

Universidad Nacional de La Plata  
Facultad de Artes

Doctorado en Artes

**La sublimación del Acto o el partido de la Potencia.**  
Estudio de las imágenes técnicas de Cambiemos y Frente para la Victoria:  
Aproximaciones a la campaña electoral 2015

I

**Doctorando:** Mg. Mariano Cicowiez  
**Directora de tesis:** Mg. María de los Ángeles de Rueda

La Plata, marzo de 2020

Gracias a

Lelé

Facultad de Artes

CONICET

“Has de tener un cuerpo que mostrar”.  
Giorgio Agamben (2010)

# Índice general

## Cuaderno I

Introducción	9
--------------	---

## Parte I

Tema	14
Área de investigación	14
Justificaciones	14
• Personal	14
• Temática	15
• Social	15
• Epistemológica	16
Problemas de investigación	16
Hipótesis Hermenéutica e Hipótesis de Trabajo	17
• Hipótesis hermenéutica	17
• Hipótesis de trabajo	17
Objetivos	18
• Objetivo General	18
• Objetivos Específicos	18
Material y diseño metodológicos	18
• Tipo de estudio	18
• Fuentes de información	19
• Sistema de matrices de datos	19
○ Unidad de análisis	19
○ Dimensiones	20
○ Valores	20
○ Indicadores	20
• Instrumentos	22
• Muestras	22
• Plan de tratamiento de datos	23

Estado del arte _____	23
Marco de Referencia Conceptual _____	26
Acerca de la televisión en la cultura visual _____	52
Alcances y limitaciones _____	61

## Parte II

Primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias (PASO) _____	65
--	----

- De mi corazón \_\_\_\_\_ 65
- La victoria de la policía local \_\_\_\_\_ 67
- Con Alicia y Marcelo en la Matanza \_\_\_\_\_ 69
- La victoria de las oportunidades \_\_\_\_\_ 71
- Con Johana en José C. Paz \_\_\_\_\_ 73
- La victoria de la inclusión \_\_\_\_\_ 76
- Con Elizabeth y Lucas en Quilmes \_\_\_\_\_ 78
- La victoria del esfuerzo \_\_\_\_\_ 80
- Con Graciela en Avellaneda \_\_\_\_\_ 82
- La victoria de la esperanza \_\_\_\_\_ 84
- Con Marcelo en La Matanza \_\_\_\_\_ 85
- La victoria del trabajo \_\_\_\_\_ 87
- El camino del cambio empezó hace tiempo \_\_\_\_\_ 90
- La victoria de la familia \_\_\_\_\_ 92
- En cada rincón estamos juntos \_\_\_\_\_ 94
- La victoria es la victoria de la Argentina \_\_\_\_\_ 96
- Una y mil veces, gracias por invitarme \_\_\_\_\_ 99
- La victoria de la educación \_\_\_\_\_ 100

Primera vuelta electoral _____	105
--------------------------------	-----

- Mercedes y Mauricio. Jujuy [Portada] \_\_\_\_\_ 105
- Scioli Presidente. Zannini Vicepresidente [Portada] \_\_\_\_\_ 107
- Jorge y Mauricio. Gualeguaychú [Interior] \_\_\_\_\_ 109

• Scioli Presidente. Zannini Vicepresidente [Contraportada] _____	112
• Gastón y Mauricio. Colonia Aldao [Contraportada] _____	114
• Periódico/Folleto 1 _____	116
• Humberto y Mauricio [Portada] _____	118
• Periódico/Folleto 2 _____	120
• Familia Bazán y Mauricio [Interior] _____	122
• Periódico/Folleto 3 _____	124
• Nely y Mauricio [Contraportada] _____	127
• Periódico/Folleto 4 _____	129
• 750.000 escrituras _____	131
• Provincias _____	134
• Justicia independiente _____	136
• Seguridad _____	138
• Trabajadores sin impuesto a las ganancias _____	141
• Necesidades _____	143
• Una mejor policía _____	145
Balotaje _____	153
• Si el 25 de octubre lo votaste a Scioli... _____	153
• Superación _____	155
• Tenemos la oportunidad de que la política mejore la vida de la gente _____	157
• Brindar _____	159
• Una nueva forma de hacer política _____	162
• El país tiene derecho a saber-Ajuste _____	164
• Un día todos sentimos que algo había cambiado _____	166
• Uno de los dos, trabajo _____	168
Boletas _____	171
• PRO/Cambiamos _____	171
• Frente para la Victoria _____	173

### Parte III

Selecciones en el orden del paradigma	181
• Cambiemos	182
○ PASO	182
○ Primera vuelta electoral	184
○ Balotaje	185
• Frente para la Victoria	187
○ PASO	187
○ Primera vuelta electoral	188
○ Balotaje	190
Mapas actanciales	194
• Cambiemos	195
• Frente para la Victoria	200
De la potencia hacia el acto (y del acto hacia la potencia)	210
Consideraciones finales	230
Biografía	233

### Cuaderno II

Anexos	247
• Unidades de observación fijas y móviles	248
• Origen del Acto y la Potencia	304
• Consideraciones acerca de la comunicación política	307

\*\*\*

## Índice de imágenes incluidas en el cuaderno I

- Imagen 1.** Primera imagen difundida de los líderes de PRO, Mauricio Macri; UCR, Ernesto Sanz y Coalición Cívica, Elisa Carrió, promotores principales de la alianza Cambiemos. \_\_\_\_\_ 63
- Imagen 2.** Acto de anunciación de Gabriela Michetti como precandidata a la presidencia de la Nación por la coalición Cambiemos. \_\_\_\_\_ 63
- Imagen 3.** Primera imagen difundida de la fórmula presidencial del Frente para la Victoria, Daniel Scioli-Carlos Zannini. \_\_\_\_\_ 64
- Imagen 4.** Scioli y Zannini, junto a Cristina Fernández de Kirchner. \_\_\_\_\_ 64
- Imagen 5.** Portada diario *El Día*, 10 de agosto de 2015, tras la celebración de las PASO. Título principal: *Scioli fue el más votado y con sus aliados, Macri quedó cerca.* \_\_\_\_\_ 103
- Imagen 6.** Portada diario *El Día*, 11 de agosto de 2015, resultados finales obtenidos en las PASO. Título principal: *Intensas negociaciones para encarar la nueva campaña.* \_\_\_\_\_ 104
- Imagen 7.** Portada diario *Clarín*, 26 de octubre, tras la celebración de la primera vuelta electoral. Título principal: *Sorpresas: Scioli y Macri van parejos al balotaje y ganó Vidal.* \_\_\_\_\_ 148
- Imagen 8.** Portada diario *Página 12*, 26 de octubre, tras la celebración de la primera vuelta electoral. Título principal: *Dos países.* \_\_\_\_\_ 149
- Imagen 9.** Portada [superior] diario *La Nación*, 26 de octubre, tras la celebración de la primera vuelta electoral. Título principal: *Hay ballottage: una gran elección de Macri golpeó al oficialismo.* \_\_\_\_ 150
- Imagen 10.** Portada [inferior] diario *La Nación*, 26 de octubre, tras la celebración de la primera vuelta electoral. \_\_\_\_\_ 151
- Imagen 11.** Portada diario *El Día* 12, 26 de octubre, tras la celebración de la primera vuelta electoral. Título principal: *Hay Ballottage. Scioli y Macri, cabeza a cabeza.* \_\_\_\_\_ 152
- Imagen 12.** Portada diario *Clarín*, 23 de noviembre, tras la celebración del balotaje. Título principal: *51,4% Macri Presidente.* \_\_\_\_\_ 176
- Imagen 13.** Portada diario *Página 12*, 23 de noviembre, tras la celebración del balotaje. Título principal: *Un presidente, dos países.* \_\_\_\_\_ 177

<b>Imagen 14.</b> Portada [superior] diario <i>La Nación</i> , 23 de noviembre, tras la celebración del balotaje. Título principal: <i>Macri presidente. Derrotó al kirchnerismo tras 12 años.</i>	178
<b>Imagen 15.</b> Portada [inferior] diario <i>La Nación</i> , 23 de noviembre, tras la celebración del balotaje.	179
<b>Imagen 16.</b> Portada diario <i>El Día</i> , 23 de noviembre, tras la celebración del balotaje. Título principal: <i>Macri Presidente.</i>	180
<b>Imagen 17.</b> <i>Diario Clarín</i> , sábado 21 de noviembre de 2015. Galería de imágenes: Mauricio Macri.	192
<b>Imagen 18.</b> <i>Diario Clarín</i> , sábado 21 de noviembre de 2015. Galería de imágenes: Daniel Scioli.	193
<b>Imagen 19.</b> Diario <i>La Nación</i> , 18 de octubre de 2015. Reportaje a Mauricio Macri.	206
<b>Imagen 20.</b> Diario <i>La Nación</i> , 18 de octubre de 2015. Reportaje a Daniel Scioli.	207
<b>Imagen 21.</b> Diario <i>El Día</i> , 22 de octubre de 2015. Reportaje a Mauricio Macri.	208
<b>Imagen 22.</b> Diario <i>El Día</i> , 22 de octubre de 2015. Reportaje a Daniel Scioli.	209
<b>Imagen 23.</b> Portada diario <i>El Día</i> , 11 de diciembre de 2015, tras asumir la presidencia de la Nación. Título principal: Macri: “Transparencia y pobreza cero”.	229

## Introducción

Las alianzas Cambiemos y Frente para la Victoria han mudado su denominación hacia Juntos por el Cambio y Frente de Todos. Sus principales exponentes en la campaña nacional 2015, Mauricio Macri y Daniel Scioli, ya no lucen sus nombres en las tapas de los matutinos. El fundador de PRO no reviste cargos públicos y el exgobernador de la provincia de Buenos Aires se desempeña al frente de la embajada argentina con sede en Brasil. Cuando el primero no exhibe el liderazgo indiscutido de su espacio de representación, sobre el segundo se recuerda, quizás con mayor detenimiento que el ejercicio de su gestión en territorio bonaerense, su participación en el segundo debate presidencial. Lo cierto es que Macri y Scioli ya no ejercen el predominio de la política local como sí han retenido su atención un lustro atrás.

Esta breve enumeración de acontecimientos no guarda correspondencias con los días transcurridos en el segundo semestre de 2015, cuando ambos aspirantes a la presidencia de la Nación concitaban la centralidad del conjunto de las acciones de los campos político y social. Sobre sus figuras se han escritos libros, biografías, numerosos ensayos académicos y notas periodísticas; se han repartido productos de *merchandising* con sus efigies y *slogans* de campaña; han participado en programas de televisión nacional y extranjera; concedido reportajes y convocado adherentes y críticas en la misma proporción; se han reunido con los principales líderes políticos y religiosos del mundo, alcanzando un nivel de conocimiento en Argentina con seguridad cercano al 100 por ciento.

Por entonces, concitó la atención que, tal como no aconteció en nuestra historia contemporánea, un gobernador de la provincia de Buenos Aires conservara genuinas posibilidades de acceder a la máxima jefatura de la Argentina, mientras que, también por vez primera, el país estaba próximo al ungimiento de un partido local en calidad de fuerza política de representación nacional. La inédita celebración de un balotaje, como además la realización de los debates entre los líderes de los binomios nacionales, constituyeron agregados que permiten señalar el carácter trascendente de la campaña 2015, mayormente motivado por el ascenso de PRO y la posible permanencia de un espacio político conformado en 2003. Esta última materia excede a los objetivos de nuestra investigación, la cual se ha focalizado en la norma de creación de sus respectivos productos visuales y audiovisuales.

Es en este contexto que el estudio de las imágenes indiciales de utilización proselitista adquiere su relevancia, en tanto constituyen muestras de observación para reconocer estilos de diseño acerca de dos concepciones de liderazgo político: uno regido por el conocimiento de la causa, y por tanto en situación de *acto*, y otro sustentado en la *potencia* que, en la campaña política, ha uniformado a las sociedades política y civil.

La diégesis de las producciones visuales y audiovisuales de Cambiemos y del Frente para la Victoria reenvió a los pronunciamientos lingüísticos de sus nóminas presidenciales, a la vez que teatralizó, en la disputa electoral, las agendas temáticas que las coaliciones instauraron en el curso de las tres instancias de sufragio obligatorio. De este modo surgió el interés por el desarrollo de la tesis de investigación hacia el inicio de la campaña oficiosa, fijado en la presente investigación, quizás de modo intempestivo, en el año 2013.

Un acontecimiento de dichas características puede analizarse a través de competencias provenientes de diversas áreas de la práctica académica. En nuestro estudio el predominio lo concitó los mecanismos de implementación de una serie de recursos artísticos de composición en virtud de que, por su intermedio, las alianzas trasladaron, al campo de las imágenes técnicas, el equivalente a sus cartas orgánicas de presentación. En otros términos, la gramática de producción de las fotografías y los *spots* televisivos ha resultado tributaria de un discurso posible de examinar ya no desagregando sus unidades discretas -método recusado por Jean Mitry y Christian Metz- sino hacia el conjunto de las estrategias de captación de votos adoptadas por las citadas fuerzas partidarias. En consecuencia, las unidades de trabajo han formado sistema no sólo en cada una de las jornadas de la elección presidencial (Primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias; primera vuelta y balotaje), sino que han entrecruzado dos narrativas, las cuales han sido reconocidas en el cuerpo de la investigación asociadas, en un caso y en otro, a Cambiemos y al Frente para la Victoria.

\*\*\*

La investigación se compone de tres partes, una breve consideración final y un apartado de anexo. La primera comprende el desarrollo del método científico utilizado en el curso de la investigación, a fin de testear las hipótesis hermenéutica y de trabajo. Al respecto, el sistema de matrices de datos refleja a las sub unidades de reconocimiento presentes en las muestras de observación y que, de alguna manera, han trazado una línea

de continuidad que ha prevalecido en el conjunto de las producciones de las coaliciones partidarias. Se incluye, además, un repaso acerca de las características principales de la cultura visual contemporánea, en el marco de la cual se ha desarrollado la campaña argentina 2015.

La segunda parte comprende el estudio de las imágenes fijas y de las imágenes en movimiento difundidas en las tres instancias de elección, y un sucinto examen de las imágenes pertenecientes a las boletas de sufragio. Las fotografías y los *spots* han sido examinados, como primera medida, de manera particularizada, en consideración a la jornada a la que remite su circulación, debido a que, unas y otros, presentan un grado de continuidad que unifica su estructura en cada una de las tres etapas.

En la última parte se desarrollan tres estudios concernientes a 1) la detección de relaciones paradigmáticas acerca de los usos semióticos de los cuerpos políticos y civiles, los objetos y los espacios incluidos en los anuncios de campaña; 2) las posiciones actanciales adoptadas por los principales exponentes de Cambiemos y el Frente para la Victoria incluidos en los avisos electorales, con objeto de 3) reconocer el predominio del *acto* y la *potencia* en las figuras de Macri y Scioli, y asimismo de la sociedad civil.

Las consideraciones de cierre exponen los alcances obtenidos en el curso de la investigación y, finalmente, en el anexo se ubican, conjuntamente con las unidades de observación, dos breves capítulos acerca 1) del entendimiento que Aristóteles concedió a las categorías del *acto* y la *potencia*, a partir de cuya recuperación Giorgio Agamben comprende a las sociedades políticas occidentales y que, asimismo, han iluminado y constituyen el núcleo de la tesis doctoral y 2) la comunicación partidaria que ha prevalecido en la campaña, con detenimiento en las obras de Jaime Durán Barba quien, sin dudas, comprende un personaje acaso mítico en el apogeo y la caída electorales de la alianza Cambiemos.

\*\*\*

En febrero de 2020 aún perduran las repercusiones de la campaña examinada, la cual significó la inauguración, en el plano nacional, de un modelo de comunicación posible de asumir la titularidad de un estilo de época sustanciado en la exposición del estrechamiento de las distancias que salvan a los candidatos y a los electores. De modo que quizás no resulte ciertamente audaz asegurar que los precandidatos partidarios que

en los años 2021 y 2023 compitan por la conducción de sus espacios políticos de representación no puedan rehusar los procedimientos artísticos de configuración analizados en el trabajo que aquí culminamos.

## **Nota**

El trabajo ha sido redactado entre los meses de marzo y octubre de 2019, por lo cual acontece un lógico desfasaje entre los tiempos en que 1) acontecieron los hechos que aquí se examinaron y 2) el registro, cuatro años después, a través de su escritura. Por dicho motivo, Macri ha sido apuntado, en ocasiones, en tanto jefe de gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Scioli, gobernador de la provincia de Buenos Aires, tales los cargos que desempeñaron desde el inicio hasta la culminación de la campaña nacional.

Las citas directas que, en los textos escritos de origen, se inician con letra mayúscula, han sido transcriptas incluyendo, entre corchetes, la letra que da curso a la citación, con objeto de preservar la fuente textual.

Es preciso recordar que Agamben (2007b, 2017) utiliza los términos *obra* e inoperosidad como sucedáneos del *acto* y la *potencia*. A su vez, conceptos como *obrante*, *hacedor de obra*, *inoperante*, *actualizado*, *actualización* y/o *potente* reenvían a las categorías citadas.

Cuando se menciona *la primera vuelta electoral*, no se hace referencia a las PASO, sino a la jornada de votación que le sucedió, de modo que se han utilizado las siguientes denominaciones: 1) PASO o Primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias; 2) primera vuelta electoral y 3) balotaje o segunda vuelta electoral.

Los pronunciamientos de los candidatos pertenecientes a los *spots* televisivos han sido transcriptos de acuerdo a sus propios enunciados, y no en razón de los subtítulos ubicados al pie de las imágenes. En ocasiones, los zócalos no coinciden con los dichos de Macri o de Scioli, por lo que se ha realizado una transcripción literal de su oralidad que, en verdad, poco altera a los paratextos de origen. Dicha inclusión, conjuntamente con la descripción de los códigos narrativos filmicos, han servido de material de apoyo para examinar la composición visual de las imágenes.

La denominación de los anuncios audiovisuales ha sido recogida de los respectivos sitios de internet de Cambiemos y Frente para la Victoria. Sólo se han suprimido aquellos subtítulos del orden de *Vamos Juntos*; *Ese es mi compromiso*;

*Mauricio Macri Presiente; Daniel Scioli*, entre otros, los cuales se reiteran en la titulación de los anuncios. La numeración que, entre paréntesis, acompaña a los nombres de los *spots* corresponde a los minutos y segundos que abarca su extensión.

En el estudio correspondiente a las PASO, Macri es mencionado en tanto precandidato de su espacio, debido a que, en rigor, debió competir, por la titularidad de la fórmula presidencial de Cambiemos, con Elisa Carrió y Ernesto Sanz, mientras que Scioli lo es como candidato, ya que no se disputó, a nivel nacional, la representación de su fuerza política. En tal sentido, se ha recurrido a la mención PRO/Cambiemos para señalar, en la sección correspondiente al estudio de la instancia de las PASO, la permanencia del partido conducido por Macri hacia el interior de la coalición que integró, entre otros, junto a la UCR y la Coalición Cívica. No obstante, debe recordarse que el partido fundado por Macri condujo la gramática de producción del conjunto de los anuncios electorales de Cambiemos.

Se ha respetado la denominación original de la serie de estrategias examinadas por Jean-Marie Schaeffer, de modo que, por ejemplo, *el Protocolo de existencia y el Testimonio* se encuentran precedidos por preposiciones como *a* o *de*.

Debido a la amplitud de sus obras, algunos teóricos fueron incluidos, simultáneamente, en el marco conceptual, en las referencias a la televisión en la cultura visual y/o en la sección de anexo. De este modo se propone una lectura integral de la tesis de investigación.

A los autores que conforman el marco conceptual, el apartado de cultura visual y el anexo de comunicación política, deben añadirse los nombres de Roland Barthes [1961] (1986a), [1964] (1986b), (1991), [1980] (2015); Oscar Traversa & María Rosa Moré (2007); Susana Temperley (2007); George Péninou (1972); Nicholas Bourriaud (2008); David Bordwell y Kristin Thompson (1993); Peter Burke (2005), Toby Clark (2000), Edgardo Castro (2008) y Flavia Costa (2005). Sus trabajos han sido recuperados en el curso de la investigación, y junto a estos se completa el cuerpo de obras citadas.

# Parte I

## Tema

Éste corresponde con el examen de las imágenes fijas e imágenes en movimiento pertenecientes a las fuerzas políticas Cambiemos y Frente para la Victoria, difundidas en el período correspondiente a la campaña electoral 2015 celebrada en Argentina.

## Área de investigación

El campo temático se corresponde con las áreas de investigación asociadas a los usos de la imagen en la política y a la estética de la cultura visual. Desde sus competencias, se examinó una serie de aspectos concerniente a las piezas de comunicación de carácter proselitista, incluidas en un acontecimiento que actúa, asimismo, en tanto nivel supra unitario. Éste último, por caso, resulta pasible de indagar, a modo de ejemplo, desde el campo de la historia de las elecciones presidenciales en el curso de la recuperación del último y vigente período democrático en Argentina.

El análisis se abocó a las condiciones de producción de imágenes fijas e imágenes en movimiento de carácter político/electoral.

## Justificaciones

Han sido desagregadas en las cuatro siguientes dimensiones:

**Personal:** La campaña ha sido construida como objeto de estudio en los meses de junio y julio del año 2013, una vez finalizados los estudios de licenciatura. Desde entonces, inicié el trabajo de recolección de información, de fuentes primarias y secundarias, acerca de las seis fórmulas que disputaron la primera vuelta electoral.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ellas han sido: Mauricio Macri-Gabriela Michetti (Cambiemos), Daniel Scioli-Carlos Zannini (Frente para la Victoria), Sergio Massa-Gustavo Adolfo Ruberto Sáenz (Unidos por una Nueva Alternativa), Nicolás del Caño-Myriam Bregman (Frente de Izquierda y de los Trabajadores), Margarita Stolbizer-Miguel Ángel Olaviaga (Progresistas) y Adolfo Rodríguez Saá-Liliana Negre de Alonso (Alianza Compromiso Federal).

En el período correspondiente a 2015-2018, cumplí la Maestría en Estética y Teoría de las Artes en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata (FBA-UNLP), en la cual desarrollé una primera aproximación al estudio de las imágenes de Cambiemos, difundidas con motivo de 1) la realización de las Primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias, 2) la primera jornada de elección y 3) la hasta entonces inédita celebración del balotaje. En este sentido, en la tesis doctoral se continuó la línea de investigación fijada en la maestría, ampliando sus objetivos, marcos conceptuales y unidades de observación.

**Temática:** Quizás como no aconteció desde la recuperación de la vigencia plena de la Constitución Nacional en el año 1983, la contienda 2015 significó la ruptura de los rasgos temáticos, retóricos y enunciativos en relación a las campañas que le precedieron. En efecto, incluso con posterioridad a su finalización, las directivas proselitistas adoptadas por la fuerza Cambiemos no han dejado de repercutir en ámbitos sociales de interés a la cuestión política. El enfoque adoptado contempló, por ejemplo, investigar, en el ámbito de una campaña nacional argentina, a las imágenes que dieron cuenta de una composición visual/audiovisual. Incluso, la composición de tales imágenes ha sido reproducida en dispositivos de comunicación de diversas fuerzas políticas, con motivo de las elecciones legislativas 2017.

**Social:** La relevancia de orden social que adopta la investigación comprende una mirada teórica integral acerca de los cuerpos, objetos y espacios dispuestos en las imágenes de las campañas de Cambiemos y del Frente para la Victoria. En la aplicación del entramado conceptual se propuso la deconstrucción de una serie de composiciones técnicas que han circulado a través de múltiples plataformas de comunicación. En la instancia de su reconocimiento, debido a motivaciones que excedieron a los alcances del presente trabajo, el interés que suscitaron en cuanto objeto de estudio ha sido sensiblemente menor en relación a los componentes lingüísticos que primaron en la contienda. En calidad de evento político y social que atravesó, a través de su interpelación directa e indirecta, a los ciudadanos no sólo con potestad de emitir sufragio, los resultados alcanzados en la tesis se proponen como instrumentos para establecer una comprensión sistémica de las imágenes de propaganda electoral.

**Epistemológica:** El campo específico que comprende a los contenidos del Doctorado en Arte Latinoamericano Contemporáneo (FBA-UNLP) examina, por ejemplo, dispositivos tecnológicos comúnmente denominados tradicionales y digitales. En el caso presentado, los antecedentes conformaron un cuerpo de análisis que se ha abocado, por caso, a la utilización de las redes sociales en el período electoral. Debido a que una de las condiciones de un trabajo doctoral se corresponde con la originalidad del objeto de estudio tanto como del enfoque escogido por el investigador, en la tesis se indagó el espacio descubierto acerca del tratamiento de imágenes fijas e imágenes en movimiento referentes a la campaña 2015.

El impacto que se pretende asegurar en el campo cognitivo se corresponde con la inclusión de dichas unidades de observación, en relación a estudios lingüísticos y de nuevas plataformas de comunicación, conformando un sistema que los incluya.

## **Problemas de investigación**

Roxana Ynoub asevera que “en una investigación científica el caso es un «medio» para examinar el asunto general o teórico que motiva a esa investigación” (Ynoub, 2015, p. 8). La autora indica que los problemas se tratan de “preguntas-guía que organizan toda la investigación. Se trata de preguntas derivadas del tema elegido: tener un tema no implica necesariamente tener un problema. El problema es una laguna cognitiva en algún aspecto particular del tema elegido” (Ynoub, 2013a, p. 35). Añade, en relación a los problemas de conocimiento científico, que “impactan en el cuerpo de un conocimiento disciplinario, para hacerlo crecer, consolidarlo o eventualmente abrir nuevos rumbos de desarrollo teórico o técnico” (Ynoub, 2013b, p. 8).

A partir del caso que comprende la campaña 2015, se desarrolló un problema de investigación mediante el cual se pretendió obtener un conocimiento de alcance general, en relación a la actualidad de la constitución de las imágenes electorales en Argentina. Por tanto, aquel ha sido formulado en los siguientes términos:

¿Qué relación se establece entre los cuerpos, objetos y espacios representados, en calidad de materias significantes que conforman a las imágenes de uso electoral?

Los problemas que devienen de la pregunta-guía se corresponden con las siguientes interrogaciones:

¿Qué régimen de representación se instrumenta sobre la información denotada en producciones visuales/audiovisuales pertenecientes a una campaña de elección política?

¿Qué recorridos narrativos se desarrollan en la conformación de un esquema de situaciones que prevalece en las imágenes fijas e imágenes en movimiento?

¿Qué relación puede establecerse entre el material significativo que difiere en la composición de las diversas producciones de propaganda, subsidiarias del orden de una contienda electoral?

## **Hipótesis Hermenéutica e Hipótesis de Trabajo**

La tesis doctoral se trata de una investigación interpretativa, por lo que la hipótesis sugiere un nuevo significado en relación al material significativo seleccionado. En efecto, el trabajo de constatación de una serie de regularidades compositivas y narrativas ha sido funcional a la interpretación que se efectuó acerca de una condición del proceso eleccionario.

### **Hipótesis hermenéutica**

Las imágenes de Cambiemos y del Frente para la Victoria constituyeron su representación y esquema narrativo en relación, de modo respectivo, a la *potencia* y al *acto*, de su información significativa.

### **Hipótesis de trabajo**

Los cuerpos políticos y civiles han sido instrumentados de acuerdo a una composición inoperante, por parte de Cambiemos; y a una lógica de hacedor de obra, en

el caso del Frente para la Victoria, en sus correspondientes dispositivos de campaña electoral.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

a) Confrontar la estructura iterativa de las imágenes fijas e imágenes en movimiento de Cambiemos y del Frente para la Victoria, pertenecientes a la campaña 2015 celebrada en Argentina.

### **Objetivos Específicos**

b) Evaluar el estatuto semiótico asignado a los cuerpos, objetos y espacios representados, incluidos en los dispositivos tecnológicos mencionados.

c) Analizar el precepto narrativo adjudicado a los cuerpos políticos y civiles, en las realizaciones de propaganda electoral.

d) Reconocer asociaciones pragmáticas en las producciones visuales/audiovisuales difundidas en una misma instancia de elección.

## **Material y diseño metodológicos**

### **Tipo de estudio**

La tesis doctoral se corresponde con un estudio interpretativo. En efecto, en la tesis de maestría se desarrolló un estudio descriptivo acerca de las imágenes fijas e imágenes en movimiento pertenecientes a la campaña de Cambiemos 2015, por lo cual, en esta ocasión, se realizó una interpretación de la conformación diegética de tales dispositivos tecnológicos. En verdad, aquella finalizaba con una exégesis sucinta acerca de un aspecto que se analizó en profundidad en el presente trabajo, a partir de su cotejo con las imágenes proyectadas en la campaña del Frente para la Victoria.

## **Fuentes de información**

Las fuentes utilizadas se incluyen, en la mayoría de los casos, en la categoría primaria. Las imágenes fotográficas y audiovisuales difundidas durante el período de la contienda, han sido posible de recoger, si no su totalidad, sí un número considerable. Por caso, los *spots* de ambas fuerzas políticas se hallan disponibles en la web, en sus respectivos sitios oficiales en la plataforma *YouTube*, por lo que sí ha sido posible obtener un conjunto prácticamente perfecto. En cuanto a las imágenes fijas, se ha realizado un exhaustivo trabajo de recolección en diarios de alcance nacional y provincial, por lo que, si no ha sido posible obtener un conjunto similar, el número obtenido asciende a una proporción más que suficiente para confeccionar el objeto de estudio.<sup>2</sup>

Las fuentes secundarias, en menor medida, se sitúan en las obras de Hernán Iglesias Illa (2016), autor de un texto capital para comprender la campaña de Cambiemos, debido a que conformó los equipos de comunicación oficiales; y Durán Barba & Nieto (2017a, 2017b), cuya autoridad en relación a su función en el curso de la elección las ubica como materia prácticamente impostergable.

Debe señalarse la posibilidad que brindan las redes de internet para la realización de una investigación de estas características, debido a que facilitan el acceso inmediato, en este caso, a las unidades seleccionadas. No cabe duda que efectuar un estudio de una campaña en un tiempo anterior al avance de la tecnología habría dificultado la confección de un cuerpo de estudio exhaustivo y pertinente.

## **Sistema de matrices de datos**

### *Unidad de análisis*

La unidad focal se corresponde con las imágenes fijas y las imágenes en movimiento, respectivamente difundidas en las plataformas 1) gráfica de alcance nacional y provincial<sup>3</sup> y 2) televisiva, durante el período eleccionario legalmente establecido por la Dirección Nacional Electoral.

---

<sup>2</sup> El número de imágenes asciende a más de 500 fotografías.

<sup>3</sup> En relación a las imágenes difundidas en diarios de alcance provincial, se constató que la información que comportó su diégesis no se correspondía con la particularidad de una región local -en el contexto

El nivel supra unitario se trata de la campaña de elección nacional, el cual instituyó el contexto en el que han circulado las unidades focales. El nivel sub unitario lo componen los cuerpos -políticos y civiles-, los objetos y los espacios que conformaron el universo denotado de las unidades focales.

#### *Dimensiones*

Los *cuerpos*, los *objetos* y los *espacios* representados son las dimensiones seleccionadas, y que predicen a las unidades de análisis. La dimensión *cuerpos* presenta dos sub dimensiones: *cuerpo político* y *cuerpo civil*, a la vez que la dimensión *espacios* presenta tres sub dimensiones: *calidad de la construcción*, *estado de preservación* y *estatuto legal*.

#### *Valores*

En tanto sistema de clasificación, se ha definido un sistema de clases sobre niveles de medición nominal y ordinal. Cada dimensión presenta valores 1) exhaustivos, 2) excluyentes entre sí y 3) establecidos sobre un eje de semejanzas (Ynoub, 2013c, p. 19).

#### *Indicadores*

El siguiente cuadro presenta un indicador correspondiente a cada variable y sub variable:

<b>Dimensión</b>	<b>Sub dimensión</b>	<b>Valores de la dimensión</b>	<b>Valores de la sub dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Valor del indicador</b>
<b>Cuerpos</b>	cuerpo político		exhibe la ciencia de gobierno  no manifiesta la ciencia de gobierno <sup>4</sup>	acciones	ejecutar dirigir consensuar hablar escuchar
	cuerpo civil		inoperante  hacedor de obra <sup>5</sup>	modos de representación	trabajo descanso celebración demandas <sup>6</sup>
<b>Objetos</b>		doméstico laboral		finalidad	Esparcimiento seguridad producción
<b>Espacios</b>	calidad de la construcción		alta mediana baja	materiales utilizados	cemento madera chapa tierra
	estado de preservación		optimo desmejorado	situación de techos, pisos y paredes	conservados averiados en reparación
	estatuto legal		públicos privados	código urbano	estatales particulares

Los valores correspondientes a las sub dimensiones *cuerpo político* y *cuerpo civil*, reflejan 1) las acciones que ellos ejecutan (trabajar, descansar hablar, escuchar, dirigir, consensuar) y 2) los modos de representación visual (por ejemplo, vestimenta de trabajo, vestimenta casual, escenificación de alabanzas, petición de demandas).

