional vivida a principios del siglo XXI. En este sentido, se mencionan algunos ejemplos destacados del análisis realizado, como así también se incluyen algunas consideraciones respecto de esta problemática propia del mundo contemporáneo, en relación a la idea de responsabilidad institucional.

#### PALABRAS CLAVE

discursos políticos, crisis institucional, Análisis Crítico del Discurso, estrategias discursivas, ballottage.

## KEYWORDS

discursos políticos, crisis institucional, Análisis Crítico del Discurso, estrategias discursivas, ballottage.

## EL ESCENARIO COMUNICACIONAL Y SU ABORDAJE

El presente artículo se desprende de una investigación realizada en calidad de tesista de la carrera Licenciatura en Comunicación Social (orientación en Comunicación Institucional) durante 2003/2006 en la Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría, bajo la dirección de la Dra. Dora Coria. Un objetivo decisivo de la investigación es ver cómo, a partir de las características del corpus discursivo de la campaña, surgen marcas de la crisis institucional. La pérdida de legitimidad institucional de los partidos políticos, la creciente mediatización de la política (Verón 1998), entre otros aspectos de la crisis de representación, se entrelazan con las nuevas formas de mediación de la democracia (Novaro 1995) y constituyen el marco ineludible para pensar la actualidad de las instituciones democráticas. “No hay realidad sino es construida significativamente” (Wodak 2003); en consecuencia, el discurso político se nos presenta como un “texto” atrayente para el abordaje de la construcción de significados comunicacionales en el marco de procesos políticos concretos de transición gubernamental.

El escenario comunicacional de la campaña política 2003 se matiza de una serie de fenómenos que de alguna manera, inciden en la construcción de la estrategia electoral y, por lo tanto, en la definición de una estrategia de comunicación: la implantación de la Ley de lemas, la suspensión de las internas partidarias, la suspensión de la segunda vuelta electoral a partir de la renuncia de un candidato y la consolidación de un electorado independiente que arrastra al electorado tradicional del peronismo. Por lo tanto, resulta pertinente recurrir a algunos aportes de la Sociología y las Ciencias Políticas (Sartori 1979; Beck 1989; Castoriadis 2003) que contribuyen a pensar la problemática mediante conceptos como democracia representativa, institución, sociedad del riesgo y gobierno responsable.

El abordaje se realiza desde los lineamientos epistemológicos del Análisis Crítico del Discurso (ACD) (Wodak y Meyer 2003) que se sustenta en el muestreo teórico<sup>2</sup>. La campaña política es un entramado comunicacional en el que se entrecruzan multiplicidad de voces (van Dijk 1993). Al introducirnos en el recorte del corpus emergen dos figuras políticas clave del justicialismo: Néstor Kirchner (Frente para la Victoria) y Carlos Menem (Frente por la Lealtad). El período de análisis se extiende desde el cierre de campaña para la primera vuelta electoral (27 de abril) hasta la renuncia de Menem a la candidatura por el ballottage (14 de mayo).<sup>3</sup> En consecuencia, seleccionamos oportunamente de medios gráficos y televisivos ocho discursos de los enunciadores en cuestión: dos discursos de cierre de campaña emitidos por el canal de cable Todo Noticias, cuatro entrevistas gráficas a los candidatos publicadas en el diario Clarín, el spot de

renuncia a la candidatura de Menem y el discurso de Kirchner horas antes de la oficialización de dicha capitulación, también emitidos por Todo Noticias.

El análisis perfilado en este artículo, además de dar a conocer características propias de los discursos de los candidatos a la presidencia (recursos retóricos y argumentativos, estilo, composición discursiva, etc.) en período de campaña, que permiten establecer semejanzas o diferencias, nos advierte acerca de la emergencia de marcas discursivas de la crisis institucional.

## EL DISCURSO POLÍTICO

El interés por la forma en que los políticos se comunican, convencen o persuaden a su auditorio data de los tiempos de la “Retórica” de Aristóteles. Sin embargo, desde las últimas décadas el campo de la Comunicación Política (Wolton 1992; Verón 1998) resulta promisorio para las investigaciones centradas en el discurso político.

En nuestro caso, el móvil fundacional ha sido acercarnos al estudio del discurso político en tanto práctica social (Wodak 1997; Fairclough 2003).

No es el individuo quien hace el discurso, sino que lo contrario tiende a ser cierto. El discurso es supraindividual. Pese a que todo el mundo aporta su grano de arena a la producción del ‘tejido’ discursivo, ningún individuo ni ningún grupo específico determina el discurso o se ha propuesto lograr exactamente aquello que acaba convirtiéndose en el resultado final. (Jäger En Wodak y Meyer 2003: 67).

