

EL DISCURSO ELECTORAL DE CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER (2007). UN CASO DE ETHOS HÍBRIDO NO CONVERGENTE

María Alejandra Vitale*
Ana Laura Maizels**

Resumen: En el marco del análisis del discurso político que recupera la noción retórica de *ethos* (AMOSSY, 1999, 2000, 2001, 2009, 2010; CHARAUDEAU, 2005; MAINGUENEAU, 1987, 1993, 1998, 1999, 2002, 2008), este artículo estudia la construcción de un *ethos* híbrido no convergente en el discurso electoral producido en 2007 por la entonces candidata a la presidencia de Argentina, Cristina Fernández de Kirchner. Calificamos a este *ethos* de híbrido porque en su discurso predominan dos imágenes de sí que por sus características hemos denominado *ethos* pedagógico-experto, al que le es inherente una escenografía profesoral, y *ethos* de la feminidad. Lo calificamos de no convergente porque si bien estas dos imágenes constituyen estrategias de legitimación de su candidatura, en ciertos tramos discursivos el *ethos* de la feminidad tiende a disminuir la fuerza persuasiva del *ethos* pedagógico-experto. En el análisis, se aplica una metodología cualitativa que prioriza la interpretación de diversos aspectos de la dimensión enunciativa de los discursos estudiados.

Palabras clave: Discurso político. *Ethos*. Escenografía.

1 INTRODUCCIÓN

El 19 de julio de 2007, Cristina Fernández de Kirchner (en adelante, CFK) lanzó su candidatura a la presidencia de la Argentina mediante un acto en el Teatro Argentino de La Plata; era la representante del Frente para la Victoria en las elecciones previstas para el 28 de octubre de 2007¹. CFK tenía una larga trayectoria en la política argentina, particularmente en el ámbito legislativo, en el que se desempeñó hasta la

* Universidad de Buenos Aires, Profesora Adjunta, Dra. en Lingüística. Email: vitaleale@hotmail.com

** Universidad de Buenos Aires, Profesora ayudante. Doctoranda de la Universidad de Buenos Aires, becaria del CONICET. Email: anamaizels@gmail.com

¹ Frente para la Victoria es el nombre de la alianza electoral creada por el ex presidente argentino Néstor Kirchner (1950-2010) para competir en las elecciones realizadas en 2003, en las que fue electo presidente (2003-2007). Integrada, entre otros, por sectores del Partido Justicialista (PJ) y de la Unión Cívica Radical (UCR), el Partido Comunista (PC) y el Partido Humanista (PH), dicha alianza presentó la fórmula Cristina Kirchner-Julio Cobos (proveniente de la UCR) para las elecciones presidenciales de 2007.

presentación de su candidatura presidencial² y en el que se había destacado como ferviente opositora al segundo mandato en el poder ejecutivo de Carlos Saúl Menem (1995-1999). Si bien esa trayectoria resultaba un antecedente favorable para su aspiración a la presidencia, el hecho de que el presidente saliente, Néstor Kirchner, fuese su marido, contara con altos índices de popularidad y estuviese facultado para aspirar a la reelección planteaba varios desafíos a la construcción discursiva de su imagen pública. En primera instancia, ello impedía a CFK oponerse a la gestión del momento y la constreñía a presentarse como continuadora y profundizadora de ella, a la par que le exigía cierta diferenciación para cobrar una identidad propia. Por otra parte, llevaba a legitimar su candidatura – que no surgió de elecciones partidarias internas – frente a quienes sostenían la alta popularidad de Néstor Kirchner y lo preferían por ello como candidato presidencial, a la vez que a neutralizar las muy probables opiniones de que ella era candidata no por sus cualidades sino para satisfacer ambiciones de poder hegemónicas de su marido. En efecto, si CFK ganaba la presidencia, permitiría que él se presentase a las elecciones posteriores –pautadas para el año 2011 – sin sufrir el probable desgaste de imagen que suele provocar en la Argentina gobernar durante un segundo mandato.

En relación con estos desafíos que el contexto presentó a la construcción discursiva de la imagen de sí de la candidata presidencial CFK y en el marco del análisis del discurso que retoma la noción retórica de ethos (AMOSSY, 1999, 2000, 2001, 2010; CHARAUDEAU, 2005; MAINGUENEAU, 1987, 1993, 1998, 1999, 2002, 2008), este artículo tiene un doble propósito: introducir la noción de ethos híbrido no convergente y caracterizar este tipo de ethos en el discurso de la campaña electoral protagonizada por CFK en 2007, específicamente a partir de la relación entre el que calificamos de ethos pedagógico-experto y ethos de la feminidad.

² CFK había sido electa en 2005 senadora por la Provincia de Buenos Aires, cargo al que renunció en 2007 para competir por la presidencia.

2 EL ESTUDIO DEL ETHOS Y LA NOCIÓN DE ETHOS HÍBRIDO NO CONVERGENTE

Se sabe que Aristóteles fue el primero en otorgarle al ethos un lugar de privilegio en el discurso persuasivo, en cuanto lo incluye, junto al logos y al pathos, como un tipo de prueba técnica, obtenida mediante el discurso del orador. En efecto, Aristóteles afirma que se persuade por medio del ethos cuando se pronuncia el discurso de tal manera que haga al orador digno de ser creído, porque a las personas buenas les creemos más y con mayor rapidez en todos los asuntos, pero principalmente en aquellos en los que no hay evidencia sino una opinión dudosa. Asimismo, Aristóteles aclara que conviene que esto suceda por medio del discurso y no porque la opinión haya anticipado este juicio sobre el orador.

Al respecto, Walzer, Tiffany y Gross (2008) recuerdan que Aristóteles describe el ethos como un complejo tripartito que consiste en la *phronêsis* (sabiduría práctica), la *areté* (virtud moral) y la *eunioia* (benevolencia). Por otra parte, destacan que la noción de ethos ha dado pie a varias controversias entre los estudiosos de la *Retórica* aristotélica, como el sentido exacto que les da Aristóteles a esas cualidades, el carácter moral o neutro del ethos y si la cuestión del ethos se plantea sólo en términos del discurso del orador o también en función del conocimiento previo que tiene el auditorio de su carácter. En relación con ello, cabe resaltar que Aristóteles se aparta de sus antecesores, específicamente de Platón (*Gorgias*) e Isócrates (*Antídotosis*), quienes hacían hincapié en la influencia que ejercen la vida real del orador y su consideración social sobre la fuerza persuasiva de su discurso.