---

<sup>4</sup> Esta clasificación platónica se encuentra en el diálogo *Político* (¿367-362?) e incluye a la totalidad de los gobernantes. En este sentido es que comprende al conjunto de estados posibles de la dimensión cuerpo político. En el entramado conceptual de la investigación se desarrolló en profundidad, a través de la lectura del diálogo platónico elaborada por Peter Sloterdijk (2006). Debe señalarse que el vocablo *ciencia* ha sido extraído de la traducción de María Isabel Santa Cruz (Editorial Gredos, 2014).

<sup>5</sup> La clasificación aristotélica es analizada por Agamben. Como en la cita al pie inmediatamente anterior, se desarrolló su concepción en el entramado conceptual del presente trabajo de tesis.

<sup>6</sup> Luego de realizado el estudio de la maestría acerca de la campaña 2015, se constató una serie de acciones que ejecutaron los candidatos y la sociedad civil en las imágenes electorales. Aquí se presentan las acciones que operan como síntesis del conjunto de los comportamientos adoptados por ellos.

Los valores doméstico y laboral, correspondientes a la dimensión *objetos*, refieren su pertenencia 1) al ámbito del hogar; de uso cotidiano en situaciones de ocio y 2) fuera de hogar; en ocasión de trabajo.

Los valores asignados a las sub dimensiones *calidad de la construcción, estado de preservación y estatuto legal* correspondientes a la dimensión *espacios*, señalan 1) el tipo de escenificación en el cual sucede la narración, 2) la representación operada sobre tales espacios y 3) la connotación que comporta lo público y lo privado en el orden de la composición de una imagen.

Los valores asignados a la dimensión *cuerpos* son, en suma, el *acto* y la *potencia*, a la vez que los valores de la dimensión *espacios*, en relación a las dos primeras sub dimensiones, condiciones buenas, regulares y malas.

## **Instrumentos**

Las fuentes primarias seleccionadas han sido abordadas a través del estudio comprendido, de modo principal, por la observación de su material significativo. Para ello se ha elaborado un archivo de imágenes fijas e imágenes en movimiento acerca de las tres instancias de elección. Las fotografías han sido publicadas en diarios de tirada nacional y provincial, a la vez que los *spots* televisivos han sido recogidos de los canales oficiales de Cambiemos y del Frente para la Victoria que poseen en el sitio de internet *YouTube*. Se trata de un estudio de caso, a partir del cual el análisis de contenido se ha conducido a las sub unidades correspondientes a los *cuerpos, objetos y espacios* representados, que conforman a las unidades focales de la investigación, lo cual incidirá en el nivel supra unitario en el que se ubican las imágenes/muestras que se examinaron.

El estudio de las fuentes secundarias completó los instrumentos escogidos para realizar el trabajo de tesis.

## **Muestras**

El principal antecedente concierne la tesis de la maestría presentada en 2018. Las unidades de observación, que se replican en una y otra investigación<sup>7</sup>, con

---

<sup>7</sup> Y por lo propio, ya han sido objeto de estudio, selección y sistematización.

independencia del análisis que de ellas se ha efectuado, han sido escogidas para el presente trabajo de modo voluntario, de acuerdo a los siguientes criterios de clasificación: 1) las muestras presentan una serie de regularidades en su conformación, 2) es decir que replican una estructura iterativa, la cual ha sido desagregada en sub unidades de observación y 3) pertenecen al mismo universo, por lo que su estudio integral dará cuenta también de él.

Se procuró examinar las propiedades o variaciones que presentan los cuerpos, los objetos y los espacios que componen a las imágenes seleccionadas. Por tanto, se trató de una selección de muestras intencional, en relación a un estudio interpretativo en el que se incluye la tesis.

### **Plan de tratamiento de datos**

La técnica que predominó en la constitución de la investigación ha sido el análisis de contenido, la cual guarda relación con las hipótesis y los objetivos trazados en el plan de tesis. Asimismo, la dimensión *espacios*, cuya matriz de dato comprende una jerarquía de sus valores en relación a sus dos primeras sub dimensiones -por lo que su escala de medición resulta ordinal-, ha sido abordada de acuerdo a un tratamiento correlacional, con motivo de sus clases adoptadas.

### **Estado del arte**

El trabajo final presentado en el programa de la Maestría en Estética y Teoría de las Artes se correspondió con el primer acercamiento a la investigación que se desarrolló en el Doctorado en Artes. En aquella presentación, en el apartado Estado del arte, se efectuó un recorrido a través de la historia de las elecciones ejecutivas nacionales, de acuerdo al contexto que las determinó, denominado Mediatización por el semiólogo Eliseo Verón (1997b y otros). En la Argentina, tuvo su bautismo en la contienda celebrada en el año 1973, aunque adquirió su envergadura vigente, de manera prácticamente irrestricta hasta la actualidad, diez años después.

En esta ocasión, el Estado del arte comprende a las conclusiones obtenidas en el trabajo precedente, en el cual se estableció una instancia dialógica con un texto medular en relación a la contienda 2015: *Cambiamos. Mauricio Macri presidente. Día a día, la campaña por dentro*, perteneciente a Iglesias Illa (2016). Será a partir de los alcances

teóricos derivados de la tesis de maestría que la presente indagación se involucrará en el área de estudios mencionada en apartados anteriores. Al respecto, por lo tanto, se citan las principales definiciones conclusivas del trabajo titulado *El candidato y la vecindad. La campaña de Cambiemos 2015*:

Las imágenes de campaña de Cambiemos determinaron un orden de composición visual/audiovisual cuyas regularidades han ejercido el predominio del análisis de la presente investigación. Desde el comienzo oficial de la contienda la serialidad de su exhibición dispuso un tratamiento en razón de la disposición de los cuerpos de los ciudadanos, de una clase de objetos y espacios privados y públicos que, respectivamente, se detentan o transitan.

Se constató que, en relación a los cuerpos, los ciudadanos fueron reconvenidos en elementos de campaña, en cuanto duplicaron la instrumentación de estos y reenviaron a la agenda electoral que el candidato administró su instalación y posicionamiento. En este caso, el dispositivo de enunciación consistió en trasladar la carga de la expresión de los relatos y alabanzas a los cuerpos civiles, en función de la instancia del cuerpo político que los instruyó.

Los objetos y los espacios configuraron un diseño inmediatamente verificable acerca del tenor de los relatos que presentó la serie de propagandas de campaña. La puesta en escena derivó en la construcción de una situación material ajustada al rigor de las narraciones expositivas de los reclamos de los ciudadanos intervinientes en las piezas de comunicación. En efecto, se corroboró que los cuerpos, los objetos y los espacios configuraron la unidad de la constitución de los mensajes, a la vez que el cuerpo de Macri se trató, en verdad, de la expresión del Trono Vacío que requiere ser continuamente vivificado. Las alabanzas que recogió en los encuentros con los ciudadanos, expresadas por palabras y a través de los gestos desplegados con sus cuerpos, ofrecieron la medida de esta situación.

Se ha verificado, mediante la instrucción de imágenes fijas e imágenes en movimiento, momentos culminantes, instancias que sellaron la vinculación afectiva entre Macri y los ciudadanos. Los abrazos, los llantos y las alegrías, los reclamos y las promesas de resolución convergieron en un mismo propósito de campaña. El traspaso de la imagen del candidato asociado a los aspectos más rancios de la política empresarial argentina hacia un hombre comprometido y consustanciado con las necesidades aún insatisfechas de la sociedad, se efectuó durante las tres instancias de elección que conformaron a la contienda 2015 en Argentina. El plan Pobreza Cero

expresó la resolución adoptada por un estadista abocado hacia un mandato irrecusable que afecta a la Nación. La exposición de dicho plan ha reenviado a una serie de imágenes que diagnosticaron una situación irresuelta en Argentina. En ellas, se ilustró el encuentro entre Macri y los ciudadanos, oficiando aquel como conducto de las alabanzas que estos le profesaron al candidato. El propósito de disminución de la pobreza viabilizó un escenario para reducir las distancias entre el Reino y la Gloria, a partir de las celebraciones que motivó la promesa de su resolución.

Dicha construcción requirió, por caso, de una serie de dispositivos técnicos de alcance masivo. Las fotografías y los *spots* televisivos han sido dos de los recursos excluyentes que primaron en los comicios ejecutivos. Uno de los principales procedimientos de implementación consistió en la convergencia de las narraciones en un relato mayor que unificase la proporción de sus historias. De este modo, las manifestaciones visuales de sus relatos fueron reproducidas en los soportes técnicos mencionados, e incluso las fotografías fueron incluidas en la constitución de los *spots*, operando una convergencia de la naturaleza de sus dispositivos.

En cualquier caso, se constató que las instantáneas, difundidas en la prensa gráfica o incluidas en la portada e interior de la serie de folletos, y los avisos televisivos, presentaron una *historia* acerca de un candidato a la presidencia de la Nación, en calidad de igualdad y correspondencia en relación a la ciudadanía ante la cual durante su mandato expresaría su voluntad.

Uno de los tres ejes que guiaron la campaña de Cambiemos ha sido la disminución de la pobreza hasta reducirla por completo. Para crear una imagen visual que dé cuenta de este objetivo, se realizó una puesta en escena sobre los espacios en los cuales sucedieron los encuentros con los ciudadanos. Por caso, el interior de las viviendas particulares fue reproducido por los dispositivos técnicos a través de una serie de recursos como profundidad de campo, tipos de planos, angulación y fondo y figura, entre otros. La carencia de carácter material fue de este modo configurada, a la vez que la función de anclaje del texto sobre la imagen adquirió la función de clausura de la polisemia que la comporta.

Se ha reconocido que el sentido general de las publicidades ha sido establecido de acuerdo a las normas que guían un contexto de difusión masivo e industrial, a través del cual su circulación adquirió caracteres de orden transestético. Su proliferación constante, la norma de superabundancia, la multiplicidad de plataformas de

comunicación, constituyen condiciones que permiten examinar la serialidad de los productos de campaña.

La equidad presunta entre las esferas política y civil que se adjudicaron los anuncios de propaganda en su manifestación visual/audiovisual, se corresponde a una exposición de la verdadera naturaleza de la máquina gubernamental. Las expresiones de halagos, aunque genuinamente pronunciadas, fueron sometidas a un proceso de composición que dispuso, por ejemplo, la triple reproducción de un estereotipo del orden 1) de las acciones ejecutadas por los ciudadanos; 2) de los objetos circundantes y 3) del espacio físico en el cual se conformaron las escenas. La réplica de Macri ha sido registrada en la misma dirección.

La exposición de la verdad desnuda de la maquinaria de gobierno tiene su correlato en la presentación de un candidato perteneciente a la clase a la cual representa, y en condiciones que asemejan a la sociedad representada con el candidato a su representación. Esta construcción de igualdad y de cercanía ha sido el objeto que atravesó, a través de una síntesis conceptual, al conjunto de los anuncios elaborados por Cambiemos.

## **Marco de Referencia Conceptual**

Las referencias bibliográficas remiten, en primer orden, a la recuperación que Giorgio Agamben (2001, 2005, 2007a, 2007b, 2010, 2011, 2017) efectúa acerca de una serie de escritos pertenecientes a Aristóteles [¿348-335?] (2015a), [¿368-348?] (2015b), [¿335-322?] (2015c), y que el filósofo italiano replica en sus estudios de la maquinaria de gobierno contemporánea y occidental. En los tomos iniciales de su obra *Homo Sacer*, como además en escritos y conferencias, Agamben desarrolla, entre otras categorías, las concepciones aristotélicas de *Potencia* y *Acto*, las cuales resultan sustanciales para examinar la constitución de las imágenes de campaña elaboradas por Cambiemos y el Frente para la Victoria en 2015.<sup>8</sup>

Agamben (2005) equipara a las categorías aristotélicas con “lo posible y lo real” (p. 16). La potencia no sería otra cosa que la posibilidad de convertirse en un real, como asimismo posibilidad de no pasar al acto y permanecer por ello en potencia, e incluso de traspasar esta potencia al ámbito de la realidad y conservar su propia potencia. En el

---

<sup>8</sup> En la sección de anexo se desarrollaron ambas categorías en virtud de las obras del filósofo griego.

cuerpo de análisis se retomaron estas categorías en relación al estudio de las imágenes de uso partidario y electoral.

La posibilidad de no ejercicio de la potencia, y por tanto su no actualización, confiere la unidad de la medida de una serie de imágenes que se examinaron en el cuerpo del trabajo. Esta potencia ha sido reproducida en las producciones de campaña de Cambiemos a través, por ejemplo, del tratamiento de los cuerpos políticos y civiles que intervienen en las imágenes/muestras de investigación. Son estos cuerpos la materia significativa a través de la cual, en mayor medida, se reconoció la exposición de la potencia como cifra distintiva de las realizaciones de comunicación elaboradas por Cambiemos inherentes a la contienda electoral 2015.

La desmesura, la violencia y la eficacia de la potencia humana se ha observado en las producciones de campaña en igual proporción que, por caso, la actualización que de ésta se realizó en el armado conjunto de la contienda. El registro visual/audiovisual del acto y la potencia se efectivizó a través de distintos recursos de composición, de modo que se examinaron las similitudes y diferencias de las estrategias de enunciación de las fuerzas políticas que lograron la obtención del balotaje.

La inclusión de las categorías aristotélicas en la obra de Agamben produce una relación dialógica con lo que el filósofo italiano denomina operosidad e inoperosidad. La primera categoría se vincula a la obra del hombre, mientras que la segunda se refiere a la ausencia de ella. La política occidental, afirma Agamben (2007b), recibe su sustancia de la obra del hombre, no de su carencia, a través de la captura de la vida desnuda.

La vida desnuda corresponde a aquella fracción que el poder político sustrae de la vida humana y que constituye el núcleo de su funcionamiento gubernamental. Es en este sentido que Agamben recupera la distinción clásica entre *zōé* y *bíos*, vida natural y vida políticamente admitida y supeditada al poder occidental. El autor entiende que esta distinción ya no es posible de establecer, debido a que la primera es continuamente apropiada y puesta bajo su control por parte de la segunda.

El término forma-de-vida se asocia a la potencia, a la posibilidad, no al ejercicio concreto, de actualizarse en formas de vida individuales. En este sentido, de las formas de vida, que están en acto, se puede extraer la nuda vida, mientras que de las formas-de-vida, que se encuentran en potencia, no resulta posible extraer la nuda vida a partir de la cual se vivifica el poder occidental:

una vida que no puede separarse de su forma es una vida que, en su modo de vivir, se juega el vivir mismo y a la que, en su vivir, le va sobre todo su modo de vivir. ¿Qué significa esta expresión? Define una vida -la vida humana- en que los modos, actos y procesos singulares del vivir no son nunca simplemente *hechos*, sino siempre y sobre todo *posibilidad* de vivir, siempre en potencia. (Agamben, 2001, p. 14. La letra itálica pertenece al texto original).

Los hechos y la posibilidad a los que se refiere Agamben no resultan categorías distintas al acto y la potencia, trasladados a la máquina gubernamental de finales y comienzos de los siglos XX y XXI. En el trabajo de investigación se ha observado tanto hechos como posibilidades representadas en la serie de imágenes seleccionadas, por lo que su inclusión define a los contenidos de su análisis.

Agamben (2001) continúa afirmando que “el poder político que nosotros conocemos se funda siempre, en última instancia, en la separación de la esfera de la nuda vida con respecto al contexto de las formas de vida” (p. 14). En el estudio de caso que se presenta, esta separación se ha efectuado, por ejemplo, ocultando el acto mismo de su disociación. La exhibición de la vida natural y su incorporación, en calidad de vida desnuda, al poder occidental, no manifestó, en la campaña de una de las coaliciones, las huellas de este proceso y así resultó tanto más eficaz. Es en este sentido que el estudio crítico de los casos concernientes a los usos de la imagen que efectuaron las fuerzas políticas Cambiemos y Frente para la Victoria adquiere su predominio.

La *casa* y la *ciudad* (Agamben, 2001) sugieren la distinción respectiva de las esferas privada y pública. La vida natural, privada al dominio del ser humano, es capturada en calidad de vida desnuda por parte del poder público, y así se la incluye en la ciudad. Esta inclusión se efectúa a partir de la actualización de la potencia racional inherente a la vida natural, y por tanto posibilidad de actualizarse en múltiples formas de vida. El trabajo que Agamben se propone, en su serie máxima *Homo Sacer*, consiste en establecer los mecanismos que configuren su desarticulación. Capturada en el interior del poder gubernamental, cooptada en nuevos campos de la acción del hombre, la vida natural ha sido el objeto substancial de las funciones del dispositivo de dominio. Las décadas finales de los siglos XX y las iniciales del siglo XXI han suministrado nuevas oportunidades para efectuar dicha captura. En la tesis se propuso la inclusión del estudio de la conformación de las imágenes de uso electoral, en calidad de producciones resultantes de su instrumentación.

En el contexto de la cultura visual contemporánea, la masividad y la cotidianeidad (Agamben, 2001) que predica la utilización de los medios de comunicación tradicionales en el curso de una campaña proselitista ha conferido la ocasión para realizar el presente trabajo de investigación. Ambas condiciones se han visto expresadas debido no sólo a su naturaleza técnica, sino asimismo en razón de la cuota de consumo cultural que aún poseen las imágenes fijas y las imágenes en movimiento. Los medios digitales, pese al reconocimiento que les fue adjudicado en el curso de la contienda 2015, no han sido considerados como unidades de observación debido a que, en cierta medida, existe un número mayor de antecedentes de investigación en relación a la originalidad que supone el estudio de las imágenes dispuestas para su circulación en diarios, folletos y anuncios de televisión. La cotidianidad y la masividad a través de la cual se captura la vida del hombre ha sido reconocida en una clase de dispositivos, los cuales representan apenas un caso testigo de esta situación.

En suma, Agamben (2010) sustenta sus investigaciones de la constitución del poder político occidental en la distinción entre la vida privada y la vida pública, acerca de la cual se establecieron los estudios que se presentan de las imágenes de las fuerzas políticas argentinas:

como una exclusión inclusiva (...) de la *zōē* en la *polis*, como si la política fuera el lugar en que el vivir debe transformarse en vivir bien, y fuera la nuda vida lo que siempre debe ser politizado (...). El viviente (...) habita en la *polis* dejando que en ella quede apartada su propia nuda vida. (p. 17. La letra itálica pertenece al texto original).

En una serie de escritos, Louis Marin ha analizado la relación que se establece entre el poder y los modos de representación que se instituyen alrededor de la figura de la autoridad. Asegura que existe una articulación que torna irresoluble la producción de un análisis que no los asuma en tanto sistema de afirmación de autoridad y fundación de ese mismo poder a partir de su propia representación, debido a que el peso específico del dispositivo de representación origina la instancia de poder.

Dicha articulación ha sido aplicada hacia los registros indiciales que constituyen las producciones técnicas de Cambiemos y del Frente para la Victoria. En efecto, las fotografías y los *spots* de uso proselitista determinan lo que el autor denomina “poder de institución, de autorización y de legitimación (2009, p. 137), en el marco de las disposiciones de campaña de cada una de las coaliciones electorales. En el cuerpo de

estudio se han examinado los distintos mecanismos de dicha producción de representación de autoridad, asociada, en un caso, a la *obra* que legitimó la postulación de un candidato, y en el otro, a la *inoperosidad* que, en razón de ella misma, un aspirante estableció la novedad que supuso su norma de comunicación.

Tales mecanismos guardan relación con que el poder “produce sus representaciones” (p. 136) tanto como éstas hacen “de nuevo e imaginariamente presente, y hasta vivo, lo ausente y lo muerto” (pp. 137-138). En una contienda electoral contemporánea, en la cual la presencia física de los candidatos en el territorio de la Nación -tal como aconteció hacia comienzos de siglo XX en Argentina a través de las vías del ferrocarril- es complementada con anuncios de carácter masivo, los modos de representación de la autoridad, examinados por Marín, adquieren relevancia y pertinencia analítica.

En mayor proporción, las imágenes de una de las fuerzas políticas establecieron el diseño de sus productos con el concurso de la exhibición del poder a través de un acumulado de representaciones visuales/audiovisuales, del mismo modo que el proceso de su representación constituyó la autoridad y el poder que detenta un estadista cuyo saber asegura el bienestar de la Nación. De modo contrario, si la fuerza política rival rehusó la representación consuetudinaria de la autoridad, no obstante elaboró, por ejemplo, el discurso visual perteneciente al cuerpo presidencial de acuerdo a un acopio de pautas hasta entonces inéditas en el plano de una contienda ejecutiva de alcance nacional, vinculadas a la cercanía y la proximidad entre los actantes políticos y civiles.

En el estudio se constató la determinación conjunta entre el poder y la representación instituida y que asimismo lo instituye, en relación a la propuesta de análisis de Marín. Las imágenes de uso electoral conciernen una ocasión para determinar la correspondencia que ilustra un signo visual/audiovisual de cuerpos presidenciales y el reconocimiento que de su candidatura y posicionamiento alanza a realizar el votante. En estos casos, la estrategia de comunicación consistió, como primera medida, en instalar la figura de Macri y de Scioli en los sectores donde su trayectoria/imagen no obtendría un alto grado de conocimiento.

Por lo tanto, la representación de la autoridad cobra tanta jerarquía como el cuerpo representado. En efecto, en sus respectivas campañas los cuerpos presidenciales han sido asumidos en tanto consortes de la dignidad, la majestuosidad, el cambio o la renovación política, de acuerdo al programa narrativo adjudicado a cada uno de los candidatos.

Si aún resulta efectiva la fórmula que asegura que el elector vota y se inclina por una candidatura debido a la exposición de sus imágenes, no es una materia que deba tratarse aquí, debido a que la tesis corresponde a un estudio acerca de la fase de producción en la cual se inscribe la representación visual/audiovisual operada a través de dispositivos técnicos de comunicación de masas. De manera que si la candidatura presidencial 2015 constituyó su pauta de posicionamiento a través de la conversión de la imagen de Macri y de Scioli en relación a un esquema de posiciones actanciales, lo cierto es que el estudio de sus categorías concierne una aproximación al examen que devela su proceso de constitución.

En este sentido se comprende que el autor, en *El cuerpo de poder y la encarnación en Port Royal y Pascal o de la "figurabilidad" del absoluto político* (1992), indique que la tarea del poder consista en "[A] cercar lo más posible la figura y el cuerpo" (p. 422), de modo de suprimir las distancias que operan entre el cuerpo físico referencial y los procedimientos técnicos de su representación. La difusión de imágenes fijas y de imágenes en movimiento ha suscitado la promoción de una serie de reproducciones técnicas no sólo como elementos de sustitución de un cuerpo presidencial ausente sino, en mayor proporción, confiriéndole una nueva dimensión inexistente en el cuerpo orgánico, de manera que

el rey (con r minúscula, el individuo real de rodillas hinchadas por la gota, el cuerpo orgánico), al derramarse por completo en su "imagen", al transformarse en "representación" se convierte en el Rey (con R mayúscula, la dignidad, la majestad, el cuerpo político) (p. 422).

En efecto, uno de los candidatos obró como Presidente (con letra inicial mayúscula) y como tal ha sido representado en sus imágenes proselitistas, del mismo modo que otro candidato presidencial actuó en razón de presidente (con letra inicial minúscula) y estableció de esta manera un desafío a la práctica habitual de comunicación política, partidaria y electoral en Argentina.

Este proceso, que el autor asocia a un derramamiento, mediante el cual los cuerpos de Macri y de Scioli han circulado en los avisos, ha sido el objeto de la investigación, atendiendo a que, de acuerdo a Marín (2012) las semejanzas que, en este caso, dichas representaciones adquieren con respecto a la sociedad de representados, suelen infundir temores, debido a que "[L]os «iguales» recelarán de su singularidad porque se les parece demasiado o más bien porque alardea demasiado de lo que se les

parece” (p. 15). Esta medida de igualdad, acaso forzada, entre los cuerpos de político y civil ha sido reconocida en los avisos de Cambiemos difundidos en las PASO y en la celebración del balotaje.

El reconocimiento de la clase de liderazgo ha sido expuesto por Platón en su diálogo *Político*, fechado presumiblemente alrededor de los años ¿367-362? antes de la e.c. Las conclusiones obtenidas por el filósofo griego han sido recuperadas por Sloterdijk (2006) para esclarecer las normas que conforman las condiciones actuales de un régimen político y social. En este sentido, el diálogo platónico incorporó al entramado conceptual de la investigación una referencia impostergable para reconocer, en mayor medida, 1) el *acto* y la *potencia*, la *obra* y la *inoperosidad* que constituye a la maquinaria gubernamental de Occidente, y 2) las posiciones actanciales desempeñadas por los candidatos a la máxima magistratura.

El valor que establece la clasificación entre los gobernantes que concierne al estudio de caso se corresponde con la detentación de lo que Platón denomina ciencia real. El saber o arte de gobierno es lo que distingue al soberano de los hombres que se encuentran bajo su mandato, de modo que si careciese de esta condición no habría oportunidad para realizar un Gobierno adecuado a la naturaleza de la situación de liderazgo.

Debido a que “llamamos «político» al arte que brinda su cuidado a la ciudad” (Platón, [¿367-362?] 2014, p. 156), las campañas de Cambiemos y del Frente para la Victoria se incluyen en la definición dada por Platón acerca del hombre político. Debido a que el conocimiento del ejercicio de gobierno deviene la esencia de su mandato, se ha reconocido, en el estudio de las imágenes técnicas de la contienda 2015, una serie de regularidades que, en un caso, exponen el requisito platónico mientras que, en otra circunstancia, manifiestamente se oculta su incorporación a la trama proselitista.

La teoría actancial de Julius Algides Greimas, expuesta en *Semántica Estructural. Investigación Metodológica* (1971) ha contribuido a reconocer el estatuto de la representación que ilustran las imágenes fijas y las imágenes en movimiento de las fuerzas políticas seleccionadas. En primer orden, aquí se la retoma debido a que, en términos acuñados por Jacques Aumont y Michel Marie en *Análisis del film* (1993)

[L]a lista de los actantes es heredera, hasta cierto punto, de la de Propp (...) pero se diferencia profundamente de ella en que se aplica, no a un determinado corpus de relatos, sino a cualquier “microuniverso” coherente: por ejemplo, a los mitos y relatos míticos, pero también a cualquier texto narrativo en tanto que microuniverso (p. 143).

El objeto de esta recuperación se debe a la permeabilidad que supone transponer su modelo, originariamente concebido para el estudio de un sistema de género lingüístico, hacia las unidades focales que iluminan la investigación. Pese al origen de las categorías analíticas presentadas por Greimas que inconfundiblemente remite a los clásicos estudios de Vladimir Propp acerca del cuento mítico ruso, el desempeño teórico que se propone consiste en la aplicación del modelo actancial, de acuerdo a los antecedentes que constituyen su traslación al género audiovisual propuesto por autores como Aumont & Marie, y Francisco Casetti y Federico di Chio, estos últimos en *Cómo analizar un film* (2014).

El examen de los cuerpos políticos y civiles se realizó a partir de su reconocimiento en relación a la posición que desempeñaron hacia el interior de la diégesis de las imágenes de uso electoral. El vector ha sido, en este nivel de análisis, no ya los caracteres connotados por Macri, Scioli y las personas representativas de la sociedad civil, sino, por el contrario, la relación que se ha establecido entre las distintas posiciones que compusieron los diversos recorridos narrativos.

En efecto, en este estudio se ha considerado a los candidatos presidenciales en calidad de actantes, cuyas posiciones se incorporan a una red discursiva, a un micro universo conformado por las seis categorías generales elaboradas por el coautor de *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje* (1990) Dichas categorías remiten a una serie de tres oposiciones que, en su conjunto, conforman el sistema de la teoría actancial: 1) Sujeto y Objeto; 2) Destinador y Destinatario y 3) Adyuvante y Oponente.

En relación a la campaña 2015, el primero de los términos de la segunda oposición de la teoría actancial obraría en razón de nivel supra unitario de las imágenes/muestras pertenecientes a las coaliciones partidarias, mientras que el segundo se halla representado en el nivel sub unitario que conforman los actantes civiles.

En la instancia de tratamiento de datos, se examinarán los mecanismos de representación acerca de la relación entre los sujetos/sociedad política y sus proyecciones hacia los adyuvantes/sociedad civil, presentados en ocasiones en estado de potencia y en otras oportunidades en situación actualizada.

A través del estudio de las tres oposiciones que conforman este modelo se reconoció la especificidad de las posiciones que han ocupado, por ejemplo, los distintos sectores de la sociedad civil, lo cual contribuye al examen de la detección de relaciones paradigmáticas. En efecto, estas se producen en tanto, por caso, los ciudadanos son definidos por la posición equivalente que desempeñan en las narraciones visuales y audiovisuales, con independencia de las acciones específicas que ejecutan.

En sus estudios de semiología de la imagen Verón ha definido, por caso en *El tercer término* (1993), *Efectos de agenda* (1999) y *El cuerpo de las imágenes* (2001) una condición sustancial para analizar el estatuto de los cuerpos de los candidatos a la presidencia de la Nación y de los ciudadanos. La categoría cuerpo significativo<sup>9</sup> ha sido elaborada por su autor en una serie de textos, como asimismo la condición del cuerpo presidencial a partir de estudios de caso efectuados a lo largo de su producción.

Debe señalarse que el *orden del contacto* hacia el televidente remite, de acuerdo a Verón (2001b) fundamentalmente al régimen enunciativo denominado *en directo*. No obstante, resultaría aparentemente pertinente la aplicación de dicho orden a las imágenes móviles de uso electoral debido a que, Cambiemos en mayor proporción, ha producido *spots* en tanto piezas, incluso grabadas, registradas *en vivo* desde, por ejemplo, los domicilios de los actantes/ciudadanos. De modo que si el directo se constituye en tanto “paradigma del modo de apropiación de lo real por el discurso” (Verón, 2001a, p. 20) el registro *en vivo* realizado por Cambiemos ha sido instrumentado en la misma dirección. La modalidad incorporada por la coalición que conduce Macri ha resultado ciertamente novedosa en el mapa de las campañas electorales, por lo que resultaría posible examinar sus avisos a través de este régimen de contacto. Sin embargo, en numerosas unidades de observación su gramática de producción no aplicó el segundo requisito inherente al contacto con el televidente, el cual consiste en “el eje de la mirada, los-ojos-en-los-ojos” (2001a, p. 21), es decir, la mirada del protagonista hacia el lente de la cámara.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Amparo Rocha Alonso (2010, 2017) ha desarrollado esta categoría en artículos citados en la bibliografía.

<sup>10</sup> Por lo tanto, en el cuerpo del trabajo la mirada a cámara ha sido retomada a través de autores que examinan esta modalidad bajo los regímenes enunciativos de *directo* pero también de *grabado*. En este sentido, la inclusión del término *contacto* no remite al eje de la mirada “Y-Y” (Verón, 2003, p. 7 y ss.) sino, como primera medida, al grado de proximidad entre los actantes incluidos en la diégesis. En menores ocasiones, remite a la estrategia de refuerzo y persuasión dirigidas a los colectivos prodestinatario y paradesinatario (Verón, 1987), independientemente de “la economía de la mirada” (Verón, 2001b, p. 43).

No obstante, se ha reconocido una serie de procedimientos de construcción de “confianza” (2003, p. 18) -Verón señala relaciones de simetría y complementariedad- o, en el trabajo de investigación, de 1) cercanía/empatía y 2) liderazgo, en virtud, por caso, de la exposición visual/audiovisual de las categorías aristotélicas -recuperadas por Agamben- y platónicas. En este sentido, en el estudio se privilegió, por ejemplo, el orden metonímico de producción de sentido, por sobre los discursos escritos en los folletos (modalidad de funcionamiento simbólica) de las alianzas.

El cuerpo presidencial se trata, en verdad, de un metacuerpo (1999b), es decir, un cuerpo elaborado en razón de un cuerpo primero a partir del cual se hace referencia, por ejemplo, a una serie de significaciones propias de la investidura presidencial. Es un cuerpo que, en sí mismo, actúa en calidad de materia significativa, que procura la supresión de las distancias operadas con respecto a su significando, de modo de “*dar status de significante a una parte del significado*” (1993, p. 145. La letra itálica pertenece al texto original). La exhibición pública que se efectúa del cuerpo presidencial en un contexto de elección, registrada a través de imágenes fijas e imágenes en movimiento, constituye un ejemplo de revocación de tal distancia.

