

ENLAZANDO VOCES Y VOTOS: LA NARRATIVA COMO ELEMENTO CLAVE EN EL PROCESO DE REPRESENTACIÓN POLÍTICA*

por Andrea Ariza**

I. Introducción

En las últimas dos décadas diversos autores (Rosanvallon 2009, Annunziata 2015, Saward 2010, Urbinati 2019) han señalado la insuficiencia de la representación electoral para las democracias actuales y la necesidad de pensar a la representación de un modo permanente (Rosanvallon 2009, Urbinati 2019). Annunziata (2013) afirma que esta insuficiencia de la representación electoral se origina en gran medida en las transformaciones contemporáneas a la que asistió la política en el que se produjo un declive de las promesas electorales (Mansbridge 2003), el surgimiento de nuevos formatos representativos (Annunziata 2012) y una creciente personalización de la política (Natera 2014, Collado et al. 2016).

En la actualidad, los líderes se convierten en el centro de la escena política, ya que suelen establecer vínculos directos e inmediatos con los ciudadanos (Urbinati 2019) y para ello realizan un uso continuo de los medios de comunicación (Manin 1998) y de las redes sociales (Annunziata et al. 2018). Pero, al mismo tiempo, son los líderes gubernamentales quienes son blanco de la desconfianza y de los cuestionamientos ciudadanos (Rosanvallon 2009). Los dirigentes son observados como los principales

* La autora agradece a Rocío Annunziata, Valeria March, José Ariza y a los/las evaluadores/as anónimos por sus enriquecedores comentarios que mejoraron la versión final del manuscrito. El artículo se nutre de la tesis doctoral presentada por la autora.

** IIP-CONICET, Argentina. E-mail: andrea.ariza93@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6616-5690>.

responsables de las situaciones políticas, económicas y sociales que acontecen en el país. Por esta razón, la legitimidad que se obtiene a través de las elecciones es frágil y los dirigentes gubernamentales deben cultivar una relación directa y continua con los miembros de su comunidad política.

Los líderes realizan un uso continuo de las herramientas de la comunicación política para construir y consolidar su condición de representantes políticos. A través de ella, los dirigentes dan a conocer su programa político y las cualidades que lo convierten en el mejor sujeto para representar a una comunidad. En este artículo sostenemos que los líderes políticos desarrollan una narrativa representativa que tiene como objetivo transmitir su mensaje político y conformar identidades políticas. La narrativa representativa es el instrumento fundamental en el proceso de reivindicación representativa mencionado por Saward (2006), ya que a través de este conjunto de relatos los dirigentes reivindican su condición como líder, presentan un tipo de ciudadano al que aspiran a representar y exponen una historia colectiva en la que proyectan un horizonte a futuro.

El objetivo del artículo es presentar el concepto de narrativa representativa y las dimensiones que lo componen: la narrativa individual, ciudadana y colectiva. Para cumplir con dicho objetivo, presentamos en primer lugar un recorrido teórico por el concepto de liderazgo y luego profundizamos en la definición de cada componente de la narrativa representativa.

II. El liderazgo y la representación como proceso relacional y creativo

El liderazgo ha sido históricamente un tópico de preocupación en la teoría social y política clásica. Sin embargo, diversos autores (Jiménez Díaz 2008, Burns 1978) sostienen que el liderazgo es uno de los fenómenos de la historia humana más observado y menos entendido. Esto dio lugar a prolíficos y variados estudios alrededor de este fenómeno. Debido al carácter multidimensional del concepto, en la actualidad, aún no poseemos una definición de liderazgo universalmente aceptada.

Desde la sociología política y el constructivismo estructuralista, enfoque desde el cual partiremos, se observó al liderazgo como un proceso en el cual se ejerce poder y/o influencia en colectivos sociales tales como grupos, organizaciones, comunidades o naciones. Este ejercicio de poder está me-

diado frecuentemente por el carisma personal del líder, quien posee determinadas cualidades que le permiten ejercer influencia sobre una comunidad política. En este apartado realizamos un breve recorrido sobre las diferentes definiciones existentes sobre el liderazgo político. Posteriormente desarrollamos nuestra posición alrededor del liderazgo y la representación y sobre la narrativa representativa.

Existen tres grandes enfoques para estudiar el liderazgo desde una perspectiva sociológica. En primer lugar, la visión subjetivista del liderazgo. En esta perspectiva podemos encontrar aquellos estudios que observan al liderazgo como el conjunto de cualidades personales (atributos individuales de los líderes) o como un modo específico de comportamiento (conductas de liderazgo). En este enfoque se encuentra la teoría de los grandes hombres propuesta por Thomas Carlyle (1888). Los líderes, desde Carlyle, son observados como los actores de los grandes cambios de la historia y poseen características innatas, superiores o distintas al resto de los hombres (Carlyle 1888). Aquí también podríamos ubicar los aportes de Max Weber sobre el liderazgo carismático¹, al cual lo define como

la cualidad que pasa por extraordinaria de una personalidad, por cuya virtud se la considera en posesión de fuerzas sobrenaturales o sobrehumanas —extracotidianas y no asequibles a cualquier otro— o como enviados del dios, o como ejemplar, y en consecuencia, como jefe, caudillo, guía o líder (Weber 2012: 193).

En segundo lugar, encontramos la visión objetivista en las cuales se destacan las condiciones objetivas-impersonales en las que se producen los líderes. Grandes pensadores contemporáneos han acentuado el peso que tienen las situaciones y los contextos sociales en la formación de los líderes, por ejemplo, Karl Marx y la lucha de clases o Herbert Spencer y el Darwinismo social.

Por último, existe una tercera posición que busca conciliar las dos posturas anteriores y destacan que es necesario reconocer la interacción entre las características personales de los líderes y las situaciones sociales. Esta tercera posición ha adquirido protagonismo en las últimas décadas. Desde

¹ También podríamos ubicar al interior de esta perspectiva lo propuesto por Platón y el Rey Filósofo, Nicolás Maquiavelo y el Príncipe y a Nietzsche y el Superhombre.

el trabajo de Stogdill (1974), los estudios sobre liderazgo reconocen la importancia de las estructuras sociales y las cualidades personales ya que ambos fenómenos deben pensarse de forma conjunta. A partir de estas reflexiones, se ha desarrollado una teoría de la interacción en el que destaca la dinámica entre el líder, los seguidores, la situación y los objetivos implicados. Desde este posicionamiento se sostiene que el liderazgo político al ser una construcción social implica diversas relaciones dialécticas: líder y sus seguidores; líder y su contexto; líder y campo político.

El liderazgo se convierte en uno de los recursos principales para los partidos, ya que constituye una de las mejores garantías de éxito a la hora de buscar recursos y apoyos, de competir en el mercado electoral y de desplegar estrategias de dirección gubernamental². En este artículo, nos centraremos en indagar la relación entre liderazgos, representación y comunicación. Entendemos que en el proceso de consolidación del liderazgo y en su configuración como representantes políticos, la comunicación cumple un rol central en el proceso de representación. A partir de la comunicación es que los líderes proponen un rumbo, una dirección y un sentido a los ciudadanos. Además, en la actualidad, son los líderes los interlocutores privilegiados con la ciudadanía y son el foco de atención de la opinión pública. Natera³ (2014) afirma que uno de los trabajos principales de los

² En este marco, podemos encontrar estudios clásicos sobre el liderazgo como el desarrollado por Fabbrini (1999). El autor considera al líder por la función que cumple en el sistema institucional. Desde este punto de vista, el liderazgo se caracteriza por la acción decisional que realiza la persona investida de tal poder, el gobernante, en un contexto institucional y en un tiempo histórico determinado. El liderazgo supone una forma de gobernar y, una actividad que implica una serie de relaciones por parte de quien lo ejerce. En Argentina podemos encontrar los aportes de María Matilde Ollier (2010) y Mariano Fraschini (2014, 2021) sobre los liderazgos presidenciales. Ollier (2010) indaga los liderazgos presidenciales sudamericanos en su relación con la alta o baja institucionalidad de la democracia. Se ocupa de estudiar la posición político-institucional del presidente y su vínculo con la oposición, la incidencia de fuerzas extrapartidarias y el sistema de configuración partidaria. Fraschini (2021) centra su atención en el rol que tienen los liderazgos en el éxito o fracaso de ciertos procesos políticos y su papel en la construcción democrática en América Latina en el siglo XXI. El autor estudia los liderazgos presidenciales a partir de la indagación del uso que realizan de los recursos de poder (institucionales, financieros, sociales, entre otros) en el proceso de gobierno.

³ Antonio Natera Peral es doctor en ciencia política de la Universidad Complutense de Madrid y se dedica a estudiar cómo se relacionan los entornos de liderazgos con las

líderes consiste en la persuasión a otros miembros de su partido, a sus seguidores, a los ciudadanos y a la opinión pública.

¿Cómo podríamos definir al liderazgo? Burns (1978), uno de los autores clásicos sobre el tema y artífice de los conceptos de liderazgo transformacional y transaccional, define al liderazgo como un proceso desarrollado por agentes políticos con diversas motivaciones y objetivos que “movilizan, en competición o conflicto con otras, recursos institucionales, políticos, psicológicos y demás, para estimular, captar la atención y satisfacer los deseos de los seguidores” (Burns 1978: 18). Desde el constructivismo estructuralista y el enfoque del nuevo liderazgo, Collado et al. (2016) sostienen que además, los líderes “tratan de imponer una determinada definición de la realidad en un contexto sociocultural y político concreto, en lo que, a su vez, juega una función clave la visión defendida por el líder” (Collado et al. 2016: 60).