Es sabido también que en particular a partir del Renacimiento, la Retórica se centra en la elocutio, es subsumida por la poética y se reduce a una teoría de los tropos, desligados de su valor persuasivo, proceso que Albaladejo Mayordomo (1989, p. 37) describió como una “retorización de la Poética y una poetización de la Retórica”. Recién en la segunda mitad del siglo XX, con la renovación de los estudios de la argumentación en el ámbito francófono por parte de Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca (1989 [1958]), la Retórica vuelve a ser pensada en función de la persuasión. Si bien esta Nueva Retórica se detiene en las condiciones que debe cumplir el orador para tomar la palabra y en la

necesidad de que se adecue a las creencias y valores del auditorio para construir una imagen confiable, Perelman y Olbrechts-Tyteca le reservan al ethos un lugar muy limitado. Son las reflexiones sobre la Antigua Retórica de Roland Barthes (1982 [1970]) las que ponen especial foco sobre el ethos, definido como aquellos rasgos de carácter que el orador debe mostrar al auditorio, independientemente de su sinceridad, para causar una impresión favorable.

Desde entonces, la noción retórica de ethos ha despertado de forma creciente el interés del análisis del discurso, en el que se destacan las propuestas de Dominique Maingueneau (1987, 1993, 1998, 1999, 2002, 2008) y de Ruth Amossy (1999, 2000, 2001, 2010). En cuanto a Maingueneau, sus aportes se basan, por un lado, en la distinción entre lo que denomina ethos dicho y ethos mostrado, a partir de vincular la temática del ethos con las propuestas de Oswald Ducrot. En efecto, el ethos dicho corresponde a lo que Ducrot llama el locutor como λ , el locutor como ser o personaje del mundo. Se trata de los casos en los que el locutor se autorrepresenta explícitamente con ciertas cualidades, algo sobre lo que ya Aristóteles había advertido en contra, en particular sosteniendo que decir algunas cosas acerca de uno mismo suscita la envidia (*Ret.*, III, 17). El ethos mostrado, en cambio, corresponde a lo que Ducrot denomina el locutor como tal, que es la fuente de la enunciación. Se trata en este caso de un ethos implícito, una imagen que surge del orador a partir tanto de signos verbales, paraverbales como no verbales³. Asimismo, diferencia el ethos discursivo, la imagen del orador construida por el propio discurso, del ethos prediscursivo, las representaciones del orador que posee el auditorio antes de que este tome la palabra.

Maingueneau (1998, 1999, 2002, 2008) introduce la idea de que todo ethos remite a la figura de un garante, la instancia subjetiva que es reconstruida mediante indicios discursivos por el lector y que certifica con su tono y modo de decir lo que es dicho. Plantea así la noción de incorporación para designar la manera en que la enunciación le da un cuerpo al garante, el modo en que el destinatario asimila una manera de

³ Kerbrat Orecchioni (2008), quien también recupera la noción retórica de ethos desde el análisis del discurso, sostiene que en la construcción de las imágenes del orador intervienen marcadores e índices que son multimodales (verbales, paraverbales y no verbales) y polisémicos (su valor se determina sólo en el contexto y en su interpretación interviene siempre en parte la subjetividad).

habitar tanto su propio cuerpo como el espacio social y la constitución de un cuerpo de la comunidad imaginaria de los que adhieren a un mismo discurso. Por otra parte, Maingueneau ahonda en el vínculo entre la construcción del ethos y los tipos y los géneros discursivos al proponer la noción de escena de enunciación. Esta escena de enunciación es pensada en tres escenas: a) la escena englobante, que integra al texto a un tipo de discurso, por ejemplo el discurso político de CFK; b) la escena genérica, que es un contrato ligado a un género o subgénero, como el discurso de campaña electoral⁴ de CFK; c) la escenografía, que es la escena de habla que el texto presupone y que debe estar validada por la enunciación misma, por ejemplo la escenografía profesoral que configura CFK en sus discursos.

Amossy (1999, 2000, 2001, 2010), por su parte, retoma la cuestión de si la credibilidad del orador deriva de su discurso o de su estatus social. Al respecto, recuerda que si en Aristóteles el ethos resulta de una construcción discursiva, la retórica latina, en cambio, concebirá el ethos – inspirada más en Isócrates que en Aristóteles – como algo preexistente que se apoya en la autoridad individual e institucional del orador (la reputación de su familia, su estatus social, lo que se sabe de su modo de vida, entre otros elementos). En relación con ello, Amossy advierte que en vez de preguntarnos una y otra vez si la fuerza de la persuasión depende de la posición exterior del orador o de la imagen que de sí construye en su discurso, es más fructífero analizar cómo el discurso configura un ethos a partir de datos prediscursivos previos. Retoma así la distinción entre ethos discursivo y prediscursivo, y plantea que la imagen que el orador proyecta en su discurso hace uso de datos sociales anteriores y de la imagen que de él tiene su auditorio, para que el ethos discursivo se oriente a ratificar, o, por el contrario, a modificar el ethos prediscursivo.

Tanto Maingueneau como Amossy analizan casos en los que el discurso construye más de un ethos y por ello se refieren a un ethos híbrido. Amossy (2010) observa, por ejemplo, que Barak Obama, en su

⁴ Los analistas de la comunicación política definen el discurso político de campaña como “cualquier manifestación, mensaje o expresión codificada en imágenes, gestos y/o palabras, dirigida de modo intencional a una audiencia – los votantes –, con la finalidad de persuadirla mediante la recomendación explícita o implícita de votar por una opción política y/o de no votar por otra, para favorecer a un candidato y/o partido en el proceso electoral” (GARCÍA BEAUDOUX; D’ADAMO; SLAVINSKY, 2005, p. 32).

célebre discurso “A More Perfect Union” pronunciado el 18 de marzo de 2008, en relación con un auditorio compuesto (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1989) – es decir integrado por grupos diversos como en este caso los electores blancos y negros –, se presenta con una identidad a la vez múltiple (hijo de padre negro de Kenya y de madre blanca de Kansas) y auténticamente norteamericana (la nación norteamericana está fundada sobre la diversidad). Al respecto, Amossy advierte que, ante un auditorio compuesto –característico del discurso de campaña electoral –, la construcción del ethos deviene una operación delicada y peligrosa en las que el candidato debe conciliar imágenes heterogéneas susceptibles de satisfacer tanto a un grupo como a otro⁵.

