

[ARTÍCULO]

El mito de la unidad en las narrativas políticas de candidatos del radicalismo chaqueño que circulan en *Facebook* en tiempos de elecciones internas

Romina Gisel Gayoso

Universidad Nacional del Nordeste (Argentina)

Email de contacto: rominitagayoso@gmail.com

Recibido: 21 de mayo, 2022

Aceptado: 15 de julio, 2022

Publicado: 8 de agosto, 2022

[*] Nota de la autora: Este trabajo se enmarca en el PI- 21h012-Semiótica del Discurso Político Regional: Prácticas Discursivas Hegemónicas en tiempo de pandemia y pos/pandemia en las provincias de Chaco y Corrientes. Dirección de Dra. Natalia Colombo -UNNE.

The myth of unity in the political narratives of candidates of Chaco's radicalism that circulate on Facebook in times of internal elections.

Cómo citar este artículo:

Gayoso, R. (2022). El mito de la unidad en las narrativas políticas de candidatos del radicalismo chaqueño que circulan en Facebook en tiempos de elecciones internas. *Revista Chilena de Semiótica*, 17 (151-167).

Resumen

Esta propuesta centra su atención en el abordaje, análisis y comparación de el/ los modos/s mediante el/ los cual/es se instaló discursivamente el mito de la unidad con fines persuasivos en las narrativas políticas de dos candidatos del radicalismo chaqueño en tiempos previos a las elecciones internas de dicho espacio político. Los aportes de la Semiótica, en relación con otros campos del saber, se transformaron en fundamentales a la hora de poder encarar el abordaje mencionado. Asimismo, es necesario expresar que el archivo de trabajo utilizado a los fines de concretizar la tarea aquí propuesta se compuso de un conjunto de posteos publicados en los perfiles oficiales de *Facebook* dos candidatos del radicalismo chaqueño los cuales representaban a dos facciones distintas dentro del mismo espacio. Todo esto en el período comprendido entre el siete de abril y el doce de mayo de 2021.

Palabras clave

Narrativas políticas; Mito de la Unidad; Discurso político; Facebook.

Abstract

This proposal focuses its attention on the approach, analysis, and comparison of the way(s) through which the myth of unity was discursively installed for persuasive purposes in the political narratives of two candidates of the radicalism of Chaco in times prior to the internal elections of that political space. The contributions of Semiotics, in relation to other fields of knowledge, became fundamental at the time of being able to face the mentioned approach. Likewise, it is necessary to express that the work file used for the purpose of carrying out the task proposed here was composed of a set of posts published on the official Facebook profiles of two candidates of the radicalism of Chaco which represented two different factions within the same space. All this in the period between April 7 and May 12, 2021.

Keywords

Political narratives; Myth of unity; Political discourse; Facebook.

1. Introducción

En el marco de esta propuesta el foco de atención está centrado en el abordaje semiótico respecto de el/los modos/s en que el mito de la unidad se instala discursivamente en las narrativas políticas (Colombo, 2019; 89, D'Adamo y García Beaudoux, 2016: 15) de candidatos del radicalismo chaqueño. En este sentido se busca identificar, analizar y contrastar los modos de presentación y utilización discursiva del mito de la unidad en posteos realizados, a través de *Facebook*, por candidatos de las dos listas que se enfrentaron en la disputa política por alcanzar el liderazgo del partido radical en las elecciones internas vinculadas con este espacio político, las cuales tuvieron lugar el día quince de mayo de 2021 en la ciudad de Resistencia-Chaco.

En relación con esto se busca validar, en algún aspecto, la conjetura de que la configuración discursiva del mito de la unidad en las narrativas políticas de candidatos del radicalismo, en tiempos de campaña electoral, funcionaría como un elemento discursivo que contribuiría con el reforzamiento de la intención persuasiva de este tipo de materialidades significantes las cuales atinan, a su vez, a reforzar la creencia de los *prodestinatarios* al tiempo que conseguir la aceptación de los *paradestinatarios* (Verón, 1987: 14) del partido, en este caso radical.

El marco teórico-metodológico que orientó esta propuesta está en relación directa con aportes vinculados, por un lado, con el campo de la Semiótica y la Discursividad social como así también de la Retórica, el Análisis del discurso, la Sociología y la Teoría política, entre otros.

En lo que respecta al archivo de trabajo utilizado, el mismo se compuso de cuatro posteos realizados en la red social *Facebook*, durante el período comprendido entre el siete de abril y el doce de mayo de 2021, por candidatos radicales que se disputaban el poder político del partido en las elecciones internas. Concretamente se trabajó, por una parte, con dos posteos [1] publicados en la página oficial de *Facebook* del partido Convergencia Social y, por otra, con un posteo publicado en la página oficial de *Facebook* del partido NEA [2]. Además, se tuvo en cuenta una publicación extraída de la página oficial de la misma red de uno de los representantes políticos de este espacio [3]. El criterio de selección que se aplicó al momento de elegir los posteos se vinculó con el hecho de identificar en ellos la construcción de un relato de tipo polémico en el que el candidato asumiera el rol de sujeto de acción.

