

El discurso de campaña exitoso, el estudio de tres casos latinoamericanos

En este trabajo presentaremos resultados parciales de una investigación mayor cuyo propósito es analizar los discursos políticos emitidos por los candidatos ganadores de las elecciones presidenciales de Argentina, México y Venezuela, durante el año 2011 y 2012, sobre todo porque dichas emisiones lingüísticas probaron ser eficaces, ya que lograron su cometido, convencer a los ciudadanos y seguidores de votar por Cristina Fernández de Kirchner, para el caso de Argentina, Enrique Peña Nieto en México y Hugo Chávez Farías, para Venezuela. Y aunque sabemos que son contextos políticos distintos, cada uno con características propias, lo que buscamos es mostrar la importancia que dichas emisiones ostentan en la vida democrática de esos países.

Dichas emisiones corresponden a discursos que influyeron considerablemente en la historia contemporánea de estos países latinoamericanos y, de acuerdo con nuestra hipótesis: el uso de la argumentación permite a los políticos mover emociones a fin de buscar la preferencia de sus receptores y para ello hacen uso de grandes narrativas, de relatos y de cuanta herramienta les permita el discurso. En efecto, a través de la manera de argumentar el emisor logra manifestar un mayor o menor involucramiento en lo que emite en sus mensajes. Por consiguiente, entendemos que el problema propuesto está vinculado a la *persuasión* como capacidad argumentativa que exige indudablemente la selección de las formas que permitan alcanzar tal objetivo lo que influye notablemente en la gran aceptación por parte de sus destinatarios.

Para ello proponemos el análisis de un corpus integrado por nueve discursos, tres de cada candidato en cuestión que nos permitan conocer el desarrollo de la campaña en palabras de los propios políticos analizados. Por ello es que tres discursos se enfocan en el inicio de campaña, tres en el cierre de las mismas y tres emitidos a mediados de cada campaña, que además se hayan emitido a los partidarios de cada caso, es decir, en el caso del Argentina a los integrantes del Partido Justicialista, en el de México a los priístas y en el de Venezuela a los del Partido Socialista Unido de Venezuela.

Para el análisis proponemos un estudio transdisciplinario que permita el uso de herramientas provenientes de diversas ramas de estudio como las de la ciencia política, el análisis del discurso, la teoría argumentativa y la retórica. Lo anterior tiene la finalidad de buscar profundizar lo más posible en las estrategias utilizadas por los candidatos en la construcción de discursos políticos de campaña exitosos que lograron convencer al electorado de convertirlos en ganadores frente a otras propuestas políticas que en algunos casos parecían mucho más sólidas que las estudiadas.