A partir de este “tejido” discursivo aspiramos a conocer el modo en que los políticos comunican y se comunican, enfatizando la puesta en relación con el discurso de la crisis. ¿Qué se puede decir del discurso político en un contexto signado por nuevas formas de mediación de la democracia, donde la videopolítica y la espectacularización son la vedette de los escenarios electorales? A propósito, no desestimamos estos procesos en los que se massmediatiza la política y se enriquece su discursividad (Verón 1987). No obstante, el plano que nos interesa profundizar es el modo de construcción de estrategias retórico-argumentativas por parte del candidato político.

## EL DISCURSO POLÍTICO DE CAMPAÑA

El discurso como tal, es una construcción social que “moldea”, anticipa, produce y otorga sentido a la realidad. Las personas se constituyen en enunciadorees que tienen una visión del mundo específica y se valen de distintas formas comunicacionales para comunicar/se y concretar sus metas o finalidades. A tal efecto, despliegan y efectivizan una serie de recursos y estrategias encaminadas a la consecución de sus fines.

La campaña política en su totalidad se presenta como una práctica discursiva inter-institucional en la que se interconectan múltiples discursos políticos. Es un evento comunicativo (Wodak 2003) ya que tiene lugar en el transcurso de un devenir espacio-temporal y constituye el marco de infinidad de enunciados circulantes que conforman el discurso político. Así, los fragmentos o “textos” discursivos estudiados presentan una especificidad: son discursos de campaña. Un rasgo

característico de estos discursos es que el enunciador pretende persuadir al auditorio para que realice determinada acción (votar) o para convencerlo de ciertas ideas, mediante la puesta en juego de estrategias retórico-argumentativas. Estos discursos de campaña se reconocen en piezas discursivas coherentes que se producen en la situación de comunicación de la campaña política de manera específica.

Indudablemente, la comunicación es una pieza clave en el proceso electoral ya que constituye “un proceso interactivo complejo que incluye la continua interpretación de intenciones expresadas verbal y no verbalmente, de forma directa o velada” (Calsamiglia Blancafort y Tusón Vals 1999) que da lugar a la efectivización de la polémica propia del discurso político. El discurso político de campaña, particularmente, se caracteriza por plantearse en términos polémicos, es decir, el enunciador apunta a la construcción de un adversario político<sup>4</sup>. Además, se nos hace imposible hablar de este tipo discursivo sin hacer referencia al discurso mediático<sup>5</sup>, es decir, el discurso político siempre es mediatizado de alguna manera. Los medios de comunicación contemporáneos, principalmente, la TV y la prensa, integran la producción de los discursos políticos; a la vez, se constituyen en canales de comunicación formales de la campaña.

#### LA CRISIS INSTITUCIONAL

Cuando se habla de crisis institucional en Argentina en la actualidad, si bien es un fenómeno que atraviesa a toda Latinoamérica, se pone el acento en un acontecimiento: los sucesos del 19 y 20 de diciembre de 2001 que se constituyeron en una de las «respuestas» de la sociedad a la crisis política, social y económica que se venía gestando desde la década del '90. Nun hace referencia a que «La crisis institucional en Argentina va mucho más allá de la conocida crisis de representatividad, se manifiesta en que las instituciones dejan de cumplir los fines para las que fueron creadas (...) las instituciones pierden sentido para los ciudadanos.» (Nun en Wahren 2003). Asimismo, Cheresky señala que los acontecimientos de finales de 2001 pusieron en jaque la democracia representativa y la legitimidad de los políticos, «el lazo de representación política y la autoridad institucional» (Cheresky 2002).

En el contexto actual la crisis atraviesa los distintos planos societales, sea que hablemos de crisis de la institución de la representación (Novaro 1995) o de instituciones políticas específicas (Castoriadis 2001) como los partidos políticos. Para acercarnos a una noción de crisis institucional trazamos un recorrido teórico desde la noción de institución de Castoriadis, hasta la noción de institución en crisis que se delinea en la teoría de la “sociedad del riesgo” (Beck 1996).

En primer término, Castoriadis nos permite entender a las instituciones políticas como instituciones específicas de la sociedad que tienen un rol central en ella. Las instituciones son la norma, el parámetro, la ley, la parte constitutiva de la sociedad. Castoriadis permite elucidar que es la misma sociedad la que crea sus normas e instituciones, sin recurrir a ningún fundamento extra-social. En este sentido, para el funcionamiento de la democracia es necesaria la autonomía (“auto”: a sí

mismo y “nomos”: ley) social e individual. Para el autor, además, son las instituciones las que otorgan sentido a la vida de los individuos. Para que el hombre sobreviva en sociedad, debe tener una institución que lo sostenga y lo represente: “El hombre sobrevive creando la sociedad, las significaciones imaginarias sociales y las instituciones que las sostienen y las representan” (Castoriadis 2001). Castoriadis, señala además, que la posibilidad de cuestionar las instituciones existe solamente en las sociedades democráticas (y filosóficas) y no antes, es decir, sólo en las sociedades occidentales. “(...) esto sucede con el nacimiento de un espacio político público y de la interrogación sin límites” (Castoriadis 2001). Al mismo tiempo, las instituciones son históricas y están abiertas al cambio; es por eso que en cada época hay instituciones que se originan y otras que mueren.

