

Perros presidenciales. Una lectura semiótica del mascotismo en el discurso político

Presidential dogs. A semiotic reading of mascotism in political discourse

Pablo Daniel Sánchez Ceci
sanchezcecipablodaniel@gmail.com
Universidad Nacional de Córdoba

RAIGAL. Revista Interdisciplinaria de Ciencias Sociales
Nº 8, abril 2021 - marzo 2022 (Sección Artículos, pp. 164-175)
e-ISSN 2469-1216
Villa María: IAPCS, UNVM
<http://raigal.unvm.edu.ar>
Recibido: 09/02/2022 - Aprobado: 08/08/2022

Resumen

El objetivo de este artículo es interpretar desde categorías de la semiótica peirceana la función de los signos de la animalidad en dos escenas de la discursividad política reciente. Nuestra apuesta interpretativa sostiene que lo animal como signo político funciona en la elaboración ideológica de imaginarios que traman una densidad axiológica a partir de la exhibición de la intimidad y el espacio biográfico; llamamos a este recurso mascotismo. Esta mitología social puede tener modulaciones particulares según la estrategia discursiva de la identidad política que recurra a ella.

Para esto analizamos desde la teoría de los signos de Charles Sanders Peirce y la interpretación que hace Fernando Andacht desde la semiótica mediática, la presentación del perro Bolívar de Cristina Fernández de Kirchner y el perro Balcarce de Mauricio Macri.

Palabras clave: mascotismo; discurso político; semiótica; Peirce; espacio biográfico; animales

Abstract

The objective of this article is to interpret, from Peircean semiotic categories, the function of the signs of animality in two scenes of recent political discourse. Our interpretive commitment maintains that the animal as a political sign works in the ideological elaboration of imaginaries that weave an axiological density from the exhibition of intimacy and biographical space; we call this resource petism. This social mythology can have particular modalities according to the discursive strategy of the political identity that resorts to it.

For this we analyze from the theory of signs by Charles Sanders Peirce and the interpretation that Fernando Andacht makes from media semiotics, the presentation of the Bolívar dog by Cristina Fernández de Kirchner and the Balcarce dog by Mauricio Macri.

Keywords: mascotism, political discourse, semiotics; Peirce; biographical space, animals

Perros presidenciales. Una lectura semiótica del mascotismo en el discurso político

Introducción: Animalidad, intimidad y nación signos para la política del siglo XXI

Los signos de lo animal pueden ser usados para el proceso de elaboración de lo que Anderson llama "comunidad imaginada". Hay equipos deportivos, partidos políticos -como el partido republicano y el partido demócrata de Estados Unidos-, regiones, países, que toman a un animal como figura de representación. En todo el mundo, hay pueblos que tienen en su mito de origen nacional un lugar protagónico para los animales no-humanos, basta pensar en la Loba de Roma que alimenta a Rómulo y Remo.

En su examen de la literatura latinoamericana reciente, Gabriel Giorgi concluye que "el animal empieza a funcionar de modos cada vez más explícitos como un signo político" (2014, p.13). Sostenemos, siguiendo a este autor, que lo animal funciona como un artefacto cultural que es capaz de producir esa poderosa imagen de la comunión entre los miembros de una comunidad. Si el "edificio de las soberanías nacionales (...) parece requerir una distancia axiomática, a la vez ontológica y política, respecto de los cuerpos llamados animales, distancia que funciona como matriz sobre la que se fundan jerarquías y ordenamientos biopolíticos más generales" (2014, p.83) es porque hay densas operaciones de configuración de sentido en la que la comunidad nacional ha establecido un pacto de alianza y diferencia entre naturaleza y cultura, animales humanos y no humanos. El modo de significación de los lenguajes culturales en los que la modernidad ha imaginado políticamente las fronteras de lo que conforman la comunidad tiene un capítulo central en lo que se entiende por animal, ese punto ciego y oscuro del racionalismo que entiende que ahí se cifra el pasado de la especie humana, el hogar de la barbarie y lo ininteligible. En los imaginarios sobre lo animal hay algo que un lugar privilegiado para indagar en el corazón del funcionamiento del orden político. Siguiendo a Anderson, entendemos que "las comunidades no deben distinguirse por su falsedad o legitimidad, sino por el estilo con el que son imaginadas" (1983, p. 24). Es en la búsqueda de ese estilo, que peircianamente podemos entender como una primeridad de la terceridad, que se compone una mentalidad, una mediación cultural en la que se cifra la vida en común.

Ante esto, este trabajo parte de la pregunta ¿Cómo funciona lo animal como signo político al nivel de la invención de comunidades nacionales?; este interrogante parte de tomar algo aparentemente banal, frívolo o por lo menos no-político como lo son los signos de la animalidad para ser capturados por un discurso caracterizado por la "seriedad" de la investidura presidencial.

