

El colectivo «Actrices Argentinas»: feminismo, identidad política y mediatización

The «Actrices Argentinas» collective: feminism, political identity and mediatization

Moreno Barreneche, Sebastián



Sebastián Moreno Barreneche
morenobarreneche@gmail.com
Facultad de Administración y Ciencias Sociales,
Universidad ORT, Uruguay

De Signos y Sentidos
Universidad Nacional del Litoral, Argentina
ISSN-e: 1668-866X
Periodicidad: Anual
núm. 23, e0017, 2022
designosysentidos@fhuc.unl.edu.ar

Recepción: 11 Abril 2022
Aprobación: 01 Junio 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/604/6043517001/>

DOI: <https://doi.org/10.14409/ss.2022.22.e0017>

Resumen: Desde una perspectiva semiótica, el artículo estudia las intersecciones entre feminismo, identidad política y mediatización a partir del caso del colectivo *Actrices Argentinas*, una agrupación feminista integrada por actrices y figuras mediáticas que fue creada en abril de 2018 en el contexto de la votación legislativa que tuvo lugar en Argentina sobre la despenalización de la interrupción voluntaria del embarazo. Con un foco en la construcción discursiva de identidades colectivas en el campo político, el artículo estudia cómo el colectivo *Actrices Argentinas* tomó forma y se posicionó en la esfera pública argentina mediante el empleo de un conjunto de estrategias discursivas que oscilan entre la articulación de discursos preexistentes y la construcción de una identidad en términos diferenciales.

Palabras clave: feminismo , política , identidad colectiva , mediatización , semiótica , Actrices Argentinas.

Abstract: *The article uses a semiotic perspective to study the intersections between feminism, political identity and mediatization based on the case of the collective Actrices Argentinas, a feminist group composed of Argentinean actresses and public figures linked to the media environment created in April 2018 in the context of the legislative vote that took place in Argentina on the decriminalization of the voluntary interruption of pregnancy. With a focus on the discursive construction of collective identities in the political field, the article studies how the collective Actrices Argentinas took shape and positioned itself in the Argentine public sphere through the use of a set of discursive strategies that oscillate between the articulation of pre-existing discourses and the construction of an identity in differential terms. Feminism – politics – collective identity – mediatization – semiotics – Actrices Argentinas*

Keywords: *feminism , politics , collective identity, mediatization , semiotics, Actrices Argentinas.*

INTRODUCCIÓN

En sus estudios sobre el discurso político, Eliseo Verón (1987; 1989) supo identificar una de las características que definen a este campo discursivo: la esfera política se organiza a partir de *colectivos* que subyacen a la enunciación por parte de los actores que participan en ella. Según Verón (1987: 17), los actores políticos – candidatos, partidos, sindicatos, etc. – suelen enunciar en la esfera pública en referencia a tres colectivos: el *prodestinatario* (aquellos sujetos que forman parte de un ‘Nosotros inclusivo’ que incluye a quien enuncia y al destinatario), el *contradestinatario* (el Otro excluido, que no forma parte del Nosotros) y el *paradestinatario* (el colectivo de indecisos a quienes se debe persuadir para adherir al Nosotros inclusivo).

A partir de la década de 1980, pero sobre todo a partir del cambio de siglo, la semiótica, la teoría política y los estudios discursivos, entre otras ciencias sociales y humanas, se han interesado por los modos en que las identidades colectivas se configuran en el campo político en términos discursivos (Fabbri 2019, Scavino 2020; Dagatti, 2012; Laclau, 2005; Laclau y Mouffe, 2001, Howarth, Norval y Stavrakakis, 2000). La premisa de estas investigaciones suele ser que dichas construcciones semióticas desempeñan un rol clave no solo en la movilización política del electorado, sino también en la articulación del campo político como un campo *discursivo* con un funcionamiento particular y, sobre todo, inteligible por ser uno con sentido.

A comienzos del año 2018, en un contexto político fuertemente polarizado a raíz de la discusión parlamentaria de la Ley de Despenalización del Aborto en Argentina, un colectivo con características particulares comenzó a ganar visibilidad mediática en dicho país: se trata de la agrupación autodenominada *Actrices Argentinas*, un grupo de actrices y figuras mediáticas del país austral que se declara feminista y que comenzó a intervenir con insistencia en el debate público a favor de la despenalización del aborto (Clarín s/f; Clarín 2018; Timerman 2019). Por su naturaleza y por sus características, este colectivo es un caso de estudio interesante para una perspectiva semiótica interesada en describir y comprender cómo es que las identidades colectivas se configuran y vuelven significantes en el campo discursivo de lo político. Este artículo se propone estudiar desde una perspectiva semiótico-discursiva la constitución del colectivo *Actrices Argentinas* como una identidad diferencial con pretensiones de agencia política.

El estudio del caso propuesto dará cuenta no solo de la construcción de identidades colectivas en la esfera pública a partir de una creación original de recursos semióticos de distinta naturaleza (nombre, símbolos, tweets, declaraciones, etc.) y del recurso a discursos preexistentes en la cultura (colores, objetos, ideologías políticas), sino que además permitirá visualizar en la práctica el fenómeno de la (hiper)mediatización de la política, que durante las últimas décadas ha sido de interés para investigadores de círculos académicos argentinos (Verón 1994; 1998; Fernández 2014; Escudero Chauvel 2019; Cingolani 2014) y europeos (Hjarvard 2016; Lundby 2009; Hepp 2020; Strömbäck 2008; Schulz 2004). Por lo tanto, el artículo pretende contribuir con un estudio de caso a la investigación sobre el funcionamiento de las identidades colectivas en el terreno político hipermediatizado.

El texto se organiza en tres secciones. La primera presenta un marco teórico sobre la construcción de identidades colectivas en el campo político desde una perspectiva semiótico-discursiva. La segunda se focaliza en describir las intersecciones entre feminismo, identidades políticas y la mediatización de la cosa pública. Finalmente, la tercera sección del artículo estudia la construcción discursiva del colectivo *Actrices Argentinas* e identifica algunas estrategias semióticas empleadas para dicha construcción.