El significado griego de la palabra crisis alude a la “disputa moral que se ha desarrollado hasta un extremo en el que requiere una resolución definitiva”, mientras que el significado moderno es “situación de conflicto y desorden de alguna parte de nuestro funcionamiento normal que es determinante de su continuidad o de su modificación” (Young 1989). Estos significados no son excluyentes entre sí. Es por eso que es posible comprender la crisis institucional como disputa moral por el cambio de la norma y, a su vez, como conflicto producido en tal situación crítica.

En segundo término, para comprender la crisis de las instituciones nos acercamos a la “teoría de la sociedad del riesgo” de Beck. Una de las características de la sociedad del riesgo es que “las instituciones tradicionales vacían sus contenidos”, las formas de vida socio-industriales se desintegran, los hombres y mujeres ya no escapan a la individualización y se transforman en constructores de sus propias biografías. De esta manera, “(...) la <<individualización>> significa la desintegración de las certezas de la sociedad industrial, así como la compulsión a buscar y encontrar nuevas certezas por sí mismo y entre todos”, explica Beck (Beck 1996). En la sociedad contemporánea las instituciones se vuelven “irreales” y “contradictorias” y dependen cada vez más de los individuos. Señala el autor:

(...) un doble mundo está surgiendo, que no se puede representar superpuesto: un mundo de instituciones políticas simbólicamente ricas y un mundo de la práctica política cotidiana (conflictos, juegos de poder, instrumentos y arenas), que pertenecen a dos épocas diferentes, la modernidad industrial y la reflexiva, respectivamente. Por un lado, surge una vacuidad en la acción de las instituciones políticas, por el otro, hay un renacimiento no institucional de lo político: los individuos regresan a la sociedad. (Beck 1999: 134)

En la sociedad de riesgo nada ni nadie se encuentra a salvo de contingencias y peligros. Las instituciones tradicionales están vacías de contenidos, quedan desacopladas o se ven rebasadas por las nuevas realidades globales y su impacto local. Las estructuras y las organizaciones se desintegran. El gobierno de los accidentes se convierte en el motor de la historia y las decisiones

y acciones de los individuos quedan liberadas y a la intemperie. En un contexto de tal vacuidad, los sistemas de normas no pueden dar respuesta a los peligros que la misma sociedad crea. Desde esta perspectiva, el fracaso y el cuestionamiento de la norma se advierte tanto en las decisiones que se toman ante un desastre natural como ante la responsabilidad política que conlleva la representación electiva. Como contrapartida, la modernización reflexiva inaugura, para toda una época, la posibilidad de una (auto)destrucción creativa. Esto quiere decir que las coordenadas de lo político estarían cambiando; estarían surgiendo nuevas formas de política y asistiríamos a la emergencia de un “compromiso múltiple y contradictorio” (Beck 1999).

Estas nociones de la crisis institucional nos dan la perspectiva para reflexionar acerca de la pérdida de sentido de las instituciones. Como explica Castoriadis, la sociedad se crea a sí misma y a sus instituciones y es ella misma (la que se constituye) la que cuestiona sus propias normas. De esta forma, parafraseando a Beck, las instituciones también se constituyen en legitimadoras de los propios peligros de la sociedad. Si bien la crisis de representación es un fenómeno que atraviesa el campo político, no hay que desestimar los modos en que la crisis se cuela en el sentido que los individuos, en su totalidad, le otorgan a las instituciones.

Por lo tanto, como una aproximación a la noción de crisis institucional sostenemos que ni las actuales instituciones e ideas, ni las concepciones vigentes de “lo político” alcanzan para comprender y/o resolver las situaciones de conflicto que vivimos. Es claro que, el cuestionamiento de la sociedad por sí misma, es propio de la sociedad democrática y que las instituciones contemporáneas están vacías de sentido. Podríamos, entonces, aventurar otra idea: que la crisis institucional comprende cierta pérdida de legitimidad y de responsabilidad de las instituciones políticas –entendidas, en términos de Castoriadis, como instituciones específicas-. Las normas están quebradas y ya no alcanzan para sostener la vida en sociedad donde el conflicto es constante. El cambio parece tomar forma en la crisis.

## LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LOS CANDIDATOS

En la puesta en escena de la campaña cada candidato despliega -a través de los diferentes recursos y figuras retórico-argumentativas

7 - una o varias estrategias discursivas en las cuales se atiende a la situación de enunciación histórica y concreta, ya sea para llegar al electorado o para polemizar con el adversario. Pero entonces: ¿Qué es la estrategia? “(...) con estrategia queremos significar un plan de prácticas más o menos preciso y más o menos intencional (incluyendo las prácticas discursivas) que se adopta con el fin de alcanzar un determinado objetivo social, político, psicológico o lingüístico” (Wodak 2003). Específicamente, las estrategias discursivas se relacionan con “las formas sistemáticas de utilizar el lenguaje” y en ella pueden localizarse “distintos planos de organización y de complejidad lingüística” (Wodak 2003).

Al indagar en los fragmentos discursivos seleccionados en busca de las características propias que definan a las estrategias retórico- argumentativas enfatizamos en las siguientes dimensiones: la construcción del adversario político, el Partido Justicialista y la Ley de lemas, el sector independiente del electorado, la estrategia para el ballottage, el estilo discursivo de los candidatos, la crisis institucional en los discursos de campaña y la renuncia de Menem.

En primer lugar, la construcción del adversario difiere entre los candidatos, ya que Kirchner apela a lo que llamamos un discurso de confrontación en tanto apunta a un adversario rotundamente definido (Menem) y el ex -presidente encarna un discurso que pretende ser la única verdad, exaltándose a sí mismo como figura política factible; por lo tanto, todos los candidatos son para él potenciales adversarios en la contienda electoral. Asimismo, en sus discursos aparece de manera implícita el modo en que se relaciona con el auditorio: mientras en Kirchner es prioritario su intento por convencer (demostratio)<sup>8</sup> , en Menem se resalta su interés por persuadir (elocutio)<sup>9</sup> . Por ejemplo, Kirchner dice:

Yo no creo en el orden, ese orden vacío que se quiere lograr con represión. Me duele ver por televisión que hay alguien que quiera llegar a la presidencia diciéndole cómo le va a pegar a los argentinos para que se porten bien. Yo lo que quiero es el orden de la justicia y la dignidad que sólo se logra con trabajo, con estudio, con esperanza, con posibilidades y con sueños (Canal Todo Noticias 24/04/03).

Menem rememora:

Hice... un verdadero apostolado de esta ciencia y este arte que es la política y me pasé muchos años en libertad y otros detenido procurando construir poder y a partir de ese poder puede reconstruir a la República Argentina durante más de 10 años exitosos de gobierno, del auténtico discípulo del Teniente General Juan Domingo Perón y María Eva Duarte de Perón. (Canal Todo Noticias, 24/04/03)

En segundo lugar, hay dos discursos del Partido Justicialista que se enfrentan, lo que no resulta casual en un escenario electoral subordinado a la Ley de lemas. Este hecho (encarnado en una clara decisión política del oficialismo) produce un clivaje en el seno del partido mismo. Como correlato, desde cada lema<sup>10</sup> (Frente para la Victoria y Frente por la Lealtad) emerge una construcción discursiva diferente del PJ: para el candidato santacruceño el partido es un potencial espacio de integración y de apuesta al futuro, mientras que para el candidato riojano representa el pasado y la invocación a las figuras míticas del peronismo. Vale aclarar que este es un punto sobresaliente de la estrategia menemista, ya que sin el apoyo del electorado tradicional justicialista su candidatura no hubiese tenido razón de ser.

En tercer lugar, el 27 de abril resulta ganador en primera vuelta Menem con un escaso margen de votos sobre el candidato oficialista. Así, se inicia la campaña para la segunda vuelta sin muchas

otras opciones más que competir por el voto del electorado independiente, por lo que la re-definición de las estrategias es crucial.

En la primera vuelta, los candidatos coinciden en la convocatoria abierta a toda la ciudadanía. Veamos un ejemplo: Kirchner en el desarrollo de cierre de campaña también le habla a todo el pueblo argentino, “Quiero hablarle a todo el pueblo argentino, tenga la idea que tenga” (Clarín, 25/04/03); pero también apela al voto peronista cuando llama a los “justicialistas de la patria”. Hacia el ballottage pone su empeño en llegar a un electorado independiente anti-menemista. Este hecho se afirma en la entrevista del 29 de abril: “A este modelo -el de Menem- queremos oponer el de la producción y el trabajo, con estabilidad, con inclusión, sin liderazgos fundamentalistas y mesiánicos que le han hecho tanto daño a la Argentina. Hace falta una fuerte renovación política y con una dirección colectiva” (Clarín, 29/04/03).

En el cierre de su campaña, Menem, también abre la convocatoria a todos los sectores: Vuelvo para ordenar y conducir el destino de mi patria, vuelvo a gobernar para todos los argentinos y no tan sólo para un sector de la comunidad organizada, vuelvo para reinstalar la paz y la concordia entre todos, no importa de dónde vengan políticamente, sino que sean verdaderos, auténticos argentinos para que levantemos nuevamente a nuestra patria (Canal Todo Noticias 24/04/03).