A partir de esta noción de ethos híbrido y de las nociones de argumentos convergentes y argumentos no convergentes planteadas por Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989 [1958]) para dar cuenta, respectivamente, de los argumentos que orientan o no hacia una misma conclusión, proponemos el término ethos híbrido o no convergente para hacer referencia a los casos en los que el discurso de un orador construye simultáneamente más de una imagen de sí dominante pero a la vez esas imágenes no orientan hacia la misma conclusión. Esto se advierte en el discurso electoral de CFK, en tanto predominan en él dos imágenes de sí que hemos denominado ethos pedagógico-experto y ethos de la feminidad. Se trata de un ethos no convergente porque si bien estas dos imágenes constituyen estrategias de legitimación (CHARAUDEAU, 2005) de la candidatura de la oradora, en ciertos tramos discursivos el “ethos de la feminidad” tiende a socavar la fuerza persuasiva del “ethos pedagógico-experto” a favor de su candidatura presidencial.

3 CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

En este trabajo analizamos cualitativamente (VASILACHIS DE GIALDINO, 2006) tres discursos pronunciados por CFK durante la campaña presidencial de 2007, que fueron seleccionados sobre la base de su importancia política en la campaña y su relevancia en la construcción del ethos de la candidata. Se trata del discurso que inicia la campaña

⁵ De modo similar, Charaudeau (2005, p. 67-68) sostiene que a veces las imágenes que conforman el ethos son contradictorias entre sí y que por ello un político debe saber conciliar los contrarios.

electoral y que anuncia oficialmente la candidatura presidencial de CFK, pronunciado el 19 de julio de 2007 en el Teatro Argentino de La Plata; el discurso que presenta la fórmula oficialista Cristina Kirchner-Julio Cobos, proferido en el estadio Luna Park el 14 de agosto de 2007, y del discurso de cierre de la campaña electoral, emitido el 24 de octubre de 2007 en el Mercado Central de La Matanza.

Como sostiene Amossy (2000, 2010), la lingüística de la enunciación permite un primer abordaje lingüístico de la noción retórica de ethos, de allí que indagamos en el uso de formas lingüísticas que expresan la deixis personal (especialmente el empleo de la primera persona del plural), ciertos actos de habla vinculados con el poder y saber de la oradora y en las negaciones polifónicas en relación con el vínculo entablado con su auditorio (CALSAMIGLIA BLANCAFORT; TUSON VALLS, 2007; GARCÍA NEGRONI, 2002). Siguiendo a Amossy (2010), quien destaca la importancia de la interacción cara a cara en la construcción del ethos, consideramos también las interlocuciones que CFK entabla, mientras pronuncia sus discursos, con Néstor Kirchner (presente frente a ella como parte del público), para lo cual retomamos la noción de taxema propuesta por Kerbrat Orecchioni (1996) para dar cuenta de los indicadores de ubicación de los interlocutores en el eje vertical alto-bajo.

En el caso del ethos que calificamos de pedagógico-experto, nos basamos, asimismo, en la identificación de recursos característicos del discurso explicativo descriptos por Zamudio y Atorresi (2000), dado que la explicación es un componente fundamental del discurso pedagógico⁶. En el análisis del que denominamos ethos de la feminidad, retomamos, también, otras nociones provenientes de la Retórica, particularmente la de entimema y dispositio (AMOSSY, 2000).

⁶ En este sentido, resulta pertinente recuperar el sentido interaccional de la explicación como “enseñar”, “hacer saber” o “hacer comprender” (ZAMUDIO; ATORRESI, 2000, p. 10).

4 ANÁLISIS

4.1 EL ETHOS PEDAGÓGICO-EXPERTO

Charaudeau (2005) destaca que en la práctica política, especialmente en aquella orientada a fines electorales, los políticos construyen de sí una identidad social en función de la propia legitimación, concebida como su derecho a decir o a hacer; en el caso del discurso político de campaña – agrega – se debe conferir la legitimidad de ser el candidato. Uno de los tipos de legitimidad que comenta es la legitimidad por formación, basada en el saber y la experiencia de quien presenta su candidatura. El ethos pedagógico-experto configurado en el discurso electoral de CFK da cuenta de esta estrategia de legitimación, pues ella se construye como una política competente que posee un gran saber que intenta transmitir a su auditorio. Por eso al ethos pedagógico-experto le corresponde una escenografía en la que CFK ocupa el lugar de una profesora que da clases a sus alumnos, de allí que emplee variados procedimientos característicos del discurso explicativo (ZAMUDIO; ATORRESI, 2000), orientados a facilitar la comprensión por parte de los destinatarios. Esta escena de habla ubica a CFK en una relación asimétrica con su auditorio, en tanto la sitúa jerárquicamente en un lugar superior y de mayor poder porque posee un saber del que aquel carece⁷.

De esta manera, en el discurso de lanzamiento de su candidatura, CFK da de sí la imagen de una política que tiene un sólido saber sobre economía mediante el empleo de terminología técnica como “commodities”, “valor agregado”, “Modelo de Transferencia de Recursos y Riquezas”, “Matriz de acumulación diversificada”, “Superávit Fiscal Primario” (19-7-07). A la vez, el uso de léxico característico de ciertas teorías (en este caso económicas) y de entidades referenciales que constituyen conceptos teóricos, como los ejemplos citados, constituye un aspecto distintivo del discurso explicativo (ZAMUDIO; ATORRESI, 2000, p. 116-119).

⁷ A propósito del discurso explicativo, Calsamiglia Blancafort y Tusón Valls (2007) hacen hincapié en que la relación que se establece entre el locutor y su interlocutor es asimétrica, porque hay un desfase entre quien posee un saber y tiene acceso a diversas fuentes de información, el experto, y el que no tiene ese saber ni tiene acceso a las fuentes de información, el lego.

La imagen de experta en economía se expresa también en tramos discursivos en los que la oradora transmite al auditorio verdades doctrinales vinculadas con sus propuestas económicas y en los que formula el acto de habla “definir”:

Y este Modelo de Construcción Económica y Social que defino como un Modelo de Acumulación y de Inclusión Social, es la contracara de la Economía y Modelo de Transferencia de Recursos y Riquezas que operó durante el Modelo Neoliberal de los años 90: Acumulación contra Transferencia. (19-07-07)

La definición, marcada en el empleo del verbo realizativo explícito “defino”, constituye otro recurso típico del discurso explicativo (ZAMUDIO; ATORRESI, 2000, p. 86), al mismo tiempo que en este caso adquiere una dimensión polémica, pues permite posicionar a la candidata en una línea económica opuesta a la del neoliberalismo, asumida por sus enemigos políticos ligados a la década del 90, que en la Argentina estuvo hegemonizada por el menemismo.

La producción de definiciones tiene un lugar central en los discursos de CFK y contribuye a la construcción de la imagen de sí de una oradora experta y competente. Pero el alcance argumentativo de las definiciones radica también en que, al existir definiciones diversas de un mismo término de la lengua natural, ellas buscan influir en el uso de una noción y en la relación de la noción con el conjunto del sistema de pensamiento (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1989), lo que se manifiesta con claridad en los siguientes ejemplos: “Trabajar es dignificar la condición de cada uno de los argentinos” (19-7-07) y “gestionar es articular los esfuerzos de todos los argentinos para lograr mejorar su calidad de vida” (19-7-07).