Nuestra hipótesis es que en una escena tan aparentemente inocente o por lo menos desprovista del peso solemne de la investidura presidencial y la enunciación política, tal así que puede catalogarse de banal o frívola, tanto Macri como Fernández de Kirchner al presentar sus respectivas mascotas pusieron en funcionamiento un complejo metabolismo semiótico capaz de producir formas de imaginar la comunidad nacional de mentalidades diferentes entre sí. El interés de este trabajo es partir de una caja de herramientas nutrida por la semiótica peirceana para explorar de manera inicial el funcionamiento político del signo animal en el estilo de imaginación política de una comunidad nacional en dos referentes políticos que pertenecen a tradiciones opuestas. De esta manera, partimos de la apuesta interpretativa de que los modos de significar un vínculo con sus mascotas permitirá ver dos modos singulares de participar de la videopolítica y la pasión de nuestra época por lo íntimo.

Las escenas mediáticas en las que Fernández de Kirchner presenta a Simón o en las que Macri presenta a Balcarce son intérpretes o efectos de sentido, propios de una cultura política intensamente mediatizada que otorga un gran valor a la intimidad pública, o en otras palabras estos discursos políticos

tienen su condición de posibilidad en los procesos de espectacularización de lo político. Este trabajo pretende identificar y caracterizar los significados nacionales de los imaginarios políticos kirchneristas y macristas a partir de comparar semióticamente dos escenas de intimidad pública en la que los signos animales tienen un rol protagónico. Específicamente, los momentos en cuestión corresponden al año 2013 cuando Fernández de Kirchner presentó a la ciudadanía argentina su perro Simón y algunos fragmentos de apariciones del perro Balcarce que acompañó a Mauricio Macri durante la campaña electoral en 2015 y en los primeros años de su presidencia. Para esto utilizamos la categoría peirceana de mentalidad que da cuenta de cómo “el tono semiótico tiñe sutilmente el colectivo de identificación nacional y, sobre todo, contribuye a la comparación y diferenciación” (Andacht y Carbajal, 2020, p.138) de una comunidad política de otra.

Estrategia teórico-metodológica: La semiótica triádica aplicada a la comunicación mediática

El objetivo de este apartado es presentar brevemente dos nociones centrales de la semiótica triádica, sinequismo y teleología, que funcionan de base del planteamiento epistemológico y ontológico de la obra de Charles Sanders Peirce. En segundo lugar, presentaremos las categorías faneroscópicas fundamentales, primeridad, segundidad y terceridad que funcionan como categorías lógicas en las que están contenidas toda experiencia humana. Después de plantear las nociones centrales de este enfoque, expondremos algunas consideraciones sobre el análisis de la comunicación mediática desde la semiótica triádica, específicamente aquellas que son útiles para explicar la preeminencia de los signos indiciales en una cultura obsesionada por lo real y por otro lado las que permiten indagar el funcionamiento de los imaginarios sociales en la configuración de las comunidades nacionales.

A nivel ontológico, la teoría de Peirce sostiene lo que Andacht llama realismo semiótico, arcoíris o sinequista (2017). Esta concepción peirceana de lo real entrelaza subjetividad y objetividad afirmando una simultaneidad entre las propiedades semióticas y físicas de una manifestación fenoménica; esto quiere decir que no hay afuera ni adentro, no hay diferencia entre lo físico y lo psíquico. La consecuencia epistemológica es que el conocimiento o el pensamiento sólo son posible por medio de una mediación sígnica y de manera falible o plausible.

En la base del modelo teórico de Peirce, podemos encontrar las tres categorías fenomenológicas ya mencionadas (CP 1.24-26). La primeridad refiere al modo de ser de aquello que es sin referencia a otra cosa, la pura cualidad, una posibilidad cualitativamente positiva. Por otra parte, la segundidad refiere a aquello que es con respecto a una segunda cosa, pero con exclusión de una tercera; este es el orden de lo fáctico, del contacto, de los índices. Y por última, la terceridad es el orden de la probabilidad, de la tendencia, el hábito y la ley. En palabras de McNabb, podemos resumir: “la primeridad es lo que podría ser (posibilidad); la segundidad es lo que es (hecho); y la terceridad es lo que sería (ley)” (2018, p.14). Estas categorías “se aplican recursivamente a sí mismas” (Andacht, 2017b, p. 156), para este trabajo es particularmente relevante “la primeridad de la terceridad” o “mentalidad” (CP.1533), que como veremos más adelante es sumamente rica para describir el funcionamiento de los imaginarios sociales y las ideologías nacionalistas (Andacht, 2017b, Andacht y Carbajal, 2020). En forma sintética lo que la recursividad de las categorías faneroscópicas y el realismo sinequista llevan consecuentemente a una considerar una lógica semiótica en que:

Lo que define los signos no es su materialidad, sino la relación lógica y suprasubjetiva de tres términos. Esa relación triádica se vuelve material y tangible cuando se manifiesta cotidianamente en nuestras vidas, pero lo que la caracteriza teóricamente es el poner en relación el afuera y el adentro, el establecer una continuidad lógica entre, por ejemplo, naturaleza y cultura, emisor y receptor (Andacht, 2013, p. 29).