IDENTIDADES COLECTIVAS EN EL CAMPO POLÍTICO: UN ENFOQUE SEMIÓTICO

En este artículo, el caso de *Actrices Argentinas* es relevante en cuanto que identidad colectiva que es construida discursivamente en la esfera pública argentina. En términos semióticos, las identidades son articulaciones coherentes de sentido que sirven para ordenar el espacio social y con las que los individuos pueden identificarse en términos cognitivos y emocionales: en cuanto que artificios discursivos, las identidades

ofrecen a los individuos contenidos culturales que les permitan darle sentido a su individualidad a partir de un posicionamiento en términos de *pertenencia* a unidades mayores de sentido que están culturalmente codificadas (Montoro y Moreno Barreneche 2021). A diferencia de las identidades individuales, que suelen estar ancladas al cuerpo y a la subjetividad de una persona particular, las identidades colectivas son constructos que engloban y abarcan a varios individuos. Dado que la unicidad e identidad de sus miembros no es algo que esté dado previo al juego social, deben ser construidas discursivamente (Arfuch 2005; Escudero Chauvel 2005). Según propone Leonor Arfuch (2005: 14),

La concepción contemporánea de las identidades, a la luz del psicoanálisis, la lingüística y las teorías del discurso, se aleja de todo esencialismo –en tanto conjunto de atributos “dados”, preexistentes– para pensar más bien su cualidad relacional, contingente, su posicionalidad en una trama social de determinaciones e indeterminaciones, su desajuste –en exceso o en falta– respecto de cualquier intento totalizador.

Mientras que algunas identidades colectivas se apoyan en la existencia de ciertos rasgos con una materialidad evidente –por ejemplo, rasgos fisiológicos como el color de piel, la edad, la etnia, el sexo o el tamaño del cuerpo (Appiah 2018)– que funcionan como rasgos diferenciales, otras se apoyan en rasgos de naturaleza intangible que son concebidos como aquellos que definen el núcleo semiótico de la identidad colectiva en cuestión. Junto con las identidades religiosas y nacionales, las identidades políticas son un claro ejemplo del segundo tipo: lo que define y delimita una determinada identidad colectiva en el campo político depende de la adhesión a ciertos valores e ideas (Moreno Barreneche 2020). Valores e ideas son entidades abstractas, de naturaleza discursiva e intangible, que se ubican en el núcleo semiótico de la identidad en cuestión y de cuya adhesión depende la identificación con una identidad política colectiva: las identidades colectivas liberal, conservadora, socialista, fascista, medioambientalista y feminista, entre tantas otras, se definen por un apego a ciertos valores e ideas.

Las identidades colectivas funcionan en el campo político como constructos semióticos que sirven el propósito de simplificar la realidad y agrupar e identificar individuos. Frente a un debate de naturaleza binaria –según una lógica de estar a favor o en contra de algo– como el de la despenalización del aborto, la esfera pública rápidamente se dividirá en dos bandos: quienes están a favor y quienes están en contra. Así, estar a favor o estar en contra de la despenalización será el contenido –el valor, la idea– constitutivo de la identidad colectiva en cuestión. Siguiendo ciertos mecanismos de naturaleza semiótica –segmentación, generalización, actorialización, axiologización y figurativización, como se argumenta a continuación–, estas identidades tomarán forma en el discurso político público y serán identificables empíricamente a través de la interpretación de recursos semióticos de naturaleza figurativa, como nombres, eslóganes, el color, imágenes, banderas, objetos, símbolos, rituales, tradiciones, logotipos y música, entre otros.

Verón (1987; 1989) sostiene que el campo político es el campo social en el que se gestionan las identidades a largo plazo. Para Chantal Mouffe (2007), el campo político se articula siguiendo una dinámica de ‘Nosotros contra Ellos’ que, según la autora, en la política contemporánea suele tomar la forma de una lucha *moral* en términos de ‘Bien contra Mal’. Así, un enfrentamiento en el campo político rápidamente puede devenir un *antagonismo* en el que el Otro es considerado no como un rival legítimo, sino como un enemigo. Giovanna Cosenza (2018) considera que esta forma que tiene la política de funcionar responde a ciertas dinámicas que caracterizan a la política contemporánea, que es una política altamente mediatizada: estas son el binarismo, la personalización y la simplificación de la realidad social, entre otras.

Las identidades colectivas en el campo político se construyen discursivamente a través de una serie de procedimientos de naturaleza semiótica. El primero de ellos es la *segmentación*, un mecanismo consistente en recortar el espacio social en grupos diferentes según la adhesión a ciertas ideas y ciertos valores. En el caso del debate por la despenalización del aborto, el campo social se divide en dos grupos: quienes están a favor y quienes están en contra. Si se imagina la totalidad del espacio social como un círculo, se establecerá una distinción entre dos subgrupos de dicho círculo.

El segundo mecanismo consiste en la *generalización* –también concebible como un proceso de *homogeneización*–, un procedimiento que implica asumir una equivalencia entre quienes adhieren a determinados valores políticos. Así, por obra de la simplificación, identificada por Cosenza (2018), en la esfera pública –los medios, los políticos, los analistas, la gente– se tenderá a hablar de una y otra identidad en términos *genéricos*, a través de enunciados como “Los pro-aborto son así” y “Los que están en contra son así”. Este fenómeno responde a la necesidad de simplificar la realidad social para que sea manipulable en términos discursivos y cognitivos. Por lo tanto, tiende a presentar la realidad de manera simplificada, como organizada en grupos homogéneos y sin diversidad interna.

El tercer procedimiento es la *actorialización*, consistente en construir dichas identidades en actores sociales que forman parte de una trama narrativa. Este mecanismo implica emplear una estructura narrativa que relacione entre sí a las identidades construidas en el proceso de segmentación. En el caso de la despenalización del aborto, la relación entre ambas identidades es de una naturaleza *antagónica* (Mouffe 2007): en términos semióticos, ambos Sujetos compiten por la obtención de un Objeto de Valor que es disputado con la otra identidad colectiva, que ocupa el rol de Anti-sujeto. La ley de despenalización del aborto será aprobada o no y, dependiendo de este hecho, una u otra identidad colectiva logrará cumplir su programa narrativo de manera satisfactoria. Así, el debate por la despenalización del aborto toma la forma de un Nosotros contra Ellos que, por lo general, suele ser representado como uno incapaz de lograr consensos: o se está a favor o se está en contra.