2. Las condiciones de producción y emergencia de la discursividad chaqueña

Toda producción discursiva emerge, en algún aspecto, como respuesta a determinados modos de comprender e interpretar la realidad circundante por parte del sujeto de la enunciación. Este, desde el lugar social que habita, crea sentidos que luego son materializados en diferentes materias significantes (Verón, 1998: 124). En este caso, dichos sentidos se concretizan en un tipo particular de discurso, las narrativas políticas (Colombo, 2019: 89;

D'Adamo y García Beaudoux, 2016: 15). Estas emergen al plano de lo dicho como producto de ciertas condiciones de producción porque como bien pondera Verón (1998) “un discurso es siempre un mensaje situado, producido por alguien y dirigido a alguien” (1998: 9). En sentido se torna necesario atender al contexto de emergencia de este tipo particular de materialidad significante. Concretamente hacer referencia a las condiciones de producción implica tener en cuenta el “conjunto de huellas” que las circunstancias sociales “han dejado en lo textual, bajo la forma de operaciones discursivas” (Verón, 1998: 18; 1974: 10). Particularmente, las huellas que caracterizan definen y diferencian al contexto de producción de las narrativas políticas que se abordan en esta propuesta están en relación directa, por un lado, con el “clima político” que experimenta desde hace unos años el partido radical del Chaco. En este sentido, por ejemplo, desde tiempos previos a las elecciones tanto provinciales como así también nacionales del año 2015, el partido comenzó a evidenciar divisiones hacia adentro. Las mismas fueron rápidamente expuestas por distintos actores políticos de este espacio en diferentes medios de comunicación de la zona. Una de las razones de dichas divisiones tuvo su origen en el hecho de que algunos representantes del radicalismo decidieron sumarse y apoyar el proyecto político del PRO- Cambiemos-, mientras que otros entendían que dicha acción iba en contra de los principios del radicalismo.

Por otro lado, en 2018 diferentes representantes políticos del partido fueron acusados de distintos actos de corrupción, los cuales habrían sido concretados durante el periodo en el que ejercían como funcionarios a cargo de distintas responsabilidades para las cuales habían sido elegidos por el voto popular. En este contexto, la figura de Aida Ayala, una de las líderes que adquirió relevancia en el partido radical luego del alejamiento de Ángel Rozas [4], cobró especial relevancia puesto que se la acusó [5] de que durante su mandato como intendente al frente de la comuna de la capital del Chaco, Resistencia -período 2011-2015- habría orquestado y ejecutado acciones vinculadas con lavado de activos a partir del pago de sobrepagos a proveedores de servicios públicos del Chaco a través de la empresa de recolección de residuos Pimp S.A. Esto generó -y genera- fracturas hacia dentro del partido puesto que mientras algunos representantes políticos del radicalismo decidieron apoyarla, otros se llamaron a silencio o bien se pronunciaron en contra de Aida Ayala.

A todo lo hasta aquí expuesto se debe agregar que los modos de comunicación política (Crespo Martínez y otros, 2016: 121) cambiaron desde el año 2016 en el Chaco. La irrupción de las redes sociales dinamizó, y dinamiza, de una forma diferente la exposición y la popularización del yo de los actores políticos. Esto se considera que, en algún aspecto, potenció y potencia la circulación de aquellos discursos a través de los cuales los mismos asumen la palabra y deciden “contar algo” sobre su quehacer político como así también sobre la cotidianidad de sus vidas. Esta hibridación entre lo público y lo íntimo generó y genera otro tipo de posicionamiento de la identidad política (Mouffe, 2007: 23) de los actores políticos de la zona en función de los hábitos y creencias (Peirce, 1987: 45) de este territorio. Esta modificación comunicacional habilita, por tanto, nuevas formas de acercamiento entre el ciudadano, potencial votante, y el actor político que busca persuadirlo a partir

de la puesta en práctica de ciertas estrategias discursivas emergentes en el marco de las posibilidades de exposición que ofrecen las plataformas digitales en general, y *Facebook* en particular.

Estos aspectos, en algún sentido, operan como huellas de las condiciones de producción de las narrativas políticas actuales del radicalismo que circulan por Facebook y en este sentido son importantes de tenerlas en cuenta porque como bien expresa Verón “los conceptos relativos a las condiciones de producción son indispensable para poder establecer el nivel de pertinencia en el que [nos] vamos a colocar a fin de identificar, en la superficie textual, las marcas que remiten a las operaciones discursivas” (1998: 18) que facilitan la instalación de ciertos sentidos en el contexto de cualquier materialidad discursiva. En este caso, la atención está centrada en las narrativas políticas y en relación con esto en el apartado siguiente se focaliza en su caracterización e intencionalidad comunicativa.

3. Las narrativas políticas como construcciones discursivas

El diseño y mediatización constante del yo en las redes sociales lo posicionan como el signo-mercancía (Caro Almela, 2011) más cotizado. En este sentido, Sibilia (2013) considera que la “espectacularización del yo” cristaliza la preponderancia del mercado en tiempos contemporáneos. Hoy, esta nueva forma de instalar el yo en público ha dado lugar a una mutación comunicacional en las diferentes esferas que constituyen la realidad del mundo en general, y del Chaco en particular. Hoy, por ejemplo, los candidatos políticos chaqueños configuran y exponen su identidad política (Mouffe, 2009: 23) en función de los nuevos hábitos comunicacionales y de la aparición de las nuevas necesidades sociales- y de sus modos de expresión. En otras palabras, actualmente en el Chaco se han modificado los modos de “hacer política” y en consecuencia de instalar lo político (Mouffe, 2009: 16).