Por su parte, Natera (2014:117) define al liderazgo como:

un conjunto de prácticas, un «proceso» de carácter colectivo que se desarrolla en escenarios de interacción entre el particular comportamiento de un actor individual (al que llamamos «líder») y diferentes ámbitos de «responsabilidad» o «de dominio político» (esto es, aquellos espacios colectivos de referencia o actores en los que el líder pretende influir), en virtud del cual el líder induce o provoca un impacto no rutinario en uno, varios o muchos de esos ámbitos mediante el uso de una gran variedad de recursos formales e informales.

En la perspectiva de Natera (2014) el liderazgo es observado como parte de un proceso en el que cumple un rol fundamental la interacción del líder con los diversos actores del campo político y la acción que desarrollan los líderes para movilizar a dichos actores. En este sentido, el citado autor (2014) empieza a incorporar una mirada integral al observar la acción individual del líder y su relación con diversos aspectos de lo social.

cualidades personales de los líderes en el proceso de crecimiento y consolidación de los líderes de alcaldías españolas. Natera Peral, Díaz Carrera y Collado et al., desde la sociología política, observan al liderazgo desde el constructivismo estructuralista y buscan combinar las perspectivas subjetivas y objetivas del liderazgo.

El enfoque del nuevo liderazgo y el constructivismo estructuralista integran la dimensión personal y contextual del liderazgo político y se concentran en la comunicación del líder como medio de definición y consecución de los objetivos políticos. Además, conciben al líder como un sujeto creador de sentido dotado de una visión “que es capaz de conectar y comunicarse con sus seguidores con el objetivo de organizarlos, dirigirlos, movilizarlos y empoderarlos para la consecución de ciertas metas” (Collado et al. 2016: 58).

Sí concebimos al liderazgo desde este enfoque, debemos considerarlo como un proceso en el que el líder, en tanto dirigente político y partidario, enfrenta una serie de retos estratégicos recurrentes para poder llevar a cabo su objetivo. El líder debe poder agrupar las demandas de los diferentes espacios y áreas con los que se vincula y organizarlos en pos de un objetivo en común. El líder político posee dos funciones principales: construye identidades políticas a partir de la movilización de ciertos grupos y, en función de esas identidades políticas, promueve y selecciona políticas públicas (T’Hart 2014).

Al entender el liderazgo como un proceso debemos aspirar a estudiar cómo se construye y consolida y cómo los sujetos se convierten en representantes de una cierta comunidad política. En este marco, también tomamos los aportes de Michael Saward (2006) en relación a la representación política. El autor discute sobre el significado que adquiere la representación política y enuncia que, la historia de la representación no es la crónica del incremento y caída de la representatividad, sino más bien es la historia de diferentes modos de representación (Saward 2008). Los partidos políticos, y sus líderes, reivindican su condición de representantes y esa reivindicación puede adquirir una variedad de formas. Saward (2006) se enfoca en la dinámica de la representación⁴ y la observa como parte de un proceso creativo en el que el líder reivindica su posición ante una determinada audiencia que acepta o rechaza dicha reivindicación. La representación en este sentido no es considerada un estado alcanzado o potencialmente alcanzable como resultado de las elecciones. Sino que, la representación es una variable dinámica, es un proceso construido continuo, reclamado, reivindicado por un líder político que realiza representaciones de él

⁴ Saward (2006) afirma que es necesario un cambio básico en los marcos de referencia y separar analíticamente lo que la representación es y su instancia institucional.

mismo, de sus seguidores y de sus propios países y que se realiza no solo en momentos de campaña electoral sino también entre instancias electorales. En este proceso de reivindicación se postulan determinadas visiones e ideas que solo son factibles de ser exitosas en una situación concreta ante un público determinado. El proceso reivindicativo de la representación debe aprovechar los marcos contextuales familiares y solo funciona si las audiencias los reconocen de alguna manera y son capaces de rechazarlos o absorberlos y comprometerse con ellos.

De esta forma, desde las perspectivas del nuevo enfoque del liderazgo (Collado et al. 2016, Jiménez Díaz 2008) y de Saward (2006), observamos que las realidades subjetivas y simbólicas son configuradas y configuradoras de la vida pública. Por lo tanto, los líderes son considerados sujetos sociales que a la vez son productos y productores de la sociedad.

Entonces, todo proceso de liderazgo tiene lugar y adquiere significado en contextos estructurados previamente. Estos escenarios limitan pero al mismo tiempo capacitan a los líderes políticos ya que condicionan y enmarcan el campo de acciones posibles y el camino o consecuencias que pueden tomar sus acciones. La relación entre líder y seguidores construye colectivamente la vida social (Rizo García 2011). En términos sociológicos, existe una relación de interdependencia e interinfluencia entre estructura y agencia. Esto se ha podido observar desde los trabajos de Stogdill (1974) y Bass (1985, 1990), quienes reconocieron la interacción entre las acciones personales y los contextos y/o estructuras sociales. Los autores enfatizaron en el carácter relacional y dinámico de los elementos implicados en el liderazgo: líder, seguidores, contextos y objetivos. Natera (2014), por otro lado, enuncia que los procesos de liderazgo no surgen ni se desarrollan en el vacío, sino que se hallan vinculados a un escenario específico o entorno de liderazgo. Este entorno impone una determinada estructura de oportunidades que enmarca las posibilidades de acción de los líderes. Y es en un determinado contexto que los líderes políticos deben poner en juego determinadas habilidades que le permitan exhibir una imagen de sí mismo para que los ciudadanos consideren la posibilidad de convertirlo en su representante. En este sentido, Collado et al. (2016) define al líder político como un sujeto con habilidades adecuadas de interacción social que, sabe proyectar una imagen de sí mismo y de sus seguidores. Esto lo habilita para construir nuevas sociabilidades y, lo capacita para gestionar o

negociar los marcos primarios⁵ de forma consciente o inconsciente. Aquí sostenemos que el proceso de reivindicación de su condición de líder se desarrolla a través de lo que definimos como narrativa representativa y desarrollamos a continuación.

III. Narrativa representativa

Hemos definido al liderazgo como un proceso de construcción que realizan los sujetos de acuerdo al contexto y las relaciones que desarrolla con otros individuos en el espacio político como sus seguidores, los ciudadanos, sus adversarios políticos, entre otros. Sostenemos que existe un elemento principal en el proceso de construcción exitoso del liderazgo: la narrativa. Las estrategias discursivas y las narrativas desarrolladas son apuestas o jugadas que realizan los líderes para desarrollar una determinada imagen del *self*⁶ frente a sus seguidores o a su público. Goffman (1956) sostiene que esas “jugadas”, entendidas metafóricamente como el pincel de un pintor, van perfilando y creando la imagen que él mismo desea transmitir como si fuera un autorretrato. La consolidación del liderazgo se asienta

⁵ Goffman (2006: 28) sostiene que los “actos de la vida cotidiana son comprensibles sobre la base de algún marco (o marcos) de referencia primario que los informan”. Los marcos de referencia primarios constituyen un elemento central de la cultura de un determinado grupo social ya que ellos proveen un cúmulo de conocimiento relativa a “los principales tipos de esquemas, las relaciones de estos tipos entre sí y al cúmulo de agentes que estos diseños interpretativos reconocen que se hallan suelto en el mundo” (Goffman 2006: 29). Los marcos primarios ayudan a organizar la experiencia del mundo y permiten el entendimiento y las acciones comunes con otros hombres. Son recursos “cognitivos socialmente compartidos que forman parte de la cultura de un determinado grupo social” (Acevedo 2011: 192).

⁶ George Herbert Mead propuso el concepto de *self*, uno de los más importantes al interior del interaccionismo simbólico. Este refiere a la capacidad de considerarse a uno mismo como sujeto y objeto y presupone un proceso social. Es decir, para el desarrollo del *self*, tendemos a desarrollar un mecanismo de reflexión que se da a partir del hecho de ponernos inconscientemente en el lugar de otros y de actuar cómo hablarían ellos. A través de ese proceso, el individuo se adapta a su entorno, interioriza la experiencia social y adopta elementos de sus interlocutores. Para Mead hay dos aspectos o fases del *self*: el yo y el mí. El primero responde al aspecto incalculable, imprevisible y creativo del *self*; en tanto que el segundo es el conjunto de actitudes de los demás que vamos asumiendo a partir de ese proceso de reflexión (Rizo 2004).

sobre la forma en la que se comunican y se transmiten los valores, las decisiones y las formas en las que se entiende y explica el mundo. Saward (2006: 311) menciona que “la representación no puede funcionar sin una reivindicación de representatividad, sin un relato sobre uno mismo y el otro, y sin una performance de ese vínculo”.

Tal como lo ha expresado Manin (1998), la representación que antes estaba basada en una poderosa relación de confianza entre partidos políticos y votantes hoy ha mutado y cada vez más los ciudadanos modifican sus decisiones en cuanto a los partidos políticos. Manin (1998) afirma que hasta los años setenta los estudios concluían que las preferencias políticas de los votantes eran explicadas por sus características sociales, económicas y culturales pero que, en las últimas décadas, eso se modificó. Entre las modificaciones que menciona se encuentra la personalización de la política que lleva a los votantes a elegir en función de la individualidad de los candidatos en detrimento de los partidos políticos.