El proceso de actorialización da pie al de *axiologización*, en el que se atribuye determinado valor a los actores que forman parte de la narrativa. Así como en una obra de ficción se utilizan determinados recursos semióticos (apariencia, prácticas, colores, etc.) para marcar axiológicamente al héroe y al villano, para quienes estén a favor de la despenalización del aborto dicha identidad será la buena (en términos morales), mientras que quienes están en contra representarán el mal (también en términos morales). Discursivamente, se utilizarán distintos recursos con connotaciones positivas para exaltar la identidad colectiva a la que adhiere, mientras que se utilizarán otros para construir en el discurso al Otro.

Finalmente, toda identidad colectiva es objeto de un mecanismo de *figurativización*, consistente en darle una materialidad que sea empíricamente perceptible a la segmentación, la actorialización y la axiologización que ocurrieron en un plano abstracto e ideacional. En términos semióticos, la forma que toma el plano del contenido (la identidad segmentada) debe ser identificable en el plano de la expresión a través de unos conglomerados significantes que la vehiculicen. Así, a través del uso de nombres, logotipos, colores, íconos, banderas, música y otros recursos semióticos, las identidades colectivas tendrán una existencia perceptible a través de los sentidos, que permitirá su reconocimiento en la esfera pública como tales.

En el campo político existen identidades colectivas de diversa naturaleza. Estas oscilan entre las identidades políticas en términos *macro* –como Izquierda y Derecha, Conservadurismo y Progresismo, entre otras–, hasta los partidos políticos, que son el caso más paradigmático de cómo una adhesión a ciertas ideas da lugar a grupos que se autodenominan y autorrepresentan como una unidad (Moreno Barreneche 2021). Lo que distingue a estas identidades colectivas es su grado de organización interna: mientras que algunas se reducen a un apego a ciertos valores e ideas, otras desarrollan estructuras para el funcionamiento de la identidad en cuanto que espacio colectivo de producción y negociación de sentido.

El colectivo feminista *Actrices Argentinas*, surgido en Argentina en 2018, no es ni una identidad macro ni un partido político, sino una identidad colectiva con pretensiones de agentividad política que surge como una unidad de sentido diferencial en el contexto de la lucha feminista en Argentina. En América Latina, la noción de *colectivo* ha cobrado fuerza para referir a grupos más o menos organizados que velan por un ideal político. En particular, los colectivos *feministas* se han convertido en actores políticos con cierta relevancia en la esfera pública de países como Argentina, Chile y Uruguay.

Por su naturaleza identitaria, los mecanismos a través de los que la identidad del colectivo *Actrices Argentinas* fue construida se posiciona a medio camino en la adhesión a una idea política macro (el feminismo,

la despenalización del aborto) y el proceso de creación de un partido político (selección de nombre, diseño de logo, creación de un discurso público, estrategias de visualización, mecanismos de funcionamiento interno, etc.). A través del establecimiento de una cadena de equivalencias entre individuos –en este caso, actrices que son de nacionalidad argentina– que adhieren a determinados valores, se da pie a la construcción de una identidad colectiva en la esfera pública que es nombrada y dotada de sentido a partir de una articulación discursiva que se apoya en el uso de un repertorio de recursos semióticos y que se propone intervenir en el debate como un enunciador político.

FEMINISMO DE CUARTA GENERACIÓN, IDENTIDAD POLÍTICA Y MEDIATIZACIÓN

Sería difícil negar el rol protagónico que el feminismo –en sus distintas manifestaciones– tiene en la política contemporánea y, en particular, en la latinoamericana. Movimientos como ‘Ni una menos’, ‘Vivas nos queremos’ y ‘Me Too’, así como la proliferación de colectivos declarados ‘feministas’ militando activamente por la despenalización del aborto y otras demandas marcadas por la variable del género, dan cuenta de este rol crucial como motor y agente del cambio sociocultural y político. A partir de las nuevas manifestaciones del feminismo en nuestra sociedad contemporánea, se ha comenzado a hablar de una ‘cuarta ola’ feminista (Pavard 2018) o de un feminismo ‘de cuarta generación’ (Pahud y Paveau 2018; Munro 2013; Cochrane 2013), que extiende los reclamos de las primeras tres olas o generaciones, pero lo hace a través del uso de los recursos que la política mediática y mediatizada de nuestros días pone a disposición. La ola feminista del siglo XXI en América Latina (Varela 2019), de la que el colectivo *Actrices Argentinas* forma parte, sería una manifestación más de esta cuarta ola o generación.

Al estudiar el caso de las *Actrices Argentinas*, el feminismo es un componente central para comprender su naturaleza en cuanto que identidad política. Esto es así porque el colectivo se autodefine ante todo como feminista. Es decir, *Actrices Argentinas* no es una agrupación que propone un programa concreto de propuestas a implementarse en el campo político (no es un partido político), sino que surge como un brote más en un tallo que tiene su propia historia y sus propias características definitorias, sin olvidar que, como todo movimiento político, también consiste en la postulación de ciertas equivalencias entre individuos y grupos sociales que parecerían compartir unas demandas específicas (Laclau y Mouffe 2001; Laclau 2005).

Normalmente, las identidades colectivas con pretensión de agencia política se constituyen a partir del establecimiento de equivalencias apoyadas en rasgos específicos que permiten la identificación entre individuos, como puede ser una cierta ideología (en el caso de los partidos políticos) o una posición socioeconómica (como en el caso de los sindicatos). El feminismo representa un caso interesante en este sentido, ya que si bien el movimiento se funda en una característica biológica (sexo) que luego será culturalizada (género), se trata de un movimiento que integra individuos principalmente a partir de una adhesión a las ideas de corte feminista y no solo a partir de un rasgo fisiológico (Moreno Barreneche 2022). Si bien algunos feminismos radicales rechazan la participación del varón en su actividad, por lo general los feminismos integran distintas perspectivas, incluyendo al Otro que define a la identidad política.

En cuanto a los rasgos definitorios del colectivo, *Actrices Argentinas* se funda no solamente en una adhesión a ciertas ideas políticas (feminismo, apoyo a la despenalización del aborto, etc.), sino también en una pertenencia laboral: sus integrantes son *actrices*. Por lo tanto, el colectivo constituye un caso de estudio de interés para quienes han estudiado la relación entre la política y el mundo del espectáculo (Vargas Llosa 2012; Justo von Lurzer 2017). Aquí, el concepto de *mediatización* resulta crucial para comprender los flujos de sentido que se tienden entre ambos campos.