Sin embargo, hacia la segunda vuelta, el ex-presidente sabe que éste es un eslabón dislocado en sus discursos, por lo que se aferra a sus votantes tradicionales.

En cuarto lugar, la estrategia para el ballottage que Kirchner utiliza se apoya en una propuesta solvente en el plano económico, propiciada por la continuidad institucional del Ministro de Economía, Roberto Lavagna -no es casual entonces que el candidato opte por mantener bajo perfil durante esta segunda etapa de campaña, más aún cuando cuenta con el respaldo político del peronismo bonaerense-. Este respaldo le posibilita afirmar:

Quiero ser un buen presidente para todos los argentinos. No me interesa salir a pelear espacios internos en el peronismo. (...) Voy a gobernar con autoridad y decisión. No hubiera aceptado, ni nadie me propuso, ningún tipo de condicionamiento, jamás. Quienes me conocen saben que soy una persona que ejerce plenamente las responsabilidades que el pueblo me otorga (Clarín 11/05/03).

En cambio, el candidato Menem se muestra azorado y en la búsqueda de alianzas a diestra y siniestra con las fórmulas rezagadas el 27 de abril, justamente con la intención de captar algún voto proveniente de otro sector político. En esta fase, Menem mantiene, con algunas flaquezas, su discurso triunfalista. No obstante, se permite desmentir (y con ello instalar en la opinión pública) el rumor de su renuncia a la candidatura. Sostiene Menem: “Es muchísimo más importante perder la Presidencia. Esperemos. Ahora estamos dando batalla luego de haber triunfado en primera vuelta. Ya peharemos para seguir al frente del PJ” (Menem 11/05/03).



En quinto lugar, nos hemos ocupado del estilo de los candidatos definido por el uso de las figuras retóricas y recursos argumentativos. A partir de allí, es posible reconstruir la composición de los discursos de campaña. Es preciso aclarar que por más que ambos candidatos pertenecen al mismo partido, cada uno de ellos presenta un estilo diferenciado. Por ejemplo, Kirchner suele abusar de repeticiones: “(...)quiero el orden del trabajo, quiero el orden de la esperanza, quiero el orden de la convivencia, quiero el orden cristiano de amor(...)” (Canal Todo Noticias 24/04/03) y de un discurso coloquial: “Duhalde, que no le gusta perder ni a la bolita, no hubiera acompañado a un dirigente que cree que es perdedor” (Clarín 29/04/03).

Menem se destaca por recurrir a metáforas: “(...) Les pido por favor que por más que haya barro en el suelo, aprendan a volar, vieran qué lindo que es volar como las águilas o como los cóndores, un vuelo alto y no el vuelo gallináceo de algunos políticos aquí en la República Argentina.” (Canal Todo Noticias 24/04/03). También recurre a citas de autoridad que utiliza, por ejemplo, para justificar su renuncia: “Como decía la compañera Evita. Renuncia a los honores y a los títulos, pero no a la lucha” (Canal Todo Noticias 14/05/03). Las voces populares las introduce para asemejarse a sus seguidores: “Cuando por ahí alguien que va a ser padre dice: bueno, el que viene va a venir ‘con un pan bajo el brazo’ ” (Canal Todo Noticias 24/04/03). Y las apelaciones a la realidad le permiten destacar el peso de su pasado político.

Esta reconstrucción es posible dado que el estilo se construye en el tiempo, mediante el recurso a determinadas formas retóricas y argumentativas y dando lugar, incluso, a que el enunciador defina intencionalmente una estrategia o “plan de prácticas” (Wodak 2003) a la hora de comunicar. Este uso de estrategias estilísticas nos remite inmediatamente a las categorías aristotélicas que habíamos mencionado antes: en Kirchner el discurso se centra en convencer mediante argumentos fuertes con respecto al porvenir del país, mientras que en Menem la elocutio es preponderante, ya que sus dichos, por lo general, calan en los sentimientos del público y enfatizan en que “todo tiempo pasado fue mejor”.

De esta manera, los candidatos van construyendo paulatinamente una estrategia electoral que lleva implícita una estrategia comunicacional tanto para enfrentarse a un adversario, para resignificar al partido desde la Ley de lemas, para posicionarse frente al electorado independiente, para dar batalla en la segunda vuelta, como para definir un estilo y una forma de composición del discurso.

#### LAS MARCAS DISCURSIVAS DE LA CRISIS

Al profundizar en el análisis encontramos que todas estas estrategias retórico-argumentativas dejan entrever, desde el inicio de la campaña, una posición de los enunciadores frente a la crisis institucional. No sólo nos hablan de la crisis reinante en Argentina desde 2001, mediante la apelación a la realidad, alusiones, comparaciones, metáforas, preguntas retóricas -por sólo mencionar algunos recursos- sino que la crisis misma subyace en lo que dicen los enunciadores

políticos y en cómo lo dicen. En este punto, insistimos en que siempre el contexto de enunciación es clave para el Análisis Crítico del Discurso.