En este clima de metamorfosis de la representación sostenemos que las narrativas representativas adquieren cada vez mayor relevancia. En la actualidad las narrativas permiten que conozcamos las propuestas de los líderes a partir de un relato de la historia del líder, de los ciudadanos y de lo colectivo. Es decir, podríamos sostener que si bien las narrativas existen desde hace largo tiempo en la contienda democrática, en la actualidad adquieren cada vez mayor protagonismo porque es la forma en la que los líderes transmiten sus programas de gobierno. A partir de las narrativas representativas es que los líderes despliegan las razones por las que quieren constituirse como representantes de una comunidad política y dotan de intangibilidad a lo social en tanto proveen una manera de entender el mundo y de actuar en él. Asimismo, cabe resaltar que las narrativas representativas son poderosos instrumentos para posicionarse en el escenario político por líderes que no tienen un aparato partidario histórico o que provienen de estructuras que no han sido competitivas en el sistema político, pero que le otorgan un fuerte peso a la comunicación mediática. En ese sentido, creemos que las narrativas representativas son herramientas utilizadas en mayor medida por líderes políticos de las derechas que emergen en el escenario político a partir de una crítica al propio sistema y buscan instalar un nuevo relato, una nueva forma de ver el mundo.

En el campo de la comunicación política, los relatos políticos han demostrado eficacia para atraer, captar y persuadir a los ciudadanos. Sin em-

bargo, es preciso pensar las contribuciones de las narrativas en su relación con la representación política y los liderazgos. Las narrativas contribuyen a la consolidación de una identidad política ya que trabajan en conjunto con un proyecto político, se sustentan sobre una base ideológica y sobre un modo de comprender los asuntos públicos. Constituyen un componente transversal que afectará el surgimiento y el desarrollo del sujeto como líder en un determinado contexto político. Esto lo podemos observar en los siguientes aspectos:

En primer lugar, tal como sostiene Manin (1998) hay un creciente proceso de personalización de la política que ubica en un lugar central los atributos individuales que poseen los líderes. Los atributos, entendidos como el conjunto de habilidades personales que son el resultado de un particular proceso de socialización contribuyen a la acción política del líder. Las narrativas ofrecen un acercamiento a las habilidades de los individuos en su condición de líder. A partir de ellas, los representantes pueden demostrar sus calificaciones técnicas, cognitivas y relacionales (Natera 2014) que lo convierten en el sujeto más adecuado para actuar en nombre de otros en una comunidad política. Las habilidades técnicas se refieren al conocimiento que los líderes poseen sobre métodos, instrumentos o procedimientos para trabajar en ciertas actividades o tareas especializadas. Estarán vinculadas a la trayectoria profesional de los líderes y a la *expertise* adquirida a lo largo de su vida. En segundo lugar, las habilidades cognitivas refieren a la capacidad del líder para conceptualizar y explicar problemas complejos, formular ideas innovadoras que permitan solucionar dichos problemas, reconocer oportunidades, anticiparse a los cambios o reconocer necesidades o exigencias de los posibles seguidores. Por último, las habilidades relacionales describen a la capacidad para entender las actitudes y motivaciones de otros. Es decir, poseer empatía, sensibilidad, receptividad en un intercambio con otros. La comunicación clara y asertiva de las diferentes habilidades le permitirá a los líderes desplegar tácticas en la gestión del poder y ejercer influencia de los demás.

En segundo lugar, tal como mencionamos anteriormente, la narrativa representativa pareciera ocupar el lugar que antes poseía el programa político. En este sentido, a partir de ellas, podemos indagar los aspectos ideológicos de los liderazgos al analizar los objetivos en términos de políticas públicas, la agenda política y el sistema de acción. En la narrativa, los líderes transmiten a sus seguidores lo qué va a hacer —es decir, fijan la

agenda política y las decisiones—, el modo en que buscará cumplir sus objetivos y los recursos con los que cuenta⁷.

En tercer lugar, la constitución de una red de apoyo, compuesta por actores políticos, sociales e individuales, deviene un recurso fundamental y una condición necesaria para el ejercicio del liderazgo. Esta red de apoyos le permitirá mantener un sistema de comunicación fluido con el entorno, orientar y/o ajustar los objetivos y la agenda política y obtener recursos frente a acontecimientos que ubiquen al líder en un momento crítico. En las narrativas podremos observar esta red de apoyos y cómo los liderazgos ponen en juego esta red en momentos electorales o de crisis política.

Por último, tal como mencionamos al principio, los procesos de liderazgo no se ejercen en el vacío sino que se ven influenciados permanentemente por su entorno y condicionan el ejercicio del liderazgo. Las narrativas se asientan en contextos políticos determinados que conjugan una serie de factores vinculados a las reglas institucionales, la cultura política y a dinámicas propias de la escena política. Es decir, las narrativas pueden obtener diversas características según el escenario en el que se despliegan. En términos sociales pueden exhibir diferencias de acuerdo al conjunto de tradiciones o valores que operan en el sistema político y que los líderes heredan. Existen acuerdos sociales que las sociedades suelen mantener. También esta mostrará variaciones de acuerdo a las características que adquieren los sistemas de partidos, la pertenencia del líder a un gobierno de coalición o monocolor, las relaciones internacionales que establece el país y las pautas de adopción de decisiones. Por último, los líderes y sus narrativas, se despliegan en contextos institucionales determinados en los que existen normas de acceso y abandono de los cargos políticos, un determinado peso del Estado y de la distribución de poder entre los diferentes poderes y una cierta estructura de recursos que pueden ser utilizados como incentivos de la relación del líder con los otros actores y organizaciones del sistema político.

En este sentido, las narrativas representativas deben tener en cuenta estos factores para construir relatos que tengan en cuenta el conjunto de tradiciones, los valores, la dinámica política e institucional de la sociedad

⁷ Aquí es importante señalar los aportes de Fraschini (2021) y Ollier (2010). Ambos autores sostienen que un liderazgo —en el caso de estudio de ellos presidencial— puede llevar adelante sus objetivos políticos sí es que cuenta con los suficientes recursos de poder —objetivos y subjetivos—.

en la que los sujetos pretenden constituirse como líderes. Una adecuada lectura de estos factores, le permite a los líderes construir una narrativa que resuene adecuadamente con la ciudadanía y con los que la ciudadanía pueda sentirse identificada e interpelada lo que llevará a incrementar la influencia del líder en la comunidad política. De esta manera, el proceso de reivindicación mencionado por Saward (2006) tendrá más éxito ya que las audiencias lo reconocerán y podrán aceptarlo.

En suma, la narrativa le posibilita construir e incrementar el capital político de los líderes. Esto le permite definir la agenda a futuro, ampliar sus redes personales y su atractivo pero también su poder formal e informal —su reputación—. Ganz (2014), sociólogo y uno de los artífices de la narrativa de Obama en 2008, afirma que el arte de la narrativa pública es un componente sustancial del liderazgo político y este constituye un desafío ya que implica reunir la energía moral —la esperanza pero también las demandas ciudadanas existentes— en torno a un proyecto en común en el que el líder se muestra como su principal representante. Además, la narrativa es uno de los modos en los que interpretamos el mundo según Bruner (1986)⁸. A partir de ella nos enfrentamos a condiciones de incertidumbre, pero también nos ayuda a responder las motivaciones de nuestra acción.

En la búsqueda de generar mayor influencia sobre la ciudadanía, el líder utiliza la narrativa para responder a la pregunta del porqué. A partir de ella, el dirigente presenta las cualidades de sí mismo que mejor lo preparan para representar a los ciudadanos, pero además en ella el sujeto político intentará explicar por qué es importante que nos sumemos a su causa, por qué valoramos esos objetivos en términos de políticas y no otros. Es decir, y siguiendo a Saward (2006), a partir de las narrativas los sujetos desarrollan las razones por las que debemos aceptar su reivindicación como representante de una comunidad política y los beneficios de su proyecto político. Es decir, la narrativa moviliza a los individuos y, sobre todo, propicia que esa acción sea posible. Las historias —o las narrativas— son las formas discursivas a través de las cuales traducimos nuestros valores en acción. Es por esto mismo que las emociones cumplirán un rol fundamen-

⁸ Jerome Bruner fue un psicólogo y pedagogo estadounidense que realizó importantes contribuciones a las teorías del aprendizaje a partir de una mirada constructivista en la que ponderó el peso que tienen las narrativas en la vida de los sujetos y en los significados que le otorgamos a la realidad.

tal ya que se convierten en un recurso fundamental para captar la atención de las personas, seducirlos e incentivar a la participación.

D'Adamo y García Beaudoux (2016) sostienen que los mensajes elaborados bajo la técnica del *storytelling* tienen una estructura tripartita en la que se plantea un principio, desarrollo y fin, un planteo, una confrontación y una resolución. Un relato constituye una novela del poder (D'Adamo y García Beaudoux 2016). Los efectos que produzcan estas historias o narrativas obedecerán al escenario o contexto particular. Es decir, depende de "quién cuenta la historia, quién la escucha, dónde están, por qué están allí y cuándo" (Ganz 2014: 247).

En este artículo, definimos a la narrativa representativa como el conjunto de relatos coherentes y conectados que el líder desarrolla y presenta para construir su imagen como líder, convertirse en el representante de una comunidad política y proyectar un futuro colectivo. Cada líder político desarrolla una narrativa representativa en función de sus características personales, de sus trayectorias, del nivel de gobierno en el que se ubica. Pero, al mismo tiempo, cada espacio político o partido político comparte núcleos narrativos en común vinculados a las ideologías políticas y a los proyectos políticos que poseen en común.