Al respecto, Verón (2001c) asegura que “[E]s para esto que el cuerpo del presidente es un cuerpo de segundo grado, un metacuerpo: sin dignidad, seguridad, serenidad, sino puesta en escena de la dignidad, la seguridad, la serenidad” (p. 85). La puesta en escena que ilustran las imágenes electorales, asociadas a objetos y espacios disímiles recreados en las producciones de campaña pertenecientes a las fuerzas escogidas, se halla en relación de reciprocidad con los actantes políticos y civiles en estado de potencia y de actualización. Añade Verón (1999a) que

la diferencia entre el cuerpo común del ciudadano y el cuerpo del presidente no es una diferencia puramente cuantitativa. Construir un cuerpo presidencial no consiste simplemente en mostrarse *más* digno, *más* inteligente o *más* púdico que un ciudadano cualquiera; se trata, paradójicamente, de mostrar de alguna manera que se está *poniendo en escena* la dignidad, la inteligencia o el pudor (...). Cuestión de enunciación: el cuerpo del presidente sería un *metacuerpo*” (p. 88. La letra itálica pertenece al texto original).

Las figuras de Macri y de Scioli han duplicado, a través de los movimientos realizados con sus cuerpos, los pronunciamientos lingüísticos expresados en sus respectivas campañas electorales. Ellos han sido clasificados en el planeamiento de esta investigación de acuerdo a las categorías de Agamben, por lo que la inoperosidad y la obra han sido reconocidas en cuanto categorías iterativa en las imágenes de uso proselitista.

El reconocimiento de las imágenes de la campaña 2015 permitió establecer el surgimiento de un nuevo cuerpo presidencial, apartado de consuetudinarias prácticas partidarias comunes a la Argentina contemporánea, así como la consecución de un modelo establecido a partir de la recuperación de los mandatos constitucionales en el año 1983. A través del estudio conjunto y relacional de las producciones de comunicación de Cambiemos y del Frente para la Victoria se constató la existencia de un cuerpo presidencial de orden habitual en relación a las expectativas a las que conducen su mediatización, y el surgimiento de otro cuerpo presidencial ajeno a las tradiciones argentinas acerca de su exposición.

El examen del rostro y de los gestos corporales de los candidatos ha sido retomado a partir de los estudios de los códigos narrativos filmicos, a través de cuya utilización se acentúan los rasgos temáticos, retóricos y enunciativos (Steimberg, 1993b) que atraviesan a las unidades de observación.

En este contexto, la puesta en escena que ilustran las imágenes determinó el orden de la representación de los cuerpos presidenciales. Debido a que la “[P]uesta en escena es sinónimo de puesta en sentido” (Verón, 2001c, p. 77), se ha reconocido la relación que se estableció con respecto a la exposición mediatizada en imágenes fijas e imágenes en movimiento acerca de los cuerpos de Macri y de Scioli.

La imagen ausente (Verón, 1999d) ha sido sustituida, en las imágenes de la campaña 2015, a través de representaciones más o menos verosímiles acerca de un conjunto de determinaciones acerca de los cuerpos, los espacios y los objetos que conformaron su diégesis. Se trata, en definitiva, del universo referencial que ha sido trasladado a significaciones inmediatamente reconocibles por parte del espectador. La puesta en escena niega el estatuto de la realidad, a la cual aludió, en relación con ella, suficientes de sus condiciones.

De la obra de Christian Metz se recuperaron sus estudios acerca del sujeto de la enunciación filmica, la segunda articulación acerca del significante y el significado cinematográfico, y la construcción de verosimilitud en el cine de ficción.

El semiólogo asegura en *Cuatro pasos en las nubes, (vuelo teórico)* (2003) que el sujeto enunciador reviste una figura exterior a la producción audiovisual, de modo que no es identificable a una persona. En el caso de la campaña 2015, este sujeto de la enunciación de carácter extra diegético se corresponde con las coaliciones Cambiemos y Frente para la Victoria, las cuales han dejado sus huellas<sup>11</sup> en el paso de la superficie textual que comprenden las imágenes electorales. En el mismo sentido se expresa Gianfranco Bettetini, autor de *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación filmica y televisiva* (1996), cuando asegura que el sujeto de la enunciación se trata de un “aparato simbólico” (p. 13).

Este sujeto de la enunciación antecede al sujeto empírico de la narración. Su reconocimiento permitió establecer las modalidades de producción de los esquemas narrativos de las producciones de campaña ajustados a las categorías de Obra e Inoperosidad ya examinadas. En cuanto al sujeto segundo, ha sido analizado, por ejemplo, de acuerdo a la estructura semiótica denominada cuerpo significante expuesta en párrafos anteriores.

De su trabajo *El cine: ¿lengua o lenguaje?* [1964] (2002b) se ha retomado la segunda articulación acerca de la estructura semiótica audiovisual. Metz asegura que

“[L]enguaje o arte, el discurso en imágenes es un sistema abierto, difícil de codificar, con sus unidades de base no discretas (= las imágenes) [primera articulación], su inteligibilidad demasiado natural, su falta de distancia entre significante y significado” (p. 84).

Esta última carencia comprende a la segunda articulación, por lo cual si “[E]l significante es una imagen, el significando es eso-que-representa-la-imagen” (p. 87). De esta naturaleza surge la categoría de cuerpo significante/presidencial analizada en apartados antepuestos a partir del cual se estableció el estudio de los cuerpos de los aspirantes a la presidencia de la Nación.

En *El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia el declive de lo verosímil?* [1967] (2002d) una distinción acerca de lo verdadero y lo verosímil, siendo lo segundo una convención que se asemeja a lo primero, tal cual un signo que representa y no sustituye

---

<sup>11</sup> Véase: Verón, 2004.

al objeto. Las muestras de observación han sido examinadas en razón de ambas categorías, con motivo de reconocer los rasgos de verosimilitud que componen su información significativa.

Bettetini (1996) señala, bajo el título de *conversación*, una modalidad de narración mediante la cual el sujeto de la enunciación comenta los hechos pertenecientes al objeto de su referencia. Sus comentarios producen huellas en el sistema textual que no siempre son advertidos como marcas del sujeto enunciativo.

A partir del estudio de las imágenes se constató que, en mayor proporción, una de las fuerzas, en calidad de sujeto impersonal enunciativo, ocultó las huellas de su paso por la superficie textual. En el cuerpo de análisis se ha desarrollado el examen tanto del trabajo de escritura como de ocultación del proceso señalado por Bettetini.

Los estudios de la enunciación fílmica utilizados para examinar las unidades de observación recuperan la distinción clásica entre *historia* y *discurso* que Emile Benveniste realizó en *Las relaciones del tiempo en el verbo francés* [1959] (1999). Dicha obra constituye un objeto notable para analizar el estatuto asignado al sujeto de la enunciación de las imágenes fijas y de las imágenes en movimiento de Cambiemos y del Frente para la Victoria. No obstante haber sido el propio autor quien recusó a su teoría acerca de la contraposición natural que intermedia entre ambas categorías,<sup>12</sup> resulta aún de utilidad analítica debido a que, en razón de ésta, las fuerzas políticas han diseñado el objeto de sus producciones de campaña.

Aun tratándose de una teoría acerca de la enunciación recusada por el conjunto del campo de investigación en el cual se inscribe, no por ello ha dejado de tener utilidad en cuanto a la confección de un estudio dialéctico que la ubica en calidad de tesis, con objeto de proponer la antítesis que resultase finalmente en la síntesis de la que se originó. En el caso que ocupa el reconocimiento del sujeto de la enunciación de las imágenes electorales, conviene advertir que la teoría de Benveniste ha sido aplicada al diseño de las producciones de una de las fuerzas políticas, y por tanto se la incorpora al entramado conceptual. En las elecciones 2015, las coaliciones han utilizado una serie de recursos de ficcionalización para elaborar sus fotografías y *spots* audiovisuales, de modo respectivo, en razón de un sujeto de la enunciación del orden del *discurso* y un relato del orden de la *historia*. Este último caso es el que ha revestido mayor atención en

---

<sup>12</sup> Para obrar con justicia al autor francés, debe añadirse que Metz (2003) recoge una mención en la que el autor del artículo aseguó, décadas después, lo impreciso e incierto de su clasificación.

el cuerpo de análisis, debido a la imposibilidad de la existencia de un registro textual excluido de la semiosis que lo determina.

La función del historiador puede examinarse, en primer lugar, en relación a la cuota de realismo señalada por autores como André Bazin en una serie de artículos [1946, 1953/1957, 1953/1954] (2008). No es objeto de este trabajo indagar la obra del teórico francés acerca del realismo cinematográfico, sino considerar sus aseveraciones en relación a las producciones de la campaña electoral. En este sentido, la no intervención de una fuente de enunciación en el relato histórico de Benveniste y el realismo integral de Bazin, expuesto por ejemplo en *La evolución del lenguaje cinematográfico* [1950/1952/1955] (2008d), constituyen teorías y recursos que convergieron en la producción de imágenes de uso proselitista, puestos al servicio de la exposición de una serie de acontecimientos que, en términos del autor de *Las relaciones del tiempo...*, parecieron relatarse por sí solos.

En el cuerpo de análisis de la investigación se trabajaron los principios de organización del texto fílmico de 1) profundidad de campo y 2) montaje prohibido, como además la inclusión de *las imperfecciones*. Cambiemos y el Frente para la Victoria diseñaron sus producciones de acuerdo, en un caso, a un registro que se presume mimético acerca de los acontecimientos que involucraron a las sociedades política y civil. En estas situaciones, el sujeto de la enunciación recurrió a las técnicas de registro audiovisual examinadas por Bazin, y puestas al servicio de la Historia concebida en términos de los estudios lingüísticos de Benveniste. En otro espectro, el Discurso adquirió la primacía de los enunciados visuales y audiovisuales, y ha sido en este caso la fuente enunciativa que privilegió la técnica de montaje que constituyó la vectorización del armado de los *spots* televisivos.<sup>13</sup>

A propósito del sujeto de la enunciación, Metz (2003) asegura que “«el último YO está siempre fuera de texto». (Pero hay que agregar que deja usualmente huellas, y que su acto ES el texto mismo” (p. 12. La letra mayúscula pertenece al texto original). La figura que el semiólogo denomina YO es la que representa al sujeto de la

---

<sup>13</sup> Los *spots* de Cambiemos y en mayor medida del Frente para la Victoria recurrieron a la técnica del montaje (Gubern, 1987) para conformar su esquema narrativo, debido a que “[L]a primera función del montaje cinematográfico, basado en la selección de las mejores tomas rodadas y en su yuxtaposición intencional, es la de vertebrar con tales planos una secuencia o sintagma dotado de unidad y de coherencia narrativa (p. 297).

enunciación y que rige a la diégesis de las imágenes/muestras seleccionadas en el corpus del examen doctoral.

La enunciación de las imágenes proselitistas determinó la composición de la información significativa. Dicha materia, en tanto matriz de dato, ha sido desagregada en cuerpos, objetos y espacios, ordenados de acuerdo a las lógicas propias de un YO que enuncia la potencia y un YO que enuncia la suma de sus actos. El autor sugiere la existencia de tres niveles de enunciación discursiva, conformados por una instancia no antropoide y extradiegética, un narrador diegético de primer orden y una serie de narradores de segundo grado.

De modo que el examen del sujeto de la enunciación y de los niveles discursivos, es uno de los propósitos de la investigación. Cambiemos y el Frente para la Victoria se corresponden con aquella figura de primer orden, la cual crea y ordena a las imágenes fijas y a las imágenes en movimiento, las cuales constituyen el objeto del reconocimiento científico.

La impresión de realidad citada por Metz [1965] (2002a) ha sido continuamente elaborada en la fase de producción de una de las alianzas partidarias. La inclusión de una serie de recursos tecnológicos y la elección de una clase de régimen de registro instituyeron la medida de aquella impresión. Durante la celebración de las PASO y la primera jornada de elección, la segunda coalición no ha ocultado el artificio de sus producciones de campaña. En el cuerpo de análisis se observará que, debido a un acumulado de situaciones, este trabajo realizado en la instancia de producción sí varió su estatuto en la tercera jornada de elección.

Los avisos electorales asumen una estructura, un esquema narrativo (Greimas & Courtés, 1990) verosímil en relación a una regla de convención, pero no por ello verdaderos. La selección de los cuerpos y los recorridos que efectúan, la serie de espacios recortados de su topografía natural y los objetos que connotan a la representación audiovisual, acuerdan la verosimilitud que determina un signo convencional, y no la veracidad, del Discurso que atraviesa al conjunto de las producciones de campaña.

La impresión de realidad también es abordada por Jean Mitry, en su estudio clásico fechado en el año 1963. En su obra *Estética y psicología del cine*, el autor recupera la tipología peirceana de los signos en relación con su objeto, para concluir que el registro de filmación sólo representa un aspecto de la realidad que pretende sustituir.

La obra de este autor es instructiva para realizar el entramado de conceptos, debido a que conduce su atención hacia un proceso de análisis en puesta en común de las unidades discretas que componen a las imágenes audiovisuales. Si Mitry realiza un examen acerca de la representación fílmica conjunta acerca de la dinámica de los objetos, también compone un reconocimiento de los espacios, los decorados y los elementos que integran la puesta en escena. Es en este sentido, por ejemplo, que las sub unidades seleccionadas para realizar la investigación constituyen puntos de contacto con su obra, debido a que las reglas de producción de las imágenes de campaña concedieron su atención a los objetos y a los sitios en los cuales se desarrollaron los programas narrativos.

La enunciación fílmica, afirma Mitry, reduce las distancias entre los elementos que integran a las imágenes técnicas, y determina una composición que, incluso reconociblemente verídica por parte de su espectador, no por ello duplica la dinámica de la realidad/objeto.

En este caso, en mayor medida los productos comunicacionales de la campaña de Cambiemos, pero también una serie de registros audiovisuales pertenecientes al Frente para la Victoria, han sugerido una reproducción de un acopio de situaciones que se presumen no intervenidas por el sujeto de su enunciación. La puesta en cuadro de los cuerpos, los objetos y los espacios indica una puesta en sentido que los connota y asume como materia profílmica conducida al servicio de sus respectivas estrategias de comunicación.

Mitry asume a los personajes que, formando sistema con los decorados, constituyen a la vez que connotan a la representación que se establece en cuadro. De modo que las sub unidades creadas en la investigación adquieren su significancia estando sujetas a las unidades de observación que las contienen. Al respecto, el autor señala la determinación que acontece entre las acciones que aquellos realizan y los escenarios que las exponen.

Finalmente, destaca el funcionamiento que le corresponde al espacio de las filmaciones, el cual se corresponde con la tercera sub unidad de análisis de la investigación. Se trata de una organización integral conducida al servicio de la trama, por lo que no es posible asumir su contingencia o capacidad para deshacer su estructura de significado.

Los autores que componen el entramado teórico recuperan a la segunda tricotomía de signos elaborada por Charles Sanders Peirce [¿1897-1903?] (1974a), [¿1893-1902?] (1974b), [1904-1909] (1974c), [1894] (1999), cuyos trabajos han sido reunidos, entre otras ediciones, en *La ciencia de la semiótica* (1974). Los aportes al campo del estudio de la imagen pertenecientes al padre de la semiótica resultan por ello imprescindibles para comprender, por caso, el estatuto de la imagen fija a la cual incluso le ha dedicado menciones no menos importantes.

Las imágenes pertenecientes a la campaña 2015 organizan una muestra acerca de la distinción peirceana entre los objetos dinámico e inmediato. En el caso de una de las fuerzas de gobierno, las producciones electorales fueron presentadas en calidad de sustitución de un acumulado de situaciones que, debido a su naturaleza, desbordan a los signos visuales/audiovisuales. En este sentido, se analizó a las imágenes en calidad de signos que, a través de una serie de recursos compositivos, los equipos de comunicación oficiales habrían supuesto que, en la instancia de su reconocimiento, serían asumidos en razón de equivalencia a los objetos dinámicos a los cuales hacen referencia.

En el apartado de estudio de las imágenes partidarias se recurrió a los estudios peirceanos, por caso, para reconocer el estatuto de los objetos y los espacios que concursaron la puesta en escena donde acontece la representación, como asimismo para determinar la conexión de las imágenes con los segmentos de la sociedad civil a partir de la cual aquellas certificaron su estatuto de veracidad. La ciudadanía ha sido utilizada en razón de material signifiante con objeto de asegurar la autenticidad de las producciones de campaña. En definitiva, los escritos de Peirce constituyeron un aporte sustancial para reconocer la regla de producción de las imágenes electorales de Cambiemos y del Frente para la Victoria.

En relación al espacio cinematográfico Casetti y di Chio (2014) y André Gaudreault y François Jost realizaron -los últimos en *El relato cinematográfico. Cine y narratología* (1995)- un estudio acerca de su naturaleza como de la relación que se establece entre los distintos registros que efectúa el dispositivo audiovisual. En relación a la sub unidad correspondiente al *espacio* representado, los autores lo clasifican de acuerdo a una serie de dimensiones, entre las cuales se recuperan las concernientes a la proximidad espacial que intermedia entre dos planos, y al movimiento que acontece tanto en su interior como debido a los acomodamientos de la cámara fílmica.

Las imágenes de una de las coaliciones promueven la ilusión de realidad cinematográfica ya examinada a la luz de los aportes de teóricos del género audiovisual. Entre los recursos de composición utilizados con una frecuencia mayor se encuentra la puesta en sentido del espacio representado. En las ocasiones que, debido al programa narrativo adjudicado a las posiciones actanciales (Greimas, 1971), se ha utilizado la técnica del montaje en sus distintas variaciones, la presentación de los espacios remite a una distancia proximal, cercanos unos en relación con otros. De este modo se reconstruye una aproximación verosímil (Metz, [1967] 2002d) del espacio topográfico seleccionado por los equipos de comunicación oficiales, la cual forma sistema con los objetos y los personajes que lo integran.

La clasificación que ilustra las distancias entre los espacios, perteneciente a Gaudreault & Jost (1995) ha resultado oportuna para examinar el procedimiento de construcción de lo *real pretendido*, en mayor proporción, por una de las coaliciones, para lo cual la disyunción proximal ha sido escenificada, en la instancia de producción, en la serie de productos de comunicación audiovisuales difundidos en las tres instancias de elección. La disyunción distal, por el contrario, ha sido objeto de recurrencia en las producciones de campaña de la restante fuerza de representación ejecutiva, de modo que sus piezas de comunicación pueden examinarse a la luz de los alcances de dicha categorización.

La exposición de la realidad que se alcanzaría mediante el recurso de profundidad de campo encuentra sus limitaciones tanto en sus condiciones técnicas como en razón de la imposibilidad de sustituir a la dinámica de los objetos mediatos (Peirce, [¿1897-1903?] 1974a y otros). En relación a la técnica utilizada en las piezas de comunicación pertenecientes a la contienda 2015, Jean-Luis Comolli, autor de *Técnica e ideología* (2010) asegura que se trata de un instrumento puesto al servicio de una ideología, a la vez que recusa la neutralidad que diversos autores le habían adjudicado. En este sentido, la profundidad de campo concierne un recurso de ficcionalización tanto más efectivo cuanto en apariencia oculta su artificio. El estudio de la profundidad de campo en relación a los objetos situados por detrás de los cuerpos significantes, ubicados en un espacio que desempeña, por caso, una función de anclaje acerca de los pronunciamientos lingüísticos de los principales candidatos y actantes de la sociedad civil, ha constituido un trabajo relacional acerca de la dinámica de los objetos, de la exposición de los cuerpos que revisten ellos mismos la relación de materia significativa

y significados atribuidos, y del ocultamiento de las marcas pertenecientes al sujeto de la enunciación.

En relación al espacio *off*, en la producción audiovisual de una de las alianzas adquiere condiciones mayormente de espacio imaginable (Casetti & di Chio, 2014). En efecto, los espacios que se muestran recuperan, en el orden del paradigma, una figura de sinécdoque a través de la cual las zonas no exhibidas pueden colegirse por intermedio de la espacialidad efectivamente registrada por el dispositivo de filmación. De modo que *la parte por el todo* opera aquí como vector en relación a las líneas de fuga que establecen los protagonistas políticos y civiles. Si el esquema narrativo suele acontecer en sitios reducidos, no por ello el espacio *off* omite su influencia en razón de que, por caso, puede ser evocado y reconstruido desde una porción constitutiva del espacio *in*. En el curso del análisis este tratamiento del espacio ha sido elaborado contiguamente a la narración que acontece en su interior, determinando una interrelación entre lo visible y lo imaginable, entre la constatación que promueve una imagen técnica indicial y lo sugerido, nunca situado dentro del cuadro, pero que, no obstante, adquiere su presencia a través de su misma exclusión. Lo inenarrable, a través de este recurso de ficcionalización del espacio *off*, obtiene una mayor dimensión.

Casetti & di Chio (2014) han diseñado una clasificación que incluye cuatro clases de asociaciones espaciales:

1) En el examen efectuado se verificó una *asociación por identidad* en virtud de un acopio de objetos y modos de representación que, en la cinta fílmica, se recuperaban en dos planos contiguos pertenecientes a un mismo *spot*. En este sentido, se procuró ocultar la organización integral de las imágenes dispuesta por el sujeto enunciador, debido a que las marcas de su intervención parecieron constituir la regla de la topografía espacial y no, como en verdad acontece, a la acción de un instrumento de composición audiovisual.

2) La *asociación por analogía* y la *asociación por contraste* ha sido reconocida a través del estudio de los objetos y la figuración espacial, los cuales se recuperan en el curso de la producción. El caso de los elementos de esparcimiento y de trabajo, que remiten a la sub unidad *objetos*, se replican, en calidad de material significativo, como recurso de anclaje del conjunto de la representación.

3) Un ejemplo clave en el estudio del acto y la potencia ha sido el reconocimiento del espacio de campo y contracampo, vinculado a la *asociación por proximidad*. En efecto, uno de los candidatos a la presidencia de la Nación ha recurrido a este recurso con

objeto de exponer al espectador la serie de alabanzas y muestras de satisfacción recibidos ante el anuncio de sus actos de gobierno. La exhibición de la realización de las facultades con que el candidato habría de conducir su mandato también da cuenta de la categoría platónica de liderazgo con conocimiento de causa -que a continuación se detalla-, y por tanto, perteneciente a una sociedad opuesta a la cual sus pronunciamientos se dirigen y representan mediante la muestra del recurso de campo/contracampo.

4) La cuarta y última relación se clasifica como *asociación por transitividad*, y refiere a la continuación de una acción, cuya causa acontece en la primera imagen, a través de su efecto incluido en la imagen siguiente. De este modo la serie se unifica, en el caso que ocupa la investigación, a través de esquemas narrativos que se desarrollan de modo sucesivo. Por ejemplo, se observó en el curso de la investigación de una de las coaliciones que la sociedad civil inicia la serie de acciones, las cuales culminan, en imágenes subsiguientes, a través de una reacción realizada por el candidato presidencial. La transitividad que ilustra la acción civil y la reacción partidaria ha conducido el armado electoral de estas imágenes, en cuyo seno se incluyó una figura en potencia y perteneciente a la misma clase civil de la cual afirma su pertenencia. Se analizó de qué modo la *obra* y la *inoperosidad* que conduce a las clases dirigentes y dirigidas convergen en un esquema de representación a través de un acopio de 1) acciones inoperantes y reacciones obrantes e inoperantes y 2) acciones obrantes y reacciones obrantes.

Arlindo Machado examina en *El sujeto en la pantalla* (2009) la función narrativa que desempeña la cámara cinematográfica. La construcción de las imágenes en movimiento realizadas por las alianzas remite, por un lado, a la ubicuidad que alcanza a las producciones en mayor proporción del Frente para la Victoria. En oposición al recurso de la ubicuidad, la cámara perteneciente al sujeto extra diegético de la enunciación que constituye la fuerza política oponente pretende narrar los acontecimientos fílmicos en calidad de testigo y no de constructor de las imágenes. La realidad, el objeto dinámico, se torna inaprehensible por lo que se limita a definir una de sus condiciones. Se ha observado que, en una serie de anuncios audiovisuales, finalmente la cámara recupera la ubicuidad a partir de la cual se conforma el cierre de su esquema narrativo.

La mirada hacia la cámara que efectúan los actantes constituye una operación de denuncia del artefacto tecnológico, por lo que Umberto Eco asegura en *TV: La transparencia perdida* (1986), que

quienes no miran a la cámara hacen algo que se considera (o se finge considerar) que harían también si la televisión no estuviese allí, mientras que quien habla mirando a la cámara subraya el hecho de que allí está la televisión y de que su discurso se produce justamente porque allí está la televisión (pp. 204-205).

La trama de ocultamiento del sujeto extra diegético de la enunciación, en este caso concerniente a Cambiemos y al Frente para la Victoria, procuró aminorar la presencia indiscreta del artefacto de filmación, y presentar, por caso, a los encuentros entre Macri y los ciudadanos en calidad de eventos no terciados por los equipos de campaña.

Los aspirantes a la jefatura de Estado se pronunciaron en razón de 1) una supuesta desficcionalización de sus discursos, y 2) la verosimilitud (Metz, [1967] 2002d) que exhibe una serie de espacios que simulan no haber sido terciados en la instancia de producción. Esta medida ha sido examinada en el cuerpo de la investigación, y se vincula tanto al acto y a la potencia como asimismo al rol actancial desempeñado por los candidatos presidenciales.

De la obra de Román Gubern se han recuperado tres de sus trabajos que representan cuadros de síntesis acerca de sus estudios pertenecientes a las imágenes fijas y a las imágenes en movimiento. El autor asegura en *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea* (1987) que “una imagen descontextualizada se transforma con gran facilidad en oscuramente polisémica o desconcertante” (p. 127),<sup>14</sup> por lo cual la función de anclaje puede desempeñarse por los paratextos lingüísticos ubicados sobre las imágenes que integran a la folletería o bien sobre los inicios y cierres de las piezas audiovisuales.

En los casos analizados, se constató que el uso del primer plano, tal como lo examinó Gubern (1987), obedeció a la exhibición de una de las partes de los cuerpos políticos y civiles, y de los espacios donde acontece la pieza audiovisual, con objeto de recomponer, mediante la parte mostrada, el conjunto que permanece fuera del encuadre.

---

<sup>14</sup> Acerca de las imágenes fijas, confróntese Dubois, 1986, Cáp. 4 *El golpe del corte*, pp. 141-187.

Gubern asegura, en su obra ya citada, que “toda foto es también una opinión del fotógrafo acerca de aquello que fija sobre la emulsión fotosensible, opinión expresada a través de su emplazamiento, de su encuadre, de su angulación y del momento elegido para su disparo” (1987, p. 161), por lo cual no sorprende el diseño de las imágenes de uso proselitista, y la selección que sobre la materia significativa han elaborado los asesores de las fuerzas políticas que se han examinado.

La exposición de un cuerpo presidencial es denominada por Gubern “*puesta en escena* del propio cuerpo” (1987, p. 201. La letra itálica pertenece al texto original), y remite a condiciones semejantes a las analizadas por Verón (1993 y otros). Se ha reconocido la instrumentación de los cuerpos políticos y civiles que integraron a las producciones proselitistas, formando sistema con los espacios y objetos de representación. Esta medida ha sido implementada en las imágenes fijas y en las imágenes en movimiento, debido a que ambos dispositivos comparten una serie de características -encuadre, campo longitudinal, angulación e iluminación-. La producción de un cuerpo significativo, en el marco de la contienda 2015, ha obedecido a que “en muchas democracias industrializadas, le *telegenia* de los líderes políticos tiende a convertirse en su máximo valor de seducción en las campañas electorales” (p. 374. La letra itálica pertenece al texto original).

En su trabajo *Patologías de la imagen* (2005) Gubern afirma que “podemos afirmar que las artes figurativas -de la pintura al cine- objetivizan la subjetividad, pues lo que alguien ha imaginado o ha visto se plasma sobre un soporte permanente, mediante un sistema de representación simbólico” (p. 16). Por caso, las producciones de una de las coaliciones han exhibido una imagen generalizada de la carencia del orden de la materialidad, cuando en verdad se trató de una representación con base de sustento en un diseño conformado por los equipos de comunicación oficiales.

En *Mensajes icónicos en la cultura de masas* (1974)<sup>15</sup> examina el estatuto acerca de la fotografía en razón de la indicialidad, iconicidad y simbología que comporta. Asegura que no es posible establecer la fidelidad de su reproducción de los objetos dinámicos, debido a su naturaleza ya analizada por Peirce [¿1897-1903?] (1974a y otros). No obstante, afirma que el instante en el cual la captura fotográfica es realizada,

---

<sup>15</sup> Se debe considerar que en el estudio de investigación se recuperan de este trabajo los aportes de Gubern inherentes a la fase de producción, y no a la de reconocimiento.

y sólo en esa fracción, es posible considerar que la imagen constituye una valoración documental acerca de los hechos o situaciones que registra.

Si efectivamente, señala Gubern, existen “dos formas de concebir la fotografía: como medio de reproducción (en donde el coeficiente creativo se reduce al mínimo o resulta estéticamente irrelevante) y como medio de expresión (en donde el coeficiente creativo es muy relevante)” (p. 54), las fuerzas de representación han concebido a sus imágenes en razón de la primera potestad de la fotografía. Los registros tecnológicos de los actos y encuentros efectuados durante la campaña por ambas alianzas ensayaron, a través de diferentes recursos de ficcionalización, una clase de registro de orden documental.

La fotografía de reportaje es aquella que “obtiene *duplicata de espacios/instantes no previamente organizados por el fotógrafo y privilegiados desde el punto de vista de su significación*” (p. 57. La letra itálica pertenece al texto original). Se ha constatado que las alianzas han constituido sus imágenes con la intencionalidad de suceder a las fotografías de prensa, para lo cual, por ejemplo, una de ellas ha ocultado al sujeto impersonal de la enunciación.

La serie de movimientos gestuales, indica Gubern, puede inferirse a través del registro del instante esencial capturado por una fotografía. Esta medida ha sido ampliamente reconocida en las producciones visuales de una coalición, consistente en el estrechamiento de las distancias operadas entre las sociedades política y civil, a través de un elemento u espacio integrador.

En relación a la sub unidad *espacio*, Gubern señala, en las menciones que se citan a continuación, tanto su homogeneidad como su fragmentación. Por ejemplo, la “homogeneidad del espacio escénico teatral (a pesar de rodar en exteriores urbanos) se resiste a disociar en planos distintos la causa y el efecto” (p. 90), resulta clave para examinar las composiciones de las alianzas cuyo recorrido narrativo transcurre en una única unidad espacial.

Debido a que los objetos pueden alcanzar una “relación de pertenencia” (p. 122), por ejemplo, con los actantes que conforman la diégesis de las imágenes, se han examinado en relación con los espacios, homogéneos o fragmentados, en los cuales intervienen las sociedades política y civil.

En definitiva, se analizó la estructura iterativa desde la cual los actantes realizaron sus intervenciones.

El estudio de la fotografía en calidad de signo indicial comprende el clásico trabajo de Philippe Dubois *El acto fotográfico. De la Representación a la Recepción* (1986), en el cual el autor reseña el paso de su estatuto original de ícono, hacia el precepto de símbolo que lo sucede para afirmar, finalmente, la condición de índice que en verdad le corresponde.

El examen que en la tesis de investigación se efectuó acerca de las fotografías de uso electoral ha sido conformado en razón de su entendimiento en tanto signos indiciales, cuando, por caso, las fuerzas de representación han privilegiado su iconicidad y grado de simbolismo. En otros términos, debido a que lo icónico, lo indicial y lo simbólico conviven hacia el interior del signo semiótico, se ha reconocido el predominio que dichos signos adquirieron en los avisos de las dos coaliciones.

En la sección de análisis se ha establecido que una coalición política manifestó, a través de las producciones técnicas, la existencia de *lo real* representado y asimismo que dicha representación conlleva necesariamente una duplicación de los objetos referenciados. No obstante “la imagen indicial está dotada de un *valor absolutamente singular, o particular*, puesto que está determinada únicamente por su referente, y sólo por éste: huella de *una* realidad” (p. 43. La letra itálica pertenece al texto original), las piezas proselitistas no comportan una relación de semejanza, como primera medida, debido a la intervención técnica de los espacios de referencia analizados en el cuerpo del trabajo.

La imagen fija, de igual manera que la imagen en movimiento, no afirma un sentido acerca de su información diegética, sino que indica su existencia, registrada a través de los dispositivos mencionados. En el estudio de las producciones de campaña, se ha reconocido una serie de recursos que anclaron su sentido y que fijaron el orden de su reconocimiento por parte del espectador.