En relación con lo antes mencionado, se puede expresar que el yo del candidato político chaqueño, en general, desde el 2016 evidencia modos de configuración y exposición que surgen como resultado de esta “nueva” lógica enunciativa-digital que se instaló en esta zona a raíz de la propagación de los nuevos hábitos de comunicación que imponen las redes en general, y *Facebook* en particular. En este sentido, se puede considerar que en la actualidad el actor político intenta persuadir a sus posibles votantes por medio de una apuesta comunicativa, cimentada en la configuración de su yo como una mercancía capaz de solventar las necesidades de los ciudadanos-votantes-consumidores que lo observan, a través de las vidrieras “transparentes” de *Facebook*, y que estarían dispuestos a aceptarlo/comprarlo en función de su eficiencia y eficacia operativa.

Las narrativas políticas asumen, en este despliegue de sentido que impone el nuevo diseño, instalación y mediatización de las identidades políticas (Mouffe, 2009: 23) un rol fundamental puesto que como bien pondera Colombo (2019) en el marco de esta materialidad significativa los políticos son configurados como:

Actores en tanto participantes del contexto de intercambios y de lucha entre

enunciadores, insertos en el campo de lo político. Éstos “hablan”, “cuentan algo” a través de sus perfiles de Facebook por lo que ponen de manifiesto sus voces y forman parte de una puesta en escena. Una estructura de la acción que los ubica en distintos roles: el candidato que defiende su posición y realiza las acciones; quien/es busca/n impedirselo o desacreditarlo y el tercero quien oficia de testigo de los hechos (Colombo, 2019: 89).

En este sentido, es que a través de esta puesta en discurso se fortalece la configuración del yo del político actual a partir de una escenificación que potencia la dimensión de lo político (Mouffe, 2009: 16), es decir de “la condición de antagonismo constitutiva de las sociedades humanas (...)”. (Mouffe; 2009: 16). En otras palabras, aquella que se configura, según lo propone Mouffe (2009), en base a la exterioridad constitutiva [6] (Mouffe, 2009: 22). Noción, a partir de la cual se plantea que toda identidad política se constituye como tal sobre la base de la diferenciación, lo que la instala como una construcción narrativa-relacional que habilita la existencia de un nosotros que se opone a un ellos en función de sus diferencias constitutivas.

Además, esta configuración e instalación social de las narrativas políticas en el quehacer comunicativo cotidiano del Chaco permite entenderla asimismo como un eslabón constituyente de la red semiótica que configura y diferencia a la discursividad social de esta zona del país. En este sentido, las narrativas políticas reflejan- a la vez que refractan- creencias y hábitos (Peirce, 1987: 45) constituyentes del conglomerado de sentidos dinámicos y dialógicos que se cristalizan de diferentes modos, y en distintos soportes, en esta región geográfica y cultural del país. En concordancia con esto último, a continuación, se presta atención al espacio de circulación de las narrativas políticas abordadas.

4. Facebook como el espacio de circulación de las narrativas políticas

Facebook en tanto espacio virtual de socialización puede ser pensado, desde la perspectiva de Verón (1998), como el lugar de circulación de las narrativas políticas producidas por los actores políticos del partido radical chaqueño. Gurevich define a *Facebook* como un “dispositivo técnico en tanto instrumental tecnológico que posibilita variaciones en diversas dimensiones de la interaccional comunicacional” (Guravich, 2013: 7) sobre la base de cierta estructura. En este sentido se puede mencionar que, por ejemplo, la lógica de generación de sentido de esta red social sienta sus bases en la confluencia de diferentes lenguajes-semiosis que configuran los modos de comunicar las historias que los usuarios quieren contar/ mostrar ante la comunidad virtual. En este contexto, el diálogo (Bajtín, 1992: 81) entre lo simbólico, lo icónico y lo indicial adquiere un rol preponderante puesto que facilita operaciones semióticas a través de las cuales se diseña aquel perfil que, en este caso, el candidato intenta hacer legible por tanto comprensible y aceptado por los ciudadanos.

Además, esta posibilidad de expresión que ofrece *Facebook* a partir de la conjunción de estos modos de puesta en acción del signo (símbolo, ícono e índice) acentúa lo complejo de su matriz comunicacional a la vez que lo

posiciona de una manera diferente respecto de otras redes sociales puesto que le otorga al usuario posibilidades diversas de comunicar aquello que busca hacer visible.

Es decir, *Facebook*, en tanto herramienta de comunicación, ha sabido, y sabe, leer la lógica de la demanda comunicacional actual y en base a ello crea las condiciones necesarias para que los usuarios puedan solventar su necesidad de hacer saber quiénes son y qué hacen. Debido a ello el espacio simbólico de la “biografía de *Facebook*” está configurado de tal manera que permite al usuario exponer a través de una hibridación significativa entre lo verbal y las imágenes modos de ser y hacer que se visibilizan y funcionan como índices de aquello que busca instalar como “verdad”.

Específicamente, en el caso de los actores políticos, *Facebook*, les ofrece la posibilidad de persuadir a sus posibles votantes a través de una constante exposición que los muestra “siendo-haciendo”. Es decir, se transforma, para estos actores sociales, en una potente herramienta de comunicación que les posibilita un espacio en el que pueden mostrarse como héroes/proveedores capaces de ofrecer las mejores ofertas para aquellas diversas demandas que buscan solventar, en este caso, los simpatizantes del partido radical en tiempos de elecciones.