El fenómeno social de la mediatización ha sido de interés tanto en Europa como en América Latina (Scolari, Fernández y Rodríguez Amat 2021). Para Stig Hjarvard (2013; 2016), la mediatización consiste en una suerte de colonización por parte de la lógica de los medios de otros ámbitos de lo social que, idealmente, deberían funcionar según una lógica propia. Según Hjarvard (2016: 237), la teoría de la mediatización

estudia cómo los medios de comunicación “contribuyen a estructurar la manera en que las personas, tanto en la sociedad en su conjunto como en los contextos cotidianos, se comunican, actúan y entablan relaciones sociales”. A este propósito, Hjarvard (2016: 237) agrega que la mediatización de la política implica una serie de “cambios estructurales que se producen a largo plazo en la relación entre la política y los medios de comunicación, a través de los cuales se reconfiguran las relaciones entre las instituciones implicadas y se crean nuevas condiciones para la comunicación y la interacción”. En las últimas dos décadas, las redes sociales digitales se popularizaron y comenzaron a formar parte de la vida cotidiana de los individuos a lo largo y ancho del mundo. Así, la mediatización entró en una nueva fase de *hipermediatización*, en la que los discursos circulan entre los medios masivos y las redes sociales digitales, lo que genera un nuevo ecosistema de la información y la comunicación (Carlón 2020; Fernández 2021; Slimovich 2019).

En este sentido, según propone Carolina Justo von Lurzer (2020: 72), entre los años 2017 y 2018 ocurre en Argentina “una inflexión en el modo de mediatización del debate y las características de la organización colectiva”. Entre otras características, la nueva mediatización da lugar a un *activismo celebrity*, es decir, a un tipo de activismo llevado a cabo por individuos posicionados por fuera del campo político, como ser personajes mediáticos, actores/actrices y otras figuras del mundo del espectáculo. El caso argentino es paradigmático en este sentido.

Este breve recorrido teórico-conceptual es pertinente para demostrar cómo el colectivo *Actrices Argentinas* irrumpe en la escena política argentina no de la nada y en un vacío de sentido, sino como articulación de por lo menos tres fenómenos culturales preexistentes en las redes de sentido y significación (Geertz, 2003; Eco, 1976) que caracterizan a la esfera pública argentina: el feminismo, la mediatización de la cosa pública y la centralidad que el mundo del espectáculo tiene en dicho país. Así, los temas culturales (unidades de sentido) que definen al colectivo *Actrices Argentinas* en su nombre son dos: un sustantivo femenino plural que remite a una profesión y un adjetivo que concuerda con dicho sustantivo y denota una pertenencia nacional. Ambas pertenencias –a una identidad profesional y a una identidad nacional, respectivamente– responden a variables socioculturales y no estrictamente reflejan una identidad político-ideológica específica. El colectivo bien podría haberse autodenominado *Actrices Feministas*, ya que el contexto en el que operan es Argentina, por lo que se sobreentiende que son actrices de dicho país. Ahora bien: ¿qué connotaciones tiene el hecho de ser una actriz argentina? Responder a esta pregunta no es tarea sencilla, ya que implica sumergirse en la red de significaciones que constituye la cultura de dicho país.

En Argentina, la palabra *farándula* se utiliza para referir a un sector de la sociedad vinculada con el mundo del espectáculo y el “ser famoso”. Argentina se caracteriza por tener una escena actoral fuerte, no solamente en teatro (en ciudades como Buenos Aires, Mar del Plata, Villa Carlos Paz), sino también en televisión, a través de tiras, comedias y novelas de gran extensión transmitidas en los canales de televisión abierta (Telefé, América, El Trece, etc.). Además, la industria televisiva argentina de los últimos 30 años se ha caracterizado por una centralidad a contenidos “de chimentos”, esto es, de comentario sobre la vida y obra de quienes aparecen en los medios, incluyendo actores y actrices, en un formato televisivo que trasciende lo meramente artístico y se apoya fuertemente en el chisme sobre la vida privada de las celebridades. Así, la barrera entre lo público y lo privado claramente se desdibuja. Personajes mediáticos como Ricardo Fort y Zulma Lobato son ejemplos paradigmáticos del rol que “la fama” y el “estar en los medios” desempeñan en la cultura argentina como programas narrativos (en términos semióticos, es decir, como objetivo a alcanzar) de interés para algunos individuos que ven en dicho posicionamiento un valor.

La gran mayoría de las actrices que forman parte de *Actrices Argentinas* provienen de este mundo mediático. Dolores Fonzi, Carla Peterson, Julieta Ortega, Verónica Llinás, Griselda Siciliani, Nancy Dupláa, Mirtha Busnelli y Muriel Santa Ana, entre tantas otras, son conocidas en la esfera pública argentina –y en la de países vecinos como Uruguay, a donde llegan los contenidos televisivos argentinos– gracias a su participación en productos orientados al consumo masivo, por lo general tanto en televisión como en teatro. Así, resulta interesante visualizar cómo la dinámica de circulación de sentido que caracteriza a la esfera pública argentina

de cierto modo habilita en términos semiótico-discursivos la irrupción de un grupo de actrices, provenientes de un ámbito ajeno a la política y en principio bastante distanciado de él, en el campo político con pretensiones de dar forma a la gestión de la vida en común de la sociedad en la que viven.

EL COLECTIVO ACTRICES ARGENTINAS: ESTUDIO SEMIÓTICO

A partir del marco teórico y de los conceptos presentados en las secciones anteriores, se procede ahora al estudio de la constitución discursiva del colectivo *Actrices Argentinas* como un sujeto de naturaleza grupal que pretende intervenir en la esfera pública argentina para alcanzar unos objetivos políticos. El método de trabajo consistirá en analizar conglomerados significantes (imágenes, textos, *tweets*, logos, etc.) que serán abordados como *textos* –en sentido amplio– y que servirán para dilucidar las estrategias semiótico-discursivas empleadas en la construcción de la identidad del colectivo. Lo que interesa en lo que sigue es detectar las *estrategias discursivas* –en sentido amplio, es decir, no solamente limitadas al uso del lenguaje, sino tomando en cuenta también el uso de otros recursos semióticos– utilizadas para construir esta identidad colectiva que busca intervenir en el campo político argentino.