Entre las principales ventajas de abordar el campo comunicacional mediático con el modelo peirceano, Andacht (2013) destaca el principio anti-dualista o sinequismo “que propone la continuidad lógica del universo” (p. 26). Este fundamento nodal de la semiótica triádica, posiciona a Peirce en las antípodas del dualismo o binarismo cartesiano. El sinequismo, como doctrina filosófica por así llamarlo, sostiene la abolición entre las diferencias entre lo subjetivo y lo objetivo, entre la percepción sensible del

universo y la inferencia lógica del conocimiento. Más que una separación entre signo y realidad hay una continuidad lógica afirmada por el sinequismo. En palabras de Andacht:

El error analítico es creer que las cosas son disyuntiva y exclusivamente signos o (sólo) cosas... no hay separación posible, sino una multitud de relaciones lógicas en constante desarrollo: nada es apenas signo, y no hay signo que lo sea de modo exclusivo, sin tener además propiedades físicas o imaginarias (Andacht, 2013, p. 28).

El sinequismo como principio general, por muy abstracto que parezca tiene una serie de consecuencias teóricas cuando pensamos en la aplicación de la teoría peirceana al universo de la comunicación mediática y el contexto de nuestra cultura. Este permite “desarmar la oposición entre el emisor y receptor” (2013, p.30) típica de ciertas teorías de la comunicación para las cuales esta diferencia es insoslayable.

A partir de una particular interpretación que articula los desarrollos teóricos de la semiótica de Peirce con la sociología de Goffman, Andacht acuña el concepto *index appeal* (2016) para dar cuenta de un fenómeno que si bien se manifiesta originalmente en géneros discursivos mediáticos y globales como son los reality shows, el “sudor semiótico” de estos signos que funcionan como una “ventana fisiológica” que revela la autenticidad íntima y cifrada en el cuerpo se ha extendido “más allá de las fronteras del entretenimiento televisual y que funciona hoy en la política y en el antes serio género periodístico informativo”. Dentro de la distinción goffmaniana entre signos que damos (a alguien) y signos emitidos, el *index appeal* parece escaparse de la voluntad del sujeto humano, nadie puede negarse al funcionamiento “teleológico y autónomo” (Ransdell, 1989) de la generación de sentido y los signos, parafraseando a Peirce: los signos crecen. El metabolismo teleológico y autónomo de los signos que explica Ransdell, da cuenta de la temporalidad de la semiosis tal cual la entiende Peirce. En cuanto proceso lógico-semiótico, triádico, sinequista; la semiosis al introducir esta noción de autonomía con respecto al control neurótico y antropocéntrico que la humanidad pretende sobre los signos produce como el psicoanálisis freudiano una herida narcisista o una lección de humildad. Utilizando palabras de Debrock, podemos decir que para aventurarse al modelo peirceano, “el único precio que tendríamos que pagar es renunciar a la suprema arrogancia humana que consiste en pensar que somos realmente especiales” (1996). Como dice Andacht esto “no implica negar la actividad humana, ni su papel creativo y libre en relación al significado y a sus cambios” (2013, p. 30). La teleología nos advierte, frente cierto construccionismo social irreflexivo que más allá de las intenciones humanas la acción signica continua tendencias de su propio metabolismo. Como recuerda Ransdell (1989) no hay creación del significado ex-nihilo, hay un límite para la interpretación y creatividad humana, ya que los signos tienen ciertas disposiciones y espontaneidades. Quizás sin esta teleología no podrían explicarse ciertos errores o malentendidos que son tan usuales en la comunicación humana.

De alguna manera, la promesa de naturalidad y espontaneidad del reality show está presente en los soportes, lenguajes y zonas del discurso social más diversos. Estos signos corporales de lo auténtico son centrales en para indagar “el funcionamiento del poder contemporáneo, porque permiten contemplar desde una perspectiva semiótica e indicial... un fenómeno que, de hecho, parece hoy ser considerado la garantía definitiva de la verdad” (2016, p. 250).

De este modo, la condición de verosimilitud de nuestra época se cifra en los signos indiciales que los cuerpos dan. En consonancia con los análisis de Andacht sobre la estética del *index appeal* en la cultura mediática contemporánea, Leonor Arfuch sostiene que hoy asistimos al auge de lo íntimo, más allá de los géneros canónicos de la intimidad como los diarios o las autobiografías. Para esta autora “los medios han ido acentuando en los últimos años la focalización en las vidas comunes, cuyas peripecias e infortunios -aun los cotidianos suscitan una inmediata identificación” (2005, p.82). El rasgo de época que indaga Arfuch es el procedimiento semiótico por el cual la persona funciona como “garantía de autenticidad; es decir, del lazo emocional que anuda la creencia” (idem).

El *index appeal* pertenece al “tipo de signos que no es producido intencionalmente por nosotros para que alguien lo interprete; ellos son simplemente emitidos por nuestro cuerpo sin que intervenga nuestra voluntad” (2016:245). Esta categoría se inscribe como el componente central de la “estridente invasión de la estética de lo real crudo” (2016: 244). El “sudor semiótico” del *index appeal* es como un

síntoma emocional, una relación entre los humores del cuerpo y una verdad innegable.