En este contexto abordar, en el marco de *Facebook*, los modos en que la instalación del mito de la unidad emerge en las narrativas políticas se vuelve interesante porque se transforma en una vía de análisis que permite identificar posibles maneras persuasivas de consolidación de la dimensión de lo político (Mouffe, 2007: 35). Se sostiene esto porque se considera que de este modo se potencia, de una forma particular, la distinción de un determinado “nosotros” que se opone a un “ellos” del cual busca diferenciarse pero que, en esta ocasión, forma parte del mismo partido radical. Sobre la base de la popularización de esta diferencia es que los representantes de Convergencia social como así también los de NEA buscaron robustecer el mayor caudal de votos de los simpatizantes radicales del Chaco en tiempos previos a la concreción de las elecciones internas.

A continuación, y sobre la base de lo expuesto hasta aquí, se aborda la configuración discursiva del mito de la unidad con fines persuasivos en las narrativas políticas vinculadas con las dos listas – Convergencia Social y Nea- que se enfrentaron por alcanzar el poder político del partido radical chaqueño.

5. El mito de la unidad como recurso persuasivo

La instalación discursiva del mito de la unidad opera como una regularidad en la orquestación argumental que atraviesa y sustenta a las narrativas políticas configuradas por los candidatos tanto de Convergencia Social como así también de NEA. Lo llamativo de esto radica en que dicha instalación se evidencia paradójicamente pese a la división que experimenta el espacio político en cuestión.

En este sentido, se torna interesante en primera instancia entender qué se entiende por mito desde la mirada semiótica. Barthes (1980) considera que

“el mito constituye un sistema de comunicación, un mensaje (...) se trata de un modo de significación, de una forma” (1980: 108), es decir, el mito funciona como un modo de interpretación respecto de algún aspecto o manifestación de la realidad que se toma para así poder instalar socialmente ciertas creencias que habiliten la realización de algún/os hábito/s que favorezca/n la concreción de cierto hacer-hacer.

En el caso particular de las narrativas políticas en estudio se recurre al uso argumental del mito de la unidad. Una unidad que adquiere paradójicamente diferentes matices valorativos dependiendo de los lugares de enunciación que asumen los representantes de las dos listas que se disputan el poder político del partido radical. En otras palabras, el sentido con que se instala discursivamente dicho mito en las narrativas políticas está asociado al modo en que cada colectivo de representación interpreta en un momento particular de la historia en general, y del partido radical chaqueño en particular, la necesidad de posicionar públicamente la bandera de la unión a los fines de alcanzar mayor aceptabilidad y credibilidad por parte de los simpatizantes del partido.

Este contexto es el que habilita la posibilidad de entender que el “mito es un habla elegida por la historia: no surge de la naturaleza de las cosas” (Barthes, 1980: 108) puesto que la carga valorativa con la cual se lo busca instalar depende, en algún aspecto, de la interpretación que se haga, en este caso particular, de lo que implica en el marco del transcurrir espacio-temporal, en general, y de la historia política del partido en particular, la preponderancia de la idea de “unión”. Volóshinov propone “la palabra no solo representa un signo puro y ejemplar, sino que aparece además como un signo neutro” (Volóshinov, 2018: 36) lo que instala su multiacentualidad está en relación directa con aquellas interpretaciones que realizan de ella los sujetos de la enunciación en función del lugar histórico- social desde donde se posicionan. En este sentido, se puede pensar que una primera reminiscencia discursiva al significante unión que se busca actualizar constantemente dentro del partido radical chaqueño podría estar asociada al planteo que se instala en la marcha radical. Discurso que representa, en algún aspecto, un tipo de identidad política que pese a las dificultades avanza “adelante sin cesar”.

Esta perspectiva teórico-reflexiva acentúa, de algún modo, la viabilidad de la hipótesis de que en el caso de las narrativas en estudio el mito de la unidad, en tanto habla particular, genera y aporta condiciones enunciativas que consolidan las bases de un mensaje persuasivo a través del cual se busca potenciar de forma polémica cierto tipo de identidad política.

Ante la evidente interna que experimenta el partido radical desde 2016, aproximadamente, una forma de aplacar dicha división, ante los ojos de los votantes, surge de la posibilidad conciliadora de la “unión”. Una que aparece enunciada desde las voces de actores políticos diferentes. Desde Convergencia Social -lista azul-magenta-morada-roja- [7] quien convoca a la unión del partido es Ángel Rosas, legendario representante político del radicalismo chaqueño y nacional, junto al candidato de la lista Juan Carlos Polini. En lo que respecta al frente NEA -lista naranja- quienes claman por la unión son aquellos jóvenes militantes que junto al actual concejal Dino Ortiz Melgratti, apoyan a

Aida Ayala. Una representante política con trayectoria dentro del partido y la cual, además, actualmente enfrenta acusaciones judiciales vinculadas con actos de corrupción.

