



XXVII Comunicaciones Científicas y Tecnológicas

Orden Poster: CH-009 (ID: 2227)

Autor: Gayoso, Romina Gisel

Título: Las configuraciones del ethos político de candidatos chaqueños en tiempos de campaña en el hábitat Facebook. Juegos de persuasión entre el yo militante y el yo justiciero en las elecciones legislativas 2021

Director: GARCIA, Marcelino Alfredo

Co-Director: Colombo, Natalia Virginia

Palabras clave: ethos político, narrativas, discurso político, elecciones legislativas, militancia.

Área de Beca: Humanidades Y Artes

Tipo Beca: Cyt - Iniciación

Periodo: 01/03/2021 al 01/03/2024

Lugar de trabajo: Facultad De Humanidades

Proyecto: (17H013) Discurso social. Narrativas políticas en los medios de comunicación: inteligibilidades actuales

Resumen:

Esta propuesta estudia las configuraciones del ethos político de candidatos chaqueños durante la campaña legislativa 2021 en Facebook. En esta ocasión se comparten los primeros resultados de investigación en torno a la identificación de estrategias discursivo- persuasivas de tipo verbal e icónicas, en función de las cuales dos candidatos a diputados, Mariela Quirós y Leandro Zdero de dos frentes políticos chaqueños (Justicialismo- Todos Chaco. Lista 501 R. 17 de octubre y Radicalismo- Chaco Cambia. Lista 503 A-) configuraron su imagen de sí -instancia de producción (Verón, 1998;2013) como así también la reconfiguraron/ reforzaron en base a las consideraciones de los votantes. Identificadas estas en los comentarios- instancia de reconocimiento (Verón, 1998; 2013; Cingolani, 2006) de Facebook- espacio de circulación de las Narrativas políticas (Colombo, 2019; D'Adamo y García Beaudoux, 2016) en las que se configuró el ethos de los candidatos, en el marco de dos periodos. El primero comprendido entre el 23 de julio y el 30 de agosto. Tiempo previo a las elecciones Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO). El segundo comprendido entre el 20 de octubre y el 10 de noviembre. Momento antecedente a las elecciones legislativas generales del 14 de noviembre de 2021.

La hipótesis que plantea esta investigación es que las configuraciones del ethos político de los candidatos chaqueños pueden ser consideradas como producciones semióticas dinámicas y dialógicas que emergen como resultados de la relación entre los conocimientos de los candidatos respecto de los hábitos y creencias propios del territorio chaqueño, la influencia del mercado y los nuevos modos de comunicación política impulsados por las plataformas digitales.

El marco teórico de esta propuesta se relaciona con aportes de la Semiótica, el Análisis del discurso, sobre todo el Análisis del discurso político, la Retórica, la Teoría política, la Lingüística y la Sociología. La metodología central, en esta investigación de tipo mixta (Sampieri, Fernández Collao y Baptista, 2010; 588), es la Semiótica (García; 2012; Magariños de Morentin; 2008). Además, se vuelve operativo el enfoque relacionado con la Teoría de los discursos sociales propuesta por Verón, (1998) puesto que se trabaja con dos materialidades significantes: los posteos producidos por los candidatos en tiempos de elecciones y los comentarios que surgen, por parte de los usuarios de Facebook, a modo de reacción de estos. Dichos comentarios son entendidos, siguiendo a Cingolani (2006) como "juicios de gusto".

El archivo de trabajo se compuso de doce posteos realizados por ambos candidatos (seis publicados previo a las PASO y seis antes de las elecciones legislativas generales) y de un total de doscientos diez comentarios producto de los posteos analizados. Los posteos fueron seleccionados en base a la cantidad de me gustas y a la configuración de un relato polémico. Los comentarios fueron elegidos en razón de si presentaban, o no, una postura a favor, en contra o neutra respecto del posteo del candidato.

Las conclusiones alcanzadas evidenciarían que el ethos político de los candidatos a senadores chaqueños del justicialismo y radicalismo se diseñaron, y rediseñaron, en Facebook en tiempos de campaña a partir de una imagen de sí justiciera y militantes configuradas en el marco de dos de narrativas políticas distintas. Una de tipo bélica en la que predominaron imágenes en movimiento, como en el caso de Quirós, y la cual estuvo destinada a reforzar la creencia de los prodestinatarios a partir de recursos como la cita de autoridad y la metáfora y otra de carácter polémica orquestada sobre imágenes en movimiento, como la de Zdero, la cual atinó a persuadir a los paradestinatarios, concretamente a los jóvenes a partir de recursos como la comparación, la hipérbole y la aliteración. Además, en estas narrativas se consolidaron dos modelos de llegada (Verón y Sigal, 2003). Uno asociado al origen laboral y militante familiar como así también a la trayectoria dentro de justicialismo, como en el caso de Quirós, y otro, el propuesto por Zdero, relacionado a la figura del hombre del interior que logró superarse gracias a los aportes de la universidad pública y que representa a la nueva dirigencia.

Ante estas configuraciones éticas emergieron variados comentarios. Previo a las PASO se identificó en ellos cierto descreimiento de los usuarios de Facebook respecto de la honestidad y la trayectoria política de los candidatos como hacia la política. Esto habría generado que el ethos propuesto por los candidatos en tiempos previos a las elecciones legislativas en Facebook, reforzara la

exposición y consolidación de la trayectoria política de los candidatos dentro de los respectivos partidos al igual que la oposición respecto del adversario político a los fines de robustecer la polarización.