En el escenario electoral en cuestión, cada vez que se definen los atributos de una estrategia discursiva emerge un modo de relación de los sujetos enunciadores con la crisis institucional. En la exploración de dichas marcas se encuentran diversas referencias a la crisis, tanto en el cierre de campaña como en los discursos hacia el ballottage que nos permiten dilucidar la noción de crisis sostenida por los políticos. A este respecto, Kirchner considera la crisis institucional como el desapego de los gobernantes a las instituciones políticas fraguado desde las políticas de los gobiernos de Menem, quien vuelve a amenazar con su rumor de renuncia:

En el día de ayer hemos vivido una de las jornadas más oprobiosas y bochornosas de las que se tenga memoria, un país en vilo, sus instituciones democráticas jaqueadas. No es la primera vez que esto ocurre en nuestro país: "(...) el intento proviene de un ex -presidente constitucional, que por no poder ser reelecto por tercera vez, tira del mantel sin importar los daños, dispara sobre las instituciones de la República con la misma violencia de su discurso y con la misma impunidad de su gestión (Canal Todo Noticias 14/05/ 03).

Mientras que Menem la ubica en un plano más amplio: crisis de legitimidad política, crisis de seguridad, crisis económica y financiera, propias del caos desatado en los gobiernos posmenemistas. De esta manera, a través de discursos concretos se percibe el modo en que la crisis institucional se manifiesta tanto como conflicto y desorden social como trasgresión de la norma. Las marcas discursivas de la crisis también se manifiestan en el intento por afrontar el desafío que representa para los candidatos encontrar la salida a la crisis. Y cada uno lo hace propugnando un modelo de país: Kirchner considera que la salida debe buscarse en la "recuperación de la calidad institucional", a la par que Menem pretende volver al modelo de los '90. El ex presidente garantiza en la primera vuelta:

(...) pero también vamos a hacer respetar el Estado de Derecho, derecho de propiedad y la libertad de todos ustedes ¿A quién le gusta ir a su trabajo y de golpe se encuentra con una avenida cortada o una ruta bloqueada? ¿A quién le gusta ésta Argentina? (Canal Todo Noticias 24/03/03). Al mismo tiempo, hay dos discursos que interrumpen la campaña electoral y que son centrales para comprender la crisis institucional: el discurso "anticipado" de Kirchner el 14 de mayo y la renuncia de Menem a través de un spot televisivo, ese mismo día. Por un lado, la maniobra kirchnerista de anticiparse al adversario representa una estrategia comunicacional que le permite legitimarse como el próximo presidente, ya que asumiría sin legitimidad institucional en el caso de que se concretara la renuncia de Menem. Kirchner dice: "Asumiré con coraje y decisión la responsabilidad de gobernar la República, lo que significa reafirmar el sistema democrático que esta etapa implica, además de mejorar la calidad de sus instituciones" (Canal Todo Noticias 14/05/03).

Por otro lado, el spot de renuncia de Menem es una alusión contundente a los quiebres internos del peronismo, argumento fundamental que sostiene su capitulación a tan sólo cuatro días de concretarse el ballottage. Según Menem:

El país atraviesa una de las crisis más graves de su historia. Hoy más que nunca la Argentina requiere contar con un poder político imbuido de la más plena y transparente legitimidad democrática (...) Considero que ese objetivo absolutamente necesario (el de la transparencia y legitimidad democrática), no está garantizado para el cumplimiento de la segunda vuelta (Canal 13, 14/05/03).

Ambos aparecen como construcciones discursivas que se consti- tuyen en sí mismas en marcas de la crisis, ya que dejan una fuerte impronta en las instituciones políticas.

### CONSIDERACIONES FINALES

Una problemática ligada al campo de la política representa un desafío de investigar desde la comunicación, en tanto el objeto político-social posee particularidades que, necesariamente, demandan una mirada integral. En este sentido, la investigación no es una tarea sencilla y requiere una operación de lectura mediante la cual se pone en foco “lo comunicacional”, pero sin dejar de tener en cuenta que subyacen otras posibles miradas.

Durante la primera campaña electoral para la Presidencia de la Nación Argentina, en los albores del nuevo siglo, la pregunta inicial que nos hacemos se ubica en la articulación de las estrategias discursivas de dos enunciadores (políticos clave del PJ) con la crisis institucional vivida durante el proceso de transición gubernamental. Mediante el abordaje realizado desde el Análisis Crítico del Discurso hemos pretendido dejar en claro que, en cierta medida, el punto final del estudio está dado por las decisiones sobre el corpus discursivo tomadas por el investigador. Es así como se llega a ciertas categorías que a primera vista no son consideradas, para lo cual el ACD nos suministra los lineamientos básicos de interpretación.