Cada uno de estos sectores políticos recurren a la misma estrategia discursiva en el marco de sus narrativas, pero sus lugares de enunciación son diferentes, opuestos. Esta oposición consolida la dimensión de lo político (Mouffe, 2007: 35) y desde allí tanto los unos como los otros buscan instalar dos ideas de mundos posibles (Bruner, 2013: 122) que resulten efectivas a los fines de lograr el gran objetivo político inmediato: ganar las elecciones internas. En este sentido, el mito de la unidad se transforma en esa vía de convocatoria. En ese posible mensaje por medio del cual se busca instalar una determinada realidad positiva. Esto último reafirma lo que tanto Barthes (1980) como Kohan (2017) proponen respecto de la particularidad del mito cuando expresan que el mismo no se caracteriza por estar vinculado con “la verdad” sino que la verdad que propone “es la verdad de la creencia (...)”. Su capacidad de transformar “la historia en naturaleza” es la clave de su vigor” (Kohan, 2017: 5) porque es allí donde residiría su transcendencia y potencialidad discursivo-persuasiva.

Este razonamiento puesto de manifiesto hasta aquí será acompañado a continuación del abordaje analítico de los modos discursivos mediante los cuales se construye el mito de la unidad en dos narrativas políticas. Una vinculada con la lista impulsada por Convergencia social y la otra relacionada a la lista que representa los intereses de los candidatos de NEA.

6. La construcción del mito de la unidad en las narrativas políticas de dos sectores del radicalismo chaqueño

6.1. La narrativa política de Convergencia Social

La narrativa política del frente radical Convergencia Social permite evidenciar la presencia de ciertas marcas (Verón 1998; 2004) en función de las cuales es posible identificar determinados modos discursivos de instalación del mito de la unidad. Cabe mencionar que Convergencia Social, dentro del radicalismo chaqueño, es uno de los espacios con más trayectoria. El liderazgo y la credibilidad de este espacio adquieren forma en la figura de Ángel Rozas, líder radical, ex gobernador del Chaco, con trayectoria dentro del espacio político en disputa.

En los tiempos previos a las elecciones se evidenció, dentro del partido radical, la existencia de distintas propuestas, las cuales estaban dispuestas a disputar el poder político-partidario de forma autónoma (Somos parte, Sumar, Encuentro Cívico y Espacio Cuidado) sin embargo, Convergencia Social comenzó a instalar un tipo de discurso político en el que apostaba a la unidad como única forma de victoria pese a las diferencias internas que ya eran de público conocimiento en la zona.

En relación con este posicionamiento enunciativo, en la página oficial de *Facebook* de este espacio comenzó a circular un relato de orden persuasivo destinado a convocar, en primer lugar, a todos los simpatizantes del partido

radical a sumarse a esta propuesta con un voto de confianza. En relación con esto, el día siete de abril se publicó el spot #UCRsiempreViva [8]. En el marco de este “se cuenta” una historia en la que existe un sujeto de acción Juan Carlo Polini, el candidato seleccionado por Convergencia Social, que recorre diferentes lugares de la provincia del Chaco a los fines de alcanzar el primer objetivo, la aceptación de los simpatizantes del partido. Esto le permitiría en algún punto aumentar el caudal de votos y fortalecer “el llamado a la unidad” desde otro posicionamiento político.



Imagen 1



Imagen 2

En estos primeros momentos de la historia que se cuenta y muestra, la unidad comienza a ser configurada discursivamente mediante el uso del nosotros inclusivo. Uno que, en principio, involucra a aquellos actores políticos que representan al espacio de Convergencia social. Este colectivo de representación busca instalarse discursivamente como un agente de acción: “Decidimos asumir el compromiso de dirigir el destino del Comité Provincial”. En este contexto enunciativo el uso del verbo decidir en tercera persona plural del presente, modo indicativo habilita la posibilidad de visibilizar al nosotros que representa Polini, como aquel colectivo con capacidad de trabajo que busca, por un lado, posicionarse como una opción viable de aceptación y, por otro lado, atina a instalarse como reflejo de un nosotros que se muestra cercano a los votantes de distintas partes del Chaco espacialmente de los que viven en el interior de la provincia. Acción la cual robustecería el yo democrático que le permitiría “competir por la presidencia del partido” frente a ese ellos de características políticas distintas al cual hace referencia solo de

forma alegórica.

Sobre la configuración discursiva de esta realidad que se socializa a través de *Facebook*, el nosotros de Convergencia social busca concretizar dos movimientos persuasivos. Por una parte, atina a potenciar una idea de unidad sobre la base inicial de reconocer la importancia de las voces y necesidades de los simpatizantes radicales que habitan todo el Chaco y, por otra parte, busca consolidar un tipo de identidad política con capacidad de escucha, diálogo, y trabajo. Acciones todas que son potenciadas a partir de una hiperbolización de la capacidad de acción de este colectivo de representación que constantemente se muestra en movimiento.