La sección se organiza en tres subsecciones. La primera estudia el posicionamiento del colectivo en el entramado de sentido preexistente en la esfera pública argentina antes de su surgimiento. La segunda se concentra en estudiar las estrategias de individuación y diferenciación respecto a otros colectivos con pretensiones de agentividad política. Finalmente, la tercera y última sección analiza algunas ‘desvariaciones’ respecto al foco original del colectivo que dan cuenta de la maleabilidad que una identidad colectiva puede tener en el campo político contemporáneo.

1. Posicionamiento en el entramado de sentido contextual preexistente

Actrices Argentinas no es un colectivo que haya surgido de la nada y porque sí, sino que es el resultado de una serie de identificaciones entre mujeres concretas que, a partir de una coincidencia respecto a sus visiones normativas sobre un tema caliente del debate público nacional, decidieron dar forma a esta identidad grupal. ¿Qué procedimientos se utilizaron para lograr ese efecto de sentido? Un primer conjunto de estrategias se relaciona con utilizar contenidos culturales ya existentes en la esfera pública argentina.

En primer lugar, hubo una recurrencia al *color verde*. Se trata de una estrategia vinculada con la dimensión cromática en la que, ante un universo discursivo –el de la despenalización del aborto– en el que existen dos bandos bien delimitados –pro-despenalización, representado por el verde y pro-vida, representado por el celeste–, los colores verde y celeste pierden sus significados habituales y son resignificados para connotar dichas posturas. Como se evidencia a continuación, toda la comunicación del colectivo está marcada por una presencia constante y sobresaliente del color verde como uno de los factores diferenciales constitutivos de su identidad.

Vinculado con esta identificación del color verde y funcionando de manera isotópica con su connotación, el colectivo realizó un segundo movimiento estratégico que recuerda a fenómenos de constitución de colectivos de la historia reciente argentina, como las madres de la Plaza de Mayo (Lorusso 2015): el uso de *un pañuelo de color* para la autoidentificación. La Figura 1 muestra un posteo de Facebook realizado en mayo de 2018, cuando el colectivo atravesaba la fase de presentarse en sociedad. Más allá del texto incluido –que se comenta a continuación–, lo que sobresale de este posteo es la inclusión de una imagen del pañuelo verde. Esta combinación de un objeto y un color dan pie al establecimiento de un *símbolo*, que será utilizado como objeto para la identificación con el colectivo. Este símbolo no es creado –en términos semióticos, es decir, como la asociación de un elemento en el plano de la expresión con uno o más elementos del plano del contenido– por

el colectivo, sino que es tomado del repertorio cultural que surgió en torno al debate por la despenalización del aborto en Argentina.



FIGURA 1.

El pañuelo verde como símbolo identificador. Fuente: Facebook.

<https://www.facebook.com/actricesarg/posts/224934011454310>

En el texto que acompaña la imagen del pañuelo verde, resulta interesante estudiar la estrategia de enunciación empleada por el colectivo según el planteo de Verón (1987) mencionado en la introducción de este artículo. Mientras que el texto bien podría haber omitido el sujeto [“Nosotras”], no solo no lo omite sino que lo duplica: “Nosotras, actrices argentinas”. Así, las *Actrices Argentinas* no solo afirman su naturaleza como identidad colectiva a partir de un símbolo (el pañuelo) que da pistas sobre su posicionamiento en el entramado político, sino que además recurre al uso de un ‘Nosotros inclusivo’ (Verón 1987; Scavino 2020) para afirmar la existencia de dicha identidad. A diferencia de lo que ocurre con la figura del paradesinatario de Verón, que propone una unidad entre quien enuncia y el destinatario, el ‘Nosotros inclusivo’ utilizado como anclaje de la imagen incluida en la Figura 1 sirve el propósito de construir la esfera de la enunciación, que es colectiva y unitaria. El destinatario no parecería estar englobado en este ‘Nosotras’. Así, a la vez que engloba, la denominación doble ‘Nosotras, actrices argentinas’ también delimita.

En tercer lugar, en un contexto de alta mediatización de los debates políticos, el colectivo recurrió permanentemente a *hashtags* activos en la esfera pública local como forma de dar cuenta de sus raíces políticas y demarcar su posicionamiento en el campo discursivo de lo político en Argentina. Así, *hashtags* como #NoEsNo, #MiraComoNosPonemos, #AbortoLegalYa, #NiUnaMenos, #VivasNosQueremos, #TocanAUnaTocanATodas, #CongresoVerde, #SeráLey y #NiñasNoMadres, entre otros, fueron utilizados

como forma de capitalizar un conjunto de significados que ya circulaban en la sociedad y que permitieron facilitar su posicionamiento en cuanto que nueva identidad colectiva con pretensiones de tener agentividad política (Figura 2). Esta estrategia discursiva sirve para dar pistas sobre el sentido de la identidad colectiva, que no viene a inventar nada, sino que se posiciona claramente en el campo político a partir de una articulación de signos –colores, objetos, *hashtags*, símbolos, discursos, etc.– preexistentes. Esta estrategia discursiva refleja claramente la dinámica de la sociedad hipermediatizada, en la que los discursos sociales cotidianos y mediáticos están fuertemente imbricados con lo que ocurre en las redes sociales digitales como Facebook, Twitter e Instagram.



FIGURA 2.
Uso de hashtags en redes sociales.
Fuente: Twitter.

En cuarto lugar, el colectivo se posicionó en la esfera pública argentina como un colectivo definido por el componente feminista, por lo que las referencias a este movimiento político fueron parte de su estrategia de comunicación, como se puede apreciar a modo de ejemplo en las figuras 3 y 4, en las que se refiere al patriarcado y a Simone De Beauvoir. Asimismo, la Figura 3 evidencia una vez más el uso de la primera persona del plural (“nosotras”) como estrategia de enunciación.



FIGURA 3.
Tweet con referencia al patriarcado.
Fuente: Twitter.