El ethos pedagógico-experto y la escenografía profesoral se vinculan con negaciones formuladas por CFK en las que refuta una afirmación atribuible al auditorio, que podría interpretar su discurso como una clase o una lección:

Esto puede sonar a un intento de clase de economía, no tiene nada que ver con eso, es simplemente tratar de explicarles a todos los argentinos, a todas las argentinas cuál es la razón por la cual han descendido drásticamente los índices de desocupación, cómo hemos podido desendeudarnos, cómo hemos podido otorgar mejoras salariales, cómo ha podido mejorarse la situación de los jubilados, cómo hemos podido desembarazarnos del Fondo Monetario Internacional. No hay misterios, argentinos, es el modelo económico de claro perfil industrialista (19-07-07)

La voluntad de explicar de CFK se explicita mediante el verbo realizativo explícito “explicar” al tiempo que los pronombres interrogativos “cuál es” y “cómo” funcionan como marcadores metadiscursivos de una explicación (ZAMUDIO; ATORRESI, 2010, p.104-105) en la que la candidata presidencial transmite al auditorio su saber acerca de la causa de lo que evalúa como una favorable situación económica de la Argentina: “el modelo de claro perfil industrialista”, que sería el que defienden ella y Néstor Kirchner. La primera persona del plural oscila entre una referencia máxima (yo + ustedes + ellos), que corresponde a un nosotros inclusivo con referencia “nosotros, los argentinos”, y un nosotros exclusivo (yo + Néstor Kirchner y su gobierno), que le permite a la candidata capitalizar a su favor los éxitos económicos del gobierno del presidente saliente, por ejemplo cuando formula “cómo hemos podido otorgar mejoras salariales”.

El discurso que presenta la candidatura crea también la imagen de sí de una oradora competente en el ámbito jurídico y del Derecho que busca transmitir su saber al auditorio, de allí que, luego de exponer sobre el rol constitucional de los legisladores oficialistas y opositores, CFK formule la siguiente negación similar a la comentada antes:

No pretendo dar esta tarde una lección de Derecho Constitucional, pero simplemente quiero hablar de cuestiones que tienen que ver con la calidad institucional en serio de un país.

La negación refuta en enunciado afirmativo atribuible a los destinatarios: ella pretende dar una lección de Derecho Constitucional,

que ubicaría nuevamente a la candidata en el lugar de la profesora que da clase a sus alumnos. Al mismo tiempo, la exposición de saberes vinculados con lo jurídico y el Derecho permitiría activar en el auditorio un ethos prediscursivo integrado por su conocimiento de que CFK es abogada y que se ha desempeñado como diputada y senadora. El empleo por parte de la candidata de la primera persona del plural que tiene como referencia “nosotros, los legisladores” tiende también a ratificar ese ethos prediscursivo⁸.

Otro procedimiento explicativo ratifica la construcción de una imagen de experta en economía y de escenografía profesoral; se trata del ejemplo (ZAMUDIO; ATORRESI, 2000, p. 95) que emplea la oradora para hacer comprender a su auditorio la superioridad del ingreso dado por una tonelada de “fierros argentinos” sobre una tonelada de granos en relación con el valor agregado:

Y quiero utilizar un excelente ejemplo, que dio el gobernador Obeid, ese día, cuando comparó lo que producía, cuál era el ingreso de una tonelada de granos, también rico es el sur santafecino como productor de granos, y cuánto producía una tonelada de fierros argentinos a los que se les incorporan tecnología y valor agregado. Una tonelada de grano, U\$A 300; una tonelada de valor de trabajo argentino, incorporando trabajo industrial, U\$A 10.000. Los U\$A 9.700 son salarios de argentinos, es trabajo argentino, es valor agregado argentino (19-07-07).

El recurso explicativo que consiste en la paráfrasis (ZAMUDIO; ATORRESI, 2000, p. 75), es empleado por la candidata para facilitar la rápida comprensión de una noción, como cuando sostiene “el Poder Ejecutivo, quien preside la República argentina” (19-07-07), donde la paráfrasis aclara el sentido de “Poder Ejecutivo”, y para facilitar la asimilación por parte del auditorio de alguna una idea-fuerza, como en las siguientes paráfrasis presentes en el discurso del lanzamiento de su candidatura: “tenemos que aprender de la historia nueva y reciente”, “tenemos que aprender de la historia reciente”, “tenemos que aprender,

⁸ Por ejemplo, en las siguientes afirmaciones: “lo pudimos ver los legisladores”, “cuando ocupamos nuestras bancas, estamos cumpliendo ese mandato popular y ese rol constitucional” (19-7-07).

argentinos, de nuestra propia historia”. Los argentinos quedan así ubicados en el lugar de sujeto del aprendizaje en tanto que CFK se posiciona como la profesora que les transmitirá sus saberes y cuyo poder se manifiesta en la modalidad deóntica (“tenemos que”), a la vez que es mitigado con la enálage de persona (en vez de la segunda persona del plural CFK usa la primera persona del plural) porque modera la relación asimétrica (CALSAMIGLIA; TUSÓN VALLS, 2007).

En el discurso pronunciado en la presentación de la fórmula oficialista, los jóvenes son el auditorio privilegiado por la oradora en el momento en que recuerda un hecho emblemático de la historia argentina⁹:

Cuando veía en las imágenes del primer corto, ese que hacía referencia a la historia reciente de los argentinos y cuando veía banderas radicales en aquella tribuna –gracias por estar aquí-, no pude sino recordar otras imágenes que tal vez los muy jóvenes no las recuerdan.