La narrativa representativa se compone de tres niveles y elementos: el nivel individual, el nivel ciudadano y el colectivo vinculado con los tres componentes de la reivindicación mencionados por Saward (2006) cuando menciona que el líder realiza una reivindicación de su condición de líder, de las características de su audiencia y del vínculo entre el líder y los ciudadanos y su futuro como colectivo. En la narrativa individual se exhibe el conjunto de crónicas que el líder presenta referidos a la exposición de su historia de vida en las que cuenta sobre su pasado, su entorno, los desafíos que enfrentó, su trayectoria personal, las características que lo definen y sus objetivos a futuro. En segundo lugar, encontramos la narrativa ciudadana en la cual los dirigentes realizan afirmaciones y construyen representaciones sobre los individuos que aspiran a representar. En la narrativa ciudadana podemos encontrar la selección de determinados individuos para contar sus historias, destacar ciertas cualidades y/o características que poseen y que los vinculan con otros individuos y con el líder. Por último, encontramos la narrativa colectiva, que se nutre de las dos anteriores, aquí los líderes elaboran un diagnóstico de la realidad actual de la comunidad política a la que pertenecen, pero además realizan un recorrido

histórico en los que señalan las causas y responsables de la situación presente. Construyen visiones sobre el pasado y sobre el futuro, y a partir de ellas presentan un horizonte de país. El plan refiere al conjunto de políticas públicas que pretenden desarrollar para llegar a un modelo de país que es presentado a través de su horizonte. Los líderes construyen una narrativa particular de acuerdo a sus características personales, su historia y trayectoria política y, en este sentido, la forma en la que es presentada la narrativa colectiva responde a las particularidades de dicho líder. Sin embargo, como integrantes de un espacio político, las narrativas colectivas al interior de un partido político suelen tener coincidencias ya sea en sus diagnósticos como en el futuro propuesto que variarán de acuerdo a los espacios territoriales en el que se erige ese liderazgo. Es decir, un liderazgo presidencial puede impartir la narrativa colectiva para los miembros de su partido, pero los liderazgos locales adecuarán estas narrativas de acuerdo a la circunscripción de gobierno y a las características de dicha comunidad.

Estas narrativas representativas pueden adquirir diversas características de acuerdo a las particularidades que exhiban los líderes, la forma en la que comprenden la realidad social, los valores que proclaman, el tipo de emociones que se destacan y las historias ciudadanas que son seleccionadas. Por lo tanto, si bien las narrativas representativas suelen estar presentes en la mayoría de los líderes políticos contemporáneos, esta puede exhibir variaciones de acuerdo a la ideología de los dirigentes y los valores que decidan poner en juego. Asimismo, el nivel de elaboración y protagonismo que adquieran las narrativas se verá afectado por la importancia que el líder le otorgue a la comunicación. Habrá narrativas más elaboradas o más fácilmente identificables que otras y habrá espacios mediáticos que se privilegiarán según los deseos del líder político y la tradición política de su espacio político. Asimismo, los procesos de crisis políticas pueden modificar sustancialmente las narrativas en pos de resolver la crisis de legitimidad y ser más representativos.

En todos los niveles de la narrativa representativa encontraremos una estructura tripartita en la que se presenta un punto de partida, un desarrollo y un final provisorio. Todas estas narraciones contarán con “personajes” que estarán conformados por los diversos sujetos participantes de la historia. En los niveles individuales y colectivos, el líder es el sujeto protagonista de la narrativa, en tanto que en el nivel ciudadano es el propio sujeto representado. En todos los niveles se presentarán ciertos valores y se acudi-

rá a las emociones para atraer y captar la atención de los interlocutores del líder. La Tabla 1 desarrolla los componentes de la narrativa representativa y los elementos de cada uno de sus niveles.

IV.

a. Narrativa individual de construcción de liderazgo

El nivel individual de las narrativas representativas está compuesto por el conjunto de historias, relatos o menciones que hace el líder de sí mismo. Tal como está expuesto en el cuadro anterior, en las narrativas individuales los líderes cuentan su pasado, los motivos que lo llevaron a participar en política, así como su camino personal-íntimo y profesional-político.

Los distintos niveles de las narrativas presentadas, y la narrativa individual, poseen los componentes clásicos de un relato tales como los “personajes”. Cuando pensamos en términos de personajes en una narrativa representativa estamos pensando en el líder, como el sujeto protagonista del relato en los niveles individual y colectivo. Pero también, incluimos aquí a otros miembros de la comunidad política e interlocutores de los protagonistas de la narrativa: seguidores, ciudadanos, miembros de su mismo espacio político, otros dirigentes opositores y ciudadanos opositores, entre otros.

En las narrativas, presentar a cada uno de los sujetos permite que nos involucremos con la historia que nos están contando, ya que a través de la identificación empática con el protagonista la trama funciona y experimentamos su contenido emocional. Al vincularnos con los personajes de la historia, el relato impacta no solo de forma racional sino también emocional.

Sí nos ubicamos desde el interaccionismo simbólico, Goffman (1956) sostiene que cualquier persona, en una situación de interacción determinada, lleva a cabo una representación frente a un público y adopta ciertas expresiones y enunciados con la intención de controlar las impresiones de sus interlocutores o del público presente. De esta manera, los actores pueden desarrollar acciones explícitas en cuanto a lenguaje verbal o implícitas e indirectas referidas a gestos y posturas corporales. Además, estas expresiones pueden provenir, según Rizo García (2011), de objetos que el individuo lleva consigo como ropa o accesorios o del propio medio y entorno en el que tiene lugar la interacción.

Goffman (1956) define a esta dotación expresiva como fachada. Esta contribuye a fijar la definición de la situación que intenta dar. En términos de Goffman (1956) esta abarca dos elementos: el medio - lo que se encuentra al margen del sujeto- y la fachada personal que abarca el sexo, la edad, las características individuales como su aspecto, tamaño, los gestos corporales, las expresiones faciales, el lenguaje pero también su cargo, su rol en una cierta estructura de poder. Según este autor, el *self*—o sí mismo— no es algo que posea el individuo sino que es el resultado de la interacción que tiene el sujeto con la audiencia, es decir con otros sujetos. Por lo tanto, el *self* es el resultado de una construcción social y puede ser destruido durante la interacción. Debido a esto, Goffman sostiene que lo importante en una situación de interacción es la imagen que uno proyecta hacia los demás.

La interacción y la comunicación contribuye a dar forma y otorgar sentidos compartidos en diferentes niveles de la realidad social. Vizer (1982), también desde el interaccionismo simbólico, sostiene que la interacción ayuda a la construcción de consensos en torno a los objetos (dimensión referencial), de las relaciones entre los hablantes (dimensión inter referencial) y a nivel de la construcción del propio sujeto en tanto individuo social (dimensión autorreferencial). Los sujetos adquirimos capacidad reflexiva al interactuar con un otro distinto a mí: nos vemos a nosotros mismos para proyectar una imagen hacia los demás, acorde con la situación de interacción determinada, y para crear imágenes de los demás y del entorno (Rizo García 2011). Desde la sociología de las emociones, Illouz (2007) afirma que para que un sujeto sea un buen comunicador exige una coordinación de habilidades emocionales y cognitivas para interpretar las conductas de los demás y sus emociones.

El líder, como sujeto protagonista de la historia, debe llevar adelante esta interpretación del entorno y de las interacciones que mantiene con los diversos individuos al interior de la comunidad política y, a partir de esa interpretación, contar la historia de uno mismo. Ganz (2014) manifiesta que la “historia del yo” es una herramienta para transmitir nuestra identidad, revelar las decisiones que han atravesado nuestra historia de vida y que contribuyeron a formar nuestra personalidad. Además, nos ayuda a resaltar los valores que dieron forma a esas decisiones. En general, construimos esta historia de nosotros mismos alrededor de momentos críticos en los que nos enfrentamos a un desafío, superamos un obstáculo, elegi-

mos un camino, tenemos un resultado y generalmente aprendemos algo. Tal como menciona Ricoeur (1996) el yo no es solo un ente reducido a la suma de conocimiento e identidad sino también memoria y narración de sus multiplicidades constituyentes. La identidad de un individuo o de una comunidad, sostiene Ricoeur (2009), responde a las preguntas sobre quién ha realizado una acción y la respuesta “sólo puede ser narrativa” (Ricoeur 2009: 997) y consiste en contar la historia de una vida que conjuga las cualidades inalterables con lo mutable, con lo dinámico. Al narrar su propia vida el individuo da cuenta del drama ontológico del cambio y la permanencia que coexisten en él, su condición de “idem” e “ipse”⁹. En este sentido, Ricoeur (1996:343) se pregunta: “¿Cómo podría el ser humano seguir siendo sumamente parecido si no existiera en él un núcleo inmutable que eludiese el cambio temporal?” (Ricoeur 1996: 343).

La identidad, y la propia historia de los sujetos, es el resultado de una interpretación que realizan los individuos de sí mismos y que encuentran en la narración una mediación privilegiada entre el “ipse” y el “idem” que combina la historia con la ficción. Ricoeur (1996) afirma que la identidad narrativa combina “el estilo historiográfico de las biografías con el estilo novelesco de las autobiografías imaginarias” (Ricoeur 1996:107). De esta forma se conforma una poética del relato en la cual una historia de vida se convierte en una historia contada.