¿Qué marcas de la crisis institucional aparecen en los discursos de los candidatos? Advertimos que tanto Néstor Kirchner como Carlos Menem elaboran durante la campaña ciertas estrategias discursivas que les permiten posicionarse “discursivamente” en el campo político. Al profundizar en el análisis encontramos que estas estrategias discursivas se dimensionan en estrategias retórico-argumentativas que cada enunciador político pone en juego de acuerdo a su contexto de enunciación y a su propia historia política y, en consecuencia, es posible establecer semejanzas y diferencias entre los sujetos enunciadores. Mientras algunas estrategias los acercan, otras los distancian; a pesar de que originariamente ambos candidatos “representan” al mismo partido político. Además, como condición ineludible, sus discursos se sujetan a la crisis de representación que traspasa a las instituciones políticas.

Por último, nos permitimos realizar algunas reflexiones. Es posible que la crisis institucional se conecte con la crisis de representación de la política y que conlleve de algún modo la crisis

partidista y de la vertiente política de la representación, la responsabilidad<sup>11</sup> ya que entra en juego la norma constitucional. El resultado ineludible tras la renuncia de Menem a la candidatura pone en evidencia elementos como la no elección del pueblo, por lo tanto, “se mueve el tablero” de la legitimidad institucional. La renuncia de Menem podría pensarse como ejemplificación del desajuste de la norma, observada en el accionar político no responsable de un candidato que termina por jaquear el sistema institucional. A pesar de ello, el candidato argumenta y justifica su propia irresponsabilidad política culpando a “los otros” políticos del desapego a la norma. Por lo tanto, la institución se transforma en un vacío de sentido (Beck 1996; Castoriadis 2001) que pone en riesgo duradero a la ciudadanía y a todo el sistema democrático.

En este desentramado comunicacional emerge la figura del otro candidato, Kirchner. Por un lado, construye y sostiene una estrategia discursiva en la que revaloriza a las instituciones democráticas como salida de la crisis, pero por otro lado acata la norma parcialmente al enunciar un discurso “antes de tiempo”, en tanto es previsible que deberá asumir la presidencia de la Nación el 25 de mayo de 2003 con escasa legitimidad democrática (la que otorgaría el voto). En este contexto las instituciones políticas se “desvanecen” y durante la transición gubernamental la crisis invade todos los planos: político, social, económico, etc.

Esta situación conduce a pensar en una crisis institucional motivada por decisiones, desajustes e ineptitudes que puede ser definida como una crisis de responsabilidad donde el “hacedor mismo de la norma” decide no acatar los parámetros establecidos, de modo que el gobierno deja de ser responsable y la institución, en su más pleno sentido, recae en la vacuidad. En definitiva, sólo restan algunas preguntas provisorias: ¿Qué lugar ocupa la responsabilidad institucional y la trasgresión de la norma en una sociedad democrática? ¿Es posible que la crisis de las instituciones dé lugar a algún cambio en las formas de representación establecidas? ¿Qué mecanismos y estrategias comunicacionales debieran poner en juego los políticos del nuevo siglo para afrontar los nuevos escenarios electorales?

## BIBLIOGRAFÍA

Beck, Ulrich.

-1996. Teoría de la Sociedad del riesgo y Teoría de la modernización reflexiva. En Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo. Josetxo Beriain (comp). Anthropos.

-1999. Subpolítica. Los individuos regresan a la sociedad. En La invención de lo político. Para una teoría de la modernización reflexiva. Fondo de cultura económica, Buenos Aires, Argentina.

Calsamiglia Blancafort, Helena y Tusón Valls, Amparo.

1999. Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Editorial

Ariel Lingüística, S.A., Barcelona, España. Casco, Miriam.