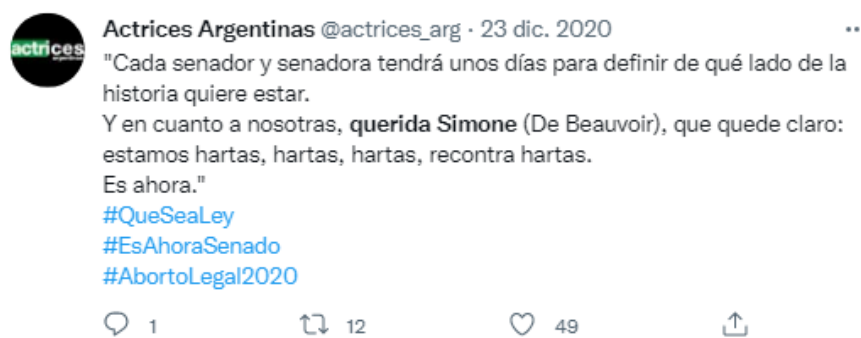


FIGURA 4
Tweet con referencia a Simone de Beauvoir.
Fuente: Twitter.

Finalmente, el colectivo jugó su lucha en diversos espacios públicos. Mientras que algunos de ellos son convencionales y hasta evidentes, como por ejemplo las calles (Figura 5) y los alrededores del Congreso argentino mientras se debatía y votaba el proyecto de ley, otros fueron originales, como por ejemplo el *escenario teatral*. De hecho, en 2018 existió una polémica porque, al finalizar algunas de sus funciones en teatro, algunas actrices parte del colectivo mostraron sus pañuelos verdes en señal de apoyo a la ley de despenalización del aborto, politizando así un campo discursivo que no tiene por qué ser politizado (Figura 6). De esta manera, el espacio público-político y el público-artístico se fusionan en uno como estrategia semiótica de construcción de un espacio de enunciación para el colectivo de actrices argentinas, ahora con pretensiones de agentividad política.



FIGURA 5.
Fuente: Twitter.



FIGURA 6.
Tweet que alude a la polémica por levantada de pañuelos al final de funciones teatrales en la provincia argentina de Santa Fe.
Fuente: Twitter.

Como se puede apreciar, la agrupación *Actrices Argentinas* irrumpe en la esfera pública argentina con una estrategia discursiva que la entronca de manera evidente en la semiósfera política de dicho país, concretamente a partir de una identificación con discursos y recursos semióticos preexistentes que sirven para

guiar las interpretaciones posibles del sentido de dicha identidad. La identidad del colectivo comienza a ser construida a partir de una articulación de dichos recursos preexistentes.

2. La construcción de la individualidad del colectivo

Más allá del entroncamiento en determinados discursos preexistentes, el colectivo tuvo que forjar su identidad propia, es decir, construir de manera positiva una articulación del plano de la expresión que remita a aquello que lo diferencia del movimiento general pro-despenalización del aborto, así como de otros colectivos feministas. Para eso, se implementó una serie de estrategias semiótico-discursivas orientadas a dotar a la identidad colectiva de ciertos rasgos distintivos que permitieran diferenciarlo de otras identidades colectivas.

La primera fue la elección de un nombre para la agrupación. La opción “Actrices Argentinas” es bastante evidente y puramente descriptiva, ya que no implica mucho más que aquello a lo que refiere: un grupo de actrices de nacionalidad argentina o profesionalmente activas en el país. La flexión del nombre en género femenino y número plural da cuenta inmediatamente de la esencia de dicho grupo como una identidad colectiva constituida por mujeres. Como se señaló más arriba, el uso de la primera persona plural es una estrategia discursiva recurrente en la enunciación de la agrupación, como también se puede apreciar en el tweet de la Figura 6, donde figuran el pronombre posesivo “nuestra” y el pronombre “nos”.



FIGURA 7.
Tweet que utiliza la primera persona del plural.

Fuente: Twitter

Ahora bien, a diferencia de lo que ocurre con otros colectivos, que deben construir su identidad a partir de recursos discursivos que, en muchos casos, invisibilizan a los miembros individuales del grupo y los difuminan en la multitud grupal, este colectivo contó con una ventaja al momento de su constitución: las mujeres que lo integran son personas conocidas masivamente en la esfera pública del país. Las actrices Cecilia Roth, Nancy Dupláa, Griselda Siciliani, Carla Peterson, Dolores Fonzi, Jazmín Stuart, Laura Azcurra, Verónica Linás, Cecilia Dopazo, Julieta Cardinalli, Julieta Díaz y tantas de las otras que conforman el colectivo son personajes altamente conocidos en Argentina debido a su profesión como actrices.

Es en este punto en que la mediatización de la cosa política puede ser claramente identificada: para dar cuerpo, visibilidad e identificación al colectivo, se cuenta con un capital previo que es extremadamente valioso para la construcción de sentido y que facilita el posicionamiento del colectivo en la esfera pública. No llama la atención, por lo tanto, que en reiteradas ocasiones se hayan utilizado imágenes en las que aparecen todas estas famosas actrices reunidas, con sus pañuelos verdes y con el nombre “Actrices Argentinas” presente (Figuras 8, 9 y 10), como si se tratara del elenco de una tira televisiva.



FIGURA 8.
Las actrices reunidas, I.
Fuente: Facebook



FIGURA 9.
Las actrices reunidas, II
Fuente: Facebook.



FIGURA 10.
Las actrices reunidas, III
Fuente: Twitter.

Para dar individualidad al colectivo, se recurrió también a la creación de contenidos visuales que han sido utilizados, por ejemplo, como imagen de perfil en las distintas cuentas en redes sociales que la agrupación utiliza. Como se puede ver en las Figuras 11, 12 y 13, a través de una serie de ilustraciones se refuerza la idea de un grupo formado por mujeres, a las que se identifica con el color verde y, en particular, del pañuelo, que tiene un rol central en las tres imágenes.



FIGURA 11.
Ilustración representando a las Actrices, I.
Fuente: Facebook.



FIGURA 12.
Ilustración representando a las Actrices, II.
Fuente: Twitter.



FIGURA 13.
Ilustración representando a las Actrices, III.
Fuente: Facebook.