Corría el año 1972, el general Perón había retornado a la Patria, era el primer retorno antes de la elecciones, todavía estaba la dictadura militar, y en su casa de Gaspar Campos, miles de jóvenes que acampaban en la puerta se enteraron que por el patio de atrás –porque era imposible ingresar por el frente-, un hombre, un dirigente, que había sido histórico opositor al peronismo, había saltado la tapia trasera para encontrarse con el líder de todos los trabajadores argentinos. (14-08-07)

El ethos pedagógico-experto y la escenografía profesoral que le es inherente adquieren en el ámbito de la historia nacional un valor persuasivo extra, dado que orientan a generar una imagen de CFK asociada con la figura de Juan Domingo Perón. En efecto, el hecho de que en 2007 en la fórmula del Frente para la Victoria el candidato a la vicepresidencia sea un político de la Unión Cívica Radical –se trata de Julio Cobos- y la mención, en el discurso de CFK, de la presencia de

⁹ CFK recuerda cuando Juan Domingo Perón, que en 1955 había sido derrocado (durante su segunda presidencia) por un golpe militar, pudo volver por primera vez a la Argentina, en 1972, luego de estar en el exilio. En el país gobernaba una dictadura militar que tuvo que llamar a elecciones, a partir de las que Perón asumió por tercera vez la presidencia el 12 de octubre de 1973.

banderas radicales en la tribuna, orientan implícitamente a asimilar la alianza electoral entre sectores justicialistas y radicales que integran dicho Frente con el acercamiento en 1972 entre Juan Domingo Perón y Ricardo Balbín, el líder de la Unión Cívica Radical, que había saltado la tapia trasera de la residencia de la calle Gaspar Campos para verlo. Ambos hechos particulares son ejemplos de unión entre peronistas y radicales, pero lo más importante desde el punto de vista de la construcción del ethos de CFK es que ella queda ubicada implícitamente en el lugar de Juan Domingo Perón (y Julio Cobos en el de Ricardo Balbín)¹⁰.

La imagen de CFK como alguien poseedor de un sólido saber que transmite a su auditorio se detecta también en el uso frecuente de la negación que funciona como corrección de palabras de otros. Por ejemplo, en el discurso de lanzamiento de su candidatura, luego de dirigirse a las mujeres, explica la causa por la que suelen ser abandonadas por los hombres. Despliega así un dominio conceptual que considera más adecuado que aquel que descarta, lo que se manifiesta en el rechazo del lexema “malo”, manifestado en una explicación que no se basa en lo moral (connotado por dicho lexema) sino en lo cultural:

Pero también quiero decir algo, esos millones de mujeres que han quedado solas al frente de sus familias, no es porque el hombre que se fue sea malo, es la miseria lo que ha disuelto muchas veces a la familia en la república argentina, el hombre está preparado culturalmente para proveer, para mantener, para proteger. Cuando queda sin trabajo se quiebra culturalmente, y entonces se va. (19-07-07)

¹⁰ Otra sutil asociación entre CFK y Juan Domingo Perón se manifiesta en el inicio de los discursos de apertura y cierre de la campaña electoral, que evocan el comienzo del célebre discurso que Perón pronunció el 17 de octubre de 1945. En efecto, Perón abrió su discurso diciendo “Hace casi dos años, desde estos mismos balcones”, y CFK sostuvo: “En este mismo lugar, hace exactamente dos años” (19-07-07) y “Hace exactamente cuatro años y medio, desde aquí” (14-08-07).

Esta forma de negación, conocida como metalingüística¹¹, construye una imagen de sí que opera por oposición en tanto que privilegia el saber propio frente al de las palabras negadas de otro, que en el discurso analizado no tienen fuente explícita pero que pueden ser atribuidas a una opinión corriente o doxa poco instruida. En efecto, al negar, la oradora corrige la palabra de otro identificado con esa doxa y es a partir de este movimiento que queda identificada con el conocimiento verdadero, en una posición asimétrica superior frente a quien es corregido y frente a su propio auditorio.

En síntesis, el discurso electoral de CFK construye un ethos que se orienta a otorgarle legitimidad a su candidatura presidencial basándose en su formación y en sus saberes, particularmente aquellos considerados medulares para la conducción de un país, como la economía, el Derecho y la historia, lo que la faculta a desplegar una escenografía profesoral mediante la que se ubica en una posición jerárquica respecto de su auditorio.

4.2 EL ETHOS DE LA FEMINIDAD

A la vez que el discurso electoral de CFK legitima su candidatura construyendo un ethos pedagógico -experto, configura, a partir de que ella es una mujer, un ethos que denominamos de la feminidad. Este ethos corresponde a un uso de la deixis personal de primera persona del plural cuya referencia es “nosotras, las mujeres” y constituye otra estrategia de legitimación de su aspiración a la presidencia.

El ethos de la feminidad tiende a generar empatía e identificación¹² en el auditorio particular integrado por mujeres, gracias al empleo de las expresiones “mis compañeras de género” y “mis hermanas

¹¹ Según García Negroni (1998), la negación metalingüística, que opone dos locutores diferentes o un mismo locutor en momentos diferentes, siempre es descalificadora de un marco de discurso previo y tiene la función fundamental de instaurar un nuevo espacio de discurso, presentado por el locutor como el único adecuado para la caracterización argumentativa de la situación de la que habla.

¹² En este sentido, el ethos de la feminidad corresponde a lo que Charaudeau (2005) denomina ethos de identificación, mientras que el ethos pedagógico-experto se correspondería con el que llama ethos de la credibilidad.

de género”¹³, que connotan una posición antibiologicista que diferencia el género del sexo¹⁴. Pero en el discurso de lanzamiento de la candidatura esta posición se acompaña de otra inherente a una doxa biologicista, dado que la oradora, a través del ethos dicho, se autorrepresenta como mujer del siguiente modo: “Estamos preparadas biológicamente para soportar el dolor”. El parto, connotado en la referencia a la preparación biológica de las mujeres para soportar el dolor, remite al estereotipo (AMOSSY, 2010) de la mujer como madre, que se reitera cuando CFK en ese mismo discurso recurre a las mujeres con el siguiente enunciado: “quiero recurrir a mis compañeras de género, a las mujeres, formadoras de valores, la primera formadora de valores junto a su hijo” (19-07-07).

Se observa así que el “ethos de la feminidad” apunta a que mujeres identificadas con marcos valorativos diversos -ligados a posicionamientos tanto progresistas como más conservadores- se incorporen al proyecto presidencial de CFK. Sin embargo, la candidata se distancia explícitamente de los discursos feministas más radicales o confrontativos y en la dimensión del ethos dicho afirma:

Uds. saben que nunca he concebido al género como un espacio de confrontación, lo considero ridículo eso, yo creo en el espacio del género como un espacio de articulación y cooperación del otro. Ya la vida es demasiado dura y difícil como para buscar en quien es el compañero, casi un contrincante. (19-07-07)

La imagen de la mujer como compañera del varón que entabla con él una relación cooperativa funciona como garante de la propia posición de enunciación de CFK, pues ella no puede confrontar con el presidente saliente que es a la vez su marido, dado que debe representar su candidatura como una prolongación del proyecto de Néstor Kirchner. La función de garantizar la propia enunciación la cumple también otra característica que la oradora se atribuye a sí misma en cuanto mujer, la capacidad de actuar simultáneamente en el mundo público y en el privado. En efecto, en el discurso en el que lanza su candidatura, CFK sostiene:

¹³ La expresión “mis compañeras de género” es usada por CFK en los tres discursos analizados; la expresión “mis hermanas de género” es utilizada en el discurso que presenta la fórmula electoral Cristina Kirchner-Julio Cobos.