Dubois define el espacio fotográfico como “necesariamente *finito*, limitado, cerrado, rodeado, y un espacio *referencial* en este caso y por definición absolutamente *infinito*, ilimitado, sin frontera y sin línea de detención (p. 178. La letra itálica pertenece al texto original). El estudio de la relación entre el espacio representado, el espacio de representación y el espacio referencial ha resultado sustancial para reconocer *el instante privilegiado* que comporta a las imágenes de uso electoral, debido a que “no se retiene, en fin, como espacio representado sino lo que puede ser efectivamente reconocido como homólogo al espacio referencial” (p. 182). En mayor proporción, las producciones de las alianzas han establecido el orden de su estructura en razón de la similitud/iconicidad,

haciendo de esta condición el precepto de la captura de *lo real*, como asimismo han sublimado el grado de simbolismo instituido, por ejemplo, en el orden de los objetos y espacios.

Jean-Marie Schaeffer, autor de *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico* (1990), atiende a lo que denomina tesis de existencia, en razón de que “se refiere al hecho de que la imagen fotográfica siempre es recibida como la señal de un acontecimiento real o de una entidad realmente existente (en el momento de la toma de la impresión” (p. 91). De modo que constituye una regla para examinar, por caso, el ocultamiento del sujeto impersonal de la enunciación que ha promovido, en mayor medida, una de las coaliciones, debido a que las producciones de campaña determinarían la veracidad de los hechos que conforman su programa narrativo. Schaeffer ha elaborado una clasificación de las imágenes técnicas de acuerdo a la estructura discursiva en la cual se incluye, y que resulta oportuno indagar para reconocer ya no sólo las gramáticas sino además las condiciones de producción de las piezas visuales/audiovisuales. Las ocho reglas no corresponden a la diégesis de las imágenes, sino que se inscriben en estrategias de comunicación que, si bien fundan un nivel de análisis supra unitario, excede a los alcances fijados en el planeamiento de la investigación. De las ocho reglas que componen el estudio del autor se han recuperado las siguientes:

- 1) *la Señal*: regla indicial que alude a una entidad física.
- 2) *el Protocolo de existencia*: regla indicial que alude a acontecimientos.
- 3) *la Presentación*: regla icónica que señala la exhibición de un acumulado de entidades.
- 4) *la Mostración*: regla icónica que manifiesta un conjunto de acontecimientos.

Schaeffer examina el estatuto de *la Presentación* y *la Mostración*, en relación a la determinación que establecen con el testimonio fotográfico incluido en la prensa, el cual guarda correspondencias con la diégesis de la folletería pertenecientes a las coaliciones de gobierno, a la vez que analiza la construcción del *espacio* representado,

por lo que no es posible asumirlo como a una sub unidad de observación de orden neutral y no intervenido. Afirma que “el espacio fotográfico es la señal de una porción de espacio real” (p. 91), el cual ha sido reconocido en la investigación de acuerdo a las dimensiones que conforman a la matriz de datos.

La estetización de la belleza, señalada por Yves Michaud en *El arte en estado gaseoso. Ensayo sobre el triunfo de la estética* (2007), concierne, en el caso que ocupa la investigación, al trabajo de reconfiguración de la carencia del orden de la materialidad que padece un sector social que interviene en las producciones de contienda. Debido a que, sobre comienzos del siglo XXI, “[S]i algo no es bello, tiene que serlo, La belleza reina. De todas maneras, se volvió un imperativo: ¡que seas bello! O, por lo menos, ¡ahórranos tu fealdad!” (p. 9), se comprende la razón que determinó la utilización de una serie de recursos de composición estilísticos.

Boris Groys reivindica, en *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (2014), a la imagen por sobre los programas de gestión de los hombres de gobierno. Debido a que asegura que “[L]a estetización de la política es considerada una manera de sustituir la sustancia por la apariencia, los problemas reales por la superficial fabricación de la imagen. Sin embargo, mientras las cuestiones cambian constantemente, la imagen permanece” (2014b, p. 40), se efectuó una instancia dialógica con dichas aseveraciones en el marco de la tesis de investigación.

Una mención final a dos concepciones operativas verdaderamente clásicas y pertinentes concierne, la primera, a los estudios de Oscar Steimberg quien a ha definido a los rasgos temáticos, retóricos y enunciativos en *Proposiciones sobre el género* (1993b). El semiólogo indica que los primeros son exteriores al texto, los segundos remiten a los procedimientos de su creación y los últimos al sentido asignado en una situación de comunicación que puede no ser antropoide. Su clasificación ha resultado pertinente para reconocer el objeto de estudio seleccionado.<sup>16</sup>

La segunda remite a la distinción entre tema y motivo señalada por Cesare Segre en *Principios de análisis del texto literario* (1985). Se analizaron las imágenes en relación a los componentes indicados por los autores. Se reconoció que, en las distintas etapas de sufragio, se han privilegiado determinados rasgos y la pérdida de otros, del

---

<sup>16</sup> Véase además Steimberg, 1993a.

mismo modo que los diversos motivos representados han estado sujetos a una serie menor de temas que han atravesado al conjunto de las producciones de uso electoral.

## **Acerca de la televisión en la cultura visual**

La cultura visual, afirma Nicholas Mirzoeff en *Una introducción a la cultura visual* (2003), “se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual” (p. 19), y en tal sentido constituye el marco de referencia para examinar a las imágenes fijas y a las imágenes en movimiento de las fuerzas electorales seleccionadas. El autor comprende a los acontecimientos visuales de acuerdo a la relación que se establece entre los signos, las tecnologías y el espectador que, haciendo uso de éstas, accede, de manera constante, por caso, a las imágenes que componen las muestras de observación de la investigación.

Uno de los productos de esta relación triádica entre signos, tecnologías y espectadores, se trata de la visualización de “las cosas que no son visuales en sí mismas” (p. 22), y que se vincula a la “tendencia moderna a plasmar en imágenes o visualizar la existencia” (p. 23). Dicha tendencia ha sido oportunamente advertida por Cambiemos, toda vez que, en sus producciones tecnológicas, el espectador ha podido reconocer, en los signos visuales difundidos en medios masivos de comunicación, una serie de acontecimientos vinculados a la vida íntima de los actantes visitados en sus casas y sitios de trabajo por Macri. En este sentido, determinados caracteres de la existencia de los ciudadanos han cobrado visualidad, a través de los anuncios electorales, tal como no aconteció en los avisos pertenecientes al Frente para la Victoria, en cuya estructura el predominio de la diégesis se orientó hacia la exposición pública de su figura presidencial.

Si lo visual constituye el “lugar en el que se crean y discuten los significados” (p. 24) difundidos, por ejemplo, en las materias significantes fotográficas y televisivas, entonces una campaña de elección comprende un suceso posible de examinar no sólo a través de los pronunciamientos verbales de las fuerzas políticas intervinientes, sino indagando la norma de producción visual/audiovisual de sus productos de comunicación.

Debido finalmente a que la cultura visual se ocupa de “la experiencia visual de la vida cotidiana” (p. 25) se han incluido, en el cuerpo de estudio de imágenes fijas,

quizás aquellas que, por su misma cotidianeidad, han cobrado en un interés menor en el curso de la contienda. En efecto, las boletas de sufragio se incorporaron a las unidades focales de reconocimiento, en tanto soportes de sentido del acto y de la potencia.

La exposición en imágenes de la vida cotidiana se vincula a lo que Gérard Wajcman denomina en *El ojo absoluto* (2011) “disolución del espacio de lo íntimo” (p. 65), como consecuencia de la proliferación de dispositivos de visualización que abarcan a los más diversos ámbitos de la vida en sociedad. El proceso de “develamiento” (p. 211), incluye también la auto afirmación de las convicciones de los ciudadanos a favor de las respectivas fuerzas políticas. En este sentido, las categorías de *transparencia* y *sombra* que Wajcman examina en su trabajo constituyen operadores para reconocer la gramática de producción de las imágenes de uso electoral. Si efectivamente “[E]l mundo camina hacia la transparencia” (p. 21), entonces se comprende la causa que motivo la ocultación del sujeto último de la enunciación de los avisos de Cambiemos, con motivo de exponer los encuentros entre los actantes político y civil en tanto acontecimientos presuntamente no programados por los equipos de comunicaciones oficiales.

De modo que si “[E]l principio de transparencia” (p. 34) comprende la reducción de los sujetos a su imagen, entonces el estudio de las imágenes develará el entendimiento que de los sujetos realizaron Cambiemos y el Frente para la Victoria. Por tal motivo, se ha desagregado la sub unidad *cuerpos* en *cuerpos políticos* y *cuerpos civiles*, en razón de las distintas posiciones actanciales que desempeñaron en el esquema narrativo de las producciones de campaña.

En definitiva, la definición de “[Q]ue la sombra quede en la sombra es un derecho de los sujetos (p. 44) ha sido una dimensión que Cambiemos ha propuesto contrarrestar, transparentando la vida cotidiana de los actantes incluidos en sus avisos. La extracción de “lo íntimo por la fuerza” (p. 44) también ha podido realizarse de una manera acaso más sutil y novedosa.

La propuesta de Wajcman consiste en la preservación de lo íntimo, de aquellas sombras que se enfrentan a la transparencia sustancial al *ojo* que todo lo domina. Pues, si “[E]l desafío es restaurar los derechos de la oscuridad” (p. 47) que, por ejemplo, Cambiemos expuso en sus anuncios a través de una puesta en escena que incluyó cuerpos, objetos y espacios de uso privado, el estudio de la campaña concitó su interés en el reconocimiento de los mecanismos de producción a través de los cuales se ha

procurado la exposición transparente de los acercamientos efectuados entre la sociedad política y la sociedad civil.

El discurso de la televisión que elabora Jesús González Requena en *El discurso televisivo: espectáculo de la modernidad* (1995) presenta correspondencias y disimilitudes en relación al objeto de estudio de la investigación. En efecto, las imágenes móviles que conforman los *spots* constituyen las fragmentaciones que, por excelencia, resultan subsidiarias de la “fuerza integradora” (p. 32) del discurso televisivo, el cual estructura, en el marco general de la programación, a los segmentos que la constituyen. Dicho de otra manera, el examen que aquí se propone concierne a una clase específica de fragmentación de la autonomía de los envíos televisivos, a través del reconocimiento de los *spots* electorales que, durante el período oficialmente establecido por la Dirección Nacional Electoral han sido interpuestos hacia el interior de programas de los géneros más variados.

El estudio, por caso, de las presentaciones de los candidatos en noticieros y programas de interés general constituye lo que Verón denomina campaña oficiosa (2001b), mientras que los *spots*, que someten la autonomía de tales envíos a las exigencias del discurso de la televisión, remiten a directivas pertenecientes a una campaña oficial.

El proceso de fragmentación, indica González Requena, constituye el reverso de la continuidad (p. 35 y ss.), debido a que “religa los fragmentos en función a las exigencias no ya de los textos parciales de origen, sino a las de la estructura general de la programación” (p. 36). En este sentido, el autor sostiene que los programas resultan fragmentos de una estructura superior -el discurso televisivo- y que asimismo resultan éstos fragmentados a través, por ejemplo, de los anuncios de uso electoral. Esta clasificación ha resultado pertinente para comprender el estatuto asignado a las piezas de comunicación proselitista, en el marco de su circulación en la plataforma tradicional televisiva.

En relación a las diferencias entre el texto de González Requena y el estudio de la campaña 2015, se destaca la prevalencia que el autor expone, en el discurso dominante televisivo de mediados de la década del 90’, acerca del contexto comunicacional por sobre el contexto de referencia. Precisamente, la gramática de Cambiemos procuró la ocultación de sus huellas sobre la superficie de los textos que se examinan, con objeto de presentar una duplicación -por demás imposible-, por ejemplo,

de los encuentros entre su candidato y los ciudadanos. Esta medida supuso una novedad en el armado de las estrategias electorales nacionales, la cual será desagregada en el cuerpo de la investigación.

En este aspecto los estudios de González Requena señalan la norma de producción del “fragmento rey” (p. 111) que, este caso, lo conforman los *spots*, la cual se sustancia en la invisibilidad del espacio conformado por el contracampo, tal como acontece en las producciones de Cambiemos, en las cuales se procuró que el referente -si fuese posible- se impusiera a la práctica de comunicación examinada por el autor.

Las imágenes utilizadas pertenecen, en su conjunto, a las plataformas audiovisual y gráficas masivas. Este orden confiere unidad a las muestras escogidas, a través de las cuales se registró la utilización de los cuerpos significantes (Verón, 1993 y otros) presidenciales y civiles. Por lo tanto, en la investigación se reconoció el universo referencial aludido con sus cuerpos e inscrito en las sociedades de representantes y representados.

Se distinguen el cuerpo político y el cuerpo civil a partir, por caso, del proceso de mediatización que atravesó a la figura presidencial. La difusión de su imagen a través de la plataforma televisiva contribuyó a la creación de una nueva modalidad de contacto con los consumidores de sus servicios. En relación a una campaña de elección, el cuerpo político despliega una serie de reenvíos indiciales hacia un conjunto de determinaciones asociadas, en las fuerzas políticas escogidas en la presente investigación, hacia la cercanía, el encuentro y la compresión, en un caso, y el liderazgo y la conducción, en otro.

Afirma Verón en *La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política* (1987), acerca de aquel dispositivo tecnológico aplicado a la comunicación, que

[L]a televisión ha generalizado la construcción, en el orden simbólico, de lo que podemos llamar el *cuerpo significante*. Como resultado de esta evolución, la enunciación política pasa ahora por la elaboración del *cuerpo político*. El cuerpo político no es el cuerpo significante de un ciudadano cualquiera; interpela la imagen corporal del televidente, activa en éste los modos de lectura de la gestualidad cotidiana (...). Desde hace mucho tiempo, los líderes políticos estaban obligados a producir textos sinceros; la radio los llevó a buscar un tono sincero; hoy en día deben construir un cuerpo sincero (pp. 25, 26. La letra itálica pertenece al texto original).

La televisión, en relación a las imágenes en movimiento, determinó la fuente de emisión de los *spots* proselitistas. En este sentido, sobre los avisos distribuidos en las

tres jornadas de sufragio se ensayó una operación de reglas de construcción subsidiarias de los alcances indiciales que posibilita dicha plataforma, conducida al servicio de una campaña de elección.

En relación a los usos partidarios de los medios tradicionales de comunicación de masas, Jacques Gerstlé indica en *La propaganda política. Algunas enseñanzas de la experiencia norteamericana* (1998) afirma que “la publicidad televisada se ha convertido recientemente en la manifestación más espectacular del drama cultural en gran escala que constituye una elección [de candidaturas] mediante una colocación de todo el dispositivo simbólico de la vida política” (p. 236). En el estudio de caso acerca de las imágenes electorales perteneciente a la contienda 2015 se ha concedido atención a los dispositivos televisivos y fotográficos, por lo cual, en esta situación, se inscriben las afirmaciones de Gerstlé. En la actualidad, los nuevos medios digitales de comunicación, las redes sociales como *Facebook* y *Twitter*, han cobrado preponderancia en la trama de las disposiciones de propaganda electoral. En cuanto respecta al caso de Cambiemos, se ha producido numerosos artículos académicos acerca de la utilización, con fines electorales, de las redes sociales mencionadas. Debido a que una de las condiciones excluyentes para confeccionar un estudio de alcance doctoral se corresponde con la originalidad de su enfoque, se optó por reconocer un estudio semiótico acerca de los medios tradicionales de prensa. Al respecto, las imágenes televisivas y fotográficas fueron difundidas conjuntamente con producciones específicamente elaboradas para su divulgación en plataformas de internet, por lo cual han formado sistema reiterando en ambos casos, por ejemplo, el esquema narrativo asignado a los cuerpos, los objetos y los espacios comunes al conjunto de la producción electoral de Cambiemos. En este mismo sentido Rémy Rieffel, autor de *Sobre el vedetismo de los medios* (1998) asegura que “el político (...) busca (...) una identidad estratégica a través de múltiples presentaciones de sí mismo” (p. 242). Dichas presentaciones no se han producido, en los casos de las alianzas partidarias examinadas, hacia el interior de una única plataforma de comunicación, sino, por el contrario, a través de una operación de transposición realizada entre sistemas de géneros. De esta manera, se constató que los candidatos y los ciudadanos que intervinieron en la diégesis de sus productos de campaña replicaron una imagen pública presidencial acerca de la investidura y del paso por la gestión de gobierno. Al respecto, en el cuerpo del trabajo se analizó esta medida en las producciones audiovisuales difundidas por Cambiemos y

por el Frente para la Victoria con motivo de la celebración del balotaje. De modo que si, efectivamente, “el poder se entrega como representación” (Rieffel, 1998, p. 241), las imágenes fijas y las imágenes en movimiento constituyen una oportunidad adecuada para la elaboración de las características de dicha representación.

Luis Alberto Quevedo asegura en *La política bajo el formato televisivo* (1992) examina la relación que se establece entre el medio televisivo y la política, y discierne entre los lenguajes propios del medio audiovisual y los objetivos trazados por parte del hombre con responsabilidad ejecutiva ante su participación en la grilla de su programación:

[E]l político de la cultura masmediática es menos pretencioso con su palabra, más *soft* y mantiene una relación menos grave con la verdad, las doctrinas y los mandatos de la historia. Es inevitablemente cuidadoso de su imagen y capaz de adaptarse a situaciones que le impone el medio: los tiempos fugaces, el libreto, la presencia ineludible del humor y la obligatoria simpatía. En el límite, aspira más a *mostrarse* de manera convincente que a demostrar sus convicciones (pp. 18-19. La letra cursiva pertenece al texto original).

Al respecto, resulta oportuno considerar que, en la actualidad, las condiciones, señaladas por Quevedo, que el medio televisivo le imputa a la presencia del político en su plataforma, constituyen normas ya establecidas como inherentes al aparato de propaganda que instituyen los partidos de gobierno. La regla que funda la exhibición de caracteres asociados a la simpatía, al desenvolvimiento y a la exposición de la humanidad ya no constituyen un apartado excluyente de todo lenguaje ajeno al trazado por el medio televisivo, sino que ha sido incorporado a la comisión de la política partidaria.

En relación a la verosimilitud y veracidad examinada por Metz [1967] (2002d), Quevedo traslada ambas categorías a la dependencia entre el campo de la política y la utilización que éste efectúa acerca de los recursos de composición televisivos. De este modo vincula la escenificación instrumentada referente a sus apariciones televisadas y al grado de veracidad que expone a través de los códigos kinesicos, proxémicos y dramáticos (Gubern, 1987) que funda con su voz y con su cuerpo:

[L]a forma moderna de espectacularización de la política (...) constituye tan sólo una versión de la “puesta en escena” que supone la política. Producir

un discurso verosímil -y no verdadero- requirió siempre de artificios que obligó al político a mezclar estrategias discursivas con posturas corporales, gestos y manejos del silencio que forman parte del efecto de credibilidad en materia política (p. 19).

Eco ha escrito dos trabajos ya clásicos acerca de las características del dispositivo televisivo. En *Apuntes sobre la televisión* [1964] (2017) asegura que “la televisión es, como se ha dicho, también narración y por tanto *interpretación* de los hechos” (p. 368. La letra itálica pertenece al texto original). Dicha interpretación mantiene correspondencia con la imposibilidad de sustitución del objeto dinámico mediante un signo, por lo cual la televisión no haría más que representar algunas de las circunstancias que el lente de la cámara recupera del hecho, si lo hubiere, mencionado por Eco. Cuanto menos en relación a las imágenes, se constató, en el cuerpo de análisis de la investigación, que no resulta apropiado establecer la existencia de hechos sino de construcciones de eventos mediatizados a través de medios masivos de comunicación. La televisión se trata, entonces, de

una máquina de la que se espera una “crónica” y que en cambio le suministra, sin que se entere, “historia”. Singular situación de disponibilidad de quien se apresta a un contacto con la fea realidad y asimila en cambio una realidad humanizada, filtrada y argumentada (p. 369).<sup>17</sup>

Aquí el término *historia* no recupera la clasificación de Benveniste [1959] (1999), sino que alude, invirtiendo los términos, al *discurso* examinado por el semiólogo francés, al tiempo que la crónica pertenece al campo de la historicidad.

Eco también referencia la utilización de los primeros planos, los cuales se instrumentan con motivo de la instalación de una relación de cercanía inexistente entre los personajes o figuras televisadas y los espectadores. De modo que “la presencia agresiva de rostros que nos hablan en primer plano, en nuestra propia casa, crea la ilusión de una relación de cordialidad que en realidad no existe” (p. 379).

El segundo texto de Eco (1986), citado en el marco de referencia conceptual, incorpora un estudio acerca de las tradicionales y nuevas formas de producción de los envíos televisivos. La medida de la distinción se ubica en el grado de exhibición u ocultamiento del artificio tecnológico, a través de la revelación o disimulo de las marcas

---

<sup>17</sup> A la luz de posteriores paradigmas de comunicación, debe matizarse la expresión “sin que se entere”, en este caso, el espectador de televisión.

inherentes al dispositivo. Por tal motivo, asegura Eco, “[L]a característica principal de la Neo TV es que cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público” (pp. 200-201. La letra mayúscula pertenece al texto original).

Define a los programas de información como a aquellos envíos “en los que la TV ofrece enunciados acerca de hechos que se verifican independientemente de ella” (p. 201). Se tratarían, en el caso de la investigación, de las visitas a los domicilios particulares efectuadas por Macri, toda vez que éstas no hayan sido previamente intervenidas por los equipos de comunicación de la coalición a la cual pertenece. De modo que se examinó el estatuto de los encuentros sucedidos entre las sociedades política y civil, registrados en imágenes técnicas, con objeto de reconocer si éstas remiten a una instancia de información o, por el contrario, a un comentario de un encuentro que no obstante sí ha acontecido.<sup>18</sup> En este sentido, “[E]n lo que respecta a la diferencia entre información y comentario, también se considera intuitiva, aun cuando se sabe que ciertas modalidades de selección y montaje de las noticias pueden constituir un comentario implícito” (p. 202). En esta ocasión, información y comentario suceden a la clasificación perteneciente a Benveniste expuesta en párrafos anteriores.

En un trabajo, que reúne artículos de autores como el citado Verón, Carlos Scolari y Mario Carlón, titulado *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (2009), se definen los alcances de la distinción entre Neo TV y Paleo TV, señalada en la investigación. Verón, por caso, afirma que una nueva etapa televisiva ha surgido desde mediados de la década de 1990, como consecuencia de la credibilidad informativa de los medios de comunicación. En esta circunstancia, la inclusión de lo que denomina “*colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo individual*” (p. 239. La letra itálica pertenece al texto original) ha significado la irrupción del espectador tradicional en la norma de producción, y ya no sólo en la fase de reconocimiento, en la plataforma televisiva. El ejemplo que propone el autor se vincula a los *reality shows* que, en cierta medida, anticiparon la inclusión de la sociedad civil en los anuncios de Cambiemos. Dicho de otro modo, el registro filmico -y fotográfico- de los encuentros entre Macri y los ciudadanos, difundidos en diversas

---

<sup>18</sup> En el estudio de la teoría actancial se retoma esta discusión, de acuerdo a las posiciones asignadas por el sujeto impersonal de la enunciación.

piezas de comunicación visuales/audiovisuales se inscribe en una etapa posterior a las examinadas por Eco (1986) que, no obstante, conserva algunas de sus características.

La incorporación de diversos aspectos de la vida cotidiana exteriores al medio televisivo ha determinado el surgimiento de una etapa que Scolari (2009) denomina *hipertelevisión*, como consecuencia, entre otros aspectos, de la caducidad del modelo del *broadcasting*, “la atomización de las audiencias y el avance de una televisión reticular y colaborativa” (p. 199). De las características de la hipertelevisión se retomó, en primera medida, la “[E]xpansión narrativa” (p. 200) como consecuencia de que las producciones de campaña audiovisuales han sido transpuestas, por ejemplo, al dispositivo fotográfico con el cual los *spots* han formado sistema, de manera que “la experiencia interpretativa se construye a partir de un macrorrelato que coloca a cada unidad textual dentro de un universo narrativo mayor (p. 201). Este universo corresponde al nivel supra unitario que establece la campaña de elección presidencial, a la vez que las unidades textuales se tratan de *spots* televisivos y fotografías difundidas en la prensa gráfica.

Carlón (2009) finalmente indica que, en todo caso, el debate sobre el fin de la televisión corresponde en tanto medio de comunicación, y en menor proporción en calidad de “*lenguaje y dispositivo*” (p. 163. La letra itálica pertenece al texto original) referentes a las tomas en directo y grabado. En este marco, la modalidad de grabado es la que corresponde a los anuncios de campaña que aún conservan estructuras de las dos etapas televisivas que los han antecedido.<sup>19</sup>

En definitiva, como recuerda Scolari, “hoy también encontramos una coexistencia de rasgos *paleo* y *neo* dentro de un entorno *hiper*” (p. 203. La letra itálica pertenece al texto original).

El teórico de la comunicación Jesús Martín-Barbero, autor de una extensa obra de la cual se recupera *Estética de los medios audiovisuales* (2003), indica, en relación a la exhibición pública que de sí misma efectúa la sociedad civil, que

[L]o que identifica la *escena pública* con lo que “pasa en” la televisión es el modo decisivo en que ésta se ha convertido en el equivalente de la antigua *ágora*: el escenario por antonomasia de la cosa pública. Pues cada día en forma más explícita la política, tanto la que se hace en el Congreso como en los mítines y las protestas callejeras, y hasta en los atentados terroristas, se

---

<sup>19</sup> Véase al respecto Carlón (2004a, 2004b, 2004c, 2004e, 2006a, 2006b, 2006c).

hace *para las cámaras*, que parecerían ser las únicas garantizadas de la existencia social (p. 312. La letra itálica pertenece al texto original).

Un acumulado de *spots*, pertenecientes a ambas coaliciones, consistió en el desarrollo de las biografías individuales pertenecientes a la sociedad civil. En las dos campañas, el sujeto impersonal de la enunciación (Metz, 2003) cedió la voz de los relatos a representantes de una segmentación que incluye a trabajadores, estudiantes, deportistas, artistas y jubilados, entre otros. La verbalización ha sido examinada por Martín-Barbero, por lo cual el “derecho a *contar*” (p. 319. La letra itálica pertenece al texto original) se vincula a la gramática de producción de los avisos, en mayor proporción, de una de las alianzas.

## **Alcances y limitaciones**

El trabajo se focaliza en la instancia de producción de las imágenes, y no en la fase de reconocimiento, por lo que no es objeto de la investigación reconocer el grado de penetración y eficacia de las directivas de propaganda sino, como se dijo, las características que le han sido propias. En este sentido, sobre la banda de imágenes recayó nuestro interés analítico, por lo que el estudio de la banda sonora de las imágenes en movimiento puede constituir una indagación acaso complementaria a la que se presenta.

El examen de los pronunciamientos orales de los candidatos sólo ha remitido a su tributación a la banda de imágenes, las cuales sí se han reconocido en tanto unidades focales de trabajo.

Por último, se ha realizado un corpus documental íntegramente conformado por imágenes oficialmente difundidas por las fuerzas partidarias durante el período legalmente establecido por la Dirección Nacional Electoral. No se han considerado pertinentes para su análisis aquellas producciones difundidas por otros actores partidarios y cuya circulación no comprenda la pauta establecida por dicho órgano de ejecución. En este sentido, la tesis de investigación corresponde al análisis de una campaña de carácter oficial, debido a que las unidades focales de observación han sido fijadas en razón de la regla de producción cuya potestad pertenece a los equipos de comunicaciones de Cambiemos y el Frente para la Victoria. Pese a su inclusión en medios masivos de prensa, la diégesis de las fotografías y anuncios audiovisuales

excluye a las normas que afectan a las disposiciones de propaganda oficiosa, tales como la participación de los candidatos en programas de entretenimientos, culinarios e incluso a los reportajes efectuados durante la emisión de un noticiero. En todos estos casos, por ejemplo, la enunciación televisiva reserva para sí el juego de cámaras, los cortes entre cada uno de los planos y la selección de los objetos y espacios que connotan a la escena.



**Imagen 1.** Clarín [DYN], domingo 2 de agosto de 2015, página 8



**Imagen 2.** El Día [DYN], sábado 20 de junio de 2015, página 6.



**Imagen 3.** El Día [Prensa Scioli], sábado 20 de junio de 2015, página 10.



**Imagen 4.** El Día [Presidencia], domingo 21 de junio de 2015, página 3.

## Parte II

### Primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias (PASO)

(9 de agosto de 2015)

#### De mi corazón

La imagen pertenece a un *spot* titulado *De mi corazón* (00:11), y constituye una pieza de síntesis acerca de la conformación audiovisual de las producciones proselitistas de la campaña de PRO/Cambiamos [Figura 1]. El anuncio se compone de dos planos registrados mediante el recurso denominado *espacio estático móvil* (Casetti & di Chio, 2014). A través de la posición estática de la cámara y de los movimientos que suceden hacia el interior del encuadre se desarrolla el esquema narrativo (Greimas & Courtés, 1990) que protagonizan un obrero de la construcción y el precandidato a la presidencia de la Nación. En el primero de los planos, Guanuco pronuncia, con su mirada puesta en la lente de la cámara y desde la ciudad de Humahuaca, provincia de Jujuy,<sup>20</sup> una oración en beneficio del bienestar de Macri, al cual le augura buenos anuncios para el futuro del desarrollo de la Argentina.<sup>21</sup> El plano siguiente muestra a Macri conversando con Guanuco, sentados alrededor de una mesa improvisada carente de rasgos de ostentación, en un interregno de una obra en construcción. En posición de profundidad de campo, trabajadores realizan sus tareas desatendiendo a la presencia de Macri, ubicado en posición central compartiendo, con el aspirante presidencial y con Guanuco, un aparente desconocimiento acerca de la presencia de la cámara de filmación. El diálogo que mantienen los representantes de las sociedades política y civil, como además las acciones de los obreros -que incluyen salidas del encuadre-, acontecen, como es natural en este caso, en un sitio descubierto y marcado por los rasgos comunes a un trabajo de remodelación: los materiales dispuestos en el suelo o junto a las paredes indican que se trata de un sitio en el cual prevalecen trabajadores no calificados, expuestos a la precariedad laboral que suponen sus ocupaciones.

---

<sup>20</sup> Los datos de referencia se proporcionan en un paratexto ubicado sobre un ángulo de la pantalla.

<sup>21</sup> Guanuco afirma que “de mi corazón, parte mía, que Dios te bendiga mucho, que tengas mucha fuerza, que salgamos adelante en este país” (Prensa PRO/Cambiamos, 2015a).

Macri y Guanuco se ubican en sillas blancas y de plástico, comunes a los jardines particulares a cualquier vivienda, en cuyo centro se ubicó un cajón de frutas/verduras, dispuesto en posición vertical, sobre el cual se observa un tazón de cerámica seguramente utilizado para beber todo tipo de infusión. Los tres elementos, sillas de plástico, cajón de maderas y tazón, aseguran el proceso de connotación que define el estatuto de la pieza de comunicación. En un espacio de trabajo, comúnmente asociado al esfuerzo, a la baja remuneración y a su ejercicio por parte de las clases económicas menos favorecidas, el precandidato no pronuncia sus propuestas, sino que concede la autoridad de la palabra al actante que lo secunda. Sobre su finalización, una voz en *off* acusa al sujeto de la enunciación PRO/Cambiamos, acompañado por nuevos sobreimpresos en la pantalla. El recorrido narrativo concede mayor visibilidad a la propia definición que de sí mismo brinda Guanuco que al reconocimiento que Macri puede alcanzar acerca, por ejemplo, de las expectativas e intereses que concursan al obrero de la construcción. Durante su desarrollo audiovisual, las capacidades del precandidato permanecen en una situación de *potencia* y las de Guanuco, de modo *actualizado* (Aristóteles, [¿348-335?] 2015a y otros). En efecto, el primero no define un escenario de prioridades sobre las cuales se habría de intervenir, como tampoco devela las directrices que adquiriría su gestión al frente de un hipotético Gobierno. El cuerpo presidencial (Verón, 2001a y otros) se define, en esta propaganda, solícito a atender los reclamos ciudadanos y a compartir las experiencias que ellos atraviesan, conversado en el mismo sitio en el cual Guanuco realiza sus acciones de trabajo. Éste, por su parte, es el actante sobre el cual se *actualiza* el esquema de la representación audiovisual, primero a través de los paratextos que dan cuenta de su región geográfica de procedencia y de sus deseos hacia la gestión de PRO/Cambiamos, como luego compartiendo, con Macri y con el espectador, su lugar de trabajo. En el segundo de los planos, al que pertenece el fotograma seleccionado, la posición estática de la cámara e igualmente los movimientos que se propician en el interior del encuadre, propician a que PRO/Cambiamos se oculte en tanto sujeto de la enunciación. La imagen parece representar el encuentro acontecido entre ambas sociedades sin la mediación de un artificio de registro técnico. La conversación surge desinteresada y desprovista de los tiempos y recursos que comporta el aparato de filmación. Si finalmente se denuncia su presencia a través de los sobreimpresos y el sonido extra diegético, empero su regla de producción reenvía a la supresión de la distancia que atraviesa a la relación entre el signo y el objeto (Peirce, [¿1897-1903?] 1974a y otros).