Finalmente, otra estrategia que puede ubicarse entre el posicionamiento a partir del sentido preexistente y la individuación tuvo que ver con el uso del lenguaje inclusivo. En la descripción que el colectivo hace de sí mismo en su perfil de Twitter, se lee la siguiente frase: “Colectiva de Actrices Argentinas por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito.” Esta opción gramatical desafía la norma lingüística y se posiciona en línea con el uso que el feminismo argentino hace del lenguaje inclusivo, reemplazando colectivos genéricos masculinos por alternativas como “senadorXs”, como en la “Carta a senadorXs” que circuló en Facebook.^[1]

3. Desvariaciones y expansión del campo de acción

Con el paso del tiempo, el colectivo *Actrices Argentinas* fue involucrándose más en el campo político argentino y comenzó a defender temas ya no estrictamente relacionados ni con el feminismo ni con la despenalización del aborto. La Figura 14 presenta un *tweet* sobre ambientalismo, concretamente a través de una referencia a la energía sostenible y una crítica al comercio de petróleo. Por su parte, la Figura 15 avoca por un respeto al medio ambiente. Si bien se trata de un contenido “verde”, no lo es en el mismo sentido que la despenalización del aborto.

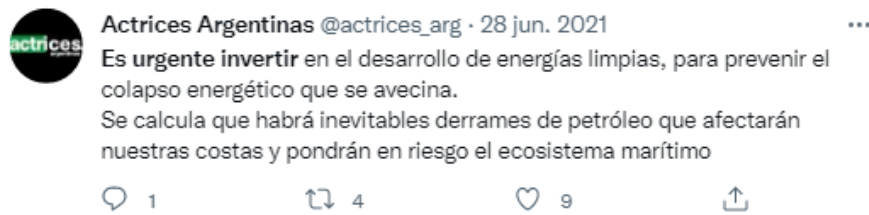


FIGURA 14.
Tweet sobre energías limpias
Fuente: Twitter.



FIGURA 15.
Tweet sobre Día de la Tierra.
Fuente: Twitter.

Además, el colectivo se involucró en la temática –altamente polémica– de la memoria colectiva vinculada a los desaparecidos durante la dictadura militar argentina de las décadas de 1970 y 1980. Concretamente, se posicionó del lado de la lucha por verdad y justicia respecto a los desaparecidos (Figura 16).



FIGURA 16.
Tweet sobre los desaparecidos.
Fuente: Twitter.

A partir de contenidos como estos –que trascienden el propósito original por detrás de la creación del colectivo– y debido a la puesta en funcionamiento de una cadena de equivalencias entre distintos reclamos sociales (ambientalismo, verdad y justicia sobre el pasado reciente, etc.) presentes en la esfera pública argentina, el colectivo fue delineando una identidad política propia que, en la esfera pública argentina, no solo suele asociarse con la Izquierda y el peronismo en cuanto que articulación de demandas populares y nacionales (Grimson 2019), sino particularmente con el tipo de izquierda puesto en marcha por el kirchnerismo (Dagatti 2012; Cingolani y Fernández 2019). En un episodio que refleja de manera clara la dinámica dominante en el mundo de la farándula en Argentina, la vedette Cinthia Fernández acusó públicamente en un programa de televisión al colectivo de “ser K”, es decir, de tener una ideología a favor del kirchnerismo.^[2]

La ampliación del enfoque discursivo no es algo que ocurre simplemente en los hechos, sino que es algo sabido y tratado por el colectivo, quien enuncia sobre dicha ampliación, como se puede apreciar en la Figura 17, que constituye una declaración pública realizada por el colectivo en la que se manifiesta el interés por continuar interviniendo en la esfera pública argentina, ahora a través de otros temas relevantes, ya que el aborto fue despenalizado. De esta manera, una vez cumplido el objetivo original para el cual la identidad colectiva fue creada, desde la enunciación se construye una nueva posición de sujeto con pretensiones de agentividad política.



FIGURA 17.
 Tweets sobre la ampliación del campo de lucha.
 Fuente: Twitter.

CONCLUSIÓN

El objetivo de este artículo fue contribuir al estudio semiótico-discursivo del funcionamiento de la construcción de identidades colectivas en el campo político a través del análisis de un caso concreto. Como se demostró en estas páginas, el colectivo *Actrices Argentinas* surge en la esfera pública argentina a partir de una doble estrategia discursiva: por un lado, una articulación (en términos semióticos, un acto de *bricolaje*) de discursos y recursos semióticos preexistentes que permiten interpretar la identidad del colectivo como afiliada a determinados ítems de la agenda política argentina; por el otro, una estrategia de construcción de su identidad colectiva de manera diferencial, no solamente a partir de su nombre –que posiciona al colectivo en términos profesionales y nacionales–, sino además de la creación de imágenes (fotografías e ilustraciones), el uso de la primera persona del plural a la hora de enunciar, la enunciación en redes sociales digitales y otros recursos semióticos que producen sentido en la esfera pública.

En síntesis, dada su naturaleza en cuanto que identidad colectiva activa en el campo político argentino, así como de la inclusión de nuevos temas en su lucha discursiva una vez que el objetivo de la despenalización del aborto fue logrado, el caso permite visualizar algunos mecanismos semiótico-discursivos sobre el funcionamiento de los discursos sociales (Verón 1988) en el campo político, un tema que ha sido de interés

para la semiótica latinoamericana desde los trabajos pioneros de su gran referente: Eliseo Verón. Pero además, el caso aquí estudiado permite también ilustrar algunos principios postulados por algunas teorías contemporáneas surgidas en el campo de la teoría política focalizadas en la producción y circulación de discursos, como la teoría de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe (2001). Es en este sentido que el artículo se propone como una contribución al estudio de la discursividad en el campo político.