¹⁴ Esta posición remite al célebre enunciado fundador de Simone de Beauvoir “No se nace mujer, llega a una a serlo”, formulado en *El segundo sexo*, libro publicado en 1949.

Estamos preparadas además funcionalmente para desarrollar actividades en simultáneo, en lo público y en lo privado, aún en las más altas esferas de decisión, siempre, en simultáneo. (19-07-07)

Y en el discurso en el que presenta la fórmula presidencial sostiene:

Nosotras, ciudadanas de dos mundos, como digo yo, siempre en el mundo de lo privado, para el cual fuimos educadas, la familia, la protección, los hijos, y en el mundo de lo público, al cual hemos decidido acceder para trabajar, para representar o para dirigir, pero siempre con un pie en un mundo y con un pie en el otro, nos da una visión, no solamente de lo grande que es lo público, sino de lo pequeño, del detalle que es la familia, lo privado.

Por eso vemos cosas que ellos no ven, por eso podemos distinguir y percibir, no porque seamos mejores, sino porque tenemos ese mundo dual que debemos compartir, articular. (14-08-07)

Varios efectos posibles de sentido, todos favorables para la candidata, se desprenden de esa imagen de “nosotras, las mujeres” que conforma el ethos dicho. Por un lado, permite capitalizar a favor, ratificándolo, el ethos prediscursivo, la imagen previa que el auditorio tiene de CFK, ligado a la vez al mundo público y al privado, en cuanto ex diputada y senadora justicialista, candidata presidencial y esposa del presidente saliente. Al mismo tiempo, esta imagen apunta a neutralizar la posible connotación negativa en el ethos prediscursivo del hecho de que ella sea la esposa del presidente, en el sentido de que está allí como candidata presidencial no por sus esfuerzos y méritos propios sino por la voluntad de su marido. En efecto, el “doble mundo” de CFK en cuanto mujer, el público y el privado, es recuperado positivamente porque es presentado como causa de una cualidad diferencial de las mujeres respecto de los varones: percibir cosas que ellos no perciben. Este “plus” que la candidata tiene por ser mujer, por último, legitimaría que ella

aspire a la presidencia ante el sector del auditorio que prefería que Néstor Kirchner compitiera por un segundo mandato presidencial.

En relación con ello, y en la dimensión de la dispositio, resulta relevante la ubicación de los tramos discursivos en los que CFK construye el “nosotras, las mujeres”, pues las imágenes que aparecen en ellos funcionan como reaseguro de que la candidata presidencial, por ser mujer, posee cualidades de las que carecería un candidato varón. En el discurso de lanzamiento de la candidatura, el tramo comienza luego de que la oradora se refiera a “la reconstrucción de una cultura del esfuerzo y del trabajo” como “eje central de la Argentina que viene” y finaliza con la convocatoria a las mujeres a “la formación de los valores de la cultura del trabajo, del esfuerzo y de la perseverancia, porque en eso de trabajar y de ser perseverantes hemos dado muestras sobradas”. La imagen de sí que la oradora construye en cuanto mujer, formadora de valores, trabajadora y perseverante, delinea la figura de un garante de lo dicho y legitima su aspiración a la presidencia, dado que por ser mujer la candidata aventaja a los varones para llevar a la práctica el contenido prescriptivo de reconstruir la cultura del esfuerzo y del trabajo.

En el discurso pronunciado en el acto de presentación de la fórmula oficialista, el tramo en el que la oradora construye el “nosotras, las mujeres” comienza tematizando su propuesta de concertación para superar “viejas antinomias, falsos dilemas, falsas contradicciones” y finaliza con una apelación a la articulación de los intereses de “los trabajadores, clases medias, empresarios, intelectuales”. De esta manera, la imagen que CFK construye de sí en ese discurso como parte de las mujeres que son articuladoras de mundos diferentes, funciona como reaseguro de que ella es capaz de llevar a la práctica la superación de falsos dilemas y lograr la concertación y la unión de los diversos sectores que componen la sociedad argentina.

En el discurso de cierre de campaña, por último, el tramo en el que se manifiesta el “nosotras, las mujeres” se ubica a continuación de la convocatoria de la oradora a la unidad de todos los argentinos “sin agravios, sin rencores, sin descalificaciones”. La autorrepresentación de CFK en cuanto mujer con la capacidad de articular mundos diferentes funciona como garante de que ella puede alcanzar ese objetivo de unidad.

En suma, el ethos de la feminidad se orienta en el discurso electoral de CFK, por un lado, a generar empatía con el sector del auditorio integrado por mujeres. Por otra parte, busca la incorporación de un auditorio más amplio a la comunidad imaginaria de los adeptos a su candidatura mediante la construcción de una imagen de sí que, por ser una mujer, tiene ciertas virtudes de la que carecen los varones.

4. 3 HACIA UN ETHOS HÍBRIDO NO CONVERGENTE

Si bien el ethos de la feminidad constituye, junto con el ethos pedagógico-experto, una estrategia de legitimación de la aspiración a la presidencia por parte de CFK, aquel ethos adquiere en algunos tramos discursivos ciertas características que pueden socavar la persuasión a favor de la candidatura presidencial de la oradora. Se trata, dijimos, de lo que denominamos un ethos híbrido no convergente, en el sentido en que las imágenes de sí que construye la oradora no orientan hacia una misma conclusión, en este caso a apoyarla o no para la presidencia.

En primer lugar, se destaca que al construir el ethos de la feminidad, CFK apela al estereotipo de la mujer como víctima:

Todas sabemos que la vida es difícil, pero cuando se es mujer es mucho más difícil todavía, en la Profesión, en la Política, en la Empresa, en el Trabajo, en todo siempre es más difícil. (19-07-07)

La victimización puede activar un entimema¹⁵ que parte de la premisa mayor explícita que afirma que la vida es más difícil en la política para las mujeres y se completa con la premisa menor implícita fácilmente evocable según la cual CFK es mujer, para concluir que la vida política es más difícil para ella. Conclusión que no resultaría favorable para apoyar su candidatura, y en este sentido, el pertenecer al colectivo “mujeres” constituiría un déficit para la candidata. La ya nombrada capacidad biológica para soportar el dolor atribuida por CFK a las mujeres se vincula con esta victimización, a la vez que les atribuye a las mujeres una

¹⁵ En la tradición retórica, el entimema es el silogismo retórico, aquel que parte de una premisa verosímil y que tiene una parte implícita, en general la premisa mayor.

característica distintiva que no integra las virtudes estereotipadas exigidas por la doxa hegemónica a quienes aspiran a la presidencia.