1999. La Argumentación. Módulo 3 del Material de cátedra de Taller de Producción de Textos, FACSO, U.N.C.P.B.A, Olavarría, Buenos Aires. Castoriadis, Cornelius.
2001. Figuras de lo pensable. Fondo de Cultura Económica (Traducción de Jacques Algasi, revisión del griego por César Guelerman), Buenos Aires.
- Cheresky, Isidoro.
2002. Autoridad política debilitada y presencia ciudadana de rumbo incierto. En revista Nueva Sociedad, Revista de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA (Abril 2002), Buenos Aires.
- Novaro, Marcos.
1995. El debate contemporáneo sobre la representación política, En Revista de Ciencias Sociales, Desarrollo Económico N° 137. Instituto de Desarrollo Económico y Social, Buenos Aires.
- Sanahuja S. y Silva A.
2001. Muestreo teórico y estudios del discurso. II Coloquio Nacional de Investigadores en Estudios del Discurso. La Plata, Buenos Aires. Sartori, Giovanni.
1979. Representación. En Elementos de teoría política. Editorial Alianza, versión española de M. Luz Moran, Madrid, España. van Dijk, Teun A
1983. La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario, 1º edición en castellano, Ediciones Paidós, Ibérica S.A., España.
- Verón, Eliseo.
1987. La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En Publicación El discurso político. Lenguajes y acontecimientos, dirigida por Elvira Arnoux. Hachette Universidad, Buenos Aires. Verón, Eliseo.
1998. Mediatización de lo político. En Comunicación y Política. Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchan (comps.) Gedisa, Barcelona. Wodak, Ruth y Meyer, Michael (comps.)
2003. Métodos de análisis crítico del discurso. Editorial Gedisa, Barcelona, España.
- Wolton, Dominique.
1992. La comunicación política: construcción de un modelo. En El nuevo espacio público Ferry, Jean-Marc y Wolton, Dominique, Gedisa, Barcelona.
- Young, Robert E.
1989. La crisis de la educación actual: Habermas y el futuro de nuestros hijos. En Revista de Educación, N° 291, p. 7 a 31.
- Artículos electrónicos: Wahren, Juan.
2002. Miradas sobre el 19 y 21(Consulta en [www.ciudadpolitica.com](http://www.ciudadpolitica.com)2004)

## NOTAS

- 1 E-educom, Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría, [gabrielaloustaunau@yahoo.com.ar](mailto:gabrielaloustaunau@yahoo.com.ar)
- 2 El muestreo teórico se basa en la Teoría Fundamental de Glaser y Strauss y supone la continua retroalimentación entre el análisis y la recolección de datos. Su propósito principal es la emergencia

de categorías novedosas a partir de (y con) la interpretación de los datos. En esa búsqueda tiene lugar un movimiento “espiralado” en el que se entrelazan el mundo de la empiria y el mundo de la teoría, en tanto mecanismo fundamental para la interpretación del corpus discursivo y la emergencia de categorías novedosas. Sanahuja y Silva 2001. Buenos Aires.

3 La segunda vuelta electoral estaba prevista para el 18 de mayo de 2003 entre las fórmulas Kirchner-Scioli y Menem-Romero; pero se suspende cuando Menem se retira de la candidatura días antes, el 14 de mayo.

4 Verón define al adversario político: “(...)todo acto de enunciación política supone necesariamente que existen otros actos de enunciación, reales o posibles, opuestos al propio.” “(...) a la vez es una réplica y supone (o anticipa) una réplica.” “(...) todo discurso político está habitado por Otro Negativo (...) y construye también Otro Positivo, aquél al que el discurso está dirigido.” Verón 1987, Buenos Aires.

5 Si bien analizamos discursos mediáticos, nos vamos a centrar en el plano político y no en el mediático. Los planos discursivos son “ubicaciones societales desde las que se produce el <habla>”. Por ejemplo, las ciencias, la política, la educación, los medios de comunicación, la administración, etc. Jäger en Wodak y Meyer 2003, Barcelona.

6 Beck, por su parte, estaría insinuando que la salida de la crisis se liga a la re-inención de lo político. Este fenómeno implica la existencia de una política que no solo genere reglas, sino también las modifique; que no solo pertenezca a los políticos sino también a la sociedad; que no solo sea del poder sino también de la creación: un arte de la política. Beck 1999, Buenos Aires.

7 Entre las figuras retóricas analizamos alusión perifrástica, comparación, metáfora, pregunta retórica, giros y refranes y entre los recursos argumentativos la ejemplificación, argumento ad personam y cita de autoridad.

8 Desde la retórica clásica aristotélica se refiere al plano del discurso enfocado en la demostración mediante argumentos. Casco 1999, Buenos Aires.

9 Desde la retórica clásica aristotélica se refiere al plano del discurso enfocado en la demostración mediante apelación a los sentimientos. Casco 1999, Buenos Aires.

10 Recordamos que hay un tercer lema del Partido Justicialista, el Frente Nacional y Popular liderado por Adolfo Rodríguez Saá que se excluye de nuestro análisis.

11 Siguiendo a Giovanni Sartori el concepto de representación abarca tres significados diferentes, aunque vinculados entre sí. En primer lugar, conlleva la idea de mandato o instrucción (vertiente jurídica). En segundo lugar, la idea de representatividad, es decir de semejanza o afinidad (vertiente sociológica). En tercer lugar, la idea de responsabilidad o de rendir cuentas (vertiente política). Este último significado es

el que se relaciona estrechamente con el gobierno de las democracias representativas y permite “entender el gobierno representativo como un <gobierno responsable>” Sartori 1979, Madrid.

---

© 2011 *Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales*

Avda. del Valle 5737

(B7400JWI) - Olavarría - Pcia. de Buenos Aires

República Argentina

E-mail: [intercom@soc.unicen.edu.ar](mailto:intercom@soc.unicen.edu.ar)