A este tipo de narración le llamaremos “narración individual de construcción de liderazgo”. Aquí incluiremos a las “historias del yo” que nos relata el líder y que son fundamentales para construir su identidad. En estas narraciones el líder nos cuenta sobre ese conjunto de características, trayectorias, experiencias que lo hacen único. Lo aprendido a partir de su historia personal es uno de los recursos que lo convierte en el mejor sujeto para representar a la sociedad en la que vive. La narración individual estará muy vinculada a lo que Aristoteles definió como *ethos*. Desde los estudios de la retórica, Amossy (2000) afirma que el uso de la palabra por parte de un dirigente político implica la construcción de una imagen de sí mismo, de un *ethos*. Aquí, el término *ethos* se define

⁹ El “idem” corresponde al aspecto de la mismidad absoluta y estática, Ricoeur la entiende como el núcleo de permanencia y de estabilidad que garantiza la continuidad. “Ipse”, en cambio, es la conciencia reflexiva de sí mismo que descansa sobre una estructura temporal y que incluye el cambio y la mutabilidad.

como la imagen de sí mismo que construye el hablante en una situación de comunicación, el conjunto de atributos que el orador proyecta en su discurso. Barthes delimita al ethos como “los rasgos de carácter que el orador debe mostrar al auditorio (...) para dar una buena impresión (...) el orador enuncia una información y al mismo tiempo él dice: yo soy esto, yo no soy eso otro” (Barthes en Amossy 2000: 2). Por su parte, Charaudeau (2006) sostiene que no existe acto de lenguaje que no pase por la construcción de una imagen de sí.

Los relatos individuales incluyen también una mención sobre las decisiones personales tomadas a lo largo de la vida. Esto nos permite observar también características del hombre político. Tanto los hechos vividos y las decisiones tomadas como las omisiones que realizan los líderes representan una clave para estudiar su imagen política y su proceso de constitución como representantes.

En la narrativa individual el líder debe poder transmitir el conjunto de cualidades personales, los conocimientos técnicos y la vocación de servicio que lo posicionan como la voz autorizada para hablar por otros, “para actuar en nombre de”. También en la narrativa, los líderes demuestran su capacidad de interacción con los sujetos a los que pretende representar: esto implica hablar frente a otros, pero también tener capacidad de escucha, de proyectar, de convencer, de criticar. Un líder que pretende constituirse como representante debe estar regido por la comunicación ya que es a través de ella que reivindica su posición.

La comunicación contribuye a proyectar y difundir su imagen, lo ayuda en el proceso reivindicativo de la representación. En la imagen que proyecta el líder político se combinan sus características biográficas (edad, vida familiar, creencias, género), personales (tales como la simpatía, la sinceridad, la madurez), las cualificaciones profesionales (educación, trayectoria profesional, experiencia de gobierno), su posicionamiento ideológico (partido político, militancia y aspiraciones políticas) con las habilidades comunicativas (la forma en la que transmite y comunica todas estas cualificaciones y habilidades) (Orejuela Seminario 2009).

Aquí sostenemos que la narrativa individual representativa puede ser pensada en tres dimensiones:

- **Dimensión íntima:** En esta dimensión ubicamos a aquellas definiciones que los líderes hacen de sí mismos en cuanto a su

aspecto más personal vinculado a su intimidad, a su pasado familiar e individual, a su vida familiar actual, sus creencias, sus pasiones, temores y preocupaciones. En este aspecto accedemos a sus características más corrientes. Pero también podemos indagar las explicaciones que le confieren a los hechos de su pasado a la luz de su presente. Es decir, al interior de esta dimensión podemos ubicar las razones que le confieren a sus inicios a la actividad política: este inicio puede ser algo que nace intrínsecamente de él, le confieren razones como “siempre estuvo ahí”, puede ser meditado a lo largo del tiempo y ser un proceso de acercamiento progresivo, o ser el resultado de un evento traumático que cambió el rumbo de su vida y las motivaciones del accionar diario.

- **Dimensión profesional:** Aquí ubicamos a los discursos en los que los líderes destacan sus estudios, sus cualidades técnicas, sus certificaciones profesionales, el valor de su trayectoria profesional, de su actividad de gobierno anterior en cuanto al cargo que aspiran ocupar.
- **Dimensión política:** En esta dimensión se encuentra el aspecto más ideológico vinculado al tipo de gobernante que quiere ser, su partido político de pertenencia, su militancia anterior y sus aspiraciones a futuro. En la dimensión política también hay una referencia a su carácter como dirigente a cargo de las decisiones y el modelo de gobernante en el que aspira convertirse. En esa misma definición realiza un diagnóstico sobre los problemas que debe ocuparse en sus distritos y delinea una estrategia en la que se conforma como un cierto tipo de gobernante.

Todas ellas en conjunto deben poder transmitir los objetivos establecidos por el líder y reivindicar su condición de representante. Y para ello debe reconocer cuales son sus fortalezas y debilidades al interior de estas dimensiones. Al contar su propia historia, el líder puede explicar su recorrido pero también elegir qué y cómo decirlo ya que podría correr el riesgo de que sus oponentes en el espacio político cuenten su historia. En este sentido, Ganz (2014) destaca el caso de Barack Obama en 2008 cuando se presentaba a competir en las elecciones presidenciales de Estados Unidos. Y sostiene que:

En su «historia del Yo» el senador Obama nos recuerda tres momentos claves relativos a la toma de decisiones: la decisión de su abuelo de enviar a su hijo a Estados Unidos para estudiar, la decisión «improbable» que tomaron sus padres al casarse y la decisión de sus padres de llamarlo Barack («Bendición»), una lección de esperanza para una América tolerante y generosa. Cada una de dichas decisiones transmite coraje, esperanza y cariño. No nos habla sobre su currículum y prefiere presentarse contándonos de dónde viene y lo que hizo de él la persona que es, para que podamos tener una idea de hacia dónde va (Ganz 2014: 251).

En el caso argentino, encontramos el relato publicado por Mauricio Macri el 24 de julio de 2015 en sus tres redes sociales¹⁰ que dio inicio a su campaña electoral por la presidencia. Macri compartió un relato que tituló “El gran desafío” en el cual describió cuatro momentos que marcaron su vida: su secuestro en 1992, su rol como presidente del club Boca Juniors, su rol como padre y su proceso de preparación para ser presidente. Macri describió cada uno de estos grandes momentos y lo que aprendió en cada uno de estos desafíos. En su relato, su secuestro lo ayudó a observar su vida desde otra perspectiva y lo llevó a nuevos escenarios como la política. Su paso como dirigente de Boca le enseñó el valor de los equipos. Mientras que a partir de su paternidad aprendió que la vida es cambio y que hay que mirar siempre hacia adelante. Por último, menciona que quiere ser presidente porque está convencido de que puede ayudar a que todos los argentinos tengan una vida feliz. Todos estos relatos en conjunto conforman su imagen como líder e integran aspectos de la dimensión íntima (su paternidad y su secuestro), su dimensión profesional (su trayectoria como presidente de Boca y como Jefe de gobierno de CABA) y su dimensión política (su preparación como presidente y sus deseos como gobernante).

La narración individual deviene en un recurso fundamental para los líderes en tanto le permite transmitir su propio recorrido, los valores que lo definen y qué metas y objetivos lo inspiran. El nivel individual aporta las razones personales por las que los dirigentes reivindican su condición como líder de una comunidad.

¹⁰ Disponible en: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=10153531674043478&set=a.105382683477>

b. Narrativas ciudadanas

En segundo lugar, encontraremos las narrativas ciudadanas en las que el propio dirigente habla y presenta características de sus representados o de los individuos que aspira a representar. Las narrativas ciudadanas son una selección de historias de integrantes de la comunidad política del líder que son presentadas en sus espacios de comunicación, particularmente en las redes sociales pero también en spots de campañas electorales o en discursos de inauguración de las Asambleas legislativas. En su proceso de reivindicación representativa, los líderes deben hablarle a un público determinado y por eso mismo construyen narrativas ciudadanas y los ciudadanos constituyen uno de los “personajes” más importantes de la narrativa representativa.

Las narrativas ciudadanas se constituyen a partir del conjunto de relatos e historias que los líderes hacen de los ciudadanos que aspiran a representar, los dirigentes presentan sus historias así como los sueños y aspiraciones de los ciudadanos con los que dialogan y les confieren características particulares que, como menciona Saward (2006) son construidas y cuestionables. Los líderes encuadran a los ciudadanos de una forma particular y esta puede variar de acuerdo a lo que los representantes busquen destacar de los ciudadanos. Pueden destacar por ejemplo historias ciudadanas más individuales en la que enfaticen la trayectoria de cierto sujeto en particular, o por el contrario, historias ciudadanas más generales en la que se apoyen en historias de ciertos grupos sociales. En todas ellas se destaca un conjunto de cualidades que poseen estos ciudadanos y, a su vez, se presentan una serie de políticas públicas desplegadas en las que el líder tiene especial incidencia y que resultaron una herramienta fundamental para que estos ciudadanos salgan adelante.

En las narrativas ciudadanas hay una especial mención a los valores que comparten esos ciudadanos y en el que el líder se ve reflejado. Esto está relacionado con lo mencionado por Saward (2006) cuando sostiene que el proceso de reivindicación es un proceso doble en tanto el dirigente exhibe aptitudes o capacidades para convertirse en representante, pero también presenta características relevantes de un posible público. En este sentido, Saward manifiesta que la representación en política es una vía de dos lados: el representado cumple un rol eligiendo representantes, y los representantes “eligen” a sus electores en el sentido de retratarlos o encuadrarlos en

formas particulares y cuestionables¹¹. En otras palabras, serían los representantes políticos —en el proceso de reivindicación representativa— quienes realizan afirmaciones sobre sí mismos y los ciudadanos y electores que componen su comunidad política. Pero también hacen declaraciones sobre el vínculo entre ellos en los que postulan los intereses y preocupaciones que ambos poseen sobre la sociedad en la que viven. Saward (2006) afirma que las reivindicaciones representativas se realizan sobre representaciones, términos y entendimientos existentes que la audiencia reconocerá. De esta manera, el estilo, la sincronización y el contenido de la reivindicación estará sujeto a las características de la sociedad en la que se despliega.

Entonces, en el contexto de una sociedad determinada con ciertas características culturales, los líderes destacan historias de ciudadanos que tienen un marco común. En Argentina, por ejemplo, el mate, símbolo cultural argentino, aparece como el instrumento a compartir en la charla entre los dirigentes y los ciudadanos. Así como aparecen sujetos con los que otros individuos pueden sentir una conexión cercana: son padres o madres, están preocupados por su familia, quieren que su hijo o hija lleguen a la universidad. Tienen el deseo de un bienestar individual o familiar y se ven atravesados por preocupaciones similares: el deseo de la casa propia, el desarrollo profesional, la situación económica, la seguridad familiar, entre otras cosas.

La recuperación y presentación de narrativas ciudadanas, de diversas experiencias de sujetos en un contexto territorial determinado, permite que los individuos, y sus preocupaciones, se sientan visibilizados en el marco de los proyectos políticos. Y a su vez, permite presentar a los líderes como sujetos empáticos y cercanos a esas necesidades. Esta empatía y cercanía le confiere legitimidad para hablar en nombre de otros y otras. Los líderes seleccionan y presentan narrativas ciudadanas con el objetivo de establecer una conexión con el sujeto de la comunidad política que aspira representar. A través de estas historias intenta demostrar que conoce las preocupaciones de los individuos, las comparte y se sensibiliza por las

¹¹ Saward (2006) resalta que desde este punto de vista ningún aspirante a representante puede lograr completamente la representación o ser totalmente representativo. En la reivindicación siempre hay lugar a cuestionamientos y al rechazo. Representar es actuar, es acción por actores, y la actuación contiene o se suma a una afirmación de que alguien es o puede ser representativo.

situaciones. Pero, además, esto les confiere el conocimiento de primera mano sobre los aspectos puntuales en los que hay que trabajar desde la política.

La apelación a historias ciudadanas es un fenómeno cada vez más extendido en las estrategias de comunicación en medios digitales por parte de los líderes políticos¹². En estos espacios podemos encontrar por ejemplo, publicaciones como las de Horacio Rodríguez Larreta en las que comparte vídeos de encuentros con ciudadanos y destaca elementos claves de la biografía de los ciudadanos, como la siguiente:

Hoy tuve la oportunidad de compartir un desayuno muy especial con Katy en el Barrio 31. Me contó que su hija Mari de 16 años le encanta estudiar y sueña con ser arquitecta. Cuando pensamos el Proyecto #TreintayTodos, pensamos en estas historias. En cómo ayudar a que los vecinos tengan las mismas oportunidades de crecer y soñar con un mejor futuro. Mari, como tantos otros chicos, van a poder construir su propio camino¹³.

En el vídeo que acompaña la publicación, el foco está puesto en Katy y en el encuentro con Rodríguez Larreta y en la mención del estudio y el trabajo como ejes claves para el desarrollo personal. De esta forma, el ex Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires encuadra de forma particular al ciudadano porteño como un sujeto esforzado que está en búsqueda de las oportunidades adecuadas para su desarrollo. Al mismo tiempo, Rodríguez Larreta se presenta como un líder cercano y abierto que, a partir de la escucha activa, elabora políticas públicas.

¹² En la misma línea podríamos destacar las historias ciudadanas destacadas por Mauricio Macri a lo largo de su presidencia tal como la visita a Santiago y Federico en su astillero en Mar del Plata (disponible en <https://www.facebook.com/100044428809410/posts/10156716723313478/>) o los spots electorales de Cristina Fernández de Kirchner en el año 2011 titulados bajo los lemas “La fuerza de los jóvenes”, “La fuerza de Haydee”, “La fuerza de Cecilia”, etc. (disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=bn6dSnBhtIj>).

¹³ Publicación en la cuenta oficial de Instagram de Horacio Rodríguez Larreta, 11 de julio de 2016. Disponible en <https://www.instagram.com/p/BI-5MbTAvZQ/?igsh=eGsydWF3dzdlamE%3D>

c. Narrativas colectivas

Por último encontramos lo que aquí llamamos *narrativa colectiva* que refiere a las historias sobre nosotros mismos en tanto colectivo. Ganz (2014) afirma que participamos simultáneamente de muchos “nosotros” como la familia, la profesión, las organizaciones, etc.

La narrativa colectiva constituye el conjunto de relatos que realiza el líder sobre el “nosotros”, sobre nuestra historia como sociedad, como argentinos. Aquí se expresan nuestros valores y experiencias compartidas en tanto miembros de un mismo país. En esta narrativa, el líder conforma una mirada sobre el pasado, el presente y el futuro como parte de la comunidad.

En el caso de la narrativa colectiva, el líder se constituye como un intérprete y analista de la experiencia compartida ya que examina la historia grupal y realiza una selección arbitraria de ciertos hechos históricos a los que decide observar por sobre otras cosas. A partir de dichas observaciones es que el líder realiza un diagnóstico de la situación actual, destaca los obstáculos, retos y/o desafíos a los que nos hemos enfrentado como sociedad y los que tenemos delante nuestro. Además, también suele señalar quién o quiénes son los responsables de los problemas que tenemos como comunidad.

En esta historia del nosotros se construye la identidad colectiva ya que al relatar los desafíos a los que nos hemos enfrentado también se suele contar cómo hacemos frente a ellos y cómo sobrevivimos y son estos retos los que se entretajan en la trama de nuestra cultura política, de nuestras tradiciones religiosas, etc. Nuestras culturas son repositorios de este tipo de historias o relatos (Macintyre 2001, Somers 1994). Estas se impregnan y son contadas en formas de refranes, dichos populares, canciones. Ganz (2014) afirma que las historias de nosotros, al igual que las historias individuales, pueden inspirar, enseñar, dar esperanzas como así también aconsejar.

Los líderes, al construir las narrativas, realizan una historia del nosotros que se nutre de historias presentes en la comunidad, de los dilemas que aparecen, de las preocupaciones ciudadanas pero también de los relatos históricos y de las tradiciones. Además, el líder suele presentar a la sociedad un desafío urgente que debemos resolver, este exige una acción inmediata y el dirigente suele proponerse como la persona responsable de tomar ese desafío.

El problema que debemos encarar surge del proceso de diagnóstico realizado por el líder. En dicho diagnóstico establece el plazo a resolverlo y, al mismo tiempo, propone un horizonte al que debemos llegar como sociedad. Esta perspectiva a futuro expresada por el dirigente la definiremos como “horizonte”. En el “horizonte” se plasma la esperanza que tiene el líder sobre nuestro futuro como sociedad. Es un “ideal de futuro que está imbuido de valores y creencias, a partir del cual el líder conforma sus objetivos y estrategias, poniendo en marcha todos los instrumentos y mecanismos posibles para llevarla a cabo” (Ortega Ruiz 2012: 78).

Natera (2014) afirma que lo que diferencia al líder de otros sujetos reside en la capacidad de definir, articular y comunicar eficazmente una visión a futuro. Nanus (1992) define a la visión como “un futuro realista, creíble, atractivo (...) una idea tan enérgica que produce el arranque en segunda del futuro, despertando las habilidades, talentos y recursos necesarios para que suceda, y señalando el camino para todos aquellos que necesitan saber que es la organización y hacia dónde pretende ir” (Nanus 1992: 8)¹⁴.

Por otro lado, Kouzes y Posner (2007:25) entienden a la “visión” como “una imagen posible de futuro que se manifiesta a través de esperanzas y aspiraciones compartidas”. Kirkpatrick (2011) analiza este concepto como una afirmación ideológica de un futuro deseado por el líder. De este modo, esta imagen es un bien intangible producto de los discursos e ideas de los líderes que tienen como objetivo proponer definiciones de la realidad en el futuro. Nye (2011:87) argumenta que la visión es “parte de lo que los líderes comunican” y “una imagen que otorga significado a una idea e inspira a los demás”. La visión impulsa cambios y sin ella la propuesta sería compleja de transmitir.

Collado et al. (2016: 61) manifiestan que la visión desarrollada por el líder “es un elemento crucial para sus tareas primordiales, como es la construcción de identidades”. La “visión” nos organiza ya que establece un punto de llegada al que pretende arribar el líder. Es un proyecto real de futuro en el cual el líder va a canalizar sus fuerzas para que se haga realidad. Seguramente este camino está marcado por situaciones inesperadas, pero

¹⁴ La mayoría de las definiciones sobre este concepto proceden del estudio del mundo empresarial. Sin embargo, han empezado a surgir estudios sobre la *visión* en tanto factor del liderazgo, por ejemplo la tesis doctoral de Ortega y Ruiz (2012) que realiza un análisis comparativo de las visiones de futuro de dos liderazgos en España.

el líder debe llevar adelante su plan y decidir qué hacer ante las circunstancias que puedan llegar a surgir. La visión juega un rol fundamental en la definición del programa político ya que ella orienta la definición de políticas públicas que el líder pretende implementar.

Ortega y Ruiz (2012) manifiestan que la “visión” puede ser positiva o negativa, y el contenido que adquiera esta dependerá de las representaciones sociales de líderes y seguidores. Es decir, esta puede funcionar como elemento abstracto de violencia o coacción simbólica que puede llevar a la implementación de poderes blandos o duros por parte de un líder. El contenido que adquiere la visión, o el horizonte a futuro, dependerá de las características del líder y el diagnóstico realizado. Por ejemplo, si un líder establece que el máximo problema a resolver son los crímenes existentes en una sociedad, el horizonte a futuro estará presentado como una sociedad segura con bajas tasas de delitos. Pero ese camino puede alcanzarse a partir de la implementación de políticas de coacción que lleven a la conformación de gobiernos autoritarios.

Los relatos sobre lo colectivo contribuyen a contagiar el propósito del representante y moviliza a la acción a los representados, por eso evoca a las emociones a través de un lenguaje común. Ganz (2014) afirma que contar historias es fundamentalmente una actividad relacional que el líder va desplegando en los diferentes ámbitos en los que circula con las diferentes herramientas que posee. Las narrativas colectivas, así como las individuales y ciudadanas, son transmitidas permanentemente a través de diversos espacios mediáticos y todas ellas en conjunto conforman el conjunto de relatos que los líderes exponen para reivindicar su condición de representantes de una comunidad.

Por ejemplo, en el año 2007 de cara a las elecciones presidenciales, la fórmula Cristina Fernández- Julio Cobos presentó el spot electoral titulado *Dolores Argentina*¹⁵. En el spot, Dolores Argentina, figura simbólica del propio país, nació en diciembre de 2001, “el día en qué todos nos queríamos morir”. La crisis del año 2001 es identificada como el punto de partida de una situación caótica en la que las instituciones estaban paralizadas, no había industria nacional, no había alimentos ni seguridad. En la pieza hay también una definición de la idiosincrasia nacional: “ya sabemos cómo somos los argentinos en los momentos bravos, la parimos”. Al mismo tiempo

¹⁵ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=1-SB3V6Nv08>

define los inicios —en referencia al periodo 2003-2007 en el que gobernó Néstor Kirchner y Daniel Scioli— como un proceso lento en el que a Dolores Argentina le costó comer, caminar, dormir. Pero, poco a poco, todo empezó a funcionar y, gracias al esfuerzo conjunto, la industria nacional y las instituciones mejoraron. De esta forma, el país, simbolizado en Dolores Argentina, empezó a crecer de “forma normal, todos los días un poquito”. El horizonte es presentado como un camino de desarrollo conjunto y de solidaridad nacional. Tal como aparece en el spot, el país es fruto de la elaboración conjunta entre “Cristina, Cobos y vos”. De esta manera, a partir de la historia de Dolores Argentina, la fórmula Fernández-Cobos realiza un diagnóstico de la situación nacional en la que se destaca la crisis institucional y política del año 2001 al mismo tiempo que los efectos económicos. Resaltan el proceso llevado adelante por el gobierno de Néstor Kirchner e invita a seguir profundizando el crecimiento a futuro.

En las elecciones del año 2023, Javier Milei y su espacio político “La Libertad Avanza” presentaban como lema “una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre”. En sus mensajes propone imaginar “una Argentina distinta, donde los honestos, los que se rompen el lomo trabajando salgan ganando mientras los corruptos y los que viven del trabajo ajeno salgan perdiendo”. En el horizonte a país propuesto, Milei presenta como promesa el fin de la corrupción política, la baja de impuestos, el fin de la inflación y una política de seguridad estricta caracterizada por el lema “el que las hace, las paga¹⁶”. Finalmente, como parte de la narrativa colectiva los “argentinos de bien” debían poner un punto y aparte a la casta política caracterizada por la corrupción y observados como los principales responsables de la situación de crisis de la economía argentina. El regreso a un “país normal”, según sus propias palabras, va a suceder si terminamos con la casta política y la corrupción y damos lugar a aquellos argentinos de bien. Elegir a Javier Milei era, en sus palabras, una manera de terminar con proyectos políticos que llevaron al fracaso a la Argentina y devolver el poder a la ciudadanía para que sean arquitectos de su propio destino¹⁷.

¹⁶ Spot electoral de *La libertad avanza*, julio de 2023. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=gdsjJwUvbKk>

¹⁷ Spot electoral de *La libertad avanza*, agosto de 2023. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=hbqb4wX_Zew

V. Palabras finales

El artículo presenta la noción de narrativa representativa como un elemento fundamental en el proceso de reivindicación representativa. Sostenemos que los líderes construyen y presentan un conjunto de relatos en el que exhiben características de sí mismos que lo convierten en el mejor candidato para representar una comunidad política. Al mismo tiempo realiza representaciones sobre los ciudadanos que aspira a representar y los encuadran de una forma particular y cuestionable. En el proceso de reivindicación de su condición de presentante, el líder realiza diagnósticos sobre la vida colectiva, presenta representaciones sobre el pasado, nombra responsables y propone un horizonte a futuro al cual llegaremos a partir del plan propuesto.

La narrativa representativa presenta un programa político al mismo tiempo que conforma identidades políticas. A través de ella, los ciudadanos se comprometen con un líder y adhieren a su programa de gobierno. Pero, en este proceso de adhesión, las características personales que exhiba el líder —su historia íntima, profesional y política— y la forma en la que es relatada su historia serán claves ya que, a través del componente narrativo es que estableceremos una conexión emocional con el líder y nos involucramos con su propuesta política. Por eso mismo, el proceso de construcción y transmisión de la narrativa representativa es uno de los elementos fundamentales en la comunicación política en la actualidad. Los relatos sobre la historia personal del líder, la forma en que retratan a los ciudadanos y los diagnósticos que realizan sobre la sociedad en la que vive pueden convertirse en activos que le permitan consolidar su liderazgo.

Por ello, también observamos que si bien los líderes están continuamente transmitiendo una narrativa representativa, hay espacios mediáticos que privilegian por sobre otros. Habrá líderes que elegirán transmitir su historia en su encuentro cara a cara con los ciudadanos, pero, debido al avance que han tenido los medios digitales en los últimos años, muchos de los líderes desarrollan estrategias de comunicación que privilegian la transmisión de las narrativas a través de redes como Facebook, Twitter, Instagram o TikTok.

En las últimas dos décadas, las redes sociales se convirtieron en una de los instrumentos primordiales para transmitir los relatos políticos, pero también para construir, comunicar, modificar las narrativas representati-

vas. Al ser herramientas en las que los líderes políticos tienen el control del mensaje y se emancipan del periodismo, pueden desplegar las narrativas con un mayor nivel de registro, dirección y versatilidad. Por lo tanto, uno de los fenómenos a contemplar serán los espacios mediáticos que los líderes eligen para transmitir su narrativa representativa ya que eso moldea los relatos y da cuenta de los públicos a los que se dirige. La narrativa representativa debe adecuarse a las herramientas que provee la red y a su vez está pueden ser potenciadas por dichas herramientas.

Finalmente, otro aspecto a tener en cuenta es que las narrativas representativas son un esquema para pensar la forma en que son transmitidos los relatos políticos. Por consiguiente, los contextos sociopolíticos moldean distintos tipos de narrativas. Las narrativas representativas, como mencionamos anteriormente, dependen del contexto en el que se asientan y las características de los distritos en los que el líder disputa su condición de representante. En los últimos años, en Argentina, observamos la consolidación de un tipo de narrativa particular: la meritocrática. Este tipo de narrativas son propuestas por líderes que se encuentran a la derecha del espectro ideológico y promueven una reducción del gasto público. En la narrativa representativa meritocrática, los líderes producen nuevos relatos que tienen como protagonista al individuo y al mérito. En ellas se tiende a expresar una defensa del estatus adquirido mediante el trabajo individual. Por ejemplo, los líderes presentan su historia individual a partir de la superación de obstáculos y del esfuerzo como clave en la conformación de su camino como líder. Al mismo tiempo, se vincula con ciertos tipos de ciudadanos a los que caracteriza como emprendedores en los que destaca su voluntad en la adversidad y su cualidad de *self-made*. Y, finalmente, en la narrativa colectiva hay un refuerzo de un pasado de grandeza que hemos perdido debido a políticas bienestaristas que no premian el esfuerzo individual y destruyen la noción de mérito. Por lo tanto, se propone un horizonte a futuro en el que la sociedad estará organizada a partir del mérito y en la que los individuos alcanzarán el éxito a través del esfuerzo individual.

En las narrativas meritocráticas emerge como imperativo el empoderamiento individual en la que confluyen dos variables que han estado presentes en los discursos políticos y sociales en la última década: una variable de naturaleza vinculada al talento y una variable de comportamiento: la virtud, el trabajo y el esfuerzo. En el mérito convergen ambas variables, por lo tanto, bajo esta mirada si nos esforzamos lo suficiente llegaremos a

tener éxito. A partir de esta idea, se incentiva la competencia general de las personas y la igualdad adquiere un nuevo significado: implica entrar en la competencia y tener las mismas posibilidades de exhibir nuestro talento y esfuerzo¹⁸.

TABLA I
Componentes de la narrativa representativa

Narrativa representativa		
Nivel	Elementos de la narrativa	Componentes transversales a las narrativas
Narración individual de construcción de liderazgo	Descripción de características individuales del líder. Crónica de su pasado y los desafíos a los que se enfrenta. (dimensión individual) Presentación de su trayectoria personal y profesional. (dimensión profesional) Presentación como gobernantes, relato de sus objetivos en términos de políticas y de sus propuestas técnicas a partir de un diagnóstico político. (dimensión política)	Personajes/sujetos: protagonista y actores secundarios. Valores. Emociones.
Narrativas ciudadanas	Selección de experiencias ciudadanas a destacar Presentación de los ciudadanos. Crónica de la historia ciudadana (presentación de los desafíos, la trama y el desenlace). Evaluación de las necesidades de los ciudadanos.	
Narración colectiva	Comprensión de cómo los factores históricos afectan la realidad actual. Relatos sobre nuestro pasado como sociedad. Presentación de los problemas y desafíos actuales que atañen a toda la sociedad y de los responsables de la situación actual. Presentación del “horizonte” (futuro en común) que se conforma como una visión imaginada y maravillosa de la sociedad a futuro.	

Fuente: Elaboración propia.

¹⁸ En próximos trabajos profundizaremos sobre la narrativa meritocrática.

Bibliografía

- Acevedo, Mariela (2011)** “Notas sobre la noción de ‘Frame’ de Erving Goffman. Intersticios”, en *Revista sociológica de pensamiento crítico*, Vol. 5, N° 2.
- Amossy, Ruth (2000)** “La noción de ethos: de la retórica al análisis del discurso”, en Kuperty-Tsur, N. (ed.) *Autoescritura y argumentación: retórica y modelos de autorrepresentación*, Actas de la conferencia de la Universidad de Tel-Aviv, 3 al 5 de mayo de 1998, Presses Universitaires de Caen.
- Annunziata, Rocío (2012)** “¿Hacia un nuevo modelo de lazo representativo? La representación de proximidad en las campañas electorales de 2009 y 2011 en Argentina”, en Cheresky, Isidoro y Rocío Annunziata (comps.) *Sin programa, sin promesa. Liderazgos y procesos electorales en Argentina*, Buenos Aires, Prometeo.
- Annunziata, Rocío (2013)** “La figura del ‘hombre común’ en el marco de la legitimidad de proximidad: ¿un nuevo sujeto político?”, en *Astrolabio. Nueva Época*, Vol. 10.
- Annunziata, Rocío (2015)** “Revocatoria, promesa electoral y negatividad: algunas reflexiones basadas en las experiencias latinoamericanas”, en *Pilquen*, Vol. 18, N°3.
- Annunziata, Rocío, Andrea Ariza y Valeria March (2018)** “Gobernar es estar cerca. Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal”, en *Revista mexicana de opinión pública*, Vol. 24.
- Bass, Bernard (1985)** *Leadership and Performance Beyond Expectations*, Nueva York, Free press.
- Bass, Bernard, y Ralph Stogdill (1990)** *Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications*, Nueva York, Simon&Schuster.
- Bruner, Edward (1986)** “Ethnography as Narrative”, en Turner, Victor y Edward Bruner (eds.) *The Anthropology of Experience*, Urbana, University of Illinois Press.
- Burns, James (1978)** *Leadership*, Nueva York, Harper&Row.
- Carlyle, Thomas (1888)** *On Heroes, Hero-Worship and the Heroic in History*, Nueva York, Frederick A. Stokes y Brother.
- Charaudeau, Patrick (2006)** *El discurso político*, San Pablo, Contexto.
- Collado-Campaña, Francisco, José Jiménez-Díaz y Francisco Entrena-Durán (2016)** “El liderazgo político en las democracias representativas: propuesta de análisis desde el constructivismo estructuralista”, en *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, Vol. 61, N° 228.
- D’Adamo, Orlando y Virginia García Beaudoux (2016)** “Comunicación política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión”, en *Comunicación y hombre*, Vol. 12.

- Díaz Carrera, César (2010)** “El líder como generador de sentido”, en *Revista internacional de pensamiento político*, Vol. 5.
- Díaz Carrera, César y Antonio Natera (2014)** *El coraje de liderar. La democracia amenazada en el S. XXI*, Madrid, Tecnos.
- Fabbrini, Sergio (1999)** *Liderazgo en las democracias contemporáneas*, Roma, Laterza.
- Fabbrini, Sergio (2009)** *El ascenso del príncipe democrático. Aquí está el gobierno y cómo se gobierna la democracia*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Fraschini, Mariano (2014)** “Los liderazgos presidenciales de Hugo Chávez y Álvaro Uribe: Dos caras de una misma forma de gobernar”, en *POSTData*, Vol. 19, N° 2.
- Fraschini, Mariano y Santiago García (2021)** *Liderazgos en su laberinto. Cómo ejercen el poder los presidentes sudamericanos del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo.
- Ganz, Marshall (2014)** “Liderar la transformación: estrategias de movilización social”, en Díaz Carrera, César y Antonio Natera (dirs.) *El coraje de liderar. La democracia amenazada en el siglo XXI*, Madrid, Tecnos.
- Goffman, Erving (1956)** *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Goffman, Erving (2006)** *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, Siglo XXI.
- Illouz, Eva (2007)** *Intimidades congeladas: las emociones en el capitalismo*, Buenos Aires, Katz.
- Jimenez Díaz, José (2008)** “Enfoque sociológico para el estudio del liderazgo político”, en *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, Vol. 9.
- Kirkpatrick, Shelley (2011)** “Visionary Leadership Theory”, en Goethals, George, Georgia Sorenson y James M. Burns (eds.) *Encyclopedia of Leadership*, Londres, Sage.
- Kouzes, James y Berry Posner (2007)** *The Leadership Challenge: How to Keep Getting Extraordinary Things Done in Organizations*, San Francisco, Jossey-Bass.
- Macintyre, Alasdair (2001)** *Animales racionales y dependientes. Por qué los seres humanos necesitamos las virtudes*, Barcelona, Paidós.
- Manin, Bernard (1998)** *Los principios del gobierno representativo*, Madrid, Alianza.
- Mansbridge, Jane (2003)** “Rethinking Representation”, en *American Political Science Review*, Vol. 97, N° 4.
- Nanus, Burt (1992)** “Visionary Leadership: How to Re-vision the Future”, en *The Futurist*, Vol. 26, N° 5.
- Natera, Antonio (2014)** *El liderazgo político como proceso: una mirada integradora. El coraje de liderar. La democracia amenazada en el siglo XXI*, Madrid, Tecnos.
- Nye, Joseph (2011)** *Las cualidades del líder*, Barcelona, Paidós.

- Ollier, María Matilde (2010)** “El liderazgo presidencial: síntoma de un patrón democrático sudamericano. El caso argentino (2003-2007)”, en *XXIX International Congress Latin American Studies Association (LASA)*, Toronto.
- Orejuela, Sandra (2009)** “Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral”, en *Revista de comunicación*, Vol. 8.
- Ortega-Ruiz, Manuela (2012)** “La sociedad imaginada: la visión de futuro de los líderes en períodos de cambio político. Análisis comparativo de los casos de Manuel Azaña en la Segunda República (1931-1936) y de Felipe González en la Transición Española (1975- 1982)”, Tesis doctoral, Universidad de Granada.
- Ricoeur, Paul (1996)** *Sí mismo como otro*, México, Siglo XXI.
- Ricoeur, Paul (2009)** *Tiempo y narración III. El tiempo narrado*, México, Siglo XXI.
- Rizo García, Marta (2011)** “De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal”, en *Quórum académico*, Vol. 8, Nº 15.
- Rizo, Marta (2004)** “El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación”, en *Portal de la Comunicación*. Aula abierta, lecciones básicas.
- Rosanvallon, Pierre (2009)** *La legitimidad democrática: imparcialidad, reflexividad, proximidad*, Buenos Aires, Manantial.
- Saward, Michael (2006)** “The Representative Claim”, en *Contemporary Political Theory*, Vol. 5.
- Saward, Michael (2008)** “Making Representations: Modes and Strategies of Political Parties”, en *European Review*, Vol. 16, Nº3.
- Saward, Michael (2010)** *The Representative Claim*, Londres, Oxford University Press.
- Somers, Margaret (1994)** “The Narrative Constitution of Identity: A Relational and Network Approach”, en *Theory And Society*, Vol. 1.
- Stogdill, Ralph (1974)** *Handbook of Leadership: A Survey of Theory and Research*, Nueva York, Free Press.
- T’Hart, Paul (2014)** *Understanding Public Leadership*, Londres, Palgrave.
- Urbinati, Nadia (2019)** *Me the People: How Populism Transforms Democracy*, Boston, Harvard University Press.
- Vizer, Eduardo (1982)** “La televisión, sus efectos y funciones. Aportes al análisis de ciertas hipótesis y puesta a prueba en una investigación piloto sobre escolares”, Tesis doctoral, Universidad de Buenos Aires.
- Weber, Max (2012)** *Economía y sociedad*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Resumen

En las últimas dos décadas diversos autores (Rosanvallon 2009; Annunziata 2015; Saward 2010) han señalado la insuficiencia de la representación electoral para las democracias actuales y la necesidad de pensar a la representación de un modo permanente y reflexionar sobre la interacción entre liderazgo, representación y comunicación. En la actualidad, los líderes realizan un uso continuo de las herramientas de la comunicación política para construir y consolidar su condición de representantes. En este artículo sostenemos

que los líderes desarrollan una narrativa representativa que tiene como objetivo transmitir su mensaje político y conformar identidades políticas. La narrativa representativa es el instrumento fundamental en el proceso de reivindicación representativa mencionado por Saward (2006), ya que a través de este conjunto de relatos los dirigentes reivindican su condición como líder, presentan un tipo de ciudadano al que aspiran a representar y exponen una historia colectiva en la que proyectan un horizonte a futuro.

Palabras claves

Narrativa representativa — liderazgo — representación política — ciudadano — comunicación

Abstract

In the last two decades, various authors (Rosanvallon 2009; Annunziata 2015; Saward 2010) have pointed out the insufficiency of electoral representation for current democracies and the need to think about representation in a permanent way and consider the interaction between leadership, representation and communication. Currently, leaders make continuous use of the tools of political communication to build and consolidate their status as representatives. In this

article we argue that leaders develop a representative narrative that aims to transmit their political message and shape political identities. The representative narrative is the fundamental instrument in the process of representative vindication mentioned by Saward (2006), since through this set of stories the leaders vindicate their condition as leaders, present a type of citizen whom they aspire to represent and expose a collective history in which they project a future horizon.

Key Words

Representative Narrative — Leadership — Political Representation — Citizens — Communication