Las sub unidades de observación aquí se cifran 1) en los cuerpos de Macri, de Guanuco y de los obreros cuya mirada tampoco denuncia al artificio, los primeros sentados y conversando, y los segundos realizando sus tareas laborales, 2) en los objetos que corresponden al cajón de frutas/verduras utilizado como sustitución de una mesa, al tazón ubicado sobre uno de sus laterales, y a los materiales de construcción dispuestos en profundidad, y 3) en el espacio homogéneo representado, constitutivo de una obra de trabajo. En su conjunto, la pieza presenta un grado de equivalencias entre los representantes de las esferas política y civil, al servicio de una propaganda que privilegia el curso de los objetivos de PRO/Cambiamos dispuestos para la primera jornada de elección.<sup>22</sup>

### **La victoria de la policía local**

El régimen de representación perteneciente a una serie de anuncios proselitistas audiovisuales del Frente para la Victoria, constituye un esquema narrativo que *actualiza* el estado de la nómina presidencial y de los ciudadanos que intervienen en la representación. En efecto, durante la celebración de las PASO, circularon piezas de comunicación protagonizadas por Daniel Scioli, candidato a la presidencia de la Nación, Carlos Zannini, su compañero de fórmula -en menor proporción- y por representantes de la sociedad, cuyas capacidades se exhibieron *actualizadas* a través del registro de una de las dimensiones que determinan al actante civil.

Tales avisos presentan biografías de vida acerca de los desafíos que supone, por ejemplo, la incursión laboral, el acceso a la vivienda propia y la recuperación de las adicciones. Los *spots* presentan un programa narrativo acerca de las dificultades que han atravesados diversos sectores civiles y la resolución de tales conflictos, alcanzados a través de la mediación de las disposiciones de gobierno implementadas durante la gestión, al frente de la provincia de Buenos Aires, del aspirante presidencial.

La denominación común a esta serie de propagandas se reconoce mediante el estudio de los códigos narrativos filmicos, como también a las posiciones actanciales adjudicadas a sus roles protagónicos, a la clase de liderazgo asumido por Scioli y a su

---

<sup>22</sup> Durante las Primarias, abiertas, simultaneas y obligatorias, PRO/Cambiamos instituyó una estrategia de posicionamiento de su precandidato principal. Así lo afirma Hernán Iglesias Illa (2016) cuando asegura que “hasta el 9 de agosto, el día de las PASO, vamos a seguir trabajando en la cercanía y en las creencias, con el objetivo de bajar el miedo y seguir reduciendo prejuicios. Después de las PASO adoptaremos un discurso más propositivo, con una visión más nítida del cambio y del país” (p. 162. La letra mayúscula pertenece al texto original).

condición activa en la solución de las demandas que acucian a la Argentina contemporánea.<sup>23</sup> El estudio comparativo que se efectuó acerca de los anuncios de las dos fuerzas de representación que aquí se examinan posibilitó el reconocimiento de las regularidades y diferencias que han prevalecido durante la celebración de la jornada inaugural de los comicios acontecidos en 2015.

El aviso denominado *La victoria de la policía local* (01:11) ha sido diseñado a través de imágenes que narran el curso adoptado por una joven que se incorporara, por voluntad y convicción, al servicio de la fuerza inaugurada durante la segunda gobernación bonaerense de Scioli. La voz de la protagonista y una música en función *over* atraviesan a la banda sonora del conjunto de la representación, el cual culmina con un sobreimpreso en la pantalla que remite de manera homónima al título del anuncio proselitista.<sup>24</sup> [Figuras 2, 3, 4 y 5].

En virtud de las sub unidades focales de observación, el uniforme que caracteriza a las policías locales ha sido el objeto que *actualiza* a la joven ciudadana, de acuerdo a una segmentación que atravesará a los anuncios del Frente para la Victoria. El valor fuente de trabajo determinó, en este caso, las vías de solución que Scioli ha propuesto para servir a la comunidad que representa, sobre la cual se consagró el esquema de numerosos anuncios difundidos en las PASO y en la primera jornada de elección.

Acerca de los espacios, la imagen número 3 instituye una modalidad de representación que ilustra el programa narrativo de los avisos de la fuerza política. Mediante un plano general se observa una multitud de hombres uniformados la cual resulta imposible de conmensurar. Sobre su fondo se ubica un escenario desde el cual Scioli pronunció su discurso, de modo que su presencia en el *spot* adquiere una

---

<sup>23</sup> Mariano Confalonieri (2013) ha escrito una biografía titulada *El candidato. Vida pública y privada de Daniel Scioli*, en la cual asegura que “Scioli piensa la gestión en términos de comunicación, no de políticas efectivas para enfrentar los problemas, más allá de que en algunos casos pueda tenerlas. Está más pendiente de cómo lo muestran los medios que de su administración” (p. 184). Esta afirmación ha sido examinada en el presente trabajo, a través del reconocimiento de los dispositivos de comunicación elaborados por los equipos oficiales del Frente para la Victoria.

<sup>24</sup> El relato de la joven, de la cual el espectador desconoce, por caso, su nombre y procedencia, afirma que “cuando yo era más chica, sí, había diferencia, ¿no? Uno a veces tenía miedo de salir. Yo creo que la policía... en un momento como que se alejó ¿no? de las personas. Se presentó esta oportunidad de las policías locales, en lo que es tu misma localidad, me presenté y quedé, y una vez que la gente empezó a hablar con nosotros, a poder relacionarse ¿no? de cierto modo, y darse cuenta de que tienen un personal con confianza ¿no? en la puerta de su casa, yo creo que cambió todo. Yo no cambiaría mi profesión por nada. Es lo que yo quiero, lo que yo elegí, lo que a mí me gusta y lo que yo quiero seguir. Este trabajo te brinda el darle un buen ejemplo a un hijo. Qué más orgullo que sepa que la mamá todos los días sale y está para ayudar a los demás ¿no? Yo creo que mi hijo está orgulloso de mí” (Prensa Frente para la Victoria, 2015a).

envergadura que lo ubica en otro plano distinto al que promueven las imágenes de la joven policía. Si existe un efecto por el cual ella obtiene un trabajo que le brinda seguridad y posibilidad de exponer su pasión de servicio, la causa que lo origina debe situarse en el ejercicio de poder inaugurado por Scioli. Su cuerpo presidencial registrado en la imagen 4 constituye una clave para comprender el funcionamiento de la autoridad que ilustran las piezas audiovisuales del Frente para la Victoria.

Se trata de un cuerpo que ordena y dictamina sus pronunciamientos desde un atril montado sobre el escenario, sobre el cual se ubican funcionarios de gobierno que atienden el discurso del candidato presidencial. Es en este sentido que la trama argumental comienza a establecer un modelo de comunicación que, sustentado en un escenario construido y decorado para recibir a Scioli, construye los espacios en los cuales acontece la representación, puestos al servicio del reconocimiento del aspirante en calidad de un estadista impostergable para conducir el Gobierno futuro de la Nación.

### **Con Alicia y Marcelo en la Matanza**

El análisis del *spot* siguiente permite reconocer la norma de producción que establece un grado de igualdad, entre Macri y la ciudadanía, tanto humana y de afecto personal como de interés en relación a una promesa de cambio del sistema de gobierno argentino, a partir del cual se fijaron los encuentros de carácter proselitista. En este caso, y también en razón de los objetivos trazados para la jornada de las PASO, la pieza audiovisual procura posicionar la figura del aspirante de PRO/Cambiamos con motivo de una reconvención de la imagen pública que, por entonces, vinculaba a Macri con los aspectos menos destacados de la participación pública del empresariado argentino.<sup>25</sup>

El aviso se titula *Con Alicia y Marcelo en la Matanza*. (00:48) el cual se inicia y culmina con paratextos que indican, en el primer caso, la información que se repite en el nombre de la pieza, y en el segundo la marca del sujeto de la enunciación, que constituye PRO/Cambiamos. El relato acontece en la casa de una familia que habita el conurbano de la provincia de Buenos Aires, la cual se muestra tanto sorprendida como beneficiada con motivo de la presencia de Macri en la localidad de La Matanza. El

---

<sup>25</sup> Al respecto, señala Iglesias Illa que “[L]a otra idea interesante es que en las mentes de estos votantes intermedios (...) conviven dos percepciones simultáneas sobre Mauricio Macri. Convive la idea que habían tenido durante años (la del empresario que no piensa en los pobres, sus actitudes de clase alta, identificado con la década del 90) con esta nueva imagen de Mauricio como gestor exitoso de la ciudad de Buenos Aires y que visita casas de familia y está dispuesto a escuchar lo que la gente tiene para decirle. ¿Cuál es el Mauricio verdadero?” (pp. 129-130).

esquema comienza con un plano general y de ubicación, en el que se exhiben objetos en profundidad de campo que, nuevamente, aseguran la connotación del espacio representado. Macri, Alicia y Marcelo se disponen en una ronda, sentados sobre sillas de plástico, en cuyo fondo se observa, por ejemplo, un lavarropas y un tarro de pintura utilizado para contener el agua que, se presume, pierde de una canilla de agua corriente. Durante la conversación se observa a Alicia visiblemente emocionada, más aun cuando afirma que la presencia allí en su casa del precandidato presidencial constata la percepción que tenía acerca de su integridad.<sup>26</sup> El fotograma pertenece a los segundos finales del audiovisual, el cual ha sido registrado en una posición de cámara prácticamente similar a la que inicia la pieza. El plano general permite el reconocimiento del lavarropas, aunque ya no el tarro de pintura ubicado detrás del cuerpo del precandidato presidencial [Figura 6].

El esquema de representación confirma la regla platónica acerca de un liderazgo que proviene de las mismas bases de la sociedad representada, por lo que su representante ostenta mayores similitudes que divergencias con respecto a la esfera de la cual surgió (Platón, [¿367-362?] 2014). La propaganda muestra un precandidato que comparte el uso de la materialidad que disponen Alicia y Marcelo, quien no requiere una promoción de atenciones sustanciadas a su investidura, sino, por el contrario, afirma su comodidad en cada uno de los gestos de su cuerpo. En efecto, Macri sonríe y atento escucha las palabras de Alicia, a través del despliegue del cuerpo presidencial (Verón, 1999b y otros) que, en la imagen, se referencia en la esfera civil que representaría si alcanzase un triunfo electoral. Alicia toma entre sus manos la mano de su visitante, y de este modo se establece una asociación de confianza y contigüidad entre ambos protagonistas del *spot*.

Se reconoce un precandidato que sostiene su pertenencia a la sociedad civil desde la cual surge e inicia el trayecto que conduce hacia su liderazgo, para lo cual el dispositivo de filmación recurre a una serie de procedimientos que atestigüen dicha condición. Por ejemplo, la puesta en escena se sustenta en la reutilización de un espacio

---

<sup>26</sup> Entre Macri y Alicia acontece el diálogo siguiente: Alicia: — “Siempre lo... tuve esa fe en usted. Y quiero un cambio. Quiero un cambio [sic]. Y en usted aparte siempre veo esa mirada especial. Siempre la veo. Yo decía «no creo que vengan» porque van a ver mi casa y no va a venir. Pero me demostró, una vez más, de que [sic] es lo que yo pienso de usted. Que sí”. Macri: — “Vamos a hacerlo, vamos a hacer [sic]. Vamos a hacer algo distinto, ¿no? El cambio para hacer algo distinto. Si no, no tiene sentido” (Prensa PRO/Cambiamos, 2015b).

privado perteneciente a la familia que visita, de modo que esta medida contribuye a ocultar el proceso de intervención que se ha ejercido sobre la superficie del texto audiovisual. Los distintos objetos que integran el espacio representado remiten, por caso, a una pareja de jóvenes padres -se aprecia un banco de altura para el asiento de los bebés- del mismo modo que la disposición, vestimenta y movimientos de los cuerpos de Macri, de Alicia y de Marcelo no permiten reconocer divergencias en relación a su estatuto político/civil.

El cuerpo significativo (Verón, 1993 y otros) ya no representa un precandidato cercano y comprensivo con motivo de los reclamos y necesidades ciudadanos, sino que él mismo se presentó en carácter sustituyente de la cercanía y la comprensión que reclama, en la pieza proselitista, la familia que lo recoge en su casa. Debido a que en el esquema narrativo se determina una base de origen del aspirante en proporción equivalente a la de los ciudadanos bonaerenses, desde la cual el primer actante anuncia más una intención de gobierno que una proclama de gestión, la muestra focal instituye 1) un cuerpo político sucedáneo a la sociedad civil y 2) una exhibición de los rasgos de un carácter humano que revierta su imagen pública negativa, medida por los equipos de comunicación oficiales de PRO/Cambiemos.

### **La victoria de las oportunidades**

La serie de anuncios que se examinan pertenecientes al Frente para la Victoria mantienen una regularidad parcialmente consustanciada a las afirmaciones de Martín-Barbero (2003), cuando asegura que “para que la pluralidad de las culturas del mundo sea políticamente tenida en cuenta es indispensable que la diversidad de identidades nos pueda ser contada, narrada” (p. 319). En efecto, en numerosos anuncios difundidos en la instancia de las PASO el sujeto de la enunciación incorpora enunciadores de segundo y de tercer nivel (Metz, 2003), los cuales no determinan la regla de producción de los avisos, de modo que “[A]ún cuando se escuche, esta voz, diga lo que diga, *no explica que haya imágenes*, no es responsable más que de sus palabras, y no de todo el aparato que se impone a la vista y al oído” (Metz, 2003, p. 26. La letra itálica pertenece al texto original).

La parcialidad a la que se hizo referencia en el párrafo anterior se constituye en razón, resulta evidente, de la existencia de un sujeto de la enunciación que, asegura Metz (2003), nunca es antropoide, y comprende la figura que organiza el enunciado

filmico. En el caso que ocupa la investigación, éste sujeto se corresponde con la coalición Frente para la Victoria, mientras que los enunciados segundos están representados en los ciudadanos que, mediante sus propios relatos -y aquí la coincidencia con la propuesta de Martín-Barbero- *actualizan* su biografía explicitada en el curso de las imágenes de campaña.

La pieza titulada *La victoria de las oportunidades* (01:11), de igual manera a los avisos que han sido examinados en este apartado, exhiben una operación de disociación en varios niveles pertenecientes a distintos sujetos enunciadores. Si el primero ya ha sido establecido -Frente para la Victoria- el segundo se trata, en esta propaganda, de una mujer que emprende el crecimiento de su local de cocina y distribución de pizzas a partir de un préstamo concedido por Scioli, por entonces gobernador de la provincia de Buenos Aires. Sobre las imágenes, atravesadas por una banda de sonido *over*, se reconstruye un esquema argumental que acontece en los actos cuyos motivos (Segre, 1985) remiten a: dificultad para continuar su proyecto + pedido de ayuda al Gobierno provincial + resolución del conflicto, a través de la mediación del cuerpo ejecutivo de Scioli.

La mujer es quien cuenta su propio relato, y su voz representa la única palabra que, junto a la música *over*, completa a la banda sonora.<sup>27</sup> A través de su relato el espectador comprende el desafío y la posibilidad de progreso otorgada por Scioli, cuya efigie integra las imágenes que conforman el *spot* [Figura 7]. Su cuerpo es un operador principal en el programa narrativo, debido a que él es quien subvierte la posición de debilidad de la mujer, mediante una intervención realizada en el curso de su mandato de gestión. Se trata de un cuerpo perteneciente a un estadista, capacitado para corresponder los reclamos ciudadanos que, en su conjunto, atravesaron a la serie de *spot* cuya circulación remite a las PASO. Mediante la exhibición de las acciones ejecutadas por Scioli, las imágenes que anteceden y suceden a la única aparición del candidato en la pieza de comunicación confirman que el vector que las unifica se corresponde con el

---

<sup>27</sup> El texto de su relato es el siguiente: “Como muchos, para subsistir, me inventé mi propio proyecto. No me iba mal, pero llegó un punto en el que estaba superada, ¿entendés?, porque me pedían 5.000 prepizzas al mes y no podía hacerlas. Pensá que empezamos la producción a las seis de la mañana y eran las 12 de la noche y estábamos envasando prepizzas Pensé en decir «bueno, no puedo, voy a dejar este proyecto». Un vecino me dijo que llamara a Microempresas y llamé. Vinieron, y en 48 horas me llama y me dice: «Gaby, ya está la plata depositada». Dije: «bueno, acá empieza un camino para mí» [los planos siguientes muestran el cuerpo de Scioli y la serie una serie de rótulos que reenvían a su gestión provincial]. Empezamos con un galpón, y claramente podemos decir tenemos cocina, tenemos local. Lo que me queda más grabado de poder llevar a cabo este proyecto es que me dignifica” (Prensa Frente para la Victoria, 2015b).

cuerpo del aspirante a presidir la República. Los planos que anteceden y continúan a la exhibición del referente del Frente para la Victoria presentan una serie de *rótulos* (Gaudreault & Jost, 1995) cuya instrumentación consiste en anclar la polisemia de las imágenes, y fijar, de este modo, el reconocimiento a los deberes adoptados por el gobierno de la provincia de Buenos Aires. La entrega de un certificado de gran tamaño, que simula el instante de cobro de la suma de dinero, resulta un instrumento para incluir la grafía y el color partidarios de la provincia de Buenos Aires. De este modo los cuerpos de Scioli y de la mujer, los objetos centrados en la escenificación de la cesión de dinero, se reúnen en un espacio sustancial al reconocimiento del candidato en calidad de estadista de la Nación.

El espacio seleccionado se trata de un escenario en cuyo fondo se observa un auditorio dispuesto para el acto de celebración de entrega de los microcréditos otorgados por el candidato a través del Banco Provincia. Se trata de un espacio que se reiterará en los anuncios de propaganda del Frente para la Victoria, el cual comporta una significación conexas a la condición de estadista que Scioli adquiere en el programa argumental de las piezas difundidas en las PASO. Su cuerpo remite a un liderazgo que se ubica sobre la sociedad a la cual representa -la incorporación de escenarios desde los cuales pronuncia sus discursos no resulta azarosa- desde los que enuncia su discurso y es observado por los asistentes a sus actos proselitistas.

La pieza continúa exponiendo los alcances logrados por la mujer a partir del contacto establecido con el aspirante a la presidencia de la Nación. [Figura 8], y culmina con un paratexto sobreimpreso en la pantalla que ancla, aún más, el sentido de la representación audiovisual [Figura 9].

El cuerpo activo de Scioli, obrando en la resolución de las necesidades ciudadanas, el objeto cheque, símbolo de la entrega de ayuda estatal bonaerense, y el espacio que constituye un escenario, determinaron el esquema del aviso de campaña. Si la mujer desarrolló, mediante sus palabras, su propio discurso, el sujeto impersonal de la enunciación, analizado por Metz (2003), incorporó al actante civil a la trama organizada por los equipos de comunicación del Frente para la Victoria, en cuyo caso resulta este enunciador quien en verdad fundamentó la norma de producción del anuncio partidario.

**Con Johana en José C. Paz**

La relación que establecen las imágenes de uso electoral de la coalición PRO/Cambiamos con respecto a la pretendida no intervención de la diégesis de los dispositivos de comunicación, constituye una oportunidad para examinar el grado de verosimilitud (Metz, [1967] 2002d), que asemeja al espacio representado con respecto al espacio referencial. Las unidades de observación son presentadas en orden de figuras de composición de sinécdoques acerca de una situación que la excede, y que fundan la cuota de realismo que instituye *la parte por el todo*. En efecto, sobre *la parte*, que se haya delimitada por los bordes del encuadre de la cámara de filmación, y sobre *el todo*, conformado por los espacios no visualizados y que delimitan al espacio representado, PRO/Cambiamos ha realizado un trabajo de producción que asegura la verosimilitud tanto de lo visible de la imagen como de lo que permanece oculto, al resguardo de su próxima inclusión.

La propaganda *Con Johana en José C. Paz* (00:23) se compone de tres planos filmicos, los dos primeros registrados a través del recurso de un *espacio estático móvil* (Casetti & di Chio, 2014) y el tercero, mediante la técnica de *travelling* y la exposición de una gran profundidad de campo. El esquema narrativo involucra a Macri y a Johana -nuevamente, un paratexto indica el nombre y lugar de procedencia de la vecina de la localidad bonaerense-, conversando en un sitio abierto perteneciente a la casa de la joven que, sorprendida ante la visita del precandidato a la presidencia de la Nación, anuncia su incredulidad y apoyo al futuro Gobierno de coalición [Figura 10].<sup>28</sup> Ambos se encuentran sentados en sillas similares a las que integran la puesta en escena de las figuras 1 y 6, a la vez que se repite el programa que incluye a la voz de los ciudadanos y al cuerpo de Macri que, atento y solidario con sus reclamos, los contiene. En el centro del espacio representado se dispuso una mesa sobre la cual un termo de agua y una merienda connotan el encuentro sustanciado en el acercamiento de la sociedad política y la sociedad civil, hasta entonces parcialmente disociado debido a consuetudinarias prácticas partidarias argentinas, cuyo análisis excede a los objetivos de la presente investigación. Por ello, Johana expone su descrédito hacia la clase dirigente y su pronta

---

<sup>28</sup> Johana asegura: “No sé cómo explicar. Yo, la verdad, esperé no tener respuesta [ante un supuesto pedido de visita de Macri a su casa] y me sorprendí. Por eso me gustaría que mucha gente cambiará de opinión como cambié yo. Yo pensaba que la Argentina ya no daba para más. Y sí, se puede. Se puede [sic]” (Prensa PRO/Cambiamos, 2015c). El argumento de la propaganda incluye la presunción de que Macri no asistiría a su domicilio, debido a la imagen negativa que ostentaba el precandidato. Conforme a los objetivos delineados para la jornada de las PASO, Johana revierte su posición y celebra el encuentro acontecido en un ambiente distendido e informal.

aprobación con respecto a la incorporación de Macri a las políticas de gobierno nacional.

El precandidato de PRO/Cambiamos conserva su posición en *potencia* (Aristóteles, [¿368-348?] 2015b) a lo largo del audiovisual. En efecto, se lo exhibe en una situación de oyente comprometido con los enunciados de Johana, a través no de su voz sino de un cuerpo significativo (Verón, 1993 y otros) que asegura audiencia y compromiso en la resolución de las proclamas ciudadanas. Sin embargo, no explicita su paso al *acto*, debido a que no refiere, por ejemplo, los procedimientos, los recursos y los tiempos necesarios para alcanzar el cambio que propugna y que tanto entusiasmo a Johana, cuyas facultades se encuentran parcialmente *actualizadas* a través de sus propios dichos que contemplan inquietudes individuales y perspectivas de renovación.

Entre los dos primeros planos, que muestran a los protagonistas dialogando, se instituye una *asociación por identidad* (Casetti & di Chio, 2014), debido a que el segundo retoma los elementos presentes en el primero a través de una modalidad de registro prácticamente equivalente -una operación de *zoom* de acercamiento reduce la información que integra a la diégesis presente en el inicio de la propaganda-. Entre ellos, se produce una elipsis que irrumpe en los pronunciamientos de Johana pero que, en rigor, no modifica el esquema de representación visual.

El tercer plano se ha filmado mediante un *travelling* que sigue el paso de Macri y la joven bonaerense, a través de una calle inmediata al barrio donde ella habita. En posición de profundidad de campo se suceden las viviendas de la localidad, asentadas en un barrio sub urbano perteneciente al segundo cordón del Gran Buenos Aires. Si bien las imágenes no exhiben, por caso, la carencia del orden de la materialidad que afecta al municipio de José C. Paz, tampoco es posible establecer una recuperación integral acerca de las necesidades que atraviesa. En todo caso, se trata de un plano secuencia, rodado a través de la técnica citada, que muestra una situación *verosímil* -en los términos acuñados por Metz [2002d] (1967)- que presenta una imagen que, si bien no es *lo verdadero*, mucho se le parece.

En los tres planos que conforman a la pieza audiovisual<sup>29</sup> no se producen movimientos indiscretos en su interior, de modo que la puesta en escena realizada por el sujeto de la enunciación PRO/Cambiamos aseguró tanto el interior del encuadre como los espacios señalados por fuera de sus límites. En el último de los planos, el espacio *off*

---

<sup>29</sup> El fotograma seleccionado pertenece al plano que inicia la propaganda.

que, debido al curso del *travelling*, se incorpora a la propaganda en calidad de espacio *in*, no comporta una escenografía distinta a la ya reconocida por el espectador. El deslizamiento de la cámara no trae aparejadas situaciones inconexas al esquema de la trama, por lo que se advierte el dominio del artificio de filmación con respecto al conjunto del espacio referencial y representado. Las “convenciones verosimilizadas” (Metz, [1967] 2002d, p. 263) dispuestas en la regla de producción aseguran una imagen no verdadera pero sí semejante acerca de los espacios y objetos pertenecientes al municipio escenificado.

### **La victoria de la inclusión**

Si la televisión se ha convertido en la nueva ágora que define la escena pública (Martín-Barbero, 2003),<sup>30</sup> se comprenderá la disgregación del sujeto de la enunciación en segundos enunciadores, dispuestos al servicio de la trama argumental establecida, en este caso, por el Frente para la Victoria. En efecto, “el caso de la disociación del sujeto de la enunciación en más sujetos internos al texto” (Bettetini, 1996, p. 77) ilustra el esquema narrativo de los avisos hasta aquí examinados, y que constituye uno de los núcleos de organización de sus producciones electorales.

La pieza titulada *La victoria de la inclusión* (01:23) reitera el esquema de los anuncios del Frente para la Victoria analizados, con lo cual se conforma un paisaje cuya esquematización remite a la serie de melodramas examinados por Gubern (1974). El “teatro de caracteres” (p. 287) se despliega en este *spot* en las figuras del joven protagonista y de Scioli. El aviso, narrado por la voz del adolescente, acontece en una sucesión de etapas similares al anuncio del Frente para la Victoria anteriormente reconocido. Las dificultades para incluirse en el tejido social de la Nación son prontamente revertidas a través de la mediación de las políticas públicas fijadas por el gobierno de la provincia de Buenos Aires, por lo que el joven culmina inserto en la comunidad en razón de la promoción ejercida por la jefatura del estado bonaerense.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Esta afirmación debe matizarse a partir del surgimiento y la consolidación de los medios digitales de comunicación. No obstante, guarda relación con el objeto de estudio que se analiza, cuya instrumentación ha resultado fundamental para promover las imágenes de campaña de las coaliciones examinadas.

<sup>31</sup> El protagonista afirma que “yo vengo de un contexto no... no muy bueno. Mis padres y mi familia me ayudaron un montón. Pero ellos no pudieron terminar la escuela. En el barrio se juntaban pibes y en las esquinas también. Yo crecí rodeado de todo eso. A los 14 tuve que dejar la escuela y entrar a trabajar en un taller como soldador. Un día fueron a casa por un censo y me comentaron del programa Envió, para la inclusión. Me interesé y fui. Empecé con talleres, profesores y todo tipo de actividades. Me encontré en un programa con un apoyo tan grande que pude tener, de un momento a otro, otra vida. Así pude salir

El programa narrativo del *spot* se ajusta a la “video-visibilidad” examinada por Sartori (2003, p. 61), debido a que, si no se vacila en afirmar que el acontecimiento de recuperación del protagonista del anuncio ha sido efectivo, no es menos cierto que la distorsión que produce su representación audiovisual constituye una gramática que ensalza, a la vez que disminuye, ciertas etapas acerca del proceso de reincorporación del joven al tejido social. El estudio de los cuerpos, los objetos y los espacios resulta sustancial a esta cuestión.

Los espacios representados, exhibidos en la primera parte del anuncio, difieren de los espacios referenciales en los cuales el protagonista experimentó las situaciones que narra a través de su voz. Esta reducción, natural a un signo imposibilitado para sustituir a su objeto, ha sido incorporada a la norma de producción de las imágenes, de modo de presentar un espacio urbano que aluda y referencie un aspecto de las condiciones sociales atravesadas en la infancia del joven en edad escolar. En esta fracción del aviso seguramente se atenuó la verdadera envergadura de los padecimientos del adolescente y su familia, tal como él mismo sugiere a través de su relato [Figura 11].

La resolución del conflicto, presentada en la tercera parte del *spot*, ubica una serie de objetos significantes acerca del trabajo manual correspondiente a la construcción [Figura 12]. El proceso educativo implementado a través del desarrollo de la actividad de albañilería se elabora sin contradicciones y desaciertos que obstaculicen las tareas. Los objetos comunes a esta actividad figuran encuadrados en el centro de la primera y tercera parte del anuncio, por lo que se instrumenta una regla de composición de la puesta en escena modulada a la presencia de Scioli en la segunda parte del aviso [Figura 13].

En efecto, el cuerpo de Scioli constituye la materia significante que articula el comienzo y la culminación del anuncio. A través de sus directivas de gobierno, y sólo por intermedio de sus programas de recuperación, el protagonista se reincorpora al curso del trabajo que promueve el estado bonaerense, reivindicando la figura del candidato a la República del Frente para la Victoria. Scioli es representado, una vez más, como un estadista capacitado para corresponder a las demandas irresueltas que abundan en el territorio de la Nación, a través de un modelo de liderazgo

---

adelante y me alejé de la calle y me dediqué al estudio. Hoy soy coordinador de tutores de tres sedes. Una vez un chico me dijo «yo iba a robar hoy, pero como vos me hablaste ayer entendí las cosas de otra manera». Para mí, eso fue una victoria enorme. Hoy puedo pensar en seguir creciendo” (Prensa Frente para la Victoria, 2015c).

consustanciado con el conocimiento de la causa, analizado por Platón [¿367-362?] (2014).

### **Con Elizabeth y Lucas en Quilmes**

La relación que establecen los cuerpos, los objetos y los espacios dispuestos hacia el interior de la diégesis de las imágenes determina la composición del ejemplo siguiente, titulado *Con Elizabeth y Lucas en Quilmes* (00:11). En la pieza se replican una serie de recursos de ficcionalización, por lo que es posible adelantar las primeras asociaciones paradigmáticas que han intervenido en las producciones proselitistas de PRO/Cambiamos.

El espacio se corresponde con un patio interno en el cual Macri y un joven matrimonio del municipio de Quilmes conversan acerca de la gestión de gobierno que, una vez alcanzado el triunfo en los comicios ejecutivos, el precandidato habría de conducir. Mientras Lucas sienta sobre sus rodillas a su hija, la madre lleva a su bebe en sus brazos, y es ella quien recibe el mayor gesto de afecto que Macri establece con su cuerpo [Figura 14]. Durante los breves segundos que conforman el tiempo de duración del *spot*, los protagonistas simulan no advertir la posición de la cámara, la cual se ubica y registra los acontecimientos en un ángulo neutral.

Resulta oportuno destacar que tanto el espacio, los objetos y los cuerpos del aspirante y de la familia constituyen una unidad argumental que opera de modo conjunto en el desenvolvimiento de la trama. Según indican Bordwell & Thompson (1993), “el *atrezzo* puede convertirse en un motivo” (p. 150. La letra itálica pertenece al texto original), por lo cual el reconocimiento del decorado y el conjunto de los objetos que, ubicados 1) en posición central y 2) en profundidad de campo, con respecto a los cuerpos político y civiles, resulta sustancial para establecer un primer acercamiento acerca del estudio de las relaciones paradigmáticas que se han privilegiado en las tres jornadas de elección.

Sobre la mesa se dispuso un mantel y un equipo completo de mate, con el cual la hija del matrimonio juega con sus manos. Este clima cordial y de encuentro, que se representa a través de los cuerpos, refrenda a los pronunciamientos de Macri, acerca del

futuro superador de las irregularidades que atraviesan las familias argentinas.<sup>32</sup> Detrás de los protagonistas, se observa el tronco de un árbol y un tambor/parrilla, el cual se trata de un elemento utilizado en horas de esparcimiento.