REFERENCIAS

- Appiah, Kwame A. (2018). *The Lies that Bind*. Londres: Profile Books.
- Arfuch, Leonor (Ed.) (2005). *Identidades, sujetos, subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo.
- Carlón, Mario (2020). "Tras los pasos de Verón... Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea". *Galaxia*, 43: 5-25.
- Cingolani, Gastón (2014): "¿Qué se transforma cuando hay mediatización?". En Roviglio, M. C. y Rovetto, F. L. (Comp.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario, Argentina: UNR Editora.
- Cingolani, Gastón y Fernández, Mariano (2019). *Cristina, un espectáculo político*. Buenos Aires: Prometeo.
- Clarín (s/f). "Colectivo actrices argentinas". Recuperado de <https://www.clarin.com/tema/colectivo-actrices-argentinas.html>
- Clarín (2018). "Un grupo de actrices llama a que salgan dos millones de personas para apoyar el aborto legal". 30 de julio de 2018. Recuperado de https://www.clarin.com/sociedad/grupo-actrices-llama-salgan-millones-personas-apoyar-aborto-legal_0_By8AkzaVX.html
- Cochrane, Kira (2013). "The fourth wave of feminism: meet the rebel women". *The Guardian*, 10/12/2013. Recuperado de <https://www.theguardian.com/world/2013/dec/10/fourth-wave-feminism-rebel-women>
- Cosenza, Giovana (2018). *Semiótica e comunicação política*. Bari/Roma: Laterza.
- Dagatti, Mariano (2012). "Aportes para el estudio del discurso político en las sociedades contemporáneas. El caso del kirchnerismo." *De signos y sentidos*, 13: 52-82.
- Eco, Umberto (1976). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- Escudero Chauvel, Lucrecia (2005). "Identidad e identidades." *Estudios*, 17: 51-57.
- Escudero Chauvel, Lucrecia (2019). "El pueblo de la Web. Consecuencias de la mediatización y transformación de la esfera política". *DeSignis*, 31: 209-240.
- Fabbri, Paolo (2019). "Identidades colectivas." *DeSignis*, 31: 285-289.
- Fernández, José Luis (2021). *Vidas mediáticas*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fernández, Mariano (2014). "Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica". *La Trama de la Comunicación*, 18: 189-209.
- Geertz, Clifford (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Grimson, Alejandro (2019). *¿Qué es el peronismo?* Buenos Aires: Siglo XXI.
- Hepp, Andreas (2020). *Deep Mediatization*. Londres: Routledge.
- Hjarvard, Stig (2016). "Mediatización. La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social". *La Trama de la Comunicación*, 20(1): 235-252.
- Hjarvard, Stig (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. Londres: Routledge.
- Howarth, David; Norval, Aletta J. y Stavrakakis, Yannis (Eds.) (2000). *Discourse theory and political analysis. Identities, hegemonies and social change*. Manchester/Nueva York: Manchester University Press.
- Justo von Lurzer, Carolina (2017). "Esto le puede servir a alguien. Demandas de derechos en el espectáculo televisivo contemporáneo en Argentina". *Estudos em Comunicação*, 25(1): 23-52.
- Justo von Lurzer, Carolina (2020). "Del #MeToo al #MiráComoNosPonemos. Un año de feminismo *celebrity* en la cultura masiva argentina". *Temas y Problemas de Comunicación*, 18: 68-82.

- Laclau, Ernesto (2005). *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, Ernesto y Mouffe, Chantal (2001). *Hegemony and Socialist Strategy*. Londres: Verso.
- Lorusso, Anna Maria (2015). *Cultural Semiotics*. Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Lundby, Knut (2009). *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. Nueva York: Peter Lang.
- Montoro, Juan Manuel y Moreno Barreneche, Sebastián (2021). "Towards a Social Semiotics of Geo-cultural Identities. Theoretical Foundations and an Initial Semiotic Square." *Estudios Semióticos*, 17(2): 121-143.
- Moreno Barreneche, Sebastián (2020). "Mind the Gap! On the Discursive Construction of Collective Political Identities". *Punctum*, 6(2): 11-27.
- Moreno Barreneche, Sebastián (2021). "Artiguismo, restauración y usos estratégicos del pasado. La construcción discursiva de la identidad colectiva asociada al partido Cabildo Abierto". *Cuadernos del CLAEH*, 40(113): 11-34.
- Moreno Barreneche, Sebastián (2022). "Más allá del lenguaje. La contribución de la semiótica al movimiento feminista a partir del estudio de las prácticas". *DeSignis*, 36.
- Mouffe, Chantal (2007). *En torno a lo político*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Munro, Ealasaid (2013). "Feminist: A Fourth Wave?". *Political Insight*, 4(2), 22-25.
- Pavard, Bibia (2018). "Faire naître et mourir les vagues: comment s'écrit l'histoire des féminismes". *Itinéraires (Féminismes quatrième génération)*, 2017-2.
- Pahud, Stéphanie (2018). "L'électoratisation du féminisme: un nouvel antiféminisme ordinaire". *Itinéraires (Féminismes quatrième génération)*, 2017-2.
- Scavino, Dardo (2020). "El 'nosotros' político: un 'yo' caracterizado." *DeSignis*, 33: 159-165.
- Schulz, Winfred (2004). "Reconstructing mediatization as an analytical concept". *European Journal of Communication*, 19(1): 87-101.
- Scolari, Carlos A.; Fernández, José Luis y Rodríguez-Amat, Joan (Eds.) (2021). *Mediatization(s). Theoretical Conversations between Europe and Latin America*. Londres: Intellect Books.
- Slimovich, Ana (2019). "La mediatización contemporánea de la política en Instagram. Un análisis desde la circulación hipermediática de los discursos de los candidatos argentinos". *Sociedad*, 39: 31-45.
- Strömbäck, Jesper (2008). "Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics". *International Journal of Press/Politics*, 13(3): 228-246.
- Timerman, Jordana (2019). "Vivas nos queremos y juntas nos defendemos". *The New York Times*. 4/01/0019. Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2019/01/04/espanol/opinion/thelma-fardin-violencia-genero.html>
- Varela, Nuria (2019). *Feminismo para principiantes*. Madrid: Ediciones B.
- Vargas Llosa, Mario (2012). *La civilización del espectáculo*. Montevideo: Alfaguara.
- Verón, Eliseo (1987). "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política". En Eliseo Verón y otros. (Eds.). *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette.
- Verón, Eliseo (1988). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, Eliseo (1989). "Semiótica y teoría de la democracia". *Revista de Occidente*, 92: 130-142.
- Verón, Eliseo (1994). "Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia". *Semiósfera*, 2: 5-36.
- Verón, Eliseo (1998). "Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos". En G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchon (Comps.). *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.

NOTAS

[1]Fuente: <https://www.facebook.com/actricesarg/photos/a.224696904811354/251411085473269/>

[2] Fuente: https://www.infobae.com/teleshov/infoshow/2021/04/08/el-enojo-de-cinthia-fernandez-contras-actrices-argentinas-por-no-apoyarla-tras-contar-que-sufrio-violencia-de-genero-son-artistas-k/?utm_medium=Echobox&utm_source=Twitter#Echobox=1617903566