Imagen 3

En algún sentido, se podría expresar que la narrativa política de Convergencia social atina a comunicar y solidificar la gestación diacrónica del mito de la unidad en el marco de una creciente división interna del partido. En este sentido, la figura de Polini se esgrime como el rostro representativo de un nosotros que busca consolidar la creencia de que la unión es posible dentro del radicalismo porque además sería la única forma de “vencer en las elecciones de 2023” [12]. En este sentido, los representantes de Convergencia social concretizan un conjunto de acciones ordenadas a los fines de “naturalizar” la unidad radical:

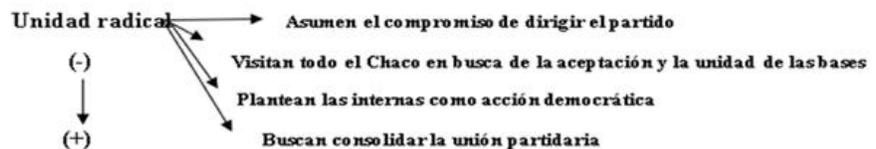
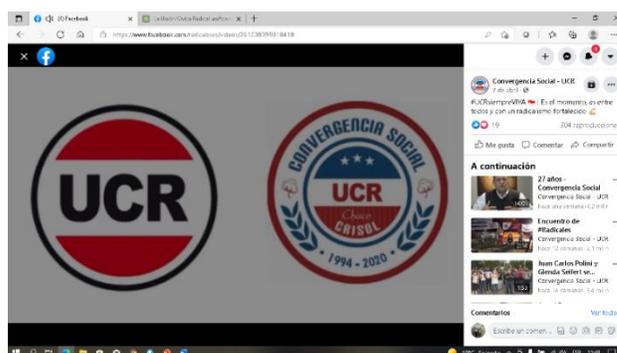
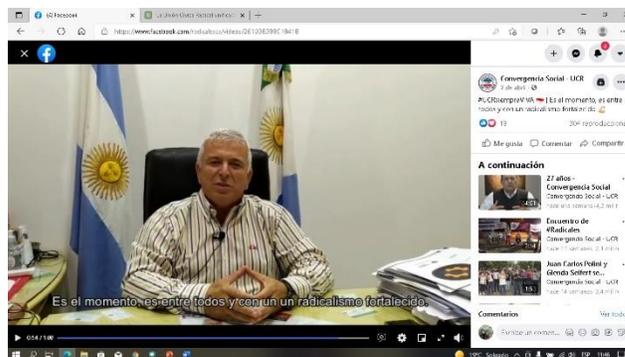


Imagen 4

Sobre la base de este posicionamiento enunciativo que se articula a partir del uso de un tipo de nosotros inclusivo comprometido con el futuro del partido radical, el relato que plantea el spot #UCRsiempreViva finaliza con la instalación de la primera persona icónica y verbal de Polini, candidato por Convergencia social, como así también con una instalación comparativa entre el escudo del radicalismo y el de Convergencia social.



Imágenes 5 y 6

En otras palabras, este final del spot atina a posicionar a Polini como el rostro visible del nosotros que busca a ejercer el poder político de partido sobre la base de la unión. Una que es planteada por parte de un frente político con historia dentro del radicalismo. En relación con esto la equiparación icónica entre el escudo de la UCR y el de Convergencia social actúa como elemento sintetizador de esta idea del llamado a la unión proclamada desde un sector de radicalismo que persigue, sobre la base de la activación de la memoria del partidario radical, potenciar su capacidad de liderazgo político en oposición a otros frentes.

En base a la instalación de esta historia de superación de la división partidaria a partir del mito de la unión, en el momento más álgido del enfrentamiento por alcanzar el poder del partido, Convergencia Social logró posicionar un tipo particular de creencia. La misma se cimenta en la potenciación y exposición constante de un tipo de encuentro que emerge desde la aceptabilidad de las bases. Acción que oficia, a su vez, como el puntapié para que se concrete el acercamiento de las otras listas a este frente.

En este sentido, el día 27 de abril, aparece publicado en página oficial de Facebook de Convergencia Social la presentación en sociedad de la lista unidad. Este posteo evidencia la unión entre Convergencia Social y varios de los frentes que se disputaban el poder del Partido Radical (Somos parte, Sumar, Encuentro Cívico). Sin embargo, esta unidad, en algún aspecto, no hace más que acentuar paradójicamente la división. Esto se puede apreciar en el

hecho de que la lista unidad aún es denominada como lista azul, magenta, morada, roja. Cada uno de estos colores funciona como índice (Peirce, 1987: 32) de la dispersión que experimenta el partido y que se busca soslayar a partir de la creencia de la unión partidaria. Un tipo de unión que busca instalar un hábito particular, hacer que los afiliados al partido radical voten por la lista unión y no por la que presenta el frente NEA. De esta forma se profundiza, además, la oposición nosotros/ ellos en función de la cual se configura toda identidad política.



Imagen 7 [ver nota 9]

El recorrido puesto de manifiesto hasta aquí permitió evidenciar que el nosotros de la lista unidad fue consolidándose paulatinamente sobre la base de la naturalización de una creencia que, de alguna forma, busca preservar un estado de cosas vinculado con la idea de la unidad partidaria en tanto estandarte histórico del partido radical chaqueño. En este sentido, a continuación, se podrá apreciar que, en algún aspecto, la instalación discursiva del mito de la unidad contribuyó con el acto persuasivo de captar la credibilidad de los afiliados de partido radical. Se sostiene esto atendiendo a que, en la contienda política, la lista unidad resultó vencedora frente a la lista naranja vinculada con el frente NEA.