Ya que nuestro interés consiste en indagar sobre el modo particular en que los discursos políticos presentan una banalidad íntima como el vínculo que los políticos tienen con sus mascotas, elegimos el *index appeal* porque nos abre el camino a entender un fenómeno contemporáneo como la pasión por lo real mediatizado de nuestra época.

Por otro lado, más allá del registro de lo indicial y lo corporal en el discurso político, es de nuestro interés utilizar las categorías semióticas para describir como dos personalidades de la vida pública argentina, aun cuando hablan las cuestiones más baladíes, sus imaginarios políticos sobre con qué nación se identifican y que ideología sostienen son totalmente diferentes. La evidente diferencia entre las tradiciones políticas del populismo kirchnerista y el macrismo neoliberal, se expresa en una especie de clivaje político que da cuenta de una cosmovisión especular invertida. Si bien dentro de los estudios semióticos orientados al discurso político hay una infinidad de antecedentes sobre las diferencias entre la enunciación macrista y la kirchnerista, creemos hay algunas escenas como las que nos interesan que pueden ilustrar el carácter semiótico del fenómeno político en tanto dispositivo que produce formas de identificar lo común.

Siguiendo el trabajo de Andacht (2017), utilizamos el concepto de “mentalidad” para describir la dimensión cualitativa de toda ley o regularidad, como es la imaginación colectiva y la ideología. Nuestra tarea es identificar cual es la tonalidad o el sabor particular. En tanto mediación semiótica la mentalidad “puede ser entendida como aquellos rasgos cualitativos que se desarrollan y extienden en una determinada sociedad conformando un tono o estilo compartible” (Andacht y Carbajal, 2020: 137). Para que “la invención de la comunidad nacional ocurra debe cultivarse un estilo, elegir signos materiales con los que imaginar los límites y la identidad colectiva de quienes dentro de ellos habitan” (2017: 8), en esta estrategia semiótica la mentalidad es ese estilo o funcionamiento icónico del imaginario social.

Los perros se parecen a sus dueños

En el año 2013 en Argentina se realizaron elecciones legislativas de medio término a nivel nacional. El partido del oficialismo, el Frente para la Victoria, liderado por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner perdió esas elecciones. Y a fines de ese mismo año la presidenta tuvo que someterse a una operación en la cabeza después de que le diagnosticaran una colección subdural crónica. Su primera aparición pública después de la operación fue en un video filmado por su hija, la directora Florencia Kirchner, en la que dio un discurso de agradecimiento al apoyo recibido desde la Residencia de Olivos con el cual retomó sus actividades oficiales. En ese video hay una descripción detallada de los regalos y comunicaciones que recibió mientras estuvo fuera de sus funciones, sin embargo nuestro interés se centra en los minutos finales de ese discurso:

"(...) Pero yo quiero presentarles un perro muy especial. Un minutito que ya salgo de foco y vuelvo. Permiso. Me olvidaba del perro. Miren lo que es esto. Espero que no me haga pis encima porque lo mato. Este perro es el perro que Hugo Chávez me había prometido que me iba a regalar. Es el perro nacional de Venezuela. (Simón muerde el pelo de CFK). No, con el pelo no porque rompemos relaciones con Venezuela. Eh... desde 1964, fue declarado perro nacional de Venezuela, ¿Por qué?, es una raza especial creada en Venezuela y acompañó (Simón muerde el pelo de nuevo, y CFK ríe mientras trata de seguir hablando) al libertador Simón Bolívar, en todas sus batallas. ¿Se acuerdan de esa película Gladiador, cuando el perro va corriendo al lado de Maximus? Eh, bueno Nevado, que era igual a este (Señala a Simón), no era este, Peleaba al lado de Bolívar. Y una vez lo pusieron preso al perro con el indio que lo cuidaba y después bueno, se liberaron y Bolívar lo siguió llevando, ¿Y saben dónde murió? En la batalla de Carabobo, él peleaba junto a Bolívar y atacaba a los españoles con sus caballos y de un lanzazo lo atravesaron, en la histórica batalla de Carabobo que fue la que emancipó definitivamente el continente. Yo estuve, cuando estuve en Ecuador, cerca del campo de batalla. Y yo como le puse (señalando a Simón), Simón, y me lo voy a llevar a Calafate, porque Simón es un perro de alturas y de zona fría. Y bueno es uno de los tantos regalitos que recibí, y quería mostrarlo, me lo trajo el hermano de Hugo cuando vino hace pocos días a la Argentina. (Mientras CFK acaricia a Simón, este trata de morderle la mano). ¡No, Simón! Que van a acusar a los chavistas

de malos. ¡No Simón! Eh bueno, nada. Simón es un divino, está todo el mundo enamorado de Simón. No se lo voy a regalar a nadie. Y bueno también me regalaron perritos, otra canichita. Pero bueno, Simón es un regalo muy especial porque era algo que me había prometido Hugo y me trajo su hermano. Así que Simón, salude a la cámara y a todos los argentinos y latinoamericanos y al mundo. Vamos todavía. Gracias. Y ahora sí. Ahora nos vamos a trabajar, Simón a dormir y yo a trabajar” (Casa Rosada - República Argentina, 2013).