El aviso se compone de tres planos, para cuyo registro se dispuso una ubicación idéntica de la posición adoptada por la cámara. Mientras que el primero y el tercero replican el plano medio de filmación, el segundo presenta un acercamiento de su lente, alcanzado un plano medio corto que incluye a Macri y a los cuatro miembros de la familia bonaerense. El fotograma pertenece al último de los tres planos, y constituye el instante en que el cuerpo signifiante de Macri adquiere su mayor dimensión. El conjunto de la materialidad fílmica de la apuesta proselitista se instituye para proporcionar, sobre sus segundos finales, el gesto compartido entre el precandidato político y la ciudadana civil, sobre el cual PRO/Cambiamos dispuso sus producciones de campaña. La imagen constata tanto la cercanía como la capacidad de reconocimiento de las urgencias que atraviesan, representada en la localidad de Quilmes, los anillos ubicados en el área geográfica comprendida por el Gran Buenos Aires. El cuerpo presidencial mantiene su condición de *potente*, una vez más, cuando no *actualiza* sus planes de gobierno, mientras que exhibe una muestra de padecimiento ajena e individual. De modo similar, las únicas informaciones acerca del joven matrimonio han sido expuestas a través de sobreimpresos ubicados en la pantalla, hacia el comienzo del *spot*. La pieza audiovisual no considera otra clase de dimensiones más que el sitio de ubicación geográfica que asienta a la familia de Lucas y Elizabeth, por lo que también se haya en una situación posible de asimilar a los rasgos que componen la *potencia* de la cual se apropia, a través de un mecanismo expuesto hacia el final de la investigación, el dispositivo partidario electoral (Agamben, 2010 y otros).

La serie de propagandas que constituyen su esquema narrativo en razón de la visita del precandidato presidencial a los domicilios y sitios de trabajo pertenecientes a

---

<sup>32</sup> El diálogo siguiente se produce desde los segundos iniciales del *spot*: Lucas: — “Estamos esperándote. Esperemos que sí”. Macri: — “Bueno, esperemos poder hacer algo junto porque merecemos vivir mejor, ¿no? Así que aguanten que a partir del 10 de diciembre [del año 2015] arrancamos” (Prensa PRO/Cambiamos, 2015d). Una vez concluida la conversación, se reitera la inclusión de las marcas del sujeto de la enunciación, a través de una voz en *off* y una serie de paratextos electorales. En relación a la investigación, es interesante reconocer la utilización que Macri efectúa de la primera persona del plural. En efecto, el término *merecemos* constituye un caso que ejemplifica el trabajo audiovisual de pertenencia del precandidato a la sociedad civil, mediante el cual se distingue de sus competidores, los cuales, en términos de Platón [¿367-362?] (2014), se desempeñan en calidad de líderes con conocimiento de la causa, por lo que no constituyen su asiento en la sociedad a la que representan. El trabajo de investigación no abordó la gramática de producción de la banda sonora, por lo que la inclusión de este breve reconocimiento podría ampliarse en trabajos futuros que completen los alcances teóricos que aquí se presentan acerca de la banda de imágenes.

los ciudadanos, presenta una estructura de orden iterativo acerca de las sub unidades de observación seleccionadas en el plan de investigación. Un reconocimiento de orden paradigmático de las situaciones en las cuales las sociedades política y civil se reúnen en espacios referenciales que PRO/Cambiamos presume no intervenido por el artificio de filmación, concluye en la reiteración de un acumulado de *temas y motivos* (Segre, 1985) que atraviesan el diseño de las piezas proselitistas.

### **La victoria del esfuerzo**

En relación a las imágenes que componen la estructura de los anuncios televisivos, les corresponde la categoría analítica que Sartori (2003) definió como “videodigna” (p. 41), sin las cuales no habría noticia. En otros términos, a través de la transposición de una información hacia un signo que materialice su carácter visual se obtiene la condición de noticia necesaria para su circulación en medios tradicionales y masivos. La serie de avisos analizados hasta aquí pertenecientes al Frente para la Victoria conforman un testimonio de la norma de circulación de imágenes televisadas examinadas por el politólogo italiano.

El aviso titulado *La victoria del esfuerzo* (01:23) presenta una estructura significativa similar a la de los ejemplos antepuestos, por lo que el reconocimiento de las relaciones paradigmáticas determina que los cuerpos, los objetos y los espacios resultan sustanciales a los objetivos específicos de la investigación. Se replica la banda de sonido utilizada en los *spots* analizados, mientras que la banda de imágenes presenta correspondencias con los anuncios que circularon en la jornada nacional perteneciente a las PASO.

En esta ocasión, la trama argumental reitera un programa de vulnerabilidad + encuentro con el gobernador de la provincia de Buenos Aires + recuperación, que reenvía a los esquemas precedentes. Víctor Ramírez, reconocido boxeador argentino, narra su historia como deportista, desde sus inicios en situación de calle hasta alcanzar el máximo reconocimiento a nivel mundial. Para ello, el patrocinio de Scioli ha sido esencial, debido a que le brindó, relata Ramírez, las instalaciones del gimnasio La Ñata Boxing, ubicado en la propiedad del candidato a la presidencia.<sup>33</sup> El primero de los

---

<sup>33</sup> El acto de enunciación de Ramírez es el siguiente: “De chico yo tenía condiciones para el boxeo, pero vivía en la calle y esas peleas las perdía siempre. Un día me crucé con Daniel y le dije «quiero levantarme». Y Daniel me dijo «si querés levantarte, tenés que pelear». Me consiguieron una oportunidad

planos sitúa al espectador en dicho espacio, a partir del cual se desarrolla el programa narrativo que incluye sesiones de entrenamiento [Figura 15] y de enfrentamientos oficiales, y que culmina, igual a los casos que lo preceden, con un paratexto sobrepuesto en la pantalla, anclando la polisemia de las imágenes que conforman el anuncio [Figura 16].

La elección de la figura de Ramírez reenvía a la incursión de Scioli en el deporte profesional. La caída y posterior recuperación del boxeador reitera la historia de vida perteneciente al motonauta. Las similitudes entre ambos coinciden en cuanto respecta a la obtención de sus títulos mundiales respectivos a sus áreas de competencias, tras padecer diversas circunstancias que los alejaron de la competición. La evocación de los “actos gravosos” (Parodi, 1998, p. 248)<sup>34</sup> inherentes al candidato del Frente para la Victoria incluyen el accidente acontecido en el año 1989, el cual es recuperado en el aviso examinado, a través de la historia del boxeador.

El trazado de un paralelo entre ambos deportistas se efectúa no sólo a través del relato de Ramírez, sino en razón de la exposición del cuerpo presidencial de Scioli [Figura 17]. La vida del aspirante a la conducción de la República también ha sido afectada durante el desarrollo de su tarea como deportista, por lo cual la imagen conjunta entre ambos constituye una representación que los iguala en cuanto a sus triunfos.

Si los objetos y los espacios sustancian la representación del deporte, en proporción equivalente, por ejemplo, a los elementos que materializan a la policía local, el cuerpo presidencial vuelve a comportar el vector que reúne la vulnerabilidad y el triunfo, ahora obtenido por el púgil argentino. Es Scioli quien se ubica en el centro argumental del aviso, por lo cual su figura es incorporada en tanto función cardinal (Barthes, 1991) que determina el sentido del relato. La inclusión de su cuerpo autentifica, mediante una recuperación del orden de lo metonímico acerca de los programas de recuperación implementados en el curso del gobierno bonaerense, tanto el principio como la continuidad que hicieron realidad el logro deportivo de Ramírez.

---

en Alemania, y fui campeón del mundo, le gané a la calle. Todos me decían Tyson, pero me volví a caer. Me alejé del boxeo y toqué fondo de verdad. Daniel me volvió a encontrar. Yo tenía 20 kilos de más, pero me dijo «¿te animas?» Y me animé. Esta vez, era un inglés. Le di tantas piñas en la ñata y volví a ser campeón del mundo. Ahora quiero darle a este lugar todo lo que me dio. Por eso les pedí a los chicos que me hagan una promesa: si yo volvía a levantar el título, ellos nunca, pero nunca más, iban a bajar los brazos” (Prensa Frente para la Victoria, 2015d).

<sup>34</sup> También denominados por el autor *actos duros*.

El *tema* en que incursiona el *spot* distancia el *motivo* (Segre, 1985) sobre los cuales, sólo en apariencia, constituyen el éxito y el fracaso deportivos. A la luz del corpus de anuncios electorales examinado, la temática de *La victoria del esfuerzo* se constituye en una relación intertextual con otros textos visuales y audiovisuales cuya circulación ha sido efectuada durante las PASO. Si, en efecto, el *motivo* compromiso y recuperación determina una primera lectura del aviso proselitista, el *tema* se ubica en relación inmediata a la serie de anuncios, sobre los cuales se ha reconocido una norma de producción conducida hacia la exposición del cuerpo del candidato a la presidencia de la Nación.

### **Con Graciela en Avellaneda**

El aviso denominado *Con Graciela en Avellaneda*. (00:35) inicia su programa a través de una posición de cámara objetiva para luego adoptar una posición posible de asimilar a un personaje, a través de un montaje en el plano que denuncia la existencia del sujeto impersonal de la enunciación. Sobre los segundos finales, la ubicuidad de la cámara se ubica en un ángulo objetivo y presenta, en plano medio, el acercamiento de los cuerpos de Macri y de Graciela mediante el cual culmina la conversación sostenida en un comedor comunitario [Figura 18].

La propaganda comienza dando curso a la palabra de Graciela, docente en una escuela y trabajadora en un comedor llamado Gauchito Gil, ubicado en la localidad de Avellaneda. Mientras que la información acerca del nombre y lugar de procedencia de Graciela se ofrece al espectador a través de la incorporación de los paratextos lingüísticos similares a los mencionados en ejemplos anteriores, la ubicación acerca del espacio privado representado la proporciona, mediante la técnica de profundidad de campo, una leyenda inscrita sobre la pared opuesta a la disposición de la lente de filmación.<sup>35</sup>

Sobre la mesa se observa una serie de objetos concursados en propagandas anteriores. El equipo completo de mate dispone el tenor de la conversación, sujeta a los

---

<sup>35</sup> En efecto, Comolli (2010) asegura que la instrumentación de la técnica de profundidad de campo nunca es neutral, sino que, por el contrario, se incorpora al diseño de la trama argumental. En el anuncio se observa, en este sentido, que la palabra comedor, pintada sobre el vano de acceso a la cocina comedor, se encuentra parcialmente derruida como consecuencia de la caída del revestimiento del muro que conforma la pared opuesta al artificio de registro audiovisual. Esta situación aporta información acerca del estado de preservación del espacio en el cual se desarrolla el esquema narrativo, y que constituye uno de los indicadores, a partir de los cuales se ha conformado la matriz de datos de la investigación.

intereses de Graciela y no a las imposiciones comúnmente repetidas que sostienen una campaña electoral.<sup>36</sup> El elemento que compone la novedad se trata de un velador eléctrico cuya forma superior remite a la copa de un flor, y su base al tallo que la embellece. En el fotograma se aprecia su posición centrada en el cuadro de la imagen, por lo cual su disposición en la puesta en escena no resulta accidental. A través del estudio de la iteración de elementos y de espacios se reconoce la utilización de figuras inanimadas que se replican, en este apartado de la investigación, en las producciones difundidas en las jornadas de las PASO. El gesto de contención que el precandidato establece con su cuerpo también constituye una modalidad de representación de los caracteres del visitante al salón comedor, y claramente replica la situación de cierre del *spot Con Elizabeth y Lucas en Quilmes* [Figura 14].

De este modo, las tres sub unidades de observación conforman la puesta en escena de la representación sobre la cual se sustenta el programa narrativo adjudicado a sus protagonistas durante el encuentro en que se sucede la conversación. Entre Macri y Graciela se establece una relación de igualdad, en la que el primero atiende a los dichos de la trabajadora en el Gauchito Gil.<sup>37</sup>

La reiteración de *motivos* determina el *tema* que concursa al programa narrativo. La situación de carencia material, expresada en el mal estado de preservación de los revestimientos, los relatos de los ciudadanos que expresan voluntad de cambio y sacrificio, los objetos asociados al esparcimiento y a la reunión familiar ubicados en el centro del encuadre, constituyen *motivos* que regulan la puesta en sentido del *tema* que atraviesa a la serie de piezas de comunicación. En definitiva, éste trata acerca del acercamiento de un precandidato vinculado a una imagen negativa conforme a su pasado empresarial y al frente de un Gobierno de gestión ejecutiva,<sup>38</sup> en su intento de

---

<sup>36</sup> Por ejemplo, es posible considerar en esta clasificación a las propuestas, vacías de contenido, que auguran los candidatos, similares a expresiones como las siguientes: “vamos a construir...”, “se crearán nuevos...” y “hay que solucionar...”. El audiovisual promueve la aceptación de Graciela hacia la figura de Macri, con independencia de sus proclamas de gobierno.

<sup>37</sup> El audiovisual registra las palabras de Graciela y la corta respuesta de Macri, cuando aseguran que: Graciela: — “Yo trabajo desde las ocho de la mañana, desde las siete de la mañana a la una de la tarde en la escuela. Para mí no es un trabajo pesado estar dando [clases] en una escuela o estar en un comedor. Porque yo pienso que tengo mucho para dar todavía. Entonces, lo quiero dar. Siendo Argentina, me sentí muy orgullosa [de la visita del precandidato del PRO/Cambiamos] y que tengas muchos éxitos”. Macri: — “Gracias. gracias [sic]” (Prensa PRO/Cambiamos, 2015e). La pieza se cierra con una voz en off y una serie de paratextos de uso electoral, entre los cuales destaca el siguiente: Todos tenemos mucho para dar.

<sup>38</sup> El estudio de las causas de dicha imagen negativa determina un estudio analítico que excede a los objetos de la investigación que se presenta, el cual toma como tesis los pronunciamientos del propio equipo de campaña de Macri, recogidos en el texto de Iglesias Illa (2016). Asimismo, se trata de un *spot* que, a través del relato de Graciela, se *actualizan* sus facultades. En el capítulo concerniente al acto y la potencia se examina dicha afirmación.

obtener un reconocimiento en sectores que, hasta entonces, recusaban su participación en los comicios 2015. En términos de Verón (1987) se trata de piezas de propaganda dirigidas al segmento de votantes que el autor denomina paradesinatario, cuyo acuerdo puede obtenerse mediante una serie de acciones de persuasión.

### **La victoria de la esperanza**

El ejemplo siguiente replica la estructura de los anuncios audiovisuales examinados, el cual constituye su trama argumental en razón de un acto grave (Parodi, 1998) concerniente al ejercicio de gobierno de Scioli al frente de la gobernación de la provincia de Buenos Aires. En efecto, la promoción de la Ley Nacional de Fertilización Asistida ha sido uno de los pilares sobre los cuales el candidato a la presidencia constituyó su imagen de líder/asistente de las demandas ciudadanas. De modo conjunto a la exposición de las policías locales y a la asistencia efectuada a través del deporte, comienza a configurarse, en este trabajo, un modelo de relaciones paradigmáticas establecido en los objetivos específicos del plan de investigación.

El anuncio que se titula *La victoria de la esperanza* (01:22) narra, en la voz de la protagonista de la pieza, la serie de dificultades que una familia argentina debía atravesar para concebir a su hijo de modo natural. La mujer relata acerca de su pasado como artesana que, junto a su esposo, artesano también, no se hallaban en condiciones económicas para solventar los costos de un tratamiento de fertilización. La resolución a este conflicto la constituye la promulgación de la Ley Nacional número 26.862, cuya ampliación, en territorio bonaerense mediante la Ley 14.611, ha sido sancionada durante la segunda gobernación del aspirante a presidir la República.

El acto duro evocador de la biografía de Scioli remite a la imposibilidad de concebir familia junto a quien, por entonces, conformaban una pareja. Así como el accidente deportivo determinó que el aspirante promoviera el desarrollo de actividades físicas, Scioli abraza ahora la causa de las familias bonaerenses y reglamenta la ampliación de los alcances de la fertilización asistida y gratuita, en el territorio presidido por su mandato.

El anuncio se compone de dos series de imágenes. En la primera, la mujer narra su historia [Figura 19] que sucede en instancias de: dificultades para concebir + promulgación de la Ley de Fertilidad Asistida + embarazo satisfactorio. La segunda serie muestra imágenes en flash back (Gubern, 1987) que recrean los enunciados de la

mujer [Figura 20], cuya voz, y la música que se reitera en los ejemplos anteriores, atraviesan al conjunto del aviso -en la primera serie su voz se ubica en posición diegética, y en la segunda en situación *over*-.<sup>39</sup> La resolución a la dificultad se estructura en la exposición del cuerpo de Scioli [Figura 21], el cual materializa la abstracción que supone una Ley. En efecto, sobre el candidato, alrededor de cuyo cuerpo se reúne la familia protagonista del anuncio, se construyó un “metacuerpo” (Verón, 2001c, p. 85) que, en este caso, remite a la puesta en escena ya no meramente de un candidato comprometido y próximo a una familia bonaerense, sino que personifica a la comprensión y proximidad de un estadista a las necesidades ciudadanas.

Los objetos que conforman la diégesis constituyen mobiliarios pertinentes al ámbito hospitalario y familiar. El primero de los casos se compone por guardapolvos, radiografías, entre otros, mientras que el segundo mediante fotografías del casamiento de la pareja. Los espacios representados constituyen aspectos de espacios referenciales de salas de espera, consultorios de atención y ambientes pertenecientes a la casa del matrimonio protagonista. La inclusión del cuerpo presidencial acontece una vez que el conflicto que origina el programa narrativo encausa su solución a través de la medida sancionada por el Gobierno que aquel preside.

La serie de *spots* del Frente para la Victoria hasta ahora analizados otorgó la voz a los cuerpos civiles que determinan el esquema argumental. Son ellos quienes narran sus historias a modo de sujetos segundos de la enunciación (Metz, 2003). El sujeto primero de la enunciación corresponde, como es natural, a un enunciador impersonal (Metz, 2003) definido como un aparato simbólico (Bettetini, 1996).

### **Con Marcelo en La Matanza**

Los registros filmicos pertenecientes a una visita/timbreo realizada por Macri han sido utilizados en más de una propaganda, por lo que es posible analizar dos piezas audiovisuales en razón de las imágenes que, dispuestos en distintas piezas, pertenecen,

---

<sup>39</sup> El enunciado completo es el siguiente: “Siempre supimos que queríamos ser padres. Empezamos a buscar, inmediatamente apenas nos casamos. Si al año o año y medio una pareja busca, factiblemente haya un problema. Nosotros, con mi esposo, siempre fuimos artesanos, durante todo el período de búsqueda, y se nos hacía imposible poder pagar los tratamientos que eran altos. Es como que es muy fuerte, ¿no? Decir no puedo ser mamá. Fue cuando dije «no vamos a ser una familia, vamos a ser una pareja y no tendremos hijos». Y ahí aparece la Ley. Ahí aparece la Ley de Fertilidad en la provincia de Buenos Aires. Ese momento fue como decir «Ay, lo logré». Alcancé ese deseo, alcance el [sic] poder ser mamá. Esta ley nos cambió la vida a los tres y a un montón de familias más” (Prensa Frente para la Victoria, 2015e).

sin embargo, a una misma situación de encuentro entre las sociedades política y civil. Aun cuando se modifican los paratextos impresos sobre la pantalla, e incluso cuando los pronunciamientos orales son enunciados por otro protagonista, las imágenes muestran espacios cuyas topografías remiten a una identidad espacial o bien a una disyunción proximal (Gaudreault & Jost, 1995), de modo que el espectador alcanza a reconocer que los elementos que componen, por ejemplo, la profundidad de campo, repiten elementos presentes en otro aviso audiovisual.

Esta gramática de producción encuentra su cifra en la distinción entre espacio referencial y espacio representado o, en términos de los estudios semióticos pertenecientes a Peirce [¿1893-1902?] (1974b y otros) a la naturaleza que dista entre el objeto y el signo que lo alude. Cuando el objeto dinámico desborda al signo y éste sólo alcanza a representar, de aquel, una fracción denominada objeto inmediato, se concluye que el objeto dinámico resulta incognoscible, e imposibilitado de sustitución por parte de todo signo semiótico. En definitiva, el signo alude a una circunstancia del objeto dinámico, mediante un objeto inmediato, el cual resulta interior a dicho signo.

De modo que, en relación a las unidades de observación de la investigación, el espacio referencial no es posible de sustituir sino, tan sólo, representar, por caso, a través de una serie de imágenes que, por su propia naturaleza de signo, aludirán a algunas de sus circunstancias topográficas. Se verá que los espacios en los cuales se producen los encuentros entre Macri y los vecinos son intervenidos mediante la misma inclusión del artificio de filmación, el cual produce a las imágenes audiovisuales, al tiempo que compendia las secciones que componen las unidades habitacionales pertenecientes a los ciudadanos incluidos en las propagandas.

Esta regla de producción se aplica al aviso analizado en párrafos anteriores titulado *Con Alicia y Marcelo en la Matanza* (00:48) [Figura 6] y a la pieza *Con Marcelo en La Matanza* (00:11). Sobre ambas propagandas, difundidas de modo simultáneo, se realizó un trabajo de elección de las distintas secciones que componen el espacio privado concerniente a la vivienda de la joven pareja que protagoniza a la primera producción. La segunda pieza consta de dos planos, uno de los cuales se filmó mediante la técnica de plano secuencia mientras que el segundo a través de la posición estática de la cámara, en cuyo encuadre suceden movimientos en su interior (Casetti & di Chio, 2014).

La trama narrativa de *Con Marcelo en La Matanza* se inicia a través de una breve recorrida del precandidato presidencial y Marcelo por un área que se encuentra en

construcción [Figura 22].<sup>40</sup> En posición de profundidad de campo se observan distintos elementos inherentes a una obra en construcción, como escaleras, planchas de chapas y asimismo vigas descubiertas de pintura. Macri conduce su mirada hacia líneas de fuga ubicadas a la izquierda del encuadre y junto a la posición del aparato de filmación, el cual parece no ser advertido por los actantes del audiovisual. La cámara acompaña al desplazamiento de sus cuerpos y simula no intervenir el espacio referencial.

El segundo plano es el que, en mayor proporción, denuncia el artificio. Marcelo dirige su mirada hacia un personaje fuera de cámara, a la vez que el espectador descubre que la voz que cursaba el primero de los planos pertenece al padre de la familia bonaerense, el cual relata, en ambos planos, su aprobación acerca de la presencia del aspirante allí donde se hallan las necesidades sin resolución.<sup>41</sup> Debido a la utilización de un plano medio mediante el cual culmina el *spot*, se observa en el fondo los mismos elementos mostrados en el plano general seleccionado de *Con Alicia y Marcelo en la Matanza* (00:48) [Figura 6], a la vez que en el interior del cuadro se aprecia el hombro de Alicia, ubicada fuera de la representación.

El estudio conjunto de las dos piezas comprende un ejemplo de intervención del espacio referencial, a partir de cuya instrumentación el esquema narrativo presenta a Macri en una situación de *inoperosidad* (Agamben, 2008), dado que no promueve la resolución de las obras sino su reconocimiento. La declaración de aprobación del matrimonio acerca de la figura de Macri acontece en el primero de los *spots* -en la voz de Alicia- y en el segundo -en palabras de Marcelo- en puestas en escenas constituidas por espacio y objetos similares, alusivas a un aspecto de las circunstancias del orden de la materialidad de su vivienda.

## **La victoria del trabajo**

El paso del sujeto extra diegético de la enunciación a través de la superficie textual ha dejado marcas regularizadas en el conjunto de la producción audiovisual. Los avisos que conforman la serie que se analizará a continuación preservan tanto como

---

<sup>40</sup> Es interesante considerar que, en este plano e igualmente en el plano siguiente, se escuchan ruidos de golpes de martillo, ubicados en posición fuera de cuadro. Mediante esta figura metonímica, la pieza construye un indicio que remite al trabajo y esfuerzo que prevalecen en el espacio representado, el cual caracteriza al conjunto del esquema argumental.

<sup>41</sup> Al respecto, Marcelo indica que “es lindo [que venga a nuestra casa] porque él está viviendo en carne propia. El lo está viendo con sus ojos. Es diferente que te cuenten algo. Que lo vea, que escuche. Eso es bueno” (Prensa PRO/Cambiamos, 2015f).

añaden nuevos registros que permiten reconocer una norma de producción que unifica a los anuncios electorales cuya circulación remite a las PASO. Se verá que el cuerpo de Scioli adopta la posición de metacuerpo brevemente esbozada en párrafos antepuestos, y su condición de líder que *actualiza* la agenda de demandas sociales adquiere una proporción aún mayor que la expuesta en los ejemplos que se han recorrido.

La exhibición del metacuerpo de Scioli adquiere mayor notoriedad. En estos ejemplos, el candidato expone no sólo su figura sino también su voz, la cual comentará la información significativa que contienen las imágenes de uso electoral. Esta segunda selección de avisos proselitistas es la que en mayor medida establece las distancias con respecto al examen de la estructura iterativa de las piezas pertenecientes a PRO/Cambiaremos y al Frente para la Victoria.

El esquema argumental del aviso *La victoria del trabajo* (00:47) se sustancia en la trasladación de un concepto hacia una serie de imágenes que Gubern (1987) define como “hiperformalizada”<sup>42</sup> (p. 140). Se trata de un diseño que establece correspondencias con la redundancia y el carácter previsible de la materia significativa que lo constituye, de modo que la función espectral no haría más que ratificar el curso de sus expectativas. El anuncio se compone por imágenes normativas y homónimas acerca del título de la propaganda, ratificado incluso por la frase que inicia el acto de enunciación del aspirante a la presidencia.<sup>43</sup>

Los espacios que conforman la diégesis remiten a sitios inmediatamente reconocibles en tanto fuentes de trabajo. Entre ellos, se destaca, mediante el recurso de composición de sinécdoque, las instalaciones de un puerto, en este caso pertenecientes a la ciudad de Mar del Plata. La proa de una embarcación [Figura 23] actúa como parte de un espacio que lo incluye, constituido por las escolleras que definen el interior de la zona portuaria. La industria ha sido ejemplificada a través de una serie de espacios, entre los que destaca una planta de al menos dos pisos de altura [Figura 24], cuya exposición en el anuncio coincide con la apelación a la nacionalidad que promueve el enunciado del candidato a presidir la República. El trabajo en el sector agrario ha sido promovido mediante la exhibición de una parcela de campo, cuya identificación

---

<sup>42</sup> El autor utiliza esta categoría para examinar a la imagen fija, aunque su concepción aplica también a la imagen en movimiento.

<sup>43</sup> En posición *over*, Scioli indica que “La victoria es la victoria del trabajo. Ese que te ganaste y el que te podés ganar para mejor. Es la victoria de la industria nacional para cuidar lo tuyo. Es la victoria de la Argentina en el mundo, y el mundo en la Argentina. Así, ya nadie podrá quitarte ese trabajo bien ganado, y más que eso, tu dignidad. Y esa, será una de tus más grandes victorias” (Prensa Frente para la Victoria, 2015f).

inmediata con los objetos completa la estructura de la representación audiovisual [Figura 25]. Una máquina trilladora constituye el elemento que reenvía al trabajo Nacional auspiciado por el *spot*. De este modo, los objetos que se aprecian en los espacios citados preservan el régimen de representación concerniente a los sitios laborales portuarios, industriales y agrarios. En efecto, los elementos que se observan en la proa de la nave, y la misma embarcación, como asimismo las maquinarias utilizadas para la producción de determinados bienes determinan la “*interpretación*” (Eco, 2017, p. 368. La letra itálica pertenece al texto original) del curso habitualmente acostumbrado de las acciones de trabajo representadas en las áreas geográficas que alientan la promoción del trabajo en Argentina.

El ejercicio de puesta en escena de los espacios y elementos dispuso una trama argumental que culmina con la exposición del cuerpo de Scioli. Sobre el final del aviso, el cuerpo del referente del Frente para la Victoria determina el vector sobre el cual las imágenes montadas preanuncian la exposición del candidato. El acto de enunciación en posición *over* y los planos visuales culminan en el despliegue de un metacuerpo que ilustra, ya no la posición de un trabajo determinado, sino la propia acción de trabajar. La imagen del aspirante a la conducción de la Nación en cuyo fondo flamea una bandera argentina [Figura 26] reenvía al metacuerpo de Scioli. El paratexto sobreimpreso en la pantalla constituye un recurso tanto de refuerzo de sus enunciados como de anclaje de la polisemia de las imágenes de campaña.

Sartori (2003) define el acto de ver como aquel que mejor define la condición del hombre contemporáneo. El “*animal vidente*” (p. 11. La letra itálica pertenece al texto original) analizado por el autor italiano explica el motivo de la traslación de un concepto hacia una imagen hiperformalizada y de inmediata asimilación en la fase de reconocimiento. La estructura significativa del anuncio compuesta por las sub unidades de análisis fijadas en la investigación resulta subsidiaria de la abstracción que supone el término *trabajo*, a la vez que éste reenvía al metacuerpo del candidato a la presidencia de la Nación.

La imagen número 26 instituye un cuadro de síntesis acerca de lo dicho hasta aquí. El espacio es representado, nuevamente, mediante la figura de sinécdoque, debido a que el micrófono de pie compone una fracción de un espacio más amplio, el cual consiste en un escenario con seguridad montado para realizar un evento partidario. La bandera situada en profundidad de campo determina la asociación entre el paratexto

lingüístico y el metacuerpo del candidato, de modo que Argentina + trabajo = Scioli deviene la temática que atraviesa el *spot*.

La imagen también presenta información fuera de campo determinante para el estudio del liderazgo instaurado por la serie de anuncios. Las líneas de fuga hacia las cuales se dirige la mirada de Scioli seguramente se desplazan -con independencia de que se trate de una representación o un plano recortado de un registro acerca de un acto proselitista- hacia la reunión de adherentes ubicados fuera del encuadre de la representación. De este modo se sustancia también la conformación de un liderazgo cuyas condiciones remiten al conocimiento de la causa que se obtiene mediante el estatuto de un estadista, y contrario a la unificación, en calidad de equivalencias, de las sociedades política y civil expuesta en los avisos de PRO/Cambiamos.

### **El camino del cambio empezó hace tiempo**

El *tema* seguridad ha sido una constante de representación en los dispositivos de propaganda. Debido a una serie de causantes que exceden a los objetivos trazados en el plan de investigación, su inclusión en el esquema narrativo de las propagandas de PRO/Cambiamos constituyó una variable recurrente tanto en imágenes fijas como también en imágenes en movimiento.

La seguridad ha sido desagregada en una serie de *motivos* como, por ejemplo, seguridad urbana como producto de actos delictivos. Por esta razón, la inclusión en las unidades de observación de una serie de objetos que remiten al cuidado de los hogares ha sido reconocida en un conjunto de propagandas, representados, en mayor medida, a través del recurso técnico de la profundidad de campo.

Al respecto, el *spot* titulado *El camino del cambio empezó hace tiempo* (00:47) constituye una pieza cuya estructura presenta el *motivo* inseguridad en tres situaciones que reiteran un objeto que connota al conjunto del esquema narrativo. En efecto, la incorporación de enrejados dispuestos sobre el frente de las viviendas, sobre los cuales acontecen los encuentros entre Macri y los ciudadanos, opera en cuanto indicador de una situación que atraviesa una demanda de resolución. El aviso, compuesto por una serie de planos rodados en sitios y momentos diversos, atravesados por la voz en *off* del

binomio presidencial,<sup>44</sup> en el cual se reitera el acercamiento entre las esferas política y civil, exhibe la serie de rejas en tanto que “los decorados cinematográficos pueden pasar a ocupar el primer plano; no tienen por qué ser simples receptáculos de acontecimientos humanos, sino que pueden entrar a formar parte de la acción narrativa de forma dinámica” (Bordwell & Thompson, 1993, p. 148).

La descripción de los autores se ajusta a la pieza examinada. Los fotogramas seleccionados dan cuenta del valor de este indicador [Figuras 27, 28 y 29], cuya inclusión se reiterará, en una proporción equivalente, en la jornada inmediata de elección. En la imagen número 27 se observa a una mujer ubicada sobre el vano de acceso de su domicilio, recibiendo allí la visita del aspirante a la presidencia de La Nación. El encuentro, informa un paratexto, acontece en la ciudad de Luján, provincia de Buenos Aires. Debido al plano medio corto que registra este acercamiento, el encuadre de la imagen sólo contiene, además de los cuerpos, una reja ubicada en posición de profundidad de campo, sobre la cual la mujer dispone, sujetándola, el peso de su brazo.<sup>45</sup>

La imagen número 28 presenta una constitución similar a la producción precedente. En su encuadre, el precandidato y una mujer conversan sobre el enrejado de lo que, suponemos, constituye el frente de la vivienda de la habitante, indica un nuevo paratexto, de la ciudad de José C. Paz, municipio situado en la provincia de Buenos Aires. En esta oportunidad, es Macri quien sostiene el peso de su cuerpo sobre su mano que sujeta la plancha metálica.<sup>46</sup> La imagen número 29 replica la estructura de las capturas precedentes, cuyo esquema narrativo, en esta ocasión, acontece en la localidad capital de Santa Rosa, provincia de La Pampa. El aspirante y una mujer conversan sobre el frente de una vivienda, en cuyo frente se han colocado una reja para cubrir una ventana exterior y otra reja que protege el vidrio de la puerta de acceso a la vivienda.

---

<sup>44</sup> A lo largo de la pieza Macri y Michetti anuncian, asumiendo la voz de los discursos -los cuales se sobreimprimen en la pantalla- de modo intercalado, que “el camino del cambio no empieza hoy. Empezó hace tiempo, yendo casa por casa, a escucharte a vos. Sin actos, sin bombos, sin caravanas, porque nada de eso es necesario para escuchar. Vi miles de caras, escuché miles de historias. Por eso sabemos que somos muchos los que queremos un cambio. Nada más, ni nada menos que la gran mayoría. Tenemos las ganas, tenemos la experiencia. Sé que se puede. Sé que podemos. Lo vi en sus caras. Lo vi en todos ustedes. Este nueve de agosto, por favor, acompañanos con tu voto. Podemos vivir mejor. Vamos juntos” (Prensa PRO/Cambiamos, 2015g).

<sup>45</sup> En el instante que el *spot* muestra esta imagen, se lee la fracción siguiente del discurso de Macri y de Michetti “yendo casa por casa, a escucharte a vos”.

<sup>46</sup> En los dos planos inmediatamente anteriores y sobre el que se examina, se lee la sección del discurso que se transcribe: “Sin actos, sin bombos, sin caravanas, porque nada de eso es necesario para escuchar”.

La serie de tres fotogramas constituye una muestra de la relación que establecen los espacios en la trama que se desarrolla en las piezas de comunicación de PRO/Cambiamos. Si la seguridad constituye una *temática* que actúa en razón de contexto supra unitario, el *motivo* de la reja dispuesta sobre una propiedad de orden privado remite a la inseguridad que asola a segmentos sociales que habitan en zona urbanas de la Argentina. Debido a que un *tema* puede conformarse por una serie de *motivos*, el *spot* presenta otros *motivos* que, conjuntamente, con los enrejados, dan cuenta de otras temáticas que han atravesado a la contienda electoral 2015,<sup>47</sup> las cuales serán examinadas en nuevas imágenes/muestras de observación.

### **La victoria de la familia**

El ejemplo siguiente ilustra los aportes de uno de los mayores referentes del cinematógrafo, en relación a las sub unidades de observación que conforman la matriz de datos de la presente investigación. Mitry [1963] (2006) afirma que el espacio referencial se traduce en “dato en imagen” (p. 225) por lo que señala la inconsistencia que supone comprender la representación audiovisual en tanto sustitución de lo real del cual emana. En su trabajo se recupera algunos de los principales aportes a la teoría del signo peirceano, por lo que su inclusión en este trabajo resulta pertinente. La imposibilidad de que las imágenes de uso electoral constituyan una *historia*, en término de Benveniste [1959] (1999), reenvía al sujeto impersonal de la enunciación que, siendo exterior y al mismo tiempo estando presente en el texto que produce, impide la no intervención tanto de los espacios como de los objetos que lo integran.

El anuncio titulado *La victoria de la familia* (00:47) define su información diegética en razón a como acontece en el *spot* del Frente para la Victoria precedentemente analizado. La voz en posición de *over* del candidato a presidir la Nación guía el curso adoptado por las imágenes montadas, en cuya estructura se reconoce las “relaciones armoniosas” (Mitry, [1963] 2006, p. 117)<sup>48</sup> que adoptan los objetos en razón del paso del sujeto enunciador sobre la superficie del texto audiovisual.

---

<sup>47</sup> Iglesias Illa (2016) recuerda: “[C]ómo hablar de los temas que queremos hablar sin hacer las mismas promesas tontas que hacen los políticos tradicionales, que no saben si las van a poder cumplir pero las repiten igual a pesar de que nadie les cree? Una solución puede ser mostrar empatía, sintonizarnos con problemas como la inseguridad o la falta de cloacas” (p. 139). A través del enunciado del *spot*, es reconoce que la polisemia que comporta la frase “vivir mejor” remite, entre otros aspectos, a la inseguridad expuesta en el audiovisual.

<sup>48</sup> El autor se refiere a la imagen fija, pero su concepción aplica también a la imagen en movimiento.

En el aviso se utiliza la banda sonora de la pieza anterior, a la vez que finaliza con el mismo plano que éste, cambiando los códigos lingüísticos de su paratexto. En relación a los códigos narrativos filmicos, se reitera, sobre los segundos de cierre, la utilización de un plano aéreo y general, tal como sucede en otras piezas de comunicación desarrolladas por esta coalición.

El *spot* comienza con una representación de una comida familiar acontecida en un jardín interno, en el cual los chicos corren y juegan y los adultos conversan y brindan con sus vasos sentados alrededor de una mesa [Figura 30]. El espacio, en esta escena, está “*comprometido*” (Mitry, [1963] 2006, p. 165. La letra itálica pertenece al texto original) con la acción que allí se desarrolla y forma sistema con los elementos que constituyen su materia significativa. El espacio representado connota un encuentro distendido entre una familia numerosa, integrada por segmentos de tres generaciones, los cuales se reúnen en un evento de celebración formalizado a través de un brindis -rodado, en la categoría de plano detalle, sobre sus manos-.

La cadena de imágenes continúa exponiendo referencias al ámbito de la cotidianidad, vinculadas, por ejemplo, a la adquisición de un espacio habitacional confortable, como además al crecimiento que supone la obtención de un nuevo trabajo que acompañe al desarrollo del núcleo familiar.<sup>49</sup>

La *actualización* que marca a las producciones del Frente para la Victoria se efectuó, por ejemplo, a través de la exposición acerca de la ocupación laboral de las personas que integran el núcleo narrativo del *spot* [Figura 31]. La exposición de un pasillo perteneciente a un hospital constituye un ejemplo acerca del compromiso que asumen los espacios en la trama argumental, el cual *actualiza*, mediante la exposición del valor laboral, la posición de la joven médica en el aviso.

La imagen de cierre [Figura 32] reenvía al conjunto de anuncios que, en la instancia de las PASO, se distribuyeron en los canales de televisión de aire y de cable. Su función de anclaje acerca de la polisemia que comportan las imágenes de esta serie facilita la construcción de relaciones paradigmáticas entre los anuncios cuya circulación ha sido simultánea a la jornada de preselección de candidaturas.

---

<sup>49</sup> Scioli, cuyo cuerpo se ubica en posición *over*, indica que “la victoria es la victoria de la familia. Es la victoria de tu casa, que es tu hogar, donde nacen y crecen los tuyos. Es la victoria de tu trabajo, que hace que sientas que no vas a perder lo que tenés, y vas a ganar lo que te falta. Por eso, vayamos por una casa más grande, por un trabajo aún mejor, por un mañana mejor. Vayamos porque ganen tus sueños. Y esa, será la victoria” (Prensa Frente para la Victoria, 2015g).

El cuerpo de Scioli, una vez más, constituye un metacuerpo sobre el cual se anuncia el *tema* del *spot*. Si las imágenes exhiben la posibilidad efectiva de obtener un crecimiento de orden laboral, ello se debe a que el aspirante a conducir la República se constituye no como creador de trabajo, sino como expresión de un ejercicio que consiste en trabajar bajo condiciones dignas, justas e igualitarias.

Sobre su representación audiovisual se instrumentaron la voz y un cuerpo de un candidato atento al conjunto de las demandas ciudadanas, muchas de las cuales replican, bajo similares caracteres retóricos y enunciativos, los rasgos temáticos privilegiados en el esquema argumental de las producciones de campaña examinadas. Cada una de ellas reenvía a las realizaciones que integran la serie, tan sólo divergentes en sus temas y motivos que subyacen a su trama.

Los elementos, los objetos y los espacios que conforman el *spot* configuran -a la vez que son establecidos por el actante político-, la exposición del cuerpo presidencial de Scioli, el cual, anuncia la imagen final, retoma el acto de enunciación, en esta ocasión conducido al servicio de las necesidades laborales comunes a una familia argentina. La *lluvia de papeles* que atraviesan el campo y el contracampo de la imagen<sup>50</sup> reenvía, a través de esta figura del orden de lo metonímico, a la celebración de su candidatura que establece la sociedad civil, presuntamente reunida fuera del encuadre del artificio de filmación. La distancia entre una y otra sociedad, de este modo, se vuelve evidente, tal como se analizará en el anuncio perteneciente al Frente para la Victoria que a éste le sucede.

### **En cada rincón estamos juntos**

La relación que se establece entre las tres sub unidades de observación puede examinarse a través de una de las figuras de composición mayormente recurridas por la fuerza PRO/Cambiamos. Se trata de un recurso ya mencionado denominado sinécdoque el cual, a diferencia de la metonimia que opera sobre el orden del sintagma, lo hace sobre una selección del paradigma. En efecto, *la parte por el todo* al que pertenece la primera figura se opone, por ejemplo, a *la causa por el efecto* que determina, ésta última, una serie de sucesión. La composición de la sinécdoque que ilustra el caso siguiente ha sido normada a través de la mostración de la identidad espacial (Gaudreault

---

<sup>50</sup> Este elemento también se haya presente en el ejemplo anteriormente examinado del Frente para la Victoria.

& Jost, 1995) que supone el paso de un plano medio corto a un plano detalle, que exhibe una fracción del espacio ya encuadrado en el plano que lo precede.

El plano detalle que constituye el núcleo de este apartado pertenece a un aviso titulado *En cada rincón estamos juntos* (00:48), el cual presenta un acumulado de planos rodados en sitios geográficos localizados en un vasto territorio de la Argentina, en los que se reitera un esquema narrativo que vincula a Macri con la ciudadanía, a través de la serie de encuentros acontecidos en sus casas y, en una medida menor, en sus sitios de trabajo. Un jingle recorre la banda de imágenes, por lo que se trata de una de las pocas piezas de comunicación en la que no se concede la voz de los discursos a quienes protagonizan el *spot*.

El índice identitario del aviso lo constituye, en relación a las sub dimensiones del análisis de la investigación, la reiteración de ocasiones en las cuales el precandidato presidencial concilia los encuentros con los ciudadanos a través de una perceptible acción de contacto, que con sus manos establece sobre sus cuerpos. En oportunidades se fija un saludo del orden de un apriete de manos, tanto como en otras ocasiones Macri levemente golpea el hombro de sus interlocutores, a modo de signo simbólico (Peirce, [¿1897-1903?] 1974a y otros) que usualmente remite a la confianza y al entendimiento [Figuras 33 y 34]. Este contacto corporal remite a la condición de igualdad que Macri fija en relación a la sociedad civil a la cual políticamente representa, y que procura la reducción de las distancias del sujeto enunciador que comporta el precandidato presidencial y el destinatario de tales gestos.<sup>51</sup> Una vez más, la condición de liderazgo establecida desde Platón [¿367-362?] (2014) hasta Durán Barba & Nieto (2017a, 2017b), en razón de la proximidad de la esfera de representación y la esfera representada, ha sido incorporada a la trama argumental de los avisos de propaganda de la coalición actual de gobierno.

Un paratexto informa que la imagen número 33 ha sido rodada en la ciudad de Reconquista, provincia de Santa Fe, la cual presenta a Macri conversando con Héctor y Luis, sentados y alrededor de una mesa dispuesta en un patio interno de una casa familiar. El fotograma seleccionado recoge el instante en el que los ciudadanos y el precandidato juntan sus manos conformando una media ronda. Esta situación se replica a lo largo del audiovisual, el cual presenta dos figuras de sinécdoque establecida mediante la utilización de un plano detalle.

---

<sup>51</sup> Resulta apropiado indicar que la serie de contactos corporales siempre son iniciados por Macri, y proyectados sobre los cuerpos de sus interlocutores.

Sobre la imagen número 35 se dispuso una puesta en escena -ciertamente similar a la que prevalece en la imagen número 18, perteneciente al comedor Gauchito Gil- constituida por un espacio/comedor que carece de indicadores de arreglo y composición, un mate y una canasta con tortas fritas, y los cuerpos de Macri y de Miryam y Arlington, asentados en la provincia de Santa Fe. El plano siguiente, que corresponde a la imagen número 36, determina una asociación espacial entre ambas capturas, debido a que el segundo preserva información diegética presente en el plano que lo antecede. En efecto, la técnica de plano detalle establece un acto pronunciado de reconocimiento, en este caso, acerca del contacto corporal, del orden de un signo simbólico acerca de la estrechez de las distancias que habitualmente concursan a la clase dirigente y a la clase de dirigidos.

En efecto, el plano detalle preserva, con respecto a la información que conforma la estructura del plano inmediatamente anterior, uno de los dos objetos que aseguran la connotación del esquema narrativo. De modo que las manos que ilustran *la parte por el todo* de los actantes político y civil -seleccionando, del conjunto de sus cuerpos, aquella que determina el régimen de contacto corporal-, la canasta que contiene el alimento, y una sección del espacio representado en el plano antepuesto, determinan la correspondencia de las sub unidades de información provistas por la unidad focal creada en el curso del trabajo.

La pieza *En cada rincón estamos juntos* remite a una muestra acerca de la correlación de las dimensiones que aquí se examinan, trabajadas en la instancia de producción de los mensajes proselitistas de PRO/Cambíemos. La técnica de plano detalle constituye, en este sentido, el vector sobre el que converge su instrumentación puesta al servicio de una pieza de propaganda.<sup>52</sup>

### **La victoria es la victoria de la Argentina**

La naturaleza del liderazgo de Scioli establecido en las imágenes electorales posiciona al cuerpo del candidato en razón de la clasificación platónica como aquel que “brinda su cuidado a la ciudad” ([¿367-362?]) 2014, p. 156). El esquema narrativo de los *spot* lo ubica en calidad de un gobernante que trasvasa a la sociedad a la cual representa,

---

<sup>52</sup> En el segundo 13 del aviso nuevamente se ha recurrido a esta figura de composición. La particularidad con respecto al caso examinado la constituye el trabajo de producción efectuado en relación a los planos que preceden a ambas articulaciones de imágenes.

a la vez que mediante el sufragio de su nómina presidencial ésta alcanzaría la resolución de sus intereses en conflicto.

El aviso denominado *La victoria es la victoria de la Argentina* (00:59) añade un nuevo colectivo de destinatario, constituido por la Nación en su conjunto. Mediante el ejercicio del saber que Platón denominó “ciencia real” ([¿367-362?]) 2014, p. 178) la voz en posición *over* de Scioli remite a su visión de futuro de la Argentina al tiempo que explicita en qué consiste el desarrollo que promueve su alianza de gobierno. Una serie de imágenes que componen este anuncio ha sido rodada utilizando planos generales [Figura 37], a la vez que permite examinar, mediante este recurso, una representación conjunta de las tres sub unidades que componen el núcleo de la investigación.

Si en efecto, tal como asegura el título del aviso, el triunfo de la fórmula del Frente para la Victoria constituye una conquista para la Nación, la exhibición, en profundidad de campo, de una bandera argentina en el instante en que es alzada en un patio perteneciente a un establecimiento educativo, opera en mayor proporción en tanto signo simbólico (Peirce, [¿1897-1903?]) 1974a y otros) de la República. La Argentina se trataría, en términos de la teoría sémica perteneciente al fundador de la semiótica moderna, del objeto dinámico imposible de representar sino a través de algunos de sus aspectos o circunstancias, los cuales constituyen al objeto inmediato, que se constituye hacia el interior del signo. Debido a que éste posee dos objetos, uno exterior a él -llamado por Peirce objeto dinámico o mediato- y uno interior, y considerado por ello mediato, el anuncio televisivo tendría dos objetos, uno la Argentina -cuya naturaleza resulta inaprensible- y otro compuesto por aquellos de sus aspectos posibles de representar mediante un signo audiovisual.

La bandera, los guardapolvos y las mochilas escolares establecen los objetos que, en la imagen 37, reenvían a una de las circunstancias que determinan la Nación, consistente en la extensión de la educación que promueve el Estado argentino. De este modo se relacionan tanto los espacios como los cuerpos que conforman a la diégesis. El espacio es de orden público y los jóvenes educados reciben la enseñanza que asegura su maestro, situado sobre un margen del encuadre. Por carácter transitivo, es el Estado quien inicia el proceso de escolaridad, presidido por quien aspira a convertirse en la principal autoridad ejecutiva.

El modo de representar a la Argentina se efectúa a través de la exhibición de algunos de sus deberes y responsabilidades. La muestra siguiente [Figura 38] ejemplifica un área de trabajo que su continuidad y fomento aseguraría el desarrollo de

la industria de la Nación. De modo equivalente a la representación de la Educación mediante la selección de objetos, espacios y cuerpos, la imagen que expone un signo simbólico del Desarrollo también ha sido diseñada a través de las sub unidades de observación. El cuerpo del trabajador del acero, el fuego azulado a través de una barra y las instalaciones de una aparente fábrica o parque industrial, conforman la estructura significativa que reenvía al Desarrollo de la economía nacional.

Si el espacio del trabajo se corresponde con una zona urbana, la imagen de un tractor de arado traslada su ejercicio hacia áreas de cultivo situadas en un campo [Figura 39]. El conductor de la maquinaria, el propio tractor ubicado en primer plano y el espacio abierto que, en profundidad de campo, se extiende hasta alcanzar los límites del encuadre, determinan una relación paradigmática que se ha reconocido en un número aún mayor de imágenes/muestras.

El paratexto de cierre del anuncio [Figura 40] revalida lo dicho hasta aquí. El país constituye el objeto que ha sido representado a través de algunos de sus aspectos, entre los cuales se ha señalado a la Educación, al Trabajo Industrial y al Trabajo Agropecuario. La representación de la Argentina en cuanto tal ha sido desagregada en dichas circunstancias que, hacia el año 2015, disputaban la posición de los candidatos en sus respectivas agendas de temáticas en el curso de la contienda nacional.

Finalmente, la banda sonora, compuesta por la voz de Scioli y la melodía utilizada en la serie de *spots* grabados con aquella en posición *over*, conducen y anticipan el montaje operado sobre las imágenes.<sup>53</sup> El plano, ya utilizado en los casos anteriormente examinados, ancla, una vez más, la polisemia de las imágenes que conforman la estructura del aviso.

Se verá, hacia el final de la investigación, que las variaciones con respecto a los sobreimpresos lingüísticos ubicados en un margen de la pantalla reenvían a uno de los núcleos del presente análisis, y que ha atravesado al conjunto de las producciones del Frente para la Victoria y de PRO/Cambiemos difundidas en la jornada de celebración de las PASO en Argentina

---

<sup>53</sup> En efecto, el candidato asegura que “La victoria es la victoria de la Argentina. Somos el último país del mapa, pero estamos dando vuelta todo. Y si cada vez en más productos dice Industria Argentina más rápido daremos la vuelta. Victoria es que cuando el mundo salga a dar una vuelta por el mundo, venga acá. Acá, donde el esfuerzo de la gente hace que cada año le gane al año anterior. Victoria es construir a partir de lo construido como la ciencia, que avanza desde donde dejó el otro. Por eso avanza. Y si entendemos las cosas de esta manera, nadie detendrá el desarrollo. Y esa, será tu victoria” (Prensa Frente para la Victoria, 2015h).

## Una y mil veces, gracias por invitarme

El régimen de composición que ha estructurado a las imágenes proselitistas de PRO/Cambiamos halla su cifra perfecta en la clásica distinción entre *historia* y *discurso*, propuesta por Benveniste [1959] (1999). El lingüista asegura que ambas categorías corresponden a modalidades de exposición de los relatos, los cuales se presentan al lector mediante la ausencia, en el primero de los casos, y la presencia, en el segundo, de un acumulado de marcas que remiten al sujeto que los enuncia. Si el relato que interpela la *historia* carece de una autoridad de origen que instituya los alcances de su propia voz, Benveniste asegura que pareciera narrarse a sí misma, de modo que constituye una categoría opuesta a como acontece en el *discurso*, en el que se antepone un sujeto que enuncia los sucesos que conforman su articulación.<sup>54</sup>

Los avisos de PRO/Cambiamos han conformado un régimen de representación que, si bien no oculta su condición mediática, no por ello afirma que el proceso de mediatización (Verón, 1997b, 2001b, 2001d) ha atravesado a su gramática de producción. Si resulta por demás evidente que los anuncios han sido elaborados para que su circulación acontezca en medios masivos y tradicionales de comunicación, no lo es menos, aunque PRO/Cambiamos instituya lo contrario, que la mediatización ha sustanciado al esquema narrativo que interpretan los protagonistas, políticos y civiles, de las propagandas de corte electoral.

La pieza, denominada *Una y mil veces, gracias por invitarme* (00:35), representa un caso testigo acerca de esta modalidad de *historia*, tanto como un ejemplo de mediatización del cuerpo presidencial. El programa del anuncio consiste en la exhibición de los segundos iniciales que acontecen durante los encuentros entre Macri y los ciudadanos que lo reciben en sus domicilios [Figuras 41, 42 y 43]. En efecto, las imágenes muestran el saludo y las palabras de bienvenida que recoge el precandidato presidencial, y el agradecimiento que éste profesa con motivo de la invitación que le habrían concursado.<sup>55</sup> Los registros se efectuaron a través de recursos de *travelling*, *zoom* y montaje en el plano, éste último replicado en el conjunto de la propaganda, la cual exhibe un programa argumental equivalente en las escenas que lo integran.

---

<sup>54</sup> Cfr.: Metz, 2003, cita al pie número 12.

<sup>55</sup> Por ejemplo, el *spot* replica diálogos como los siguientes: 1) Macri: — “Hola, hola”. Ayelén: — “Hola, ¿qué tal? Bienvenido”, 2) Macri: — “Gracias la invitación”. Estela: — “Bienvenido a Las Tejas”, 3) Macri: — “Gracias por invitarme, Feliciano”. Feliciano: — “No, por favor. Gracias por venir a vos” (Prensa PRO/Cambiamos, 2015i). Esta situación se reitera en las siete escenas que integran la composición del anuncio de campaña.

Al respecto, es oportuno recordar la concepción de Bazin [1953/1954] (2008c) acerca de lo indebido que resulta la utilización de la técnica del montaje para aprehender determinados acontecimientos que, debido a su propia naturaleza, no es posible desagregar en imágenes montadas. Con vistas a la obtención de un máximo de realidad, y en relación a la premisa del teórico del cine francés, los equipos de comunicación de PRO/Cambiamos han desarrollado el registro de un conjunto de audiovisuales mediante la utilización de planos secuencias y montajes en el plano, caros al pensamiento del autor del artículo clásico *Montaje prohibido*. La técnica de filmación utilizada en 2015 constituye una recuperación de buena parte de los trabajos de Bazin, tal como acontece en los tipos de planos utilizados en ésta y otras de las producciones de PRO/Cambiamos.

Las imágenes número 41, 42 y 43 pertenecen a tres escenas que replican una estructura argumental registrada a través de montajes en el plano.<sup>56</sup> Los encuentros acontecen en las calles y en los vanos de acceso a las viviendas. Los protagonistas no denuncian el artificio de la cámara, por lo que actúan con aparente desconocimiento de la presencia indiscreta de los equipos de campaña del partido político.<sup>57</sup> El aviso pareciera contarse a sí mismo con motivo de tratarse de una *historia* y no de un *discurso* provisto de un sujeto de la enunciación que lo instituye y lo regula. De igual manera, se oculta que las acciones que allí se despliegan -saludos de recibimiento, gestos corporales que remiten al afecto, entre otras- han sido producidas por y para la televisación, tal como acontece en una contienda de elección argentina desde principios de la década de 1980 (Borrini, 2003).

### **La victoria de la educación**

Se ha observado que la instancia primera que conforma a los avisos electorales se halla siempre por fuera de la superficie textual (Metz, 2003; Bettetini, 1996), la cual determina el esquema narrativo que se desarrolla, en el caso hasta aquí examinado, en

---

<sup>56</sup> Resulta evidente que en los casos en los cuales el artefacto de filmación se encuentra dispuesto en el interior de los domicilios resulta inadmisibles sostener la no intervención de los espacios referenciales en los cuales acontece la filmación.

<sup>57</sup> Iglesias Illa (2016) indica que “[N]o se puede proclamar que uno está cerca de la gente si nunca nadie lo vio por la calle tocando timbre; uno no puede decir que es el cambio y que es un político distinto si en la campaña hace y dice las mismas cosas que los viejos políticos en campaña; y uno no puede decir que le preocupa el futuro de su comunidad si se pasa la campaña hablando del pasado o de personas ajenas a la campaña” (p. 63).

dispositivos audiovisuales de comunicación. Es aquella la que, en primer orden, establece la existencia de imágenes en movimiento, y no tan sólo las posiciones adoptadas por sus protagonistas, sino además los espacios donde se desarrolla la trama y los objetos que connotan a la puesta en escena.

El *spot* titulado *La victoria de la educación* (00:47) replica la exhibición de un cuerpo presidencial, esta vez como garante de la educación pública nacional. Su voz en situación *over* explicita el material visual que integra la diégesis, a la vez que la exposición de su cuerpo refuerza el compromiso asumido con la continuidad del servicio educativo público y gratuito asegurado a través de su acto de enunciación.

En esta pieza los objetos adquieren una posición determinante que iguala a los cuerpos político y civiles que la integran. La redundancia de elementos que, comprendidos como signos simbólicos (Peirce, [¿1893-1902?] 1974b y otros) de educación, componen a las imágenes situadas en una temporalidad y espacios diferentes, ilustra el proceso de anclaje acerca del sentido de las imágenes técnicas. Conjuntamente con una serie de espacios, los elementos forman con éstos un sistema que los integra, por lo que su estudio necesariamente debe remitir a una mirada teórica integral, expuesta en la matriz de datos de la presente investigación. Será a partir del reconocimiento sistémico de las sub unidades focales de la investigación que el aviso adquirirá su investidura.

En relación a los objetos, se suceden guardapolvos, escarapelas, útiles escolares, la bandera argentina, computadoras, y un pizarrón, entre otros. Los decorados, que refuerzan la acción (Mitry, [1963] 2006) que acontece en la sucesión de planos, se corresponden con aulas, patios, salones de deportes y pasillos de colegio de nivel primario y secundario, sitios de acceso a una universidad, en los cuales se desarrolla el esquema que protagonizan jóvenes en edad escolar [Figura 44].

Tras la primera inclusión del cuerpo de Scioli [Figura 45], el candidato recupera el protagonismo visual, el cual continuará hasta la culminación del *spot*<sup>58</sup>. El plano de cierre del aviso lo constituye la imagen analizada en casos anteriores, en la cual se sobreimprimió la leyenda *La victoria de la educación* [Figura 46].

---

<sup>58</sup> La banda sonora se compone por la melodía que acompaña a los ejemplos anteriores, y por la voz de Scioli afirmando que “La victoria es la victoria de la educación. Es la victoria de la educación de tus hijos, para que ellos también puedan entrar en el futuro cuando ese futuro venga. Con la educación gana el saber, el saber que tus hijos están donde tienen que estar y el saber que a tus hijos les puede ir aún mejor que a vos. Esa, será la victoria de ellos y también será tu victoria” (Prensa Frente para la Victoria, 2015i).

Se observa que el concepto Educación ha sido trasladado a las imágenes de acuerdo a una serie de objetos, cuerpos y espacios que, debido a una convención (Peirce, [1904-1909] 1974c y otros), constituyen signos simbólicos que reenvían al proceso educativo argentino. Si las acciones que en el anuncio ejecuta la sociedad civil -estudiar, escribir, jugar en horas de recreo, entre otras- se inscriben en relación a sus obligaciones como estudiantes de nivel primario, secundario y terciario, por el contrario el candidato es quien, mediante su ejercicio de gobierno, las promueve durante el desarrollo del esquema argumental. Se trata de un liderazgo que favorece el cumplimiento del sistema educativo en todo el territorio nacional,<sup>59</sup> garantizado en un mandato hipotético de Scioli al frente del Poder Ejecutivo.

La *actualización* que comporta este *spot* se observa en las sociedades política y civil. En relación a la segunda, se trata de un *acto* sustanciado en las actividades que realizan, concernientes al ámbito de la enseñanza. Los estudiantes no desarrollan otras acciones distintas a las que conciernen al proceso educativo que atraviesan, reconociendo de inmediato el segmento mediante al cual se incorporan a su sociedad. Por parte del candidato a presidir la República, conduce dicho proceso, incluso asistiendo a un acto escolar. La constitución del plano de cierre confirma que su cuerpo se trata, en verdad, de un metacuerpo que determina la promoción del sistema educativo, e incluso de un ejercicio de traslado de este concepto hacia una materia significativa visible, organizada alrededor de la posición actancial que desempeña el candidato del Frente para la Victoria.

---

<sup>59</sup> Las imágenes de apertura han sido registradas en provincias del norte argentino, mientras que aquellas que las suceden no presentan condiciones topográficas que permitan establecer un espacio geográfico preciso.

Máxima: 15° C.  
Mínima: 11° C.  
(Pág. 8 - 4° Secc.)

Nº 160 del año CXXXII  
Edición de 68 páginas  
en cinco secciones  
Precio del ejemplar: \$ 9,00  
Recargo venta  
interior: \$1,50  
En Uruguay \$ 20

## Resultados provisorios de la elección

PARA PRESIDENTE			PARA GOBERNADOR			PARA INTENDENTE			
FPV	CAMBIEMOS	FRENTE UNA	FPV	CAMBIEMOS	FRENTE UNA	FPV	CAMBIEMOS	FRENTE UNA	
36,1%	25,6%	12,6%	20,6%	18,3%	31,9%	18,9%	21,5%	12,5%	6,2%
	Sanz 3,8% Carrió 2,6%	De la Sota 8,3%					Saintout 13,8%	Panella 9,8% P. Irigoyen 7,6%	Leguizamón 4,9% Pacharotti 3% Melzi 4% Vaudagna 2,7%
TOTAL 32%	TOTAL 20,9%	TOTAL 38,9%				TOTAL 35,3%	TOTAL 29,1%	TOTAL 21%	

# Scioli fue el más votado y con sus aliados, Macri quedó cerca

El candidato oficialista cosechó una adhesión del 36%. Macri obtuvo el 25,6% pero con Sanz y Carrió suma 32% y queda a cuatro puntos de diferencia para encarar la primera vuelta en octubre. Massa le ganó a De la Sota y entre los dos sumaron casi 21%. Todos festejaron. Final abierto



**Se impuso Bruera y cosechó el mayor caudal en la Ciudad**

### CON LECTURAS DISTINTAS

Los principales protagonistas de la elección de ayer hicieron lecturas positivas de los resultados obtenidos. Todos encontraron razones para festejar. Scioli, con la mayor cosecha de votos, habló de una victoria rotunda. Macri y sus aliados destacaron la "voluntad de cambio" y Massa celebró haber terciado con fuerza

### Una edición especial

Esta es una edición especial para poder desplegar la información de las elecciones sin descuidar el resto de la actualidad. Por eso el cuerpo principal del diario se divide en dos cuadernillos. El primero, de 24 páginas, íntegramente dedicado a la cobertura electoral. El segundo, de 16, con información internacional, nacional, local y policial. La edición se completa con el suplemento deportivo, una 3ra. sección de Hogar y Clasificados y una 4ta. de Espectáculos

## Vidal en primer lugar y Anibal ganó la interna

Imagen 5. El Día, lunes 10 de agosto de 2015, portada.

Máxima: 15° C.  
Mínima: 7° C.  
(Pág. 12 - 3ª Secc.)

# EL DÍA

www.eldia.com

La Plata, martes 11 de agosto de 2015 | TAPA

Nº 161 del año CXXXII  
Edición de 56 páginas  
en cuatro secciones  
Precio del ejemplar: \$ 9,00  
Recargo venta  
interior: \$1,50  
En Uruguay \$ 20



Dijo estar listo para jugar

## La Gata Fernández volvió a Estudiantes

(Supl. Dep.)

