

***LOS DEBATES PRESIDENCIALES EN MÉXICO (2006):
ANÁLISIS RETÓRICO-COMUNICATIVO***

Felicísimo Valbuena de la Fuente
Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Complutense
Madrid

(Publicado en Canel, María José y Gurrionero, Mario García (editores): *Estudios de Comunicación Política*. Madrid, Asociación Comunicación Política (ACOP). Madrid, 2008, Pp. 371-396)

1.- INTRODUCCIÓN

Un Debate es una situación comunicativa en la que podemos comprobar la validez de los tres géneros de discursos que Aristóteles distinguió en su *Retórica*. Los candidatos a la Presidencia de México debatieron los días 25 de Abril y 6 de Junio de 2006.

El objeto de esta investigación es identificar el estilo de debatir de cada candidato según la proporción de discurso judicial, deliberativo y epidíctico de cada candidato. Este objeto se concreta en los siguientes objetivos: 1) Identificar la aplicación que cada candidato hizo de las reglas de procedimiento durante los dos debates; 2) Analizar los materiales de prueba personal (*ethos*) que cada candidato mostró y los ataques de otro/s candidatos contra esos materiales; 3) Examinar los materiales argumentales (*logos*) que fueron surgiendo en el debate, mostrando las pautas dominantes en cada uno; 4) Detallar los materiales de experiencia (*pathos*) que cada candidato empleó para atraer el interés de la audiencia.

El autor se limitará al tiempo que los debates duraron. Y dentro de ese tiempo, casi exclusivamente al contenido verbal. Ocuparse de los aspectos no verbales de los Debates hubiera supuesto desbordar ampliamente los límites de esta Ponencia.

Los objetivos dan lugar a las siguientes proposiciones:

1) Un candidato presidencial que decide participar en un debate adquiere una visibilidad ante el electorado de la que se ve privado un candidato que decide no participar. (Esta proposición es obligada, puesto que uno de los candidatos, Andrés Manuel López Obrador, rehusó participar en el primer Debate).

2) Un candidato que aplica las reglas que rigen un debate demuestra que se atiene al canon aristotélico de los tres géneros de discursos más que otro que no aplica las posibilidades de esas reglas.

3) Un candidato que sabe presentar sus materiales de prueba personal o credibilidad (ethos), que ataca los materiales de otro y que sabe responder a los ataques que recibe, se atiene a las exigencias del género de discurso judicial en mayor medida que aquel otro que no ataca ni defiende persistentemente sus posiciones.

4) Estudiar las pautas argumentales (logos) de cada candidato y las figuras retóricas que prefiere contribuye a comprender cómo cada candidato emplea las pruebas inartísticas y artísticas.

5) Un candidato que sabe utilizar adecuadamente los materiales de experiencia (pathos) atraerá más probablemente la atención de los votantes que quienes no los emplean o quienes los emplean inadecuadamente.

Hemos empleado el análisis de contenido de los dos debates, tomando como categorías fundamentales las de Aristóteles en su Retórica (Aristóteles, 1990), las del Modelo de Argumento de Stephen Toulmin (Toulmin, 1958), las de Carl I. Hovland y su equipo (Grupo de Yale) (Hovland y otros (1957, 1970); Janis y otros (1959, 1973) , además de las de otros autores secundarios.

El tipo de fuentes empleadas han sido: a) los videos de los dos debates; b) las transcripciones estenográficas de los mismos: www.cirt.org.mx . CIRT son las siglas de Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

2.- LOS PARTICIPANTES EN CADA DEBATE

En el Primer Debate fueron invitados a participar: Patricia Mercado, del Partido Alternativa Social Demócrata y Campesino; Roberto Campa, del Partido Nueva Alianza; Roberto Madrazo, de la Alianza por México; Felipe Calderón, del Partido Acción Nacional; Andrés Manuel López Obrador de la Coalición por el Bien de Todos,

decidió no asistir a ese debate presidencial. La moderadora fue la periodista Guadalupe Juárez.

En el Segundo Debate, participaron los cuatro que comparecieron en el primer Debate, más Andrés Manuel López Obrador, de la Coalición Por el Bien de Todos. La moderadora fue la periodista Adriana Fernández.

En una encuesta a nivel nacional, realizada en Estados Unidos entre el 22 y el 24 de Febrero de 2002, entre 1.000 votantes registrados, con un margen de error de +/- 4%, se les preguntó «¿Qué impacto tiene el rechazo de un candidato a debatir en cómo los electores votan?». El hallazgo fundamental fue que los candidatos que rehúsan debatir corren un riesgo sustancial. Una sólida mayoría del 57% respondió que probablemente no votarían a un candidato que se negase a debatir; un 37 % contestaron que no influiría en su decisión y un 3 % verían en esa decisión una probabilidad mayor de votar por ese candidato. (Faucheux, 2003:86)

Lo que debió de influir en que Andrés Manuel López Obrador compareciese en el segundo debate fue el ascenso en las encuestas de Felipe Calderón. Si lo queremos expresar de manera distinta, López Obrador percibió que se arriesgaría demasiado si no aparecía en el segundo debate. Retrospectivamente, podemos deducir que fue un error que no participase en el primer Debate y que si sus asesores le hubieran aconsejado mejor, no habrían caído sobre él las acusaciones de que: a) tenía miedo a debatir porque, si lo hacía mal, descendería en las encuestas; b) prefería mantener no informados a millones de mexicanos y c) despreciaba la importancia de los debates para que los votantes se enteren de las posiciones de cada candidato y en qué difiere uno de los otros. En realidad, a), b) y c) son las acusaciones que prensa y votantes de cualquier país lanzan sobre un candidato que rehúsa debatir. La razón de coincidir esas acusaciones es que revelan los tres beneficios fundamentales de los debates para los votantes: a₁) los debates ayudan a los votantes a decidirse por un candidato; b₁) los debates son una fuente fundamental de información para los votantes; c₁) los debates resultan muy útiles para saber las posiciones que cada candidato presenta sobre los asuntos más importantes y para conocer en qué difiere un candidato de otro. (Facheux, 2003: 80-85; Abramowitz, 1978: 680-690; Benoit y otros, 2001; Carlin y otros, 2001; Chaffee, Steven, 1978)

3.- LAS REGLAS DE LOS DEBATES: RÉPLICAS Y CONTRARRÉPLICAS.

Una constante que hemos observado en Debates de candidatos presidenciales en diversos países es que los presentadores fijan las reglas de los debates, pero no explican la utilidad de las réplicas y contrarréplicas. En realidad, la teoría que subyace en las reglas de los Debates es la que explica Aristóteles en su Retórica.

«De la oratoria se cuentan tres especies, pues otras tantas son precisamente las de oyentes de los discursos. Porque consta de tres cosas el discurso: el que habla, sobre lo que habla y a quién; y el fin se refiere a éste, es decir, al oyente. Forzosamente, el oyente es o espectador o árbitro, y si árbitro, o bien de cosas sucedidas, o bien de futuras. Hay el que juzga acerca de esas cosas futuras, como miembro de la asamblea; y hay el que juzga acerca de las cosas pasadas como juez; otro hay que juzga de la habilidad, el espectador, de modo que necesariamente resultan tres géneros de discursos en retórica: deliberativo, judicial, demostrativo.

»En el aconsejar hay la persuasión y la disuasión, pues siempre, lo mismo quienes aconsejan en privado que los que hablan en público, hacen una de las dos cosas. En el pleito, de una parte es acusación y de otra defensa, y una de éstas dos cosas es preciso que hagan los que pleitean. El género demostrativo tiene como propio, bien la alabanza, bien el vituperio» (Aristóteles, 1990: 18-19).

Sigue Aristóteles ocupándose de los tiempos que corresponden a esos tres tipos de discursos: para el deliberativo, el futuro; para el judicial, el pasado; para el demostrativo o epidíctico, el presente. Y en cuanto a los fines de las tres clases de oratoria, para el orador deliberativo es lo útil y dañoso; para los que abogan en justicia, lo justo o injusto; para los que ensalzan o reprochan, lo honroso y lo feo (Aristóteles, 1990:19).

Si interpretamos las reglas de los debates según esta concepción aristotélica, observamos que los debates contienen elementos de las tres clases de oratoria.

- Cuando quien modera un debate, invita a un candidato a que exprese su posición sobre un determinado asunto, normalmente el discurso debería ser deliberativo, porque el fin que él persigue en el debate es persuadir a los votantes para le elijan a él y disuadirles de que prefieran a los demás. Sin embargo, si un candidato que le ha precedido le ha atacado por sus posiciones en el pasado, él tiene que defenderse y, mejor aún, atacar. Y, en muchos casos, su defensa consistirá en alabar lo que él ha

realizado en el pasado; es decir, ensalzará su credibilidad, con lo cual entraré en el discurso deliberativo o epidíctico. A su vez, cuando ataque, mostrará la fealdad de las realizaciones de su/s adversario(s).