Dada la presencia de su hija, la intimidad de la residencia presidencial oficial, los comentarios sobre los saludos y muestras de apoyo a su salud personal; esta es una escena típicamente atípica del discurso político, en el cual la presidenta se permite un registro de enunciación de tonos y temas que no son los usuales o los propios de la palabra pública soberbia y soberana. Este vídeo está repleto de signos sumamente elocuentes para describir la “mentalidad” que es el imaginario político del kirchnerismo.

En primer lugar, es notable el funcionamiento indicial de este discurso audiovisual que circuló en redes sociales, pero que también distintos medios retomaron en sus agendas. De alguna manera, el mayor poder del índice de este video es que es una huella de que la presidenta está ahí, ha regresado a sus funciones oficiales, ha superado el postoperatorio y su salud es la de antes. Como una fotografía, este video se destaca por dar cuenta de la presencia fáctica de la presidencia, su “condición innegable de su haber-estado-ahí” (Andacht y Carbajal, 2020: 147). Pero la significación indicial de este video no se agota en la constatación fáctica de un hecho. Quizás lo más interesante de este fragmento en el que presenta a Simón son los *index appeal*, esos momentos de contacto con su mascota, ahí cuando la reta y le habilita la ironía y el juego, es de alguna manera una plataforma para conocer la reacción inmediata al instinto de un animal. En esa reacción a los mordiscos del perro, el cuerpo de CFK moviliza cierto sudor semiótico que colabora con el contexto y las condiciones de producción de este video para reforzar el carácter de intensa intimidad del mensaje político.

En segundo lugar a destacar, es interesante que Simón no es el único perro que le regalaron a la presidenta en esa ocasión. Es en virtud de que el regalo fue una promesa de otro mandatario y de que la raza de Simón está asociada por medio de la convención y el hábito a una historicidad latinoamericana relevante para la vida política de la región es que CFK lo llama como muy especial. Así este es el único perro que se detiene a presentar y detallar los pormenores del regalo. Entendemos que Simón, como signo, a nivel de la terceridad y del orden de lo simbólico, está asociado a fuerza del hábito interpretativo de la cultura venezolana a elementos significativos que le permiten a CFK la elaboración de un relato densamente político sobre el carácter diferencial de este perro y de lo que entiende por una comunidad y cultura nacional legítima. Ya en el nombre del perro, se cifra la historia de cierta axiología nacional que une los valores de las luchas independentistas en la Latinoamérica del siglo XIX con ese regalo del presente entre dos países de la región con ciertos intereses y líderes con ideologías políticas afines. De alguna manera, Simón no es solo un gesto de cortesía y diplomacia, representa la afinidad entre Venezuela y Argentina. Es todo un símbolo geopolítico.

A partir del relato de CFK, se podría pensar que Simón entra en relación icónica con Nevado, y es en función de este parecido físico que comparten por pertenecer a la misma familia de especies de perros, que la narrativa del discurso permite presentar una relación isomórfica entre el pasado y el presente, entre Simón y Nevado, entre el movimiento independentista latinoamericano del siglo XIX y ella en el presente. De hecho hacia el final, ella comenta haber pisado el mismo suelo, como que por medio del perro y del viaje, logra asociar su propia persona con la de Bolívar; pero es también un modo de decir cómo se imagina la comunidad nacional signada por un uso del pasado que celebra las victorias del pasado. De alguna manera, si seguimos la idea popular de que los perros se parecen a sus dueños, al nombrar a Simón con el nombre del libertador, asociamos su propio nombre con el de este. No por nada el llamado socialismo del siglo XXI de Chávez, y los gobiernos alineados en el llamado giro a la izquierda del populismo latinoamericano reciente del que participó la Argentina de esos años, tenía en la figura de Bolívar un mito central de unidad latinoamericana.

Ese mito regional de emancipación es actualizado en este discurso. Quizás lo más curioso es lo singular del tono que utiliza CFK. Si bien podemos decir que parece haber una cierta tonalidad pedagógica que domina en su discurso, este no se priva de hacer ironías y chistes con el perro. Si bien hay una marcada referencia a las figuras centrales de la historia mítica de la región, también están presentes

elementos de la cultura masiva y globalizada del mainstream hollywoodense. De alguna manera, el tono kirchnerista significa la unión de estos dos elementos, la pasión por la mitología militante con sus memorias y por otro lado el sentido del humor, la inteligencia irónica y la cultura pop. La “mentalidad” kirchnerista es nacional y popular.

Otro perro notable de la política argentina es Balcarce, la mascota que el ex-presidente Mauricio Macri adoptó en medio de la campaña presidencial de 2015 y que una vez que ganó las elecciones se transformó en una “cábala” de su partido el PRO y la alianza Cambiemos. Así como Simón supo tener su cuenta de twitter no oficial, Balcarce tuvo sendas cuentas no-oficiales de twitter, Instagram; hasta el comediante Alejandro Borensztein escribió un libro de ficción en el que este perro era el verdadero poder detrás del poder, nos referimos a la novela "Balcarce. El perro que derrotó al kirchnerismo".