Por otra parte, si la imagen competente y autorizada de CFK que corresponde al ethos pedagógico-experto se construye en su discurso electoral mediante actos de habla como “definir” y “explicar”, el tramo que, en el discurso de lanzamiento de su candidatura, corresponde a la inclusión de la oradora en el colectivo “mujeres”, comienza con el acto de habla “pedir permiso”, lo que la posiciona en un lugar subordinado y de menos poder. En efecto, la candidata afirma: “Permítanme, quiero recurrir a mis compañeras de género, a las mujeres”, con lo que los varones quedan posicionados con más poder que ella, puesto que se sobreentiende que ellos son quienes otorgan la autorización para que la oradora recurra en su discurso a las mujeres.

Por otra parte, se destacan los tramos del discurso de lanzamiento de la candidatura en los que la oradora toma como alocutario a Néstor Kirchner mediante el vocativo “Presidente”, porque involucran al mismo tiempo la relación pública (Kirchner es el presidente saliente y pertenece al mismo grupo político que la candidata) y privada (Kirchner es su marido). Ello remite a la imagen de sí que CFK construye en ese mismo discurso para legitimar su candidatura: capacitada para desarrollar al mismo tiempo “actividades en simultáneo, en lo público y en lo privado”. Pero en esta interlocución, ciertos taxemas la ubican en un lugar de menos poder que su marido, lo que tiende a atenuar la fuerza persuasiva del ethos pedagógico-experto.

Por un lado, la oradora formula el acto de habla “pedir permiso” cuando se dirige a Néstor Kirchner afirmando: “pero permítanme decirle...” lo que la posiciona en un lugar que implica cierta desautorización. Por otra parte, la interlocución es sobre un tema que le resulta del todo favorable a él, dado que se trata de su alto índice de imagen positiva, a partir de lo cual la oradora construye una imagen exaltatoria de su esposo-presidente:

Pero permítanme decirle que esta autoestima que Ud. le devolvió a los argentinos también acaba de darle un gesto personal político sin precedentes. No es común en los tiempos que corren, ni en la Argentina ni en el mundo, que alguien con más del 70 % de

opinión positiva, con más del 50 % de intención de voto, y con las posibilidades de seguir, decida no hacerlo, no es común, no es común. (19-07-07)

El énfasis generado por la repetición de que “no es común” que un presidente con tan alto porcentaje de imagen positiva no vuelva a presentarse como candidato presidencial para un segundo mandato cuando la legislación lo permite, como es el caso de la Argentina, orienta hacia el interrogante de por qué Néstor Kirchner ha optado por declinar su candidatura. Si bien la propia CFK contesta, mediante una alabanza, que él es “un hombre fuera de lo común, absolutamente”, el auditorio, gracias al ethos prediscursivo de la oradora, no podría obviar el hecho de que ella es su esposa, lo cual le puede quitar legitimidad de origen a su candidatura presidencial, porque no sería candidata (o no lo sería solamente) por sus méritos, sino porque la puso allí su marido. Al mismo tiempo, esa relación matrimonial podría generar la opinión de que, tras el período presidencial de su esposa, él volvería a presentarse como candidato, traspasándose uno al otro el poder. De esta manera, ciertos tramos discursivos que construyen el ethos de la femineidad, ligados a la imagen de mujer que conjuga lo público con lo privado, socavarían la estrategia de legitimación del ethos pedagógico-experto, que dota a CFK de la autoridad y competencia necesarias para asumir la función presidencial.

En este sentido, es importante observar que frente a una CFK victimizada, que pide permiso para hablar, con menos poder y una dudosa legitimidad, el discurso en el que lanza su candidatura delinea la imagen de un Néstor Kirchner no sólo “fuera de lo común”, sino con gran autoridad. En efecto, en la interlocución que la candidata mantiene con el presidente saliente ella afirma dirigiéndose a él: “Ud. tiene autoridad, pero no porque se enoje, sino por lo que hizo y por lo que hace, esa es la autoridad, la de la propia conducta”.

Una de las afirmaciones formuladas en la interlocución que mantiene la oradora con Néstor Kirchner en el discurso de lanzamiento de la candidatura contribuye, asimismo, a configurar una imagen de sí con menos poder que su marido:

Por eso en esta tarde, mis queridos ciudadanos, les quiero agradecer profundamente. Y a Ud. Presidente decirle que los argentinos no lo van a olvidar, lo único que espero, y permítanme un ejercicio de egoísmo personal, todos somos un poco egoístas, espero que no lo extrañen mucho. (19-07-07)

Si bien la candidata se posiciona como ganadora en las próximas elecciones presidenciales, no sólo vuelve a pedir permiso sino que sobreentiende que su gestión presidencial puede ser lo suficientemente mala como para que los ciudadanos argentinos extrañen mucho a Néstor Kirchner.

5 CONSIDERACIONES FINALES

Hemos intentado demostrar que el discurso de campaña electoral pronunciado por CFK para legitimar su candidatura a la presidencia de la Argentina en 2007 construyó dos imágenes preponderantes que hemos denominado ethos pedagógico-experto y ethos de la feminidad; si bien ambas imágenes se orientaron a persuadir al auditorio a favor de su candidatura, el ethos de la feminidad adquiere ciertas características que lo pueden llevar a socavar la fuerza persuasiva del otro ethos. Asimismo, analizamos la configuración de una escenografía profesoral que le es inherente al ethos pedagógico-experto en la cual la candidata se ubica en el lugar de una profesora que da clase a sus alumnos, papel ocupado por su auditorio. Se establece así una relación asimétrica en la que CFK, con la imagen de experta y poseedora de sólidos conocimientos, ocupa un lugar superior y de mayor poder. El ethos de la feminidad, en cambio, tiende a posicionar a CFK en un lugar inferior y de menos poder, victimizado y menos legitimado.

Para el estudio realizado recuperamos las propuestas de Maingueneau y de Amossy sobre el ethos, en particular la noción de ethos híbrido, que da cuenta de los casos en que una misma enunciación construye más de una imagen preponderante del orador. Esta noción tiene mucha relevancia para el análisis del discurso político y en particular el de campaña electoral, dado que en las democracias occidentales parlamentarias los candidatos deben dirigirse a un auditorio complejo integrado por grupos diversos. Por ello, basándonos en Perelman y

Olbrechts-Tyteca (1989), introducimos la noción de ethos híbrido no convergente, para hacer referencia a los casos en los que las diversas imágenes de sí que construye un discurso no son convergentes, en el sentido de que no orientan hacia la misma conclusión, como sucede con el discurso electoral de CFK.