- Cuando el moderador invita a una réplica, la función de ésta es refutar los argumentos de otro(s) candidatos(s) o poner en duda la credibilidad de su(s) oponente(s). Si no lo hace, el debate pierde uno de sus constitutivos fundamentales: la confrontación intelectual. El debate se convierte, entonces, en un discurso unidireccional, del candidato a su público. Sin embargo, la situación comunicativa de un debate es distinta de la de un discurso.

- La función de una contrarréplica es proteger a un candidato contra la posibilidad de que varios candidatos se confabulen contra él, de manera que él pueda refutarlos y no quedarse desamparado. (Gilbert, 1979; Dilenschneider, R.L)

Es lo que ocurrió con algunos candidatos en los dos Debates Presidenciales mexicanos.¹

(Ver Resultados en el Apéndice)

Podemos concluir que los tres primeros candidatos se acercaron más a lo que debemos entender por un debate: Una confrontación intelectual y una lucha por imponerse al adversario. Las recomendaciones sobre cómo debería ser un debate

¹ Modo de citar las diferentes partes de los Debates: Modo de citas: PRIMER DEBATE. 1.0. M.I. (MENSAJE INICIAL); 1.1 P.H. (POLÍTICA HACENDARIA); 1.1.1. PH. R. (POLÍTICA HACENDARIA. RÉPLICA); 1.2.P.E. (POLÍTICA ENERGÉTICA); 1.2.1. P.E.R. (POLÍTICA ENERGÉTICA. RÉPLICA); 1.2.2.. P.L. R.(POLÍTICA ENERGÉTICA. CONTRARRÉPLICA); 1.3. P.L. (POLÍTICA LABORAL); 1.3.1. P.L. R. (POLÍTICA LABORAL. RÉPLICA); 1.4. C. P. (COMBATE A LA POBREZA Y DESARROLLO SOCIAL); 1.4.1. C.P. R. (COMBATE A LA POBREZA Y DESARROLLO SOCIAL. RÉPLICA); 1.5. D.S..(DESARROLLO SUSTENTABLE); 1.5.1. D.S. R. (DESARROLLO SUSTENTABLE. RÉPLICA) 1.6 . D.S. CR.(DESARROLLO SUSTENTABLE. CONTRARRÉPLICA).

SEGUNDO DEBATE. 2.0. M.I. (MENSAJE INICIAL); 2.1. S.P. (SEGURIDAD PÚBLICA Y COMBATE A LA CORRUPCIÓN); 2.1. 1. S.P. R. (SEGURIDAD PÚBLICA Y COMBATE A LA CORRUPCIÓN. RÉPLICA); 2.2. G. (GOBERNABILIDAD) 2.2. 1. G. R. (GOBERNABILIDAD. RÉPLICA); 2.2.2. G. CR.(GOBERNABILIDAD. CONTRARRÉPLICA); 2.3. P.E.. (POLÍTICA EXTERIOR MIGRATORIA); 2.3.1 P.E. R. (POLÍTICA EXTERIOR MIGRATORIA. RÉPLICA); 2.4. F. (FEDERALISMO, FORTALECIMIENTO MUNICIPAL Y DESARROLLO REGIONAL); 2.4.1. F. R. (FEDERALISMO, FORTALECIMIENTO MUNICIPAL Y DESARROLLO REGIONAL. RÉPLICA); 2.5. R.E. (LA REFORMA DEL ESTADO); 2.5.1. R.E. R. (LA REFORMA DEL ESTADO. RÉPLICA); 2.5.2. R.E. CR. (LA REFORMA DEL ESTADO. CONTRARRÉPLICA)

acentúan lo intelectual. Los periodistas comentan los debates como si se tratara de una confrontación deportiva y, en algunos casos, bélica. Los medios de comunicación presentan los debates como "¿Quién ganará?" o "¿Quién ha ganado?". Incluso, quienes participan en un debate, sobre todo si es político, aprovechan la víspera para anunciar su interés en que el debate sirva para esclarecer programas; nada más acabar, no es raro que se apresuren a proclamarse vencedores.

La mayoría de las intervenciones de Roberto Campa y Patricia Mercado se parecieron más a discursos: "Serie de las palabras y frases empleadas para manifestar lo que se piensa o siente" y "Razonamiento de alguna extensión dirigido por una persona a otra u otras".

¿Qué alternativas podrían haber desarrollado los candidatos?

A) Haber suscitado ellos mismos objeciones a sus propuestas. Lo que Stephen Toulmin llama "reservas". Con la "reserva", el candidato está indicándole a su público que está adelantándose a sus objeciones. B) Insertar un calificador, adjetivo o adverbio, dentro de la sentencia que sirve como declaración. "Quizá", "probablemente", "posiblemente", "la mayoría de las veces", "raramente". Como puede observarse, son expresiones típicas de alguien que sabe discriminar la información. Nuestra opinión es que Toulmin ha tomado esta idea del estadio de conjetura en los discursos deliberativos: An faciendum?. Es decir, viabilidad o factibilidad de la acción deliberada. C) Responder a esas objeciones con la información adecuada. De esta manera, el candidato refuerza las ideas de sus públicos frente a las ideas contrarias que surjan durante o después del debate. La figura retórica que abarca A) y B) se llama Subjeción: Formular una pregunta y contestarla. (Toulmin, 1958: 29-33)

4.- MATERIALES DE PRUEBA PERSONAL (ETHOS), ATAQUES Y DEFENSAS DE LOS CANDIDATOS.

Aristóteles, al ocuparse de los argumentos retóricos, distinguió tres fundamentales: a) Por el carácter del orador (ethos); b) por la moción de las pasiones (pathos); c) por los discursos (logos).

«Por el carácter, cuando el discurso se dice de tal manera que hace digno de fe al que lo dice, pues a las personas decentes las creemos más y antes, y sobre cualquier cuestión, en general, y en las que

no hay seguridad sino duda también por completo. También esto es preciso que ocurra por el discurso, mas por no tener los oyentes prejuizada la calidad del que habla; porque no hay, según algunos de los tratadistas señalan, que considerar en el arte la probidad del que habla como sin importancia para la persuasión, sino que casi puede decirse que el carácter lleva consigo la prueba principal». (Aristóteles, 1990:11; Lausberg, 1975; Merrill, 1981).

Según esa concepción de Aristóteles, hemos dividido las intervenciones de los candidatos en:

- Afirmaciones sobre su carácter (ethos)
- Ataques a otros candidatos y a sus partidos
- Defensas contra los ataques a su probidad

Dadas las limitaciones de espacio de este Capítulo, nos limitaremos a presentar un ejemplo de cada candidato y lo completaremos con las citas de los pasajes en los que el lector puede encontrar los otros casos en que afirma, ataca o se defiende.

4.1. FELIPE CALDERÓN:

4.1.1. AFIRMACIONES SOBRE SU ETHOS

«De hecho, soy el único candidato que ha sido secretario de estado, que tiene esa experiencia y conocimiento por eso sé lo que el sector necesita, sé lo que voy hacer y lo haré como presidente. (1.1 P.H.); (1.2.1. P.E.R.); (1.2.2. P.E. CR.); (2.3. P.E..)(2.1. S.P.)

4.1.2. ETHOS Y ATAQUE AL CANDIDATO ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR. (1.6. DS..)

4.1.3. ETHOS Y ATAQUE A OTROS PARTIDOS, ESPECIALMENTE AL PRD, DE LÓPEZ OBRADOR (2.5.1. R.E. R.)

4.1.4. ETHOS Y ATAQUES A LOS CANDIDATOS MADRAZO Y LÓPEZ OBRADOR (2.5.2. R.E. CR.)

4.1.5. ATAQUES A MADRAZO Y A SU PARTIDO (1.4.1. C.P. R.); (1.3.1. P.L. R.)

4.1.6. ATAQUES AL PARTIDO DE MADRAZO, A MADRAZO Y AL CANDIDATO LÓPEZ OBRADOR (1.1 P.H.)

4.1.7. ATAQUES A LÓPEZ OBRADOR (2.2.1. G.C.R.); (2.2.1. G.C.R.)

4.1.8. DEFENSAS Y ATAQUES A MADRAZO: (1.1.1. PH. R.); (1.3. P.L.) (2.2. G)

4.1.9. DEFENSA CONTRA LÓPEZ OBRADOR (2.5.2. R.E. CR.)

4.2. ROBERTO MADRAZO

4.2.1. AFIRMACIONES SOBRE SU ETHOS

«Nosotros podemos garantizar esa certidumbre del empleo porque fuimos el partido que hizo las reformas para la seguridad de los derechos laborales, porque alentamos la organización de los trabajadores del campo y de la ciudad, porque formamos las instituciones de los trabajadores y sus familias, como el Seguro Social, el INFONAVIT o el FONACOT». (1.3. P.L.); (1.3.1. P.L. CR.); (2.1. S.P.); (2.1. 1. S.P. R); (2.5.2. R.E. CR)

4.2.2. ATAQUES GENERALES A LOS OTROS PARTIDOS (1.4.1. C.P. R.)

4.2.3. ATAQUES A CALDERÓN (1.1 P.H.); (1.1.1. PH. R.); (1.2.1. P.E.R.); (1.3.1. P.L. R.); (1.4.1. C.P. R.); (1.6. D.S.); (1.5.2 . D.S. CR); (2.1.1. SP.R.)