En el año 2016, ya en funciones desde su cuenta oficial de Facebook el entonces presidente Macri posteo una foto de su perro parado sobre el histórico sillón de Rivadavia: “Balcarce es el perrito que adoptamos de cachorrito en junio del año pasado y que me acompañó en varios momentos de la campaña presidencial. Desde entonces, se convirtió en 'El perrito del PRO', pero también, en un símbolo del respeto que tenemos por los animales. Los otros días, Balca estuvo en La Rosada y se sentó en el famoso sillón presidencial. Es el primer perro de la historia argentina que llega a ese lugar. Estamos muy orgullosos de él” (Macri, 2016). El “tono” de este discurso, es claramente más breve y frívolo que el largo relato histórico de CFK cuando presentó al perro Simón. De alguna manera ese respeto por los animales que declara tener Macri, deja en segundo plano el respeto que tiene por los símbolos de la investidura presidencial como el sillón.

Por otro lado, es interesante cierta estrategia que pretende establecer una relación de paralelismo entre el perro y su dueño. Un primer indicio de esto, es que el perro ocupa física y simbólicamente, el lugar que debería ocupar su dueño, el presidente. Pero también es notable como una de las frases que más usó Macri durante su gobierno para referirse a sí mismo fue “soy el primer presidente de la historia argentina no peronista que va a terminar su mandato”, esta frase conoció durante los cuatro años del gobierno varias versiones desde distintos enunciadores oficialistas y opositores. Finalmente cuando perdió las elecciones del 2019, esta frase volvió en la voz de analistas políticos como “Macri es el primer presidente argentino que se presenta a la reelección y no la logra”. Si hubo una intención de asociar a Macri con Balcarce esta fue bochornosamente fracasada cuando a los años de su gobierno los movimientos opositores los llamaron “Macri gato”. Incluso más recientemente los sectores aliados al macrismo reivindicaron tardíamente el signo gato.

A nivel simbólico, en términos peirceanos, no escapa al hábito interpretativo de una gran cantidad de argentinos, que Balcarce, es el nombre de la calle en la que se encuentra la Casa Rosada. Esta última residencia también como el sillón son signos icónicos que representan o se asemejan a la investidura presidencial.

En medio de la campaña electoral del año 2015, el entonces candidato a la presidencia publicó en su cuenta oficial un tuit de una foto de él con su perro en una réplica miniaturizada de la residencia oficial de la presidencia, acompañada del texto: “A Balcarce le regalaron una cucha muy especial” (Macri, 2015). Esta segunda imagen como la primera, repiten esta instancia de poner al perro Balcarce sobre o dentro de signos políticos como lo son el sillón presidencial y la Casa Rosada. En tanto asociación por contigüidad o relación sintagmática entre el perro y los signos presidenciales. Si bien no hay ninguna semejanza significativa entre estos, el valor indicial de estas imágenes es muy fuerte. De alguna manera el texto que acompaña a ambas publicaciones es reiterativo o tautológico, “el perro está aquí”, siendo aquí el lugar del presidente. Lo que podemos suponer que como en el caso de CFK, Balcarce sería un equivalente a Macri en tanto ambos ocupan un lugar presidencial.

En esta similitud entre ambos políticos, lo notable de la diferencia son las cualidades de sus imaginarios, esos modos en los que la mentalidad política inventa nociones comunes para el público al que están destinados estos mensajes.

Las cualidades de la mentalidad macrista están asociadas a un tono frívolo, irónico. Mientras que la mentalidad kirchnerista, por más banal que sea el género de conversación, no deja de hacer referencia

a temas políticos “serios” como la historia latinoamericana.

Por otra parte, lo simbólico del nombre apunta a imaginarios políticos diversos: La historicidad de la política latinoamericana en el caso de Simón, la banalización y espectacularización pos-política de la cultura neoliberal en el caso de Balcarce; y si consideramos el caso más reciente del presidente Alberto Fernández, los valores del progresismo en sus raíces hippie y sesentistas en el caso de su perro Dylan. Este último sabemos que de manera ex-profeso lleva su nombre por el cantante.

En la cuenta oficial de Instagram del actual perro presidencial puede encontrarse su biografía en primera persona: “Mi mejor amigo es @alferdezok. Él me llamó así en honor a Bob Dylan. Soy un collie nacional y popular” (2022). A casi dos años de gestión, el presidente Alberto Fernández es una intriga semio-política. ¿Es un populista como sus antecesores kirchneristas, es un liberal de perfil más socialdemócrata que su antecesor, es un progresista que reproduce los valores y la cultura de la clase media porteña (o pampeana como mucho, discutiblemente argentina)? Quizás algo de esta pregunta se cifra en el imaginario político que movilizan los signos político-animales en las escenas de intimidad pública del perro Dylan.