Imagen 8 [ver nota 10]

El mito de la unidad, en el marco de la narrativa política de Convergencia social, está asociada a la instalación discursiva de un mundo posible (Bruner, 2013: 22) en el marco del cual solo se puede pensar la unidad partidaria desde las bases. Es decir, desde la aceptación de los militantes radicales a determinada propuesta que requiere de la presencia de actores políticos que oficien como sujetos de acción capaces de escuchar las necesidades del pueblo y actuar en consecuencia. En oposición a esta manera de configuración del mito de la unidad con fines persuasivos en tiempos de campaña electoral, a continuación, la atención estará en la forma en que el frente NEA buscó concretizar el mismo objetivo desde la implementación de otra manera de contar y popularizar la historia que también circuló por Facebook.

6.2. La narrativa política del frente NEA

El frente NEA- Nuevo Espacio Abierto- también decidió construir una narrativa en la cual aparece como elemento articulador- persuasivo el mito de la unidad, en tanto construcción discursiva que atina a consolidar una determinada creencia a los fines de movilizar a los otros a la concreción de cierta acción.

Lo interesante reside en abordar cómo lo hizo desde el punto de vista discursivo atendiendo a que el lugar de enunciación que asume este frente es distinto del de Convergencia Social. Se plantea esto en función de que la líder política de este espacio es Aida Ayala, quien nunca apareció en ningún spot publicitado en la página oficial de *Facebook* de NEA, pero sí ofreció distintas notas a diferentes medios de la zona explicando el potencial del espacio NEA dentro del radicalismo como así también denunciando que Convergencia social no les permitió sumarse a la unión proclamada. En este sentido Ayala expresa en una nota brindada al portal digital *Diario 21.tv* “los que se creen dueños del partido nos dejaron afuera” [11]. Desde este lugar de enunciación, el frente NEA comienza a convocar a los afiliados político a un tipo de unión diferente de la propuesta por Convergencia social.

En el caso particular del Frente NEA, se propone un tipo de unión que, por un lado, es proclamada por los más jóvenes del partido radical, sobre todo de la ciudad de Resistencia y, por otro lado, potenciada desde la voz del actual concejal radical de la municipalidad de Resistencia Dino Ortiz, quien en su discurso propone paradójicamente un tipo de unión por fuera de “los mentirosos del partido”.



Imagen 9 [ver nota 12]

En el marco del spot *Dejen de mentir* (ver imagen 9) a los militantes Dino Ortiz, a quien Aida Ayala eligió su porta-voz, expresa en voz off:

La falsa versión que circula en los medios de los que se creen dueños del partido y les dicen a nuestros militantes que la unión es la que plantean desde los púlpitos. La unión verdadera no excluye. Te puede gustar mi forma de hacer política o no, te puedo caer bien o no. Lo que no pueden hacer es mentir lisa y llanamente. Necesitamos un partido que proponga una unión honesta, uno en el que nos digamos las cosas cara a cara y donde esté abierto para los militantes y los ciudadanos de Resistencia. Voté lista naranja, Unión Cívica Radical.

En este fragmento del spot se puede evidenciar que el sujeto de la enunciación, Dino Ortiz, recurre al uso del significante unión para connotar diferentes significados a los fines de consolidar el acto persuasivo de lograr conseguir el mayor caudal de votos a favor de la lista Naranja. Lista que representa al frente NEA. En principio, la significante *unión* funciona como el elemento discursivo en función del cual se orquesta la oposición nosotros/ellos con el objeto de consolidar un tipo de identidad política positiva del Frente NEA. Esto se evidencia concretamente en el uso de *subjetivemas evaluativos* (Kerbrat Orecchioni, 1997: 56) tales como: honesta y verdadera. Sobre la base de este movimiento discursivo, la etiqueta semántica del oponente directo del frente NEA, al cual solo se hace referencia de forma alegórica, es configurada de manera negativa puesto que es presentada como ese ellos que miente al militante debido a que propone un tipo de unión que excluye. Además, este *ellos-* a diferencia del *nosotros* que representa NEA- al parecer- se cree superior puesto que habla desde los púlpitos.

Sobre la base de esta enunciación, la narrativa política del Frente NEA, en este caso a partir de la voz de Ortiz, busca, en algún aspecto, debilitar el mito de la unidad creado por Convergencia Social, y los demás frentes que se sumaron a la lista unión, a los fines de instalar una nueva creencia que atina a consolidar la idea de un tipo de unión, la que propone NEA, y que se caracteriza por ser amplia, de tipo dialoguista, que otorga importancia a los jóvenes y , por sobre todas las cosas, representa a los interés de la UCR.” A continuación, se comparten los dos únicos posteos publicados en la página de Facebook de NEA en tiempos previos a la concreción de las elecciones internas.



Imagen 10



Imagen 11 [ver nota 13]

En ambos posteos se acentúa un tipo de identidad política particular que es configurada desde una *axilogización evaluativa* (Kerbrat Orecchioni, 1997: 60) positiva que tiende a acentuar un tipo de posicionamiento político que construye, y sostiene, un discurso en el que el significante unidad emerge como reflejo de una realidad potenciada por la figura de los jóvenes, sobre todo de los de Resistencia y que, por otro lado, devela una forma de “hacer política”, propuesta por otros sectores del radicalismo, que instalan un tipo de unión excluyente.

7. Conclusiones

A modo de posibles conclusiones se podría expresar que la utilización del mito de la unidad, en el marco de las narrativas políticas abordadas, funcionó como la puesta en acto de un tipo de enunciación persuasiva a partir de la cual se buscó conseguir en primera instancia la aceptación y luego la legitimidad por parte de los posibles votantes.

Esta unidad proclamada permitió, además, poder evidenciar la consolidación de dos tipos de identidades políticas en pugna por el poder político del partido radical chaqueño. En este sentido el mito de unidad se consolidó como ese lenguaje particular capaz de posicionar e instalar ciertas creencias sobre la base de interpretaciones distintas de la realidad social, histórica, política y partidaria por parte de los frentes políticos en lucha. Cada frente atinó a naturalizar de una forma particular la significativa unidad a los fines de dar lugar a procesos de connotación distintos que sin embargo atinan a instalar el mismo hábito, el mismo hacer-hacer: lograr que los partidarios voten en favor de una u otra alternativa política.

Asimismo, se podría expresar que el acto de recurrir al mito de la unidad como estrategia persuasiva, en el marco de las narrativas políticas, de los candidatos radicales permitiría evidenciar también la trascendencia de la

importancia de la unidad hacia dentro del partido radical. Sin embargo, no se puede dejar que mencionar que la búsqueda constante de la instalación del mito de la unidad por parte de los frentes político, en sentido paradójico potenció, a nivel discursivo, la división existente. Esto último estaría en relación con lo planteado por Kohan quien postula: “el mito como tal no es una mentira que pueda refutarse desde alguna verdad (...) es un modo de significación y una forma” (2017: 4) en función de la cual se configura una realidad posible con fines persuasivos.

Notas

[1] A) #UCRsiempreVIVA es el momento, es entre todos, y con un radicalismo fortalecido. Publicado el día 7 de abril de 2021 en la página de Facebook oficial del partido Convergencia Social. <https://fb.watch/5QIqnSSxf5/> B) Convergencia social- UCR. Publicado el día 27 de abril de 2021 en la página de Facebook oficial del partido Convergencia Social <https://www.facebook.com/search/top?q=convergencia%20social%20-%20ucr>

[2] NEA- Lista naranja. Publicado en la página oficial de Facebook del partido NEA el día 10 de mayo. <https://www.facebook.com/nuevoespacioabierto>

[3] DEJEN DE MENTIR A LOS MILITANTES. Publicado el día 12 de mayo en la cuenta oficial de Facebook del concejal Melgatti. <https://fb.watch/5QLWemWZht/>

[4] Legendario representante político del partido radical chaqueño.

[5] La causa por lavados de activo sigue vigente en la actualidad.

[6] Cabe mencionar que Mouffe (2009) expresa en el libro “En torno de lo político” que esta noción la toma de Henry Strate quien la vuelve operativa en Wittgenstein and Derrida, Oxford, Basail Blackwell, 1985.

[7] Lista que luego pasará a denominarse “lista unión”

[8] #UCRsiempreVIVA es el momento, es entre todos, y con un radicalismo fortalecido. Publicado el día 7 de abril de 2021 en la página de Facebook oficial del partido Convergencia Social <https://fb.watch/5QIqnSSxf5/>

[9] Posteo publicado el día 27 de abril en la página oficial de Facebook de Convergencia Social. <https://fb.watch/5QIqnSSxf5/>

[10] Posteo publicado el día 15 de mayo en la página oficial de Facebook de Convergencia Social. <https://fb.watch/5QIqnSSxf5/>

[11] 19 de abril de 2021. diario21.tv - El Nuevo Espacio Abierto sobre las internas partidarias: “Los que se creen dueños del partido nos dejaron afuera”

[12] Spot político dejen de mentir a los militantes. El mismo fue publicado el día 12 de mayo en la página oficial del Facebook del actual concejal por el Radicalismo Dino Ortiz <https://fb.watch/5QLWemWZht/>

[13] Posteos publicados el día 10 de mayo de 2021 en la página oficial de Facebook del frente NEA. <https://www.facebook.com/nuevoespacioabierto>

Referencias

- BAJTÍN, M. (2018). *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- BARTHES, R. (1980). *Mitologías*. Madrid. Siglo Veintiuno.
- BRUNER, J. (2013). *La fábrica de historias. Derecho, literatura, vida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- COLOMBO, N. (2019). “Narrar a través de las imágenes: algunas reflexiones sobre semiosis, narrativa y lo político en relación con el uso de las redes sociales”. *Revista Chilena de Semiótica*, 11 (84–100).
- D’ADAMO, O. y V. García (2016). “Comunicación política. Narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión”. *Revista Interdisciplinaria de Ciencias de la comunicación y Humanidades- Cy H-*. N° 12. Universidad Francisco de Vittoria. España (24-38).
- GUREVICH, A. (2018). *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*. Buenos Aires: La Crujía.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1997). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Edicial.
- KOHAN, M. (2017). *El mito y sus reversos*. Disponible en: <http://conversaciones.com.ar/wp-content/uploads/2017/06/psicoanalisis-mito-literatura-martin-kohan.pdf> Consultado el día 23 de abril de 2021.
- MOUFFE, Ch. (2009). *En torno a lo político*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- PEIRCE, Ch. (1987). *Obra Lógica-semiótica*. Madrid: Taurus.
- VERÓN, E. (1987). “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política”. En *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette.
- ___ (1998). *La semiosis social. Fragmento de una teoría de la discursividad social*. Barcelona: Gedisa.
- VOLOSHINOV, V. (2009) “Introducción”, “Lengua, lenguaje y enunciado” y “Interacción discursiva”. En *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Godot.