4.2.4. DEFENSA Y ATAQUE A CALDERÓN (1.3. P.L.)

4.2.5. ATAQUES A CAMPA (1.1 P.H.); (12.2. P.E. CR.)

4.3. ROBERTO CAMPA

4.3.1. AFIRMACIONES SOBRE SU ETHOS

«Ustedes saben que yo siempre he apoyado una reforma Hacendaria, la propuse, la defendí y por el modo como se frustró, renuncié a 30 años de militancia; lo hice porque estoy convencido que un gobierno pobre no le sirve a la gente, pero sobre todo, no le sirve a quienes más lo necesitan». (1.1 P.H (1.5 . D.S. CR)

4.3.2. ATAQUE AL ETHOS DE OTROS CANDIDATOS: (1.0. M.I.)

4.3.3. ATAQUES GENERALES A OTROS PARTIDOS POLÍTICOS (1.2.1. P.E.R.); (1.3. P.L.)

4.3.4. ATAQUES A MADRAZO: (1.1 P.H.) (En este pasaje, Campa siembra un indicio, que madurará en una intervención posterior. Madrazo captó esta insinuación,y atacó a Campa); (1.1.1. PH. R.); (1.2.1. PE. CR.);

4.4. PATRICIA MERCADO

4.4.1. AFIRMACIONES SOBRE SU ETHOS

«Y decía que tenía una propuesta... podemos comprometernos hoy nosotros cinco para cuando un político de nuestros partidos sea denunciado por corrupción no lo defendamos, lo pongamos delante de un juez,... y si es inocente que sea reivindicado y si no, que vaya a la cárcel». (2.1. 1. S.P. R)

4.4.2. ATAQUES GENERALES A LOS PARTIDOS (1.2.1. P.E.R); (1.6.1. D.S. R.)

4.5. ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR

4.5.1. AFIRMACIONES SOBRE SU ETHOS:

«En este problema se requiere de mucha perseverancia. Cuando fui Jefe de Gobierno de la

Ciudad todos los días, incluidos sábados y domingos, me reunía desde muy temprano con el Gabinete de Seguridad Pública. Lo mismo voy a hacer como Presidente de la República: Todos los días desde las seis de la mañana me voy a reunir con el Secretario de la Defensa, con el Secretario de Marina, con el Secretario de Gobernación, con el Secretario de Seguridad Pública, con el Procurador, para recibir personalmente el parte de lo acontecido en todo el país y tomar decisiones». (2.1. S.P.); (2.2. G.); (2.5.2. R.E. CR)

4.5.2. ETHOS Y ATAQUE A CALDERÓN (2.3.1 P.E. R).

4.5.3. ATAQUES A CALDERÓN Y AL PAN (2.4.1. F. R); 2.5.1. R.E. R.); (2.5.2. R.E. CR)

4.5.4. DEFENSAS Y ATAQUES A CALDERÓN (2.1. 1. S.P. R.); (2.2.2. G. CR)

(Ver resultados en el Apéndice)

4.6. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

El primer Debate estableció dos claros contendientes: Felipe Calderón y Roberto Madrazo; fueron quienes se presentaron con más materiales de prueba personal, lo cual es lógico, pues los dos habían tenido responsabilidades políticas durante un dilatada carrera política. Aprovecharon para alabarse a sí mismos, con lo cual cubrieron la retórica epidíctica que también todo debate ha de tener.

Roberto Campa sólo aprovechó dos ocasiones para presentar esos materiales. En la primera, los basó en su comportamiento ético, no político. En la vida política, a los candidatos se les juzga por los resultados, sobre todo cuando sus contendientes los muestran en un debate. En la segunda ocasión, proyectó su ethos hacia el presente y el futuro, con lo que tampoco presentaba realizaciones y sólo una propuesta que dependía de los otros candidatos. En su haber queda haber sabido captar el ambiente de confrontación política extrema en que vivía México; Campa predijo lo que ocurrió después, y en su vida política futura puede exponer este hecho como visión política de los acontecimientos.

En cuanto a Patricia Mercado, sólo presentó un material de prueba personal. Demasiado poco para un debate. Es obligado pensar que debería haber dedicado más tiempo y espacio a fortalecer ese ethos, tiempo y espacio de los dos debates que empleó en construir sus públicos. Su estrategia no resultó lo efectiva que podría haber sido, porque le faltó atenerse al canon aristotélico.

Además de los materiales de prueba personal en cuanto tales, fueron los ataques y defensas de los candidatos los que impusieron su marca inconfundible en el primer

debate. También en este aspecto sobresalieron Felipe Calderón y Roberto Madrazo. Las acusaciones fueron muy graves y los dos se defendieron. Sin embargo, Calderón destacó más en las defensas, entregando datos precisos. Roberto Madrazo, por el contrario, sólo se defendió aludiendo muy brevemente a que el partido de Calderón le había estado investigando durante seis años y que no habían encontrado nada de que acusarle. Una defensa inadecuada, porque las acusaciones de Campa y de Calderón eran muy graves.

Arturo Campa atacó fundamentalmente a Madrazo, pero se encontró con que Madrazo lo despreciaba por identificarle con Calderón. Campa no se defendió adecuadamente y dejó la impresión de que no se diferenciaba de Calderón y que estaba desempeñando un papel ancilar. Atacó en dos ocasiones a los candidatos y partidos, pero en política es imperativo saber quién es el verdadero adversario político. Los ataques generales a todos los partidos indisponen a los indecisos que estarían dispuestos a cambiar el sentido de su voto. No se debe cubrir todo el espectro político en los ataques. El candidato puede dejar la impresión de presuntuoso.

Patricia Mercado cayó en el mismo error que Campa, pero de una manera más desfavorable. En ningún caso atacó a los otros candidatos personalmente, sino que los identificó con “los políticos de siempre”. También pudo dejar la impresión, por una parte, de presuntuosa. Por otra, de insignificante, ya que no recibió ataque alguno.

Uno de los mayores aciertos de Felipe Calderón es que apoyó, en ocasiones, a Mercado (1.2.1. P.E.R.), Campa (1.2.2.. P.E. CR) e, incluso, a Madrazo y a Obrador (2.2. 1. G. R.). Con lo cual, proyectó una imagen de estadista, que estaba por encima de los partidos.

El segundo debate cambió enteramente el panorama y quedan pendientes por responder varias cuestiones muy importantes: a) ¿Por qué Roberto Madrazo, que había atacado tanto en el primer debate a Calderón, dejó de atacarle?; b) ¿Por qué no atacó ni una sola vez a Andrés Manuel López Obrador?; c) ¿Por qué Campa no atacó?

Las consecuencias de este debate fueron muy claras: Sólo quedaron como candidatos realmente importantes Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador. Los dos se atuvieron a los oficios de atacar y defender, propios del género judicial o forense, que se ocupa del pasado, es decir, de las realizaciones de los candidatos. Los otros tres candidatos pasaron prácticamente inadvertidos. En un debate, un candidato no

puede prescindir del género judicial de la oratoria. Ésa es una conclusión importante de este segundo debate.

Felipe Calderón siguió en su línea de defensa y ataque cuando recibía los ataques de AMLO. Éste aprovechó todas las posibilidades que le ofreció el segundo debate, el único en el que quiso tomar parte. Por eso, es obligado pensar qué hubiera ocurrido si hubiera participado en el primero. Mostró una habilidad especial para diferir los más graves ataques a Calderón, cuando éste tenía que dedicar a defenderse y atacar el tiempo que hubiera podido dedicar a sus propuestas. Y estableció la agenda post-debate, pues dejó como dudoso el ethos de Calderón. (Swanson y Swanson, 1978; Geer, 1988)

5. MATERIALES ARGUMENTALES O DE DESARROLLO (LOGOS)

«De los argumentos retóricos unos son sin arte y otros propios del arte. Llamo sin arte a los que no son logrados por nosotros, sino que preexisten, como los testigos, confesiones en tormento, documentos y los semejantes; objeto del arte, los que mediante el método y por nosotros pueden ser dispuestos, de manera que es preciso de aquéllos servirse, éstos inventarlos» (Aristóteles, 1990:10)

5.1. *Pruebas inartísticas*

Los materiales que un candidato encuentra en la realidad se llaman evidencias. Entre las evidencias, destacan las directas, que el orador utiliza como pruebas que apoyan su mensaje.

En los dos debates mexicanos, hubo evidencias directas, lo que Aristóteles llamó documentos.

Comenzó Campa refiriéndose a «políticos que se enriquecen como por arte de magia, a quienes les aparecen casas, propiedades aquí y en el extranjero que no se podrían pagar ni con diez vidas de su salario» (1.1.P.H). Madrazo replicó dirigiéndose a Calderón: «Si de verdad quieres hablar de corrupción, habría que ver dónde anda Carmen Segura, que manejó el Fonden, los recursos de Wilma que no le llegaron a los pobres y que hoy es candidata a la Asamblea del Distrito Federal» (1.1. PH). Calderón replica a Madrazo diciendo «Por aquí traigo la grabación, luego se la voy a dejar para que se acuerde» (se refiere a las veces en que Madrazo votó a favor del IVA en las tres legislaturas en que fue diputado. (1.1.1. PH. R). Al replicar en el tema de Política

Energética, Madrazo mostró una hoja en blanco y un video: «Voy a mostrar los logros de Calderón en materia de energía. Nada, simplemente nada, es el candidato de las oportunidades perdidas. En 15 años ha tenido 3 oportunidades: la primera como diputado cuando se votó la reforma energética en 1992 y aquí está el video de cómo el diputado Calderón no estuvo ni siquiera en la sesión. Aquí está para que se entere qué pasó durante esa sesión.»(1.2.1. P.E.R.). Ya hemos reproducido los graves ataques de Campa a Madrazo (1.2.1. PE. CR.), en los que el primero asegura que va a distribuir los documentos al final del debate. También Calderón mostró una fotografía con los apartamentos que Madrazo poseía en Miami, y que hemos reproducido más arriba (1.4.1. C.P. R.). En el segundo debate, lo más llamativo resultó la contrarréplica final de Andrés Manuel López Obrador: «Nada más para decir que voy a entregar un expediente donde el cuñado de Felipe, cuñado incómodo tiene una empresa que le trabaja al gobierno, que ha recibido contratos precisamente de la secretaría, mejor dicho del sector energético cuando Felipe fue Secretario, tuvo ingresos por dos mil 500 millones y no pagó impuestos. Y eso es lo que queremos que ya no siga pasando» (2.5.2. R.E. CR.).

Estas presentaciones de pruebas cumplieron también la función de ser materiales de experiencia (pathos) para atraer la atención de la audiencia que estaba viendo el debate por televisión, como examinaremos en 6.

Además de las pruebas directas que hemos expuesto, los candidatos utilizaron estadísticas y datos para probar sus afirmaciones. Detallar cada una de ellas desbordaría los límites de este artículo, pero serían un material excelente para una monografía.

5.2. Pruebas artísticas

Aristóteles otorgaba más importancia a las pruebas artísticas que a las inartísticas. En esencia, se reducen a lo que el orador pone sobre lo que encuentra. Algunos candidatos mostraron que sabían combinar las evidencias encontradas. Sin embargo, la línea divisoria entre pruebas inartísticas y artísticas es muy fluida, porque la creatividad de un candidato, su poder de observación hacen que encuentre pruebas allí donde otros sólo ven cosas. Gracián llamaría "zahorí de las intenciones" a un espíritu equipado para encontrar estas evidencias. Los estudios sobre personalidades creativas destacan el gran poder de la intuición, que es un conocimiento sin término medio. Roberto Campa podría haber aprovechado más artísticamente los documentos que le

habían hecho llegar. A.M. López Obrador demostró una gran maestría para reservarse, hasta el final, la prueba inartística que tenía contra Felipe Calderón, cuando éste ya no tenía apenas capacidad para responder adecuadamente. De esta manera, Obrador se llevó el efecto de “recencia” del segundo debate, si empleamos la terminología del Grupo de Yale (Hovland y otros, 1957)..

Nosotros hemos identificado prácticamente todas las figuras retóricas que empleó cada candidato, es decir, las pruebas artísticas de que se valió. Sin embargo, repetimos, los límites nos imponen escoger un criterio discriminador del estilo de cada candidato.

5.2.1. FELIPE CALDERÓN

La figura que más empleó Felipe Calderón, y que le distinguió de los demás candidatos fue la Enumeración: 4 veces en el primer Debate y 7 en el segundo. (1.1.. P.H.) (1.2.P.E) (1.4. P.L.) (1. 6.D.S.) (2.1.P) (2.2.G) (2.2.1. G.R) (2.3.P.E.) (2.3.1. P.E) (2.4.1.F.R.) (2.5.R.E.) (1.1. PH); también(1.4. P.L.)

La gran ventaja de la enumeración como figura retórica es el orden y claridad que introduce en el discurso y que llega con más facilidad a los votantes. Sobre todo, cuando la enumeración está al servicio de una propuesta general, como hemos visto en estos dos casos y en los demás. La desventaja es que el candidato vaya contra la variación, que tan importante es para mantener el interés de la audiencia. Parece que, en estos debates, las enumeración tuvo éxito, pero porque la acompañó de otras figuras retóricas.

5.2.2. PATRICIA MERCADO

Patricia Mercado se distinguió de los otros candidatos porque empleó, de una manera característica, 9 veces la figura del «exemplum», como la denominaban los retóricos latinos. (1.0. M.I.) (1.1. P.H.) (1.3. P.L.) (2) (1.3.1.P.L.R.) (1.4.C.P.) (2.1.S.P) (2.2. G.1.) (2.3.P.E.) (2.3.1. P.E.R.).

Cuando está persuadiendo, el candidato busca captar a los votantes en tres aspectos: enseñándoles, deleitándoles y moviéndoles. El primero se dirige al entendimiento, mientras el tercero, a los afectos. Patricia Mercado quería enseñar a sus públicos, pero corría el riesgo de causar tedio. Por eso, sistemáticamente, incluía ejemplos que pudieran gustar al público, porque conectaban con su situación y

necesidades. En este sentido, los “exempla” contribuyen al ornato del pensamiento. Sobre todo, quería promover una conmoción psíquica en su público que fuera momentánea en cuanto tal, aunque duradera en sus efectos, precisamente por su repetición.

Los retóricos veían también los inconvenientes de los ejemplos en que constituían una digresión y que el orador necesitaba destreza para unir el ejemplo con la causa que estaba defendiendo. Patricia Mercado no muestra esta destreza y, por el contrario, parece que inserta los ejemplos como medio de captar al público, pero dentro de una argumentación algunas veces desordenada y con dificultades de expresión. (Lausberg, 1975:410-426)

Felipe Calderón también emplea casi el mismo número de ejemplos que Patricia Mercado, pero su sentido es distinto. Son sus adversarios, Madrazo en el primer debate y López Obrador en el segundo, quienes le obligan a referirse a esos ejemplos para rebatir los que ellos han presentado. Los ejemplos están para servir a la argumentación y no constituyen una digresión, sino un paso obligado para refutar los ataques que recibe.

5.2.3. ROBERTO MADRAZO

Este candidato sobresalió porque supo emplear, en el primer debate, un gran número de figuras retóricas dirigidas a la imaginación. Sobre todo, imágenes y alegorías. (1.2.1. P.E.R.) (1.2.2. P.E. CR.) (1.3. P.L.) (1.3.1. P.L. R.)

El candidato podría haber seguido en esa línea de llamadas a la imaginación de sus públicos durante el segundo debate, pero parecía ser un candidato enteramente distinto, con riesgo de pasar inadvertido. Apenas atacó y no empleó imágenes ni alegorías. Con lo cual, contribuyó él mismo a salir del debate sin irradiar un concepto preciso de su candidatura. La ventaja que tienen las figuras dirigidas a la imaginación estriba en que el candidato puede sintetizar, en muy pocas palabras, una información que antes ha detallado. Si, además, sabe unir estas figuras con la argumentación, el efecto puede ser duradero entre los públicos. Madrazo no lo hizo en el segundo debate. En la votación, quedó en tercer lugar, aunque representaba a un partido muy poderoso y con muchos años de historia.

5.2.4. ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR

A pesar de que no quiso presentarse al primer debate, supo aprovechar las oportunidades que le ofreció el segundo para distinguirse de los otros candidatos. Las figuras retóricas que más empleó fueron las de contraste. (2.0. M.I.) (2.1. 1. S.P. R.) 2.2.2. G. CR.) (2.3.1 P.E. R.) (2.5.1. R.E. R.)

En la disposición de sus intervenciones, el candidato debe decidir cómo dividir el todo de su discurso. O dicho de otro modo, ha de decidirse entre energía e integridad. Si subraya la energía, se verá obligado a distribuir el conjunto en dos miembros antitéticos. Es lo que hizo Martínez Obrador, porque tenía mucho menos margen de elección, por no haber participado en el primer debate. Si subraya la integridad, el resultado es que distribuye el conjunto en tres miembros. Podría haber hecho esto último si hubiera participado en el primer debate y hubiera elegido también como adversario a Madrazo. Incluso, aun habiendo participado en el primero, podría haber formado una diada con Madrazo, opuesta a Calderón y Campa. Porque si se hubiera aliado con estos dos, en contra de Madrazo, hubiera producido el efecto contraproducente de convertir en víctima a Madrazo.

Obrador aprovechó su oportunidad de la oposición polar y los resultados de la elección demostró que su estrategia fue acertada. A los estudiosos les debe de quedar la duda de si no hubo negociaciones previas entre Obrador y Madrazo para no atacarse mutuamente. La inacción de Madrazo, el que éste no atacase a Calderón, le dejó libre el camino para poner al electorado en una disyuntiva: O él o Calderón. Ningún otro candidato tendría oportunidad de ganar.