Consideraciones finales

El interrogante que motivó este trabajo se centró en la relación entre el discurso político argentino mediatizado, los animales y los modos de imaginar la nación. A partir de articular la propuesta semiótica de Peirce con críticos de la cultura como Anderson y Giorgi, se planteó que los imaginarios macristas y kirchneristas asumen tonos, mentalidades, estilos imaginativos diversos. En el caso de CFK y su perro Simón se destacó la presencia del index appeal.

Mientras que Balcarce y Macri parecen destituir el pasado común, en un mensaje que parece más destinado a un colectivo de proteccionistas de animales que ha a la ciudadanía en general, en el relato de CFK hay una intensidad histórica de construir un enlace temporal con el pasado mítico de la gesta de la independencia con los hechos del presente.

Elegimos este corpus o caso de discursos para aproximarnos al problema de la insistente presencia de lo íntimo en la vida pública. En lenguajes culturales propios de las redes sociales como los memes u otras iconografías, los animales son un cuerpo muy habitual que hace su presencia para desencadenar risas u otras pasiones. No solo los perros presidenciales tienen Instagram o Twitter, mucha gente hace cuentas personales a sus mascotas. Algo de la intimidad y la frivolidad doméstica, como las relaciones interespecies entre humanos y sus animales de compañías parece un fetiche de nuestra época. Dadas estas condiciones, no parece raro que la política recurra de esta manera a estos tópicos para sus estrategias comunicativas.

La teleología y el sinequismo de los signos es una variable que escapa al control humano, las constantes burlas que pueden desencadenar los interpretantes de estas imágenes (que de hecho ocurrieron), el fracaso de Macri de ser entendido como un perro para ser leído como un gato; incluso cuando este presidente dejó el poder y no había rastros de Balcarce hubo chistes y especulaciones sobre su posible desaparición por el fracaso electoral. Sin embargo, estas imágenes son elocuentes del rol que tienen los animales en nuestra cultura y el modo en que habitamos y damos sentido al mundo.

El mascotismo como ideología en el discurso político no responde solamente a los designios del espíritu de época y sus modas culturales. No es el lugar para hacer un relevamiento histórico extenso, pero es sabido que los animales ocupan el repertorio simbólico de la retórica política desde hace ya mucho tiempo. A veces la metáfora animal como heterónimo cumplió la función de desplazar el nombre propio de dirigentes, por nombrar algunos: Roca, el zorro, Macri, el gato, Fernández de Kirchner, la yegua. En otras oportunidades la figura zoológica, especialmente en la dimensión polémica del discurso, ocupa el rol peyorativo. Estas dos funciones del signo animal en la palabra pública se soportan en cierta jerarquía moral que presupone virtudes y vicios repartidos entre las distintas especies del reino animal como en las fábulas de La Fontaine. Si algunos animales connotan algunas propiedades morales -demasiado humanas-

es porque el discurso está organizado de forma contingente, precaria y simbólica. Siguiendo a Barthes, podríamos pensar que los animales en las escenas contemporáneas de la política argentina, son un mito.

Para Barthes un mito es un habla, un discurso, un lenguaje, un mensaje. No es un objeto, una idea, un concepto, una sustancia, una naturaleza. El mito se define por su forma como un sistema de comunicación o un modo de significación dotado de un valor histórico. Cualquier objeto puede ser mítico; es una cuestión de forma, no de sustancia. En otras palabras, se trata de oralizar o investir de un uso social dando un fundamento histórico a la materia del mito. No hay ningún tipo de fijeza o estabilidad; el mito es contingente históricamente. No hay un mito eterno. El mito no oculta nada; más bien deforma: por un lado designa y notifica y por otro lado hace comprender e impone. “La función del mito es eliminar lo real; es, estrictamente, un derrame incesante, una hemorragia o, si se prefiere, una evaporación, en síntesis, una ausencia sensible” (2016: 238). Podría argumentarse que el proyecto entero de la crítica ideológica de las Mitologías de Barthes depende del rol del valor. “El mito es un valor: basta con modificar sus circunstancias, el sistema general (y precario) en el que se asienta, para regular más o menos su alcance” (2016: 241). Barthes encuentra en esta herramienta una forma de crítica la moral burguesa, sus valores pretendidamente universales, sus jerarquías sociales tal y como se expresan en la materia significativa de los mitos. Así la categoría “valor”, tomada de la lingüística estructuralista, permite mostrar en detalle que aquello que la cultura de masa burguesa atesora como un don de la naturaleza es resultado de una operación histórica y política.

Lo animal ingresa al discurso político pagando el precio de la ideología, de ingresar en una jerarquía moral, así como algunas especies reciben un valor. La animalidad en la enunciación política se evidencia en la organización axiológica de las estrategias discursivas postuladas en discurso público. Si bien, Macri y Fernández de Kirchner representan dos escenas heterogéneas entre sí donde se postulan valores notablemente diferentes, que podríamos sintetizar en una oposición entre la acción individual y la acción colectiva. Ambos discursos se sostienen en el "espacio biográfico" (Arfuch, 2018). En ambas presentaciones de los perros lo doméstico funciona como escenario en el caso de Fernández de Kirchner y como un objeto central en el caso de Macri. Ambos dirigentes agrietan el ethos institucional del político moderno para exhibir con el signo de lo animal una axiología que atraviesa todo el proyecto político que representan.