Amossy (2010) destaca, a propósito de la construcción de la imagen de sí en el discurso electoral de la candidata socialista a la presidencia de Francia Ségolène Royale, la dificultad de construcción del ethos en una política que no puede apelar a estereotipos previos de mujeres presidentes en su propio país; lo mismo podría aplicarse a CFK, que al ganar las elecciones de 2007 se convirtió en la primera mujer electa presidente en la Argentina. En relación con ello, las modificaciones operadas en los últimos tiempos en el campo político e institucional de América latina, entre las que se destaca el hecho de por primera vez en la historia las mujeres acceden a la presidencia de sus respectivos países, constituye un estímulo para ahondar desde una mirada comparativa en el estudio de las imágenes de sí que las primeras mandatarias construyen en sus discursos.

REFERENCIAS

- ALBALADEJO MAYORDOMO, T. **Retórica**. Madrid: Síntesis, 1989.
- AMOSSY, R. (Ed.) **Images de soi dans le discours**. La construction de l'ethos. Lausanne: Delachaux y Niestlé, 1999.
- AMOSSY, R. **L'argumentation dans le discours politique**. Littérature d'idée, fiction. Paris: Nathan, 2000.
- _____. **Ethos at the crossroads of disciplines: Rhetoric, Pragmatics, Sociology, Poetics Today**, n. 22, p. 1-23, 2001.
- _____. **La présentation de soi**. Ethos et identité verbale. Paris: PUF, 2010.
- ARISTÓTELES. **El arte de la retórica**. Buenos Aires: EUDEBA, 1978.
- BARTHES, R. **Investigaciones retóricas I**. Barcelona: Ed. Bs. As, 1982 [1970].
- CALSAMIGLIA BLANCAFORT, H.; TUSÓN VALLS, A. **Las cosas del decir**. Manual de Análisis del Discurso. Barcelona: Ariel, 2007.

CHARAUDEAU, P. **Le discours politique**. Les masques du pouvoir. Paris: Vuibert, 2005.

GARCIA BEAUDOUX, V.; D'ADAMO, O.; SLAVINSKY, G. **Comunicación política y campañas electorales**. Estrategias en elecciones presidenciales. Barcelona: Gedisa, 2005.

GARCÍA NEGRONI, M. M. **La negación metalingüística**: argumentación, gradualidad y reinterpretación. *Signo y Seña*, n. 9, p. 227-252, 1998.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. **La conversation**. Paris: Éd. du Seuil, 1996.

_____. A construção mútua das identidades nos debates políticos na televisão. In: MUNIZ PROENÇA LARA, G.; MACHADO, I. L.; EMEDIATO, W. **Análises do discurso hoje**. Vol. 2. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 2008. p. 235-264.

MAINGUENEAU, D. **Nouvelles tendances en analyse du discours**. Paris: Hachette, 1987.

_____. **Le contexte de l'œuvre littéraire**. Énonciation, écrivain, société. Paris: Dunod, 1993.

_____. **Analyser les textes de communication**. Paris: Dunod, 1998.

_____. Ethos, scénographie, incorporation. En: AMOSSY, R. (Org.) **Images de soi dans le discours**. La construction de l'ethos. Lausanne: Delachaux y Niestlé, 1999.

_____. Problèmes d'ethos. **Pratiques**, n. 113/114, p. 55-67, 2002.

_____. A propósito do ethos. In: MOTTA, R. A.; SALGADO, L. (Comps.) **Ethos discursivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado de la argumentación**. La nueva retórica. Madrid: Gredos, 1989 [1958].

VASILACHIS DE GIALDINO, I (Coord.) **Estrategias de investigación cualitativa**. Barcelona: Gedisa, 2006.

WALZER, A., M. TIFFANY; GROSS, A. G. Aristotle's *Rhetoric*: a guide to the scholarship. In: GROSS, A.; WALZER, A. E. **Rereading Aristotle' Rhetoric**. Sothern Illinois University Press, 2008. p. 185-203.

ZAMUDIO, B.; ATORRESI, A. **La explicación**. Buenos Aires: EUDEBA, 2000.

Recebido em: 26/01/11. Aprovado em: 25/08/11.

Title: Cristina Fernández de Kirchner's electoral-campaign discourse (2007). A case of not convergent hybrid ethos

Authors: María Alejandra Vitale; Ana Laura Maiçels

Abstract: In the framework of political discourse analysis that incorporates the rhetorical notion of ethos (Amossy, 1999, 2000, 2001, 2010; Charaudeau, 2005; MAINGUENEAU, 1987, 1993, 1998, 1999, 2002, 2008), this article examines the construction of a not convergent hybrid ethos in the electoral-campaign discourse produced in 2007 by Argentina's presidential candidate Cristina Fernández de Kirchner. We term it hybrid because her speech is dominated by two images of herself which by their nature are called expert pedagogical ethos, linked with a teaching scenography, and ethos of femininity. We call it non-convergent because although these two images are strategies to legitimize her candidacy, in certain discursive sections ethos of femininity tends to undermine the persuasive force of expert pedagogical ethos. For the analysis, we use a qualitative methodology that emphasizes the interpretation of diverse aspects of studied speeches enunciation.

Keywords: Political Discourse. Ethos. Scenography.

Título: O discurso eleitoral de Cristina Fernández de Kirchner (2007). Um caso de ethos híbrido não convergente

Autores: María Alejandra Vitale; Ana Laura Maiçels

Resumo: Este artigo estuda a construção de um ethos híbrido não convergente no discurso eleitoral produzido em 2007 pela então candidata à presidência da Argentina, Cristina Fernández de Kirchner, a partir de uma visão de análise do discurso político que resgata a noção retórica de ethos (Amossy, 1999, 2000, 2001, 2010; Charaudeau, 2005; Maingueneau, 1987, 1993, 1998, 1999, 2002, 2008). Esse ethos é qualificado de híbrido na medida em que na sua manifestação discursiva predominam duas imagens que, pelas suas características, denominamos ethos pedagógico-experto, ao qual é inerente uma cenografia professoral, e ethos da feminilidade. A qualificação de não convergente responde ao fato de que, embora as duas imagens constituam estratégias de legitimação da candidatura, em certos trechos discursivos o ethos da feminilidade tende a diminuir a força persuasiva do ethos pedagógico-experto. Na análise aplica-se uma metodologia qualitativa que dá a prioridade à interpretação de diversos aspectos da dimensão enunciativa dos discursos estudados.

Palavras-chave: Discurso político. Ethos. Cenografia.