5.2.5. ROBERTO CAMPA CIFRIÁN

Ya hemos fijado, al comienzo de este Capítulo, que no íbamos a ocuparnos de la comunicación no verbal de los candidatos. Sin embargo, nos vemos obligados a afirmar que Campa es un gran orador, con un dominio excelente del paralenguaje y del lenguaje corporal. No podemos decir lo mismo de su banda verbal. Emplea una variedad de figuras retóricas, pero sin que una domine inequívocamente sobre las demás, como sí ocurre con otros candidatos. De todas formas, creemos que ha sido la Subjeción la figura que más ha empleado. Consiste en un diálogo ficticio (por tanto, monológico) incrustado en el discurso, con pregunta y respuesta para animar el hilo del razonamiento. El interlocutor ficticio es generalmente la parte contraria, que queda

refutada en la respuesta. La figura arranca del cínico Teles. (2.1. S.P.) (2.1. 1. S.P. R.) (2.5. F) (2.6. R.E.)

Observemos que no ha empleado la Subjeción en el primer debate. Esto indica que fue una decisión suya, o de sus asesores, emplear esta figura para dirigirse a la inteligencia de sus públicos. ¿Por qué no empleó esta figura en sus intervenciones en el primer debate?. Creemos que porque no se ocupó de construir su público. Estos errores estratégicos no pueden compensarse con los materiales de los que vamos a ocuparnos en la última parte de este artículo.

(Ver resultados en Apéndice)

6.- MATERIALES DE EXPERIENCIA (PATHOS)

Entre los argumentos artísticos, Aristóteles situaba los que el orador originaba por moción de las pasiones.

«Por los oyentes, cuando son arrastrados a una pasión por el discurso, pues no concedemos igual nuestra opinión con pena que con alegría, ni con amor que con odio; respecto de sólo lo cual decimos que intentan ocuparse los tratadistas actuales» (Aristóteles, 1990: 11).

Los cinco candidatos emplearon figuras retóricas para mover a la audiencia, pero cuatro de ellos coincidieron en emplear las figuras de repetición más que otras. Sobre todo, la Anáfora. La repetición sirve para encarecer, sobre todo mediante los afectos, pero puede influir también intelectualmente. La igualdad de la repetición implica una superación afectiva; la primera posición de la palabra tiene una función semántica normal; la segunda posición de la misma palabra presupone la función informativa de la primera posición y tiene, además, una función afectiva y encarecedora, que rebasa la simple función informativa.

6.1. ROBERTO MADRAZO (1.0. M.I.) (1.1 P.H.) (1.2.1. P.E.R.) (1.3. P.L.) (1.3.1. P.L. CR.) (1.5. D.S.) (1.5.2 . D.S. CR) (2.0. M.I.) (2.3. P.E.) (2.4. F.) (2.5. R.E.) . (2.5.1. R.E. R.)

6.2. ROBERTO CAMPA (1.2.P.E.) (1.3.1. P.L. R.) (1.5. D.S.) (2.0. M.I.) (2.3.1 P.E. R.) (2.4. F.) (2.5.1. R.E.R) (2.5.1. R.E. R.)

6.3. FELIPE CALDERÓN (1.2.1. P.E.R) (1.4. C. P) (2.0. M.I.) (2.1. S.P.) (2.0. M.I.) (2.5. F.) (2.6.1. R.E. R.) (2.6.2. R.E. CR.)

6.4. A. M. LÓPEZ OBRADOR (2.0. M.I.) (2.2.G.) (2.3.1 P.E. R.) (2.4. F.) (2.5.R.E.)

6.5. PATRICIA MERCADO (1.1 P.H.) (2.5. R.E.)

Como ya lo hemos ilustrado al ocuparnos de las pruebas artísticas, algunos candidatos emplearon algunas de éstas como materiales de experiencia, para conmover a la audiencia. Mostrar documentos y videos en televisión para reforzar un argumento entra de lleno dentro de la figura retórica de la Deixis: Señala con algún elemento demostrativo algo que se supone presente a los ojos o a la imaginación. A juicio del autor, este empleo de la Deixis fue una de las características distintivas de los debates mexicanos

7. CONCLUSIONES:

7.1. El candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador perjudicó sus posibilidades de ser Presidente de México cuando rehusó participar en el primer Debate, porque privó a una parte del electorado, que hubiera estado dispuesta a votarle, de ver cuáles eran sus posiciones sobre los asuntos importantes de México y cómo se diferenciaba de sus adversarios.

7.2. Los candidatos Felipe Calderón y A. Manuel López Obrador supieron aplicar con más frecuencia y persistencia las reglas de los debates.

7.3. El candidato Felipe Calderón mostró más amplitud y persistencia en afirmar su ethos, atacar al de otros candidatos y defenderse de los ataques recibidos que los otros candidatos.

7.4. Cada candidato exhibió un estilo de comunicación distinto de los demás. Felipe Calderón prefirió enumerar sus propuestas; Patricia Mercado se inclinó por los ejemplos; Roberto Madrazo, por las imágenes y alegorías; A. M. López Obrador, por las figuras de contraste; Roberto Campa fue quien menos destacó, aunque su estilo

sobresalió, ligeramente por emplear la Subjeción.

7.5. Todos los candidatos prefirieron emplear figuras de repetición para atraer el interés de los votantes.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abramowitz, Alan (1978): «The Impact of a Presidential Debate on Voter Rationality.» *American Journal of Political Science* 22: 680-690.

Aristóteles (1990): *Retórica*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1990.

Benoit, William, L., y William T. Wells. (1996): *Candidates in Conflict: Persuasive Attack and Defense in the 1992 Presidential Debates*. Tuscaloosa, Ala.: University of Alabama Press.

Berlo, D. K.; Lemert, J. G. y Mertz, R.J.: (1970) «Dimensions for Evaluating the Acceptability of Message Sources», *Public Opinion Quarterly*, Vol. 33, .

Benoit, William L., Mitchell S. McKinney, y R. Lance Hobert. (2001). «Beyond Learning and Persona: Extending the Scope of Presidential Debate Effects.» *Communication Monographs*, 68: 259-273.

Carlin, Diana B., Eric Morris, Shawna Smith. (2001). «The Influence of Format and Questions on Candidates' Strategic Argument Choices in the 2000 Presidential Debates». *American Behavioral Scientist* 44: 2196-2218.

Chaffee, Steven H. (1978). «Presidential Debates - Are they helpful to voters?». *Communication Monographs* 45: 330-346.

Dilenschneider, R.L (1990): *Power and Influence (Mastering the Art of Persuasion)*, Prentice-Hall, Nueva York, 1990.

El-Mir, Amado José y Felicísimo Valbuena (compiladores) (1997): *Manual de Periodismo*. Universidad de Las Palmas y Editorial Prensa Ibérica. Las Palmas de Gran Canaria, 800 páginas.

Faucheux, Ronald A.(editor) (2003): *The Debate Book*. Campaigns & Elections Publishing Company, L.C.C. Arlington, Virginia.

Geer, John G. (1988). «The Effects of Presidential Debates on the Electorate's Preferences for Candidates.» *American Politics Quarterly* 16: 486-501.

Gilbert, Michael A (1979) : *How to win an Argument* . McGraw-Hill, Nueva York.

Holbrook, Thomas M. (1999). «Political Learning from Presidential Debates». *Political Behavior* 21: 67-89.

Hovland, C.I. y otros (1957): *The Order of Presentation in Persuasion* . Yale University Press, New Haven,.

Hovland, C. I., Janis, I. L. Y Kelley, H.H. (1970): *Communication and Persuasion. Psychological Studies of Opinion Change*. University Press, New Haven.

Jamieson, G.H (1985).: *Communication and Persuasion*, Croom Heim,G.B..

Janis, I.: *Victims of Groupthink*, Houghton Mifflin, Boston, 1973.

Janis, I., Hovland, C.I. y otros (1959): *Personality and Persuasibility*, Yale University Press, New Haven, 1959.

Lausberg, Heinrich (1975): *Elementos de Retórica Literaria*. Gredos, Madrid.

Merrill, D.W. (1981): *Personal Styles and Effective Performance*, Chilton Book Company, Radnor.

Swanson, Linda L., and David L. Swanson. (1978). «The Agenda-Setting Function of the First Ford-Carter Debate». *Communication Monographs* 45: 347-353.

Toulmin, Stephen (1958): *The Uses of Argument*, Cambridge University, Cambridge.

Valbuena de la Fuente, Felicísimo: «Comunicación Institucional (II): Presentaciones y Debates». En El-Mir y Valbuena (1997): 521-558.

10. APÉNDICE

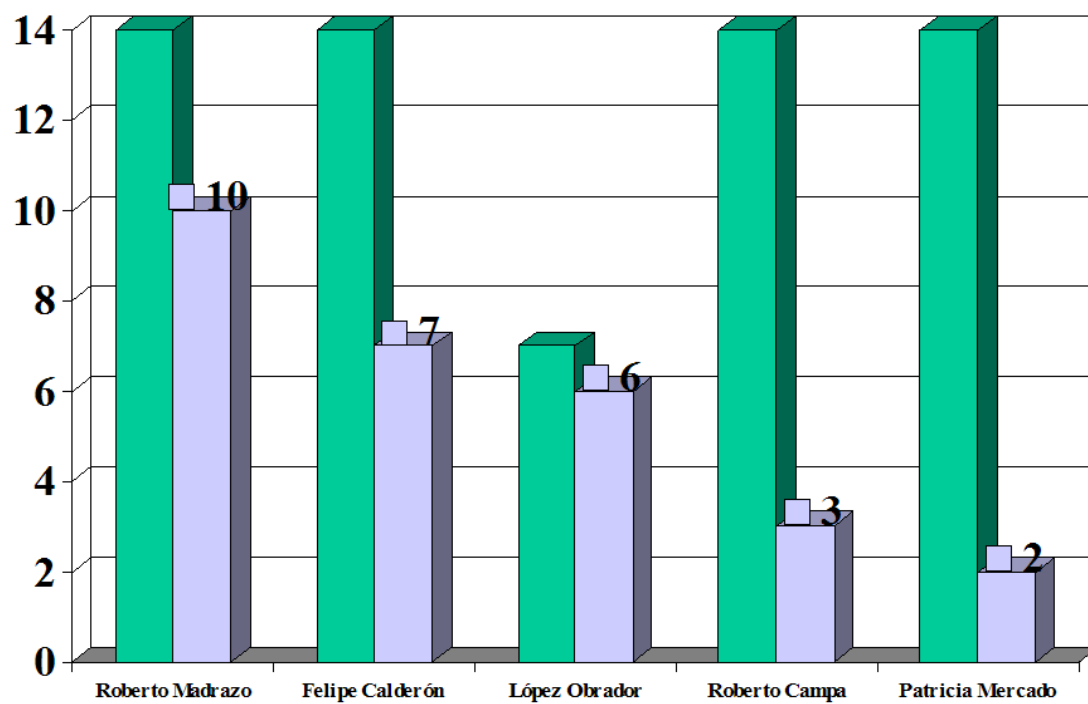
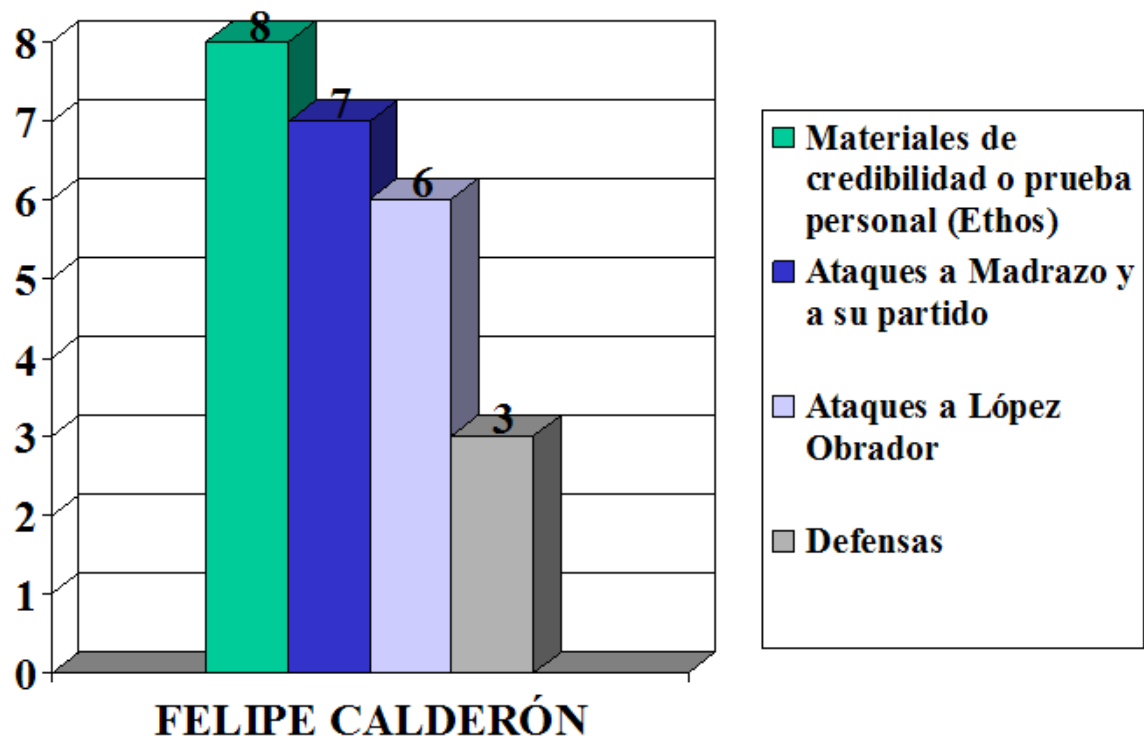
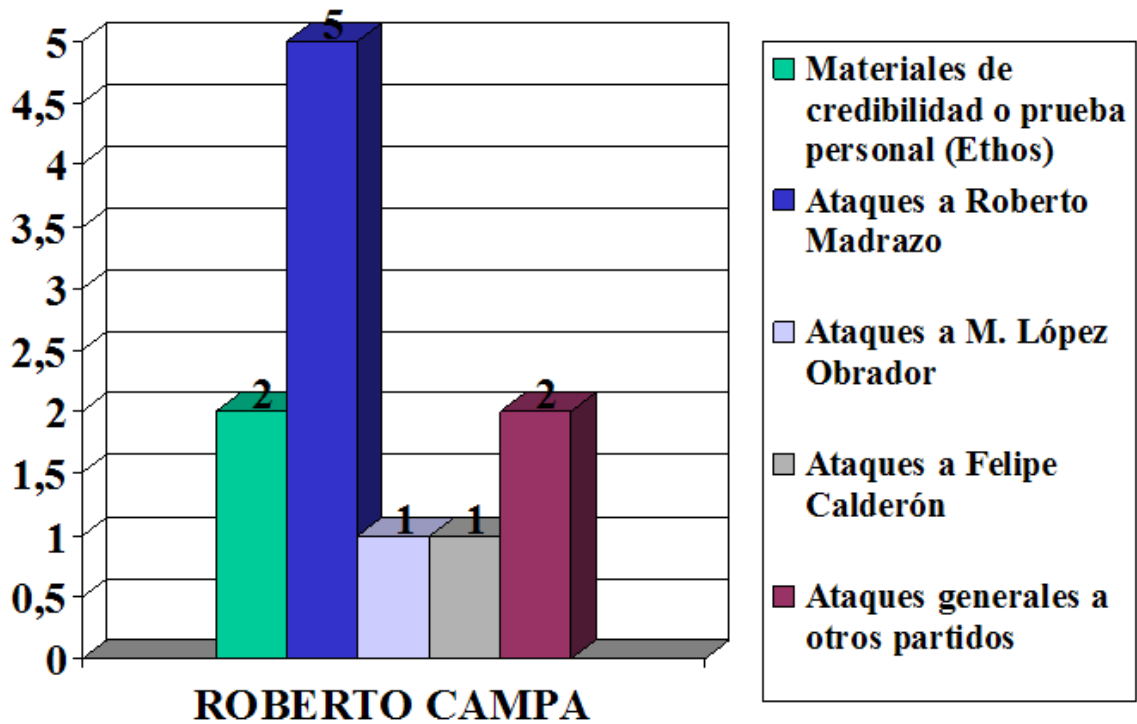
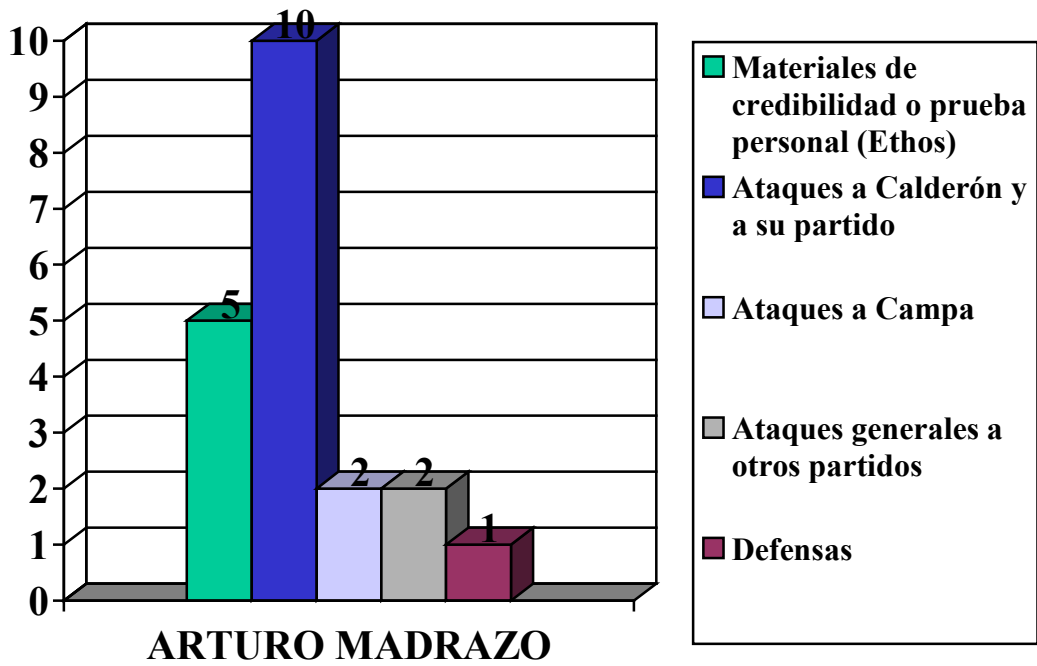
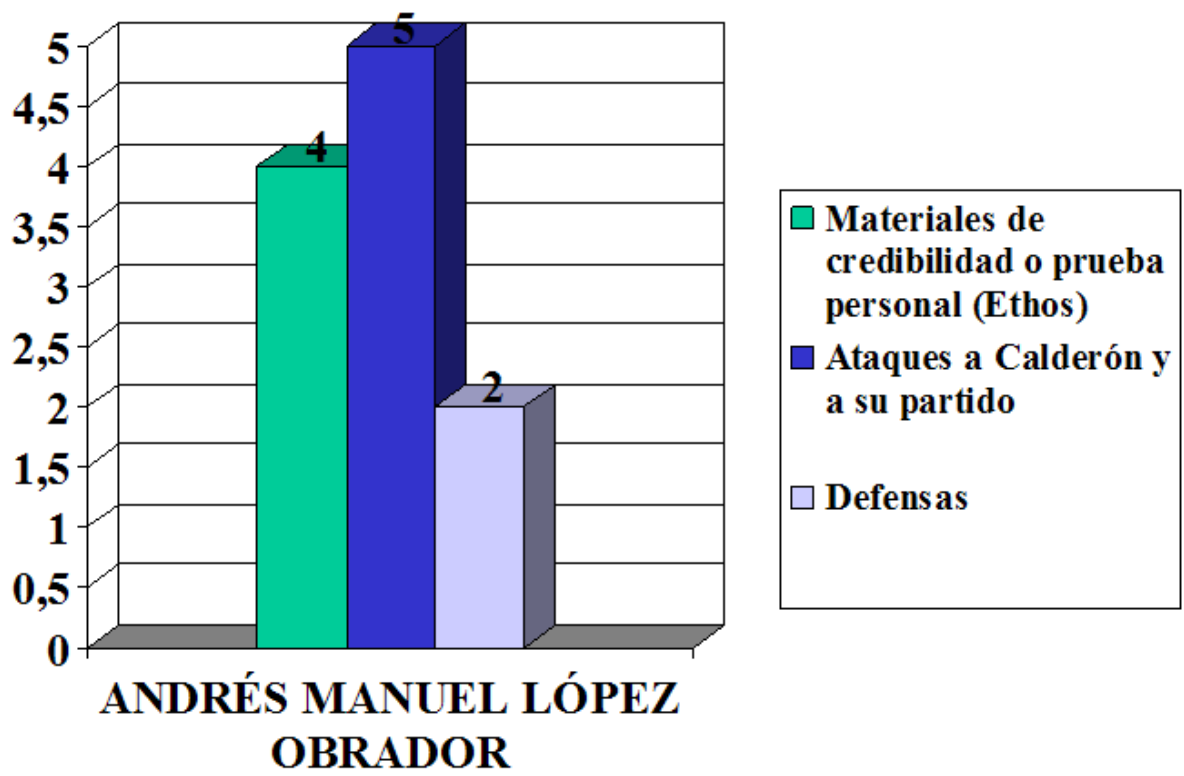


Fig. 1. Resultados de Réplicas y Contrarréplicas



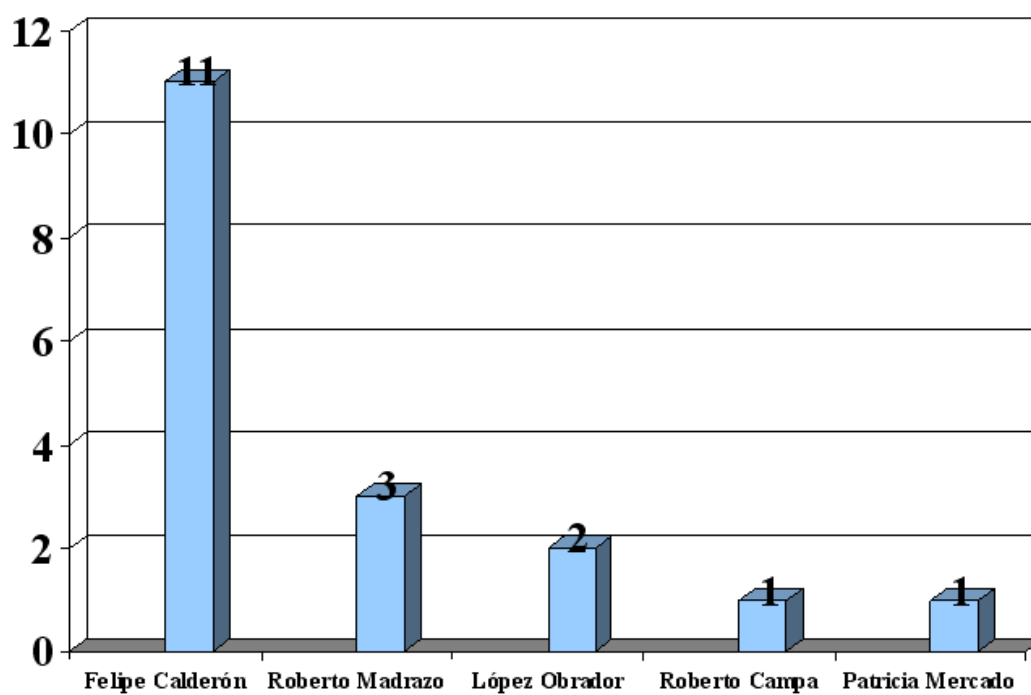




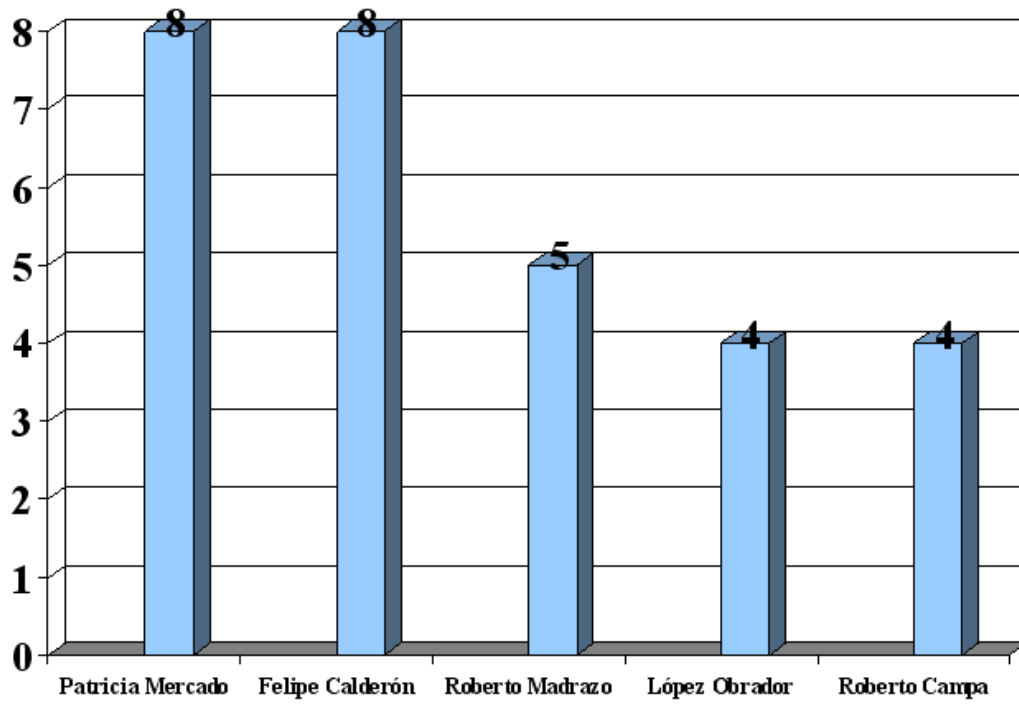
Figuras 2, 3, 4, 5 y 6:

Resultados de los candidatos en Afirmaciones sobre el Ethos, Ataques y Defensas.

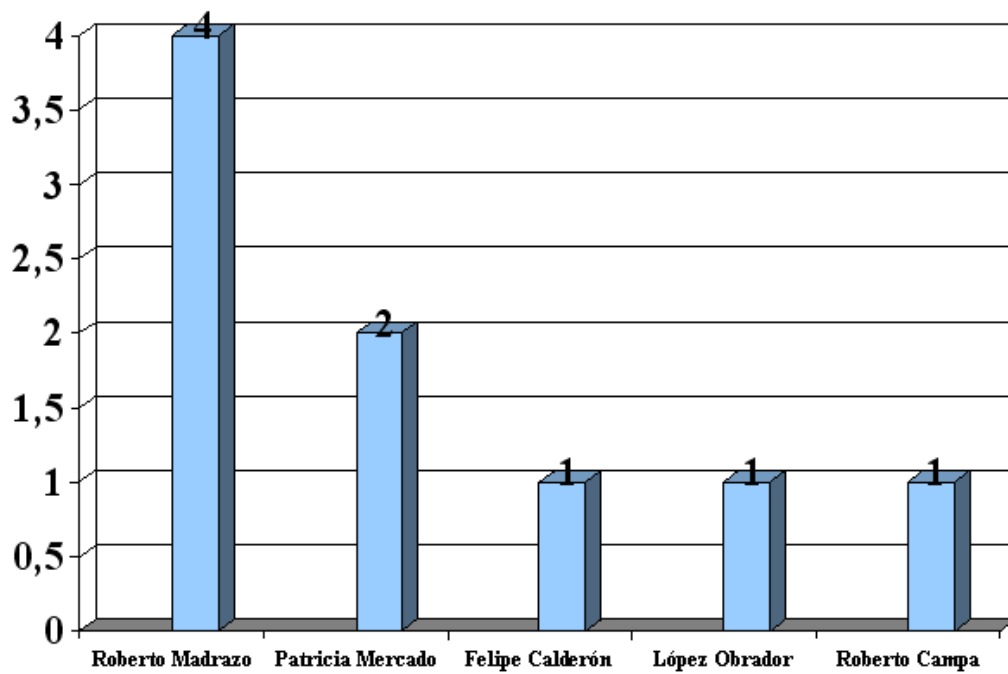
ENUMERACIONES



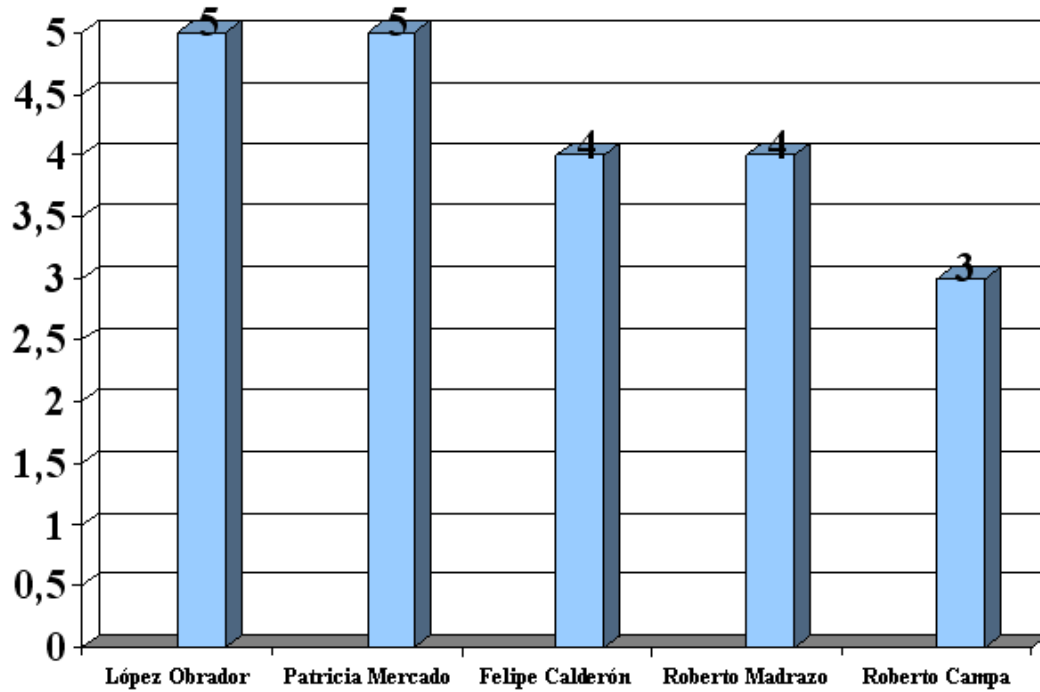
EJEMPLOS



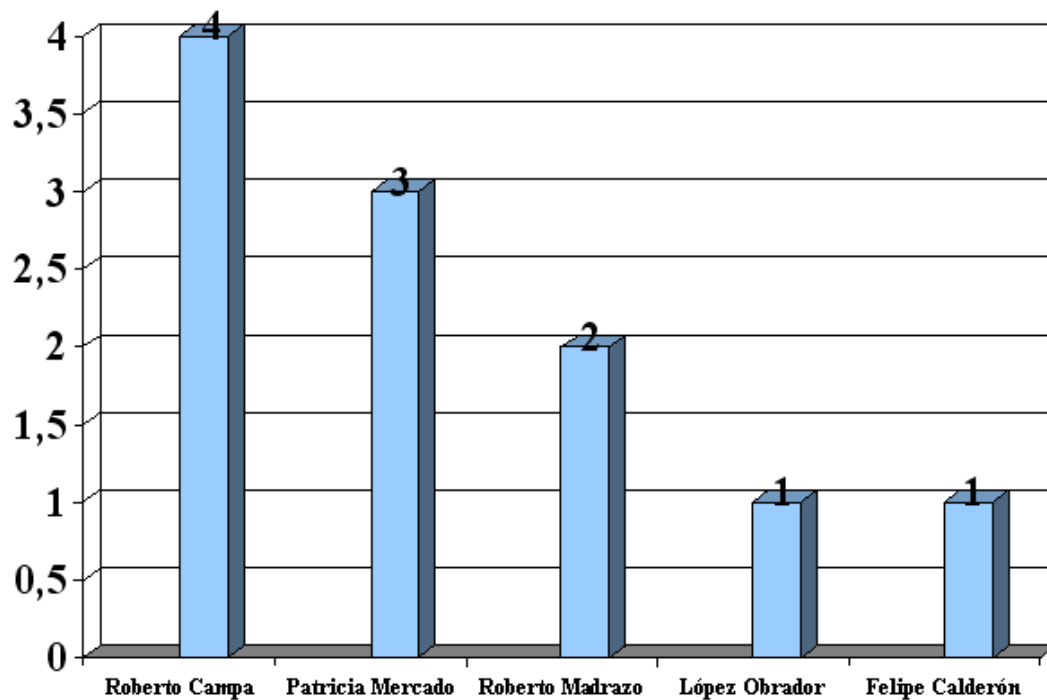
IMÁGENES Y ALEGORÍAS



FIGURAS DE CONTRASTE



FIGURAS DE LA PREGUNTA



Figuras 7, 8, 9, 10 y 11: Resultados de los Materiales argumentales artísticos

FIGURAS DE REPETICIÓN

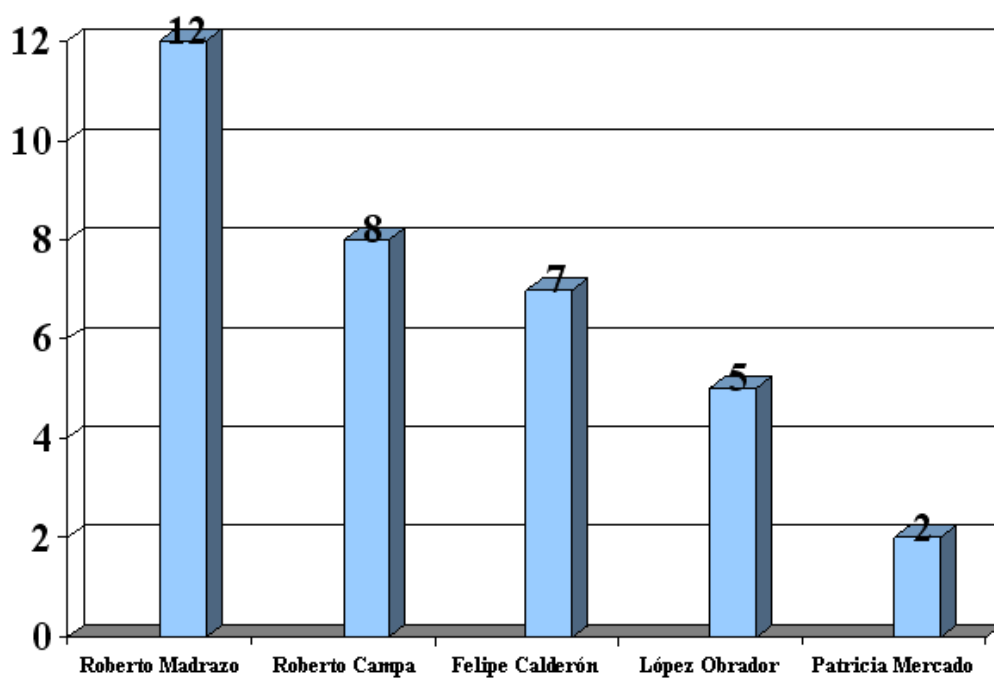


Figura 12: Resultados de los Materiales de experiencia.