La ideología del mascotismo como mitología de la cultura mediática contemporánea mediante los signos políticos de la animalidad funciona de soporte para la comunicación de mentalidades diversas en un momento en el que el espacio público es sensible al realismo, la intimidad y el valor de la biografía en las figuras institucionales.

Bibliografía

- Andacht, F., Carbajal, M. (2020). Signos discretos em tempos de estridência nacional: o orgulho indiscreto do imaginário social uruguaio. *Triade: Comunicação, Cultura E Mídia*, 8(19), 131–158. <https://doi.org/10.22484/2318-5694.2020v8n19p131-158>
- Andacht, F. (2017). Una travesía metafórica hacia el realismo semiótico de C. S. Peirce. En: Neyla Pardo (ed.), *Semióticas, Materialidades, Discursividades y Culturas* (pp.74-89). Bogotá, Colombia: Instituto Caro y Cuervo-Univ. Nacional de Colombia.
- Andacht, F. (2017b). Tiranos Temblad: Signos paródicos para una comunidad imaginada latinoamericana en la era de YouTube. *De Signis, No. 26*, 153-162.
- Andacht, F. (2016). Sobre el inesperado desembarco indicial del reality show en el siglo 21. *Espacio Abierto*, 25 (4): 239 – 252.
- Andacht, F. (2013). ¿Qué puede aportar la semiótica triádica al estudio de la comunicación mediática? *Galaxia*, 25, 24-37.
- Anderson, B. (1983). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de cultura económica.
- Arfuch, L. (2005). Afectos y lazo social: las plazas de Blumberg. *Estudios, Nro. 17*, pp. 82-88.
- Arfuch, L. (2018). *La vida narrada. Memoria, subjetividad y política*. Villa María, Argentina: Eduvim.
- Barthes, R. (2016). *Mitologías*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno.
- Debrock, G. (1996). La información y el regalo de Peirce al mundo, *Anuario Filosófico XXIX/3*, 1331-1345
Recuperado de: <http://www.unav.es/gep/AF/Debrock.html>
- Dylan. [dylanferdezok]. (01/02/2022). Mi mejor amigo es @alferdezok. Él me llamó así en honor a Bob Dylan. Soy un collie nacional y popular. [Perfil de Instagram]. Instagram <https://www.instagram.com/dylanferdezok/?hl=es>
- Casa Rosada - República Argentina. (18 de noviembre de 2013). 18 de nov. Mensaje de la Presidenta Cristina Fernández al retomar sus actividades. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bmbNAFDcH2s>
- Giorgi, G. (2014). *Formas comunes. Animalidad, cultura, biopolítica*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Eterna Cadencia Editora.
- Mauricio Macri. [Mauricio Macri]. (17 de enero de 2016). Balca En El Sillón Presidencial. Balcarce es el perrito que adoptamos de cachorrito en junio del año pasado y que me [Post en Facebook acompañado por un retrato de un perro parado en el sillón de Rivadavia]. Facebook. <https://www.facebook.com/mauriciomacri/posts/10153928887218478>
- Mauricio Macri. [@mauriciomacri]. (5 de agosto de 2015). A Balcarce le regalaron una cucha muy especial. [Mauricio Macri con Balcarce en una réplica de la casa rosada como "cucha" de perro]. Twitter <https://twitter.com/mauriciomacri/status/628992831609245696>
- McNabb, D. (2018). *Hombre, signo y cosmos: La filosofía de Charles S. Peirce*. México: Fondo de cultura Económica.
- Peirce, C. S. (1931-58). *Collected Papers of C. S. Peirce*, Vol. I-VIII de Hartshorne, C., Weiss, P. & Burks, A. (eds.). Cambridge, Mass: Harvard UP.
- Ransdell, J. (1989). *Teleology and the Autonomy of the Semiosis Process*. Recuperado de: <http://www.cspeirce.com/menu/library/aboutcsp/ransdell/autonomy.htm>.

—

Sobre el autor

Pablo Daniel Sánchez Ceci

sanchezcecipablodaniel@gmail.com

Licenciado en Comunicación Social. Actualmente es doctorando en semiótica por el Centro de Estudios Avanzados. Es becario doctoral CONICET con lugar de trabajo en el Instituto de Estudios en Comunicación, Expresión y Tecnologías. Participa en equipos de investigación financiados por Secyt-UNC y grupos de lecturas en CIPECO-FCC. Sus áreas de investigación incluyen la filosofía política contemporánea y la sociosemiótica con particular interés en la relación entre emociones y discurso político. Integra el equipo de investigación "Discursividades políticas y mediáticas contemporáneas: dominancias y resistencias" radicado en la Facultad de Ciencias de la comunicación y el Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación.