

Música y política: las canciones de campañas electorales 2019 como discursos de circulación social en la Provincia del Chaco

Becaria: **Davina Griselda Aguirre**

Tipo de Beca: **Estímulo a las vocaciones científicas**

Período de ejecución: **01/08/2020 - 31/07/2021**

Organismo de Acreditación/Financiación: **CIN**

Lugar de trabajo: **Instituto de Letras, Facultad de Humanidades, UNNE**

PI en el que se inscribe la beca: **17 H013 “Discurso social. Narrativas políticas en los medios de comunicación: inteligibilidades actuales” (SGCyT - UNNE)**

Directora: **Dra. Natalia Colombo (UNNE)**

Resumen del Plan de la beca

Este estudio tiene como propuesta investigar la incidencia que tiene el discurso político en las canciones de campañas dentro del marco de las elecciones 2019 en la Provincia del Chaco. En las campañas electorales, la música se usa como medio de influencia política puesto que esta suscita una serie de respuestas “emocionales” en quienes la escuchan y genera diferentes efectos en los estados de ánimo o conductas de los ciudadanos. Por ello, nos parece interesante tomar a la música de campañas como un tipo de discursividad social, el cual es creado intencionalmente para lograr persuadir, de cierta manera, a un sector de la sociedad para obtener una ventaja político-electoral. Verón (1998), en relación, plantea que todo discurso social es un hecho social, es decir una “configuración espacio-temporal de sentido” que puede ser identificado sobre diferentes soportes materiales (diferentes medios y situaciones de comunicación) que no son más que fragmentos que conforman la gran red de semiosis social. A raíz de esto las nociones de intertextualidad como interdiscursividad serían, además, de funcionalidad para nuestro análisis, ya que todo enunciado textual o discursivo remite a toda una cadena de enunciados precedentes dentro de una misma esfera de la praxis humana.