# Intensas negociaciones para encarar la nueva campaña

## Scioli busca sumar a todo el PJ y Macri intenta polarizar

Después del mapa que trazaron las PASO se abre una etapa de reacomodamientos políticos. Primeras definiciones

### COMO QUEDARON LOS RESULTADOS

PARA PRESIDENTE



FPV	CAMBIEMOS	FRENTE UNA
<b>38,41%</b>	<b>30,07%</b>	<b>20,63%</b>
8.424.749 votos	6.595.914 votos	4.525.497 votos
Daniel Scioli	Mauricio Macri	Sergio Massa
<b>38,4%</b>	<b>24,3%</b>	<b>14,2%</b>
8.424.749 votos	5.325.900 votos	3.121.589 votos

PARA GOBERNADOR



FPV	CAMBIEMOS	FRENTE UNA
<b>40,34%</b>	<b>29,43%</b>	<b>19,55%</b>
3.103.063 votos	2.263.430 votos	1.503.783 votos
Anibal Fernández	Eugenia Vidal	Felipe Solá
<b>21,16%</b>	<b>29,43%</b>	<b>19,55%</b>
1.628.223 votos	2.263.430 votos	1.503.783 votos

PARA INTENDENTE



FPV	CAMBIEMOS	FRENTE UNA
<b>33%</b>	<b>33,5%</b>	<b>17,7%</b>
122.388 votos	124.387 votos	65.794 votos
Pablo Bruera	Julio Garro	José Arteaga
<b>18,2%</b>	<b>13%</b>	<b>5,2%</b>
67.552 votos	48.265 votos	19.493 votos

(Págs. 2 a 15)

### Bajó el dólar, subieron los bonos y la bolsa, pero aumentó la nafta

La moneda estadounidense cerró a \$14.80, diez centavos menos que la cotización del viernes. El Merval tuvo una suba de casi el seis por ciento. Los papeles de la deuda también aumentaron su cotización. Lo atribuyen al "efecto PASO". La nafta subió un 2,5% en promedio. Es el séptimo -y más fuerte- incremento en lo que va del año

(Pág. 17)



### YA SON TRES LOS MUERTOS POR EL TEMPORAL

La última víctima es un hombre que cayó en un arroyo de Bernal y perdió la vida. Buscan a un padre y a su hijo que en medio de la tormenta cayeron con su auto al Riachuelo y desaparecieron. Se agrava la situación en Luján (foto). Las rutas 8 y 9, entre otras, siguen cortadas

(Págs. 22 y 23)

### Equiparan al gas pimienta con un arma y condenan a prisión por utilizarlo

Una pareja de delincuentes recibió penas de seis y cinco años de cárcel respectivamente por utilizar ese químico para reducir a una jubilada, a la que también ataron, para luego robar en su departamento. El hecho ocurrió en 2012 en 8, entre 56 y 57 y para el magistrado se trató de un robo calificado por el uso de armas

(Pág. 24)



HABITOS ALIMENTICIOS

La comida vegana, paleo o macrobiótica es sana... pero mucho más cara

(Pág. 28)

Imagen 6. El Día, martes 11 de agosto de 2015, portada.

## Primera vuelta electoral

(25 de octubre de 2015)

El estudio continúa con el examen de imágenes fijas, difundidas en folletos en la vía de paso público.

### Mercedes y Mauricio. Jujuy [Portada]

En las instancias de celebración de las PASO y de la primera jornada de elección se distribuyó una serie de folletos, bajo la modalidad *puerta a puerta*, en los actos partidarios y en centros estratégicos ubicados en el espacio público de las principales ciudades del país. Estos dispositivos de comunicación se inscribieron en estrategias de comunicación que reglaban la circulación de imágenes fijas e imágenes en movimientos, formando sistema, por ejemplo, en relación a sus rasgos temáticos, retóricos y enunciativos (Steimberg, 1993b). La campaña electoral, en definitiva, ha sido examinada atendiendo al nivel supra unitario en el cual ha sido repartida la folletería, tanto oficial como oficiosa,<sup>60</sup> de las fuerzas de representación partidaria.

Las imágenes fijas incluidas en los folletos de Cambiemos constituyen una modalidad de representación que Schaeffer (1990) denomina “momento decisivo” (p. 111), pertenecientes tanto a fotogramas de *spots* audiovisuales como a fotografías efectivamente elaboradas para ilustrar a los folletos. Se observó una acción de refuerzo y de reenvíos entre los distintos regímenes de representación -visual y audiovisual- tanto como una iteración de su estructura de composición, formando relaciones paradigmáticas entre ambas clases de producciones.

Sobre las distintas representaciones de la coalición actualmente en ejercicio se constituyó su trama argumental de acuerdo a la exhibición conjunta de los cuerpos presidencial y civiles, en espacios y situaciones habitualmente asociados al esparcimiento. Los objetos que connotan los encuentros acontecidos entre el candidato y los ciudadanos se inscriben en la misma estrategia discursiva, de modo que *cuerpos*, *espacios* y *objetos* constituyen las sub unidades focales que predicán, en el trabajo de investigación, al conjunto de las representaciones incluidas en los folletos.

---

<sup>60</sup> Al respecto, ha sido examinada la serie de folletos oficialmente perteneciente a Cambiemos y al Frente para la Victoria, por lo cual no han sido considerados, en el análisis presente, las producciones elaboradas por otros órganos distintos a los mencionados.

La imagen que inicia el estudio de las fotografías (Figura 47) lleva por título *Mercedes y Mauricio. Jujuy*. Se trata de una producción obtenida durante la filmación de un *spot* cuya circulación correspondió a las PASO<sup>61</sup>, por lo cual, si bien se modifica el artificio de registro y el ángulo a partir del cual se obtuvo la instantánea, se replica la materia significativa que conforma la investigación.

Entre otros autores, ha sido Dubois (1986) quien, recurriendo a la segunda tricotomía de los signos peirceanos, determinó la indicialidad de las fotografías. No se tratan, pues, de espejos de la realidad como asimismo tampoco de actos de transformación de ese real. En efecto, el autor, coincidiendo con la línea argumental iniciada por el fundador de la semiótica moderna, entiende a las imágenes fotográficas como productos indiciales, debido a que “[A]lgo singular subsiste *a pesar de todo*” (p. 21. La letra itálica pertenece al texto original). Este *algo* emana del objeto a partir de cuya representación, visual en este caso, se establece la conexión física con el signo que lo representa.

La fotografía muestra a Macri conversando con Mercedes en un espacio abierto utilizado como plaza, en cuyo fondo se observa la base de una estructura de un juego de hamacas. Entre los protagonistas, se ubica un bolso de mimbre el cual contiene en su interior un equipo completo de mate.<sup>62</sup> El espacio referencial ha sido sustraído a su propia naturaleza, y representado como escenario de la dramatización que promueve el encuentro entre el aspirante a presidir la Nación y la ciudadana jujeña. La relación entre el texto y la imagen ancla la polisemia de la captura fotográfica, a la vez que instaura un juego de reenvíos entre el titular lingüístico (“Estoy con vos. Juntos somos el cambio”) y el cuerpo significante de Macri.

El régimen de composición fotográfico indicial se establece en razón de un único e irrepitible referente, de modo que, si éste no existiese, ejemplifica Peirce [¿1893-1902?] (1974b) “perdería al instante el carácter que hace de él un signo” (p. 59. Parágrafo 304). En esta cita se descubre la regla de producción no sólo de las imágenes que ilustran a los folletos, sino quizás del conjunto de las producciones de Cambiemos pertenecientes a la campaña 2015.

Efectivamente, la cercanía y el encuentro que se promueven mediante la exhibición en *potencia* de Macri, en calidad equivalente a la sociedad que, a través de su

---

<sup>61</sup> El aviso se trata de *Con Mercedes en Jujuy* (Prensa PRO/Cambiemos, 2015k).

<sup>62</sup> A partir de un visionado intertextual con respecto al *spot* televisivo, se deduce el contenido de la canasta, el cual ha sido expuesto en el audiovisual.

consentimiento, anhela representar, se constituyen a través de la referencialidad que el signo indicial recoge de su objeto. Uno de los actantes que protagoniza la imagen se corresponde con Macri, cuyo cuerpo ha sido registrado en una conversación amable y vacía de las consuetudinarias prácticas políticas partidarias. El atuendo informal que luce el candidato, la inexistencia de agentes de prensa que, como práctica corriente, acompañan los recorridos de propaganda que efectúa una nómina presidencial, el espacio representado distinto a aquel regido por las normas de una persona que habla y un auditorio que la escucha, constituyen variaciones que predicen al núcleo de la estrategia electoral de la alianza, que puede expresarse de la manera siguiente: “Es Macri quien está allí, junto a ellos, que somos nosotros”. En los apartados siguientes, se examinó la composición visual de las preposiciones siguientes: Macri + estar + allí + junto + ellos + nosotros. Cada una de ellas, puestas en relación, determinan la cifra sobre la cual Cambiemos dispuso un régimen de composición indicial acerca de sus producciones de campaña proselitista.

### **Scioli Presidente. Zannini Vicepresidente [Portada]**

La primera fotografía que se analiza concerniente al Frente para la Victoria pertenece a la media portada de un folleto distribuido durante las celebraciones de la primera y segunda jornada de elección.<sup>63</sup> La fracción que completa la tapa del dispositivo presenta la leyenda inscrita con caracteres gráficos *Scioli Presidente. Zannini Vicepresidente*, conjuntamente con el logotipo del Partido Justicialista y de la coalición de gobierno [Figura 48].

La imagen se estructura motivada por la exhibición del cuerpo del candidato presidencial, ubicado de frente a un atril, en cuyo lateral un conjunto de funcionarios y trabajadores lo acompañan en el escenario. En las plateas, los asistentes dirigen su mirada hacia Scioli, quien pronuncia un discurso que se materializa en un paratexto dispuesto sobre la captura fotográfica: *Desarrollar no es cambiar. Es construir a partir de lo construido. El desarrollo es un viaje de esta Argentina a la Argentina que soñamos.*<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> No se ha podido constatar si también ha sido difundido con motivo de las PASO.

<sup>64</sup> El paratexto ha sido incorporado -en la voz de Scioli- en un *spot* televisivo, por cuya operación se efectúa un juego de reenvíos entre ambos dispositivos. El anuncio audiovisual al que se hace referencia se titula *Provincias* (01:00) (Prensa Frente para la Victoria, 2015k). En el cuerpo del trabajo se desarrolló un análisis del citado *spot*.

La regla indicial del signo peirceano se aplica a la representación, debido a que el acto partidario regido por la exposición del cuerpo y del discurso del aspirante presidencial efectivamente ha sido concertado, de modo que la fotografía constituye una emanación del objeto al cual representa en virtud de la afectación que ejerce sobre este dispositivo de registro. El cuerpo de Scioli se presenta, en la reunión partidaria y en la instantánea, como un cuerpo presidencial resolutivo y estadista, perteneciente a una esfera distinta, por ejemplo, en relación a los obreros ubicados sobre el escenario. En posición de profundidad de campo se dispuso una bandera argentina que connota al conjunto de la materia significativa de la imagen. En razón de las sub unidades de observación seleccionadas, los *cuerpos* político y civiles, los *objetos* que circundan la posición de dominio de la potestad de la palabra que pertenece al candidato -atril y micrófono- y el *espacio* que marca una distancia con los asistentes -sentados en las plateas, por debajo del aspirante- tanto como con los funcionarios y trabajadores -situados en un lateral del escenario, atendiendo a la enunciación verbal- conforman una puesta en escena que afirma la condición de líder y estadista del representante del binomio presidencial del Frente para la Victoria.

La *tesis de existencia* (Schaeffer, 1990) atestigua la ejecución de una reunión partidaria en la cual participaron los sectores sociales mencionados. En el mismo sentido que Dubois (1986), Gubern (1974) indica que, pese al trabajo de preselección que realiza el fotógrafo, las imágenes continúan aportando una muestra que asegura la existencia del objeto representado. El autor asegura que, incluso a pesar de la modificación que padecen “las apariencias ópticas de la realidad, en relación con su percepción visual directa, durante el proceso de su fijación fotográfica, la fotografía sigue conservando un alto prestigio como «documento fidelísimo» que no puede mentir” (pp. 53-54). Al respecto, en el caso que ocupa el trabajo de investigación, las imágenes de campaña, si bien aseguran la existencia de los acontecimientos que, por caso, reúnen a las sociedades política y civil, no por ello exponen los procedimientos de composición que anteceden y suceden a su registro fotográfico. El paratexto ubicado sobre la superficie del espacio de representación es un ejemplo de esta medida. Por lo cual si la fotografía no miente acerca de la existencia de su referente -en un momento dado-, en virtud del tratamiento a que es sometida, el sujeto impersonal de la enunciación establece una narrativa que interpela tanto a la imagen como a su circulación, por caso, en medios masivos y tradicionales de comunicación.

La fotografía que se examina presenta relaciones paradigmáticas con las producciones fijas y móviles que la antecedieron, en la instancia de las PASO, como asimismo en los anuncios distribuidos en la primera jornada eleccionaria. Por ejemplo destaca la relación de las sub unidades focales, conducidas hacia la exposición de un liderazgo sustancialmente vinculado al estatuto de un estadista. La disposición del escenario, que la fotografía transforma en espacio representado al espacio referencial, ubicó a Scioli en una posición asimétrica con respecto a los asistentes a la reunión partidaria. A lo largo del análisis inter textual, se ha reconocido, a través de la teoría actancial esta gramática en las producciones difundidas en las dos primeras jornadas de elección.<sup>65</sup>

El signo visual de la bandera argentina constituye un símbolo debido a que opera como tal, en relación con su objeto, mediante una ley o convención. La representación de la Argentina ensayada por el Frente para la Victoria ha replicado este recurso, como primera medida, en los fotogramas de cierre de los *spots* televisivos examinados en el capítulo anterior. A través de una segunda serie de recursos instrumentados durante la contienda, las imágenes fijas y en movimiento han incluido diversas representaciones de la Nación, que han fijado el esquema narrativo de las producciones de campaña. La industria, el sector agrícola ganadero, el deporte y la cultura, entre otros, han sido motivos (Segre, 1985) que concursaron la representación visual de la Argentina.

En relación a la fotografía que abre el folleto, se observa la relación que mantiene con su referente en tanto icono, índice y símbolo. Se trata de un icono en razón de la semejanza de la exhibición del cuerpo de Scioli que la campaña ha promovido desde sus inicios oficiosos (Verón, 2001b), de un índice por tratarse de una emanación de un hecho existente, y de un símbolo, en el plano del conjunto de la portada del folleto, del ejercicio de gobierno que, asumida la presidencia, habría de conducir.

### **Jorge y Mauricio. Gualeguaychú [Interior]**

La imagen que se examina constituye el interior del folleto que presenta en su portada la captura fotográfica titulada *Mercedes y Mauricio. Jujuy*. En la segunda

---

<sup>65</sup> Con motivo del balotaje se modificó la estructura iterativa de las producciones del Frente para la Victoria, tal como se constatará en el capítulo siguiente de la investigación. El cuadro de posiciones actanciales será analizado en un nuevo apartado.

producción, denominada *Jorge y Mauricio. Gualeguaychú* [Figura 49] se reitera la función referencial examinada por Dubois (1986). En la gramática de producción del anuncio se ha privilegiado el contacto físico que el aspirante a la presidencia establece con Jorge, a través de un saludo cordial que establece con su mano. El *instante decisivo* corresponde a la cercanía entre ambas sociedades, que se materializa en el registro visual mediante el encuentro entre los protagonistas, la gestualidad de sus cuerpos y la reciprocidad de la dirección de sus miradas.

El cuerpo presidencial, el espacio representado y los objetos que configuran la profundidad de la fotografía no revisten indicios que reenvíen a los aspectos prácticos de la política partidaria tradicional. La imagen desacredita, por ejemplo, a un candidato que pronuncia, ubicado frente a un atril, discursos ante grandes auditorios que tributan sus aplausos y despliegan sus banderas, en señal de reconocimiento de las verdades que su líder revela a través de sus palabras. Por el contrario, el esquema argumental de la imagen promueve el encuentro casual entre un ciudadano y un aspirante a su representación ejecutiva, mediante una norma de composición que destaca la equivalencia tanto de sus atributos personales como de las funciones que los protagonistas deben desempeñar.

La lógica del índice peirceano, en la cual se incluye el estatuto ontológico de las fotografías, establece tres momentos claramente diferenciados, aunque conformen un sistema de composición. Dubois (1986) señala al respecto que el proceso de la toma de la imagen determina que sólo en el instante de la captura puede establecerse “un index casi puro” (p. 49), debido a que, con anterioridad y posterioridad a la obtención de la imagen, la inclusión de las normas de producción resulta determinantes. Es por ello que los equipos de comunicación de Cambiemos han procurado ocultar las huellas del paso del sujeto extra diegético de la enunciación sobre la superficie textual del aviso fotográfico, de modo que no sólo el instante de la captura de la imagen, sino incluso la producción que lo antecede y lo sucede, también sean reconocidos en tanto emanación del objeto representado. No obstante, afirma Dubois, “ahí, *pero ahí solamente*” (p. 49. La letra itálica pertenece al texto original), es decir, en el instante preciso en que se obtiene la imagen fotográfica, se produce la conexión física entre el referente y el signo indicial. De manera que si el encuentro entre Macri y Jorge efectivamente ha acontecido, la estructura de la composición ha sido normada con anterioridad y posterioridad con respecto al momento de su obtención en un dispositivo tecnológico.

La *tesis de existencia* (Schaeffer, 1990) indica la presencia del candidato de Cambiemos en la localidad correntina, pero nada asegura acerca de la semejanza, por ejemplo, del espacio representado con respecto al espacio referencial. Los protagonistas del esquema de la propaganda sin dudas que se tratan de personas existentes, aunque no por ello se asegure la similitud de la representación fotográfica con respecto al frente del establo que sirve de decorado al conjunto de la escena. Es en este sentido que es posible conjeturar la segura presencia de sujetos ubicados fuera del encuadre de la cámara, por lo que si bien el diálogo pertenece a la categoría de “acontecimiento real” (Schaeffer, 1990, p. 91), no es menos cierto el trabajo de puesta en sentido de la materia significativa de la imagen elaborado por el sujeto impersonal de la enunciación que, en este caso, reenvía a Cambiemos. El diálogo real al que hace referencia Mora y Araujo (1991) se corresponde con aquel que ejemplifica la imagen examinada. Sociedad política y civil se reúnen alrededor de la distribución equitativa de la potestad de la palabra, y no a través de la convocatoria a un acto partidario promovido por la primera sociedad.

La corporeidad “*sincera y seductora*” (Grimson & Rocha, 1994, p. 183. La letra itálica pertenece al texto original) se reconoce, en relación a las sub unidades de observación analítica, en la gestualidad que Macri conforma con su rostro y el contacto que establece con su mano. La transmisión de sentimientos que debe generar un candidato a cualquier orden de responsabilidad ejecutiva, expuesta por Duran Barba & Nieto (2017a), se observa no sólo en el cuerpo del aspirante de Cambiemos. La puesta en escena incluye un vano de acceso a un establo, el cual se distancia de los elementos en los cuales tradicionalmente han sido establecidos los encuentros entre los electores y sus representantes. El atuendo informal que luce Macri resulta equivalente a la vestimenta de quien lo recibe en su hacienda, de modo que contribuye a establecer tanto la igualdad como el tenor de la conversación que mantienen desprovistos de cualquier práctica consuetudinariamente electoral.

Se han reconocido situaciones paradigmáticas en relación a la corporeidad del postulante y de los ciudadanos que intervienen en la diégesis de las imágenes fijas hasta aquí examinadas, como asimismo de los objetos y espacios en los cuales se registró la representación. Macri se posiciona, en esta segunda instancia de elección, como un líder que sustancia sus cualidades en conformidad a la sociedad que busca representar -tal como afirmó en las PASO-, al tiempo que acerca su figura a la civilidad de una candidatura transparente, cercana a las dificultades e inquietudes que priman en la

Argentina contemporánea. El espacio y los objetos carecen de ostentación, los cuales pertenecen a la propiedad de dominio del ciudadano que lo recibe.

### **Scioli Presidente. Zannini Vicepresidente [Contraportada]**

La segunda imagen que se examina perteneciente al Frente para la Victoria constituye la contraportada del folleto abordado en la muestra anterior, con la cual presenta una serie de correspondencias [Figura 50]. Se trata de una representación sustancialmente opuesta a la fotografía precedente de Cambiemos, en relación a la narrativa que se expresa mediante el tratamiento visual de las sub unidades focales de observación que conforman la matriz de datos. En efecto, sobre los cuerpos, los objetos y los espacios se ha establecido la norma de líder hacedor de obra (Agamben, 2017) que se transparenta en cada uno de sus actos.

La fotografía muestra al candidato de la alianza oficialista pronunciando un discurso sobre un escenario ubicado en un espacio cerrado, en el cual se ha dispuesto a sus espaldas una pantalla gigante y en sus laterales, la presencia de funcionarios y de obreros de la construcción. Scioli permanece de pie frente a un atril, al tiempo que acompaña su enunciado con un gesto efectuado con su brazo en alto. En las butacas situadas en la platea los asistentes presencian el acto partidario y, conjuntamente con funcionarios y obreros, dirigen sus miradas hacia el centro de la imagen, ocupado por el candidato a presidir la República.

La imagen constituye una muestra de un tipo de liderazgo que evidencia su autoridad en relación a su cuerpo presidencial, a los objetos que lo rodean y al espacio representado que sólo le corresponde a su investidura. En las pantallas tecnológicas se lee las dos siguientes inscripciones: *Proteger la producción nacional y el trabajo argentino* y *Encuentro para el desarrollo argentino*, las cuales *actualizan* al futuro ejercicio de gobierno que Scioli habría de conducir.<sup>66</sup>

En primer orden, se destaca la indicialidad de la imagen. La reproducción ha sido tomada de un evento efectivamente acontecido en un teatro, cuya realización ha sido habitual durante las tres instancias de sufragio en las que se desarrolló la contienda nacional. Tales encuentros han sido registrados a través de artificios productores de

---

<sup>66</sup> Su biógrafo asegura que “recorre tres o cuatro distritos por día para demostrar que está ahí, donde mucha gente quiere que esté (...). Ningún gobernador caminó tanto la provincia de Buenos Aires como Scioli. Se saca la foto y se va. En los medios, la imagen que queda es la de un gobernador que se la pasa gestionando.” (Confalonieri, 2013, p. 185).

imágenes fijas y de imágenes en movimiento, los cuales, se ha señalado en reiteradas ocasiones, se realizan exclusivamente a tal fin. La captura constituye una emanación del objeto (Peirce, [¿1897-1903?], 1974a y otros) sin cuya realización, acontecida en un tiempo y espacio identificables, su condición de signo quedaría sustraída.

El espacio referencial, en el cual se ubican Scioli, el equipo de funcionarios, los obreros de la construcción y el público asistente, ha sido reconvertido en espacio representado, sin por ello anular la emanación que vincula al objeto y al signo fotográfico que aquí se examina. El traspaso de un espacio a otro remite, como es natural, al sujeto impersonal de la enunciación (Metz, 2003) constituido en esta oportunidad por la coalición Frente para la Victoria.

Las fotografías que se examinan remiten a una representación no ficcional, no obstante, como afirma Carlón (1994) la existencia de “grados intermedios (...). Me refiero por ejemplo a las fotografías que incluyen «poses» o que simplemente fueron «retocadas» (...) pero que en tanto no construyen representación de sujetos o eventos imaginarios serán consideradas aquí no-ficcionales” (pp. 37-38). La puesta en escena del acto partidario determinó, por ejemplo, la ubicación centrada del cuerpo político. La distribución del conjunto de los asistentes concertada alrededor de su figura indica un tratamiento de su gramática de producción. Las *entidades* (Schaeffer, 1990) se corresponden con funcionarios y obreros existentes, por lo que se tratan de producciones fotográficas cuyo régimen remite a la no ficción.

El cuerpo del candidato se presenta bajo una modalidad que Verón (2001c) denominó “cuerpos gloriosos” (p. 83), en razón del conjunto de la representación visual en la cual se lo incluyó.<sup>67</sup> Esta determinación guarda correspondencia con los “cuerpos que convocan al mármol” (Rinesi, 1994, p. 169), y que su exposición, en este caso en fotografías, ha sido la regla de producción implementada por el Frente para la Victoria. La figura de Scioli ubicada frente a un atril y un micrófono hacia el cual dirige sus pronunciamientos lo sitúan en una posición de asimetrías en relación a las personas que conforman la estructura visual de la captura. La exposición del escenario, desde el que se dirige a la concurrencia, se registró mediante un encuadre que incluye en su interior a la suma de elementos significantes que materializan la *gloria* (Agamben, 2008) que recibe y a la vez que emana de su cuerpo presidencial. Los paratextos principales que

---

<sup>67</sup> La *gloria* de su cuerpo también se ha reconocido a partir de un estudio inter textual del conjunto de las imágenes fijas y en movimiento que lo tienen como protagonista, la cual se explicita en el trabajo de investigación.

integran la diégesis han sido dispuestos en las pantallas ubicadas tras los asistentes, por lo que el conjunto de la estructura tiende a significar que Scioli se trata de un candidato regido por condiciones de liderazgo que le son propias a su persona, y que obrará, en su ejercicio del gobierno nacional, en razón de lo expuesto en sus imágenes y en sus discursos.<sup>68</sup>

En el estudio de las imágenes fijas del Frente para la Victoria se registró un juego de reenvíos no sólo hacia el interior de estas producciones, sino hacia los *spots* televisivos, formando de este modo un sistema comunicacional que los atraviesa en razón de los componentes temáticos, retóricos y enunciativos (Steimberg, 1993b), los cuales se desagregaron en el curso de la investigación.

### **Gastón y Mauricio. Colonia Aldao [Contraportada]**

Las imágenes que integran los folletos se incluyen en estrategias discursivas que, por caso, las entrecruzan junto a una serie de textos lingüísticos. Las producciones visuales, que conforman el nivel unitario de la investigación, han sido inscriptas, por los equipos de comunicación oficiales, bajo una estructura supra unitaria, la cual constituye la campaña de elección 2015. Al respecto, Schaeffer (1990) examina ocho estrategias de comunicación que han servido de utilidad para indagar el objeto de estudio y determinar la composición de la diégesis de las imágenes fijas, en relación a los cuerpos, a los elementos y a los espacios que las constituyen.

La imagen que lleva por sobreimpreso la leyenda *Gastón y Mauricio. Colonia Aldao* [51], cierra el folleto que incluyen a las dos fotografías examinadas de la alianza Cambiemos. Se observa, una vez más, la presencia de Macri junto a un ciudadano conversando en un espacio privado -con seguridad en el domicilio de Gastón-. El candidato exhibe en sus manos un mate al tiempo que, atento y circunspecto, escucha a su interlocutor. Frente a ambos se dispuso una mesa de jardín, sobre la que se ubicaron distintos útiles como yerba y azúcar.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> El folleto que se analiza lleva en su interior un titular -Encuentro para el desarrollo argentino- que anuncia la plataforma que allí se detalla a continuación, acerca de sus propuestas de inversión, trabajo, producción, soberanía económica, soberanía energética, distribución del ingreso, ciencia y tecnología, salud, seguridad, vivienda, logística y transporte, y federalismo.

<sup>69</sup> El actual jefe de gabinete Nacional de ministros, Marcos Peña, ha indicado que “para seguir siendo nosotros mismos (...) tenemos que reducir al mínimo las fotos con políticos. Ni fotos ni actos políticos con tribuna, militantes ni discurso del candidato: nada que se parezca a un acto” (Iglesias Illa, 2016, p.

Las estrategias señaladas por Schaeffer remiten a lo que el autor denomina *entidades y estados de hecho*. Las fotografías difundidas por Cambiemos entrecruzan ambas categorías, debido a que la exposición del cuerpo del aspirante a la presidencia se vincula al acontecimiento que significa su presencia en las casas de los adherentes. Es en este sentido que entidad y estado de hecho convergen en una única representación visual, y que asimismo forma sistema, en términos temáticos, retóricos y enunciativos con los anuncios electorales difundidos en la televisión.

La estrategia de *la Señal* (Schaeffer, 1990) se aplica a la serie de imágenes fijas examinadas. Efectivamente, las producciones que protagonizan, de modo individual, Macri junto a Mercedes [Figura 47], Jorge [Figura 49] y Gastón [Figura 51] indican que las capturas han sido registradas en un momento que refrendan la existencia de las entidades ubicadas en la centralidad del encuadre. Debido al saber lateral de los espectadores,<sup>70</sup> el “procedimiento de confirmación” (p. 97) se aplica a las imágenes analizadas, debido a que, posiblemente, los espectadores habrían reconocido su persona a través de la exposición de su rostro sin mayores dificultades. En la estrategia de *la Señal* predomina al privilegio de la función indicial a través de la cual la imagen de Macri y de los vecinos se corresponde mediante una emanación y no a través del parecido entre su existencia y su representación.

La segunda estrategia de comunicación, llamada *el Protocolo de existencia* se distancia de estrategia de *la Señal* en razón de que alude ya no a una entidad sino a un estado de hecho. Aquí resulta relevante indicar que incluye a un “conjunto de interacciones entre entidades” (p. 97). Si las entidades han sido reconocidas en las figuras pertenecientes a la sociedad política y civil, las interacciones que median entre ellas corresponden a la segunda regla normativa.<sup>71</sup> Tanto más que el examen de los cuerpos, los objetos y los espacios, en el estudio de investigación se ha operado un trabajo de reconocimiento de las relaciones de composición que ilustran las tres sub unidades de observación, incluso en referencia a diversos soportes de comunicación de carácter visual y audiovisual.

---

90). Evidentemente, el esquema de la representación visual se ajusta a los lineamientos aducidos por Peña.

<sup>70</sup> Hacia mediados de la década de 1990, Macri inició el proceso de instalación de su figura en calidad de presidente de un club deportivo. En 2015, su candidatura presidencial no sólo estaba instalada en el abanico de opciones de los votantes sino además posicionada como una de las principales fuerzas partidarias con posibilidad de obtener un triunfo electoral. En este sentido, el grado de conocimiento de su persona habría alcanzado niveles prácticamente integrales al conjunto de segmentos de votantes.

<sup>71</sup> Incluso, el autor señala la imposibilidad de distinguir absolutamente a *la Señal* y a *el Protocolo de existencia*, debido a que una misma imagen puede desempeñar ambas funciones textuales.

Es posible conducir el análisis hacia la regla de *la Señal* de las entidades que, indivisas, conforman la diégesis de las producciones, o bien establecer las relaciones que entre ellas se establecen en el interior de la puesta en escena. Por ello las producciones visuales que acompañan a los folletos no pueden dissociarse de los paratextos que conducen su sentido, obliterando la polisemia de las fotografías de uso electoral.

En relación a *Gastón y Mauricio. Colonia Aldao*, las interacciones que acontecen entre las entidades se establecen, nuevamente, en razón del cuerpo presidencial en situación de equivalencias al cuerpo civil que lo recibe en su vivienda. La igualdad está dada, por caso, en el reparto de oportunidades acerca de la potestad del uso de la palabra. Se observa que Gastón es quien pronuncia el enunciado capturado en la fotografía, a la vez que Macri escucha los dichos de su acompañante. Sus cuerpos forman un sistema de composición junto al patio donde acontece la representación,<sup>72</sup> y con el equipo de mate, constituyendo en su conjunto una caracterización desigual a las comúnmente adjudicadas a las prácticas partidarias de cuño electoral. *El Protocolo de existencia*, en el cual también se incluyen las imágenes que ilustran a la folletería de Cambiemos, explicita el nivel supra unitario que confiere unidad a la serie de anuncios visuales reconocidos hasta aquí.

### **Periódico/Folleto 1**

Las imágenes fijas que se examinan a continuación han sido incluidas en una plataforma de difusión oficial, cuya constitución, debido al tamaño y a su papel, remiten a una publicación de tipo diario de prensa. Se trata de un producto similar a un matutino compuesto por 24 páginas, difundido en la primera jornada de elección. Su portada, contra tapa e interior se componen por fotografías y breves menciones lingüísticas que sitúan el texto visual de acuerdo a las dimensiones siguientes: Seguridad, Salud, Educación, Obras, Infraestructura, Desarrollo, Soberanía, Viviendas, Jubilación, Agricultura, Ganadería, Industria, Turismo y Cultura. Esta segmentación *actualiza* las directivas efectuadas durante la gobernación bonaerense de Scioli y, de alguna manera, anticipan el ejercicio de sus funciones al frente del Poder Ejecutivo Nacional.

---

<sup>72</sup> Se trataría de un patio debido a las sillas de plástico usualmente utilizadas en un sitio exterior al cubierto de la casa.

El diseño de la fotografía ubicada en la página número dos [Figura 52] ha sido una invariante en el desarrollo de las PASO y la primera jornada de sufragio. Mediante un gran angular, la captura incluye en el interior de su encuadre una formación de policías, egresados en la gestión del mandatario de la provincia de Buenos Aires. Ubicado sobre el margen izquierdo de la representación, el candidato presidencial pronuncia un discurso, tal como acontece en las imágenes precedentes pertenecientes al Frente para la Victoria, frente a un atril dispuesto, conjuntamente con un micrófono, sobre una tarima compartida con oficiales de la fuerza de seguridad. Si bien se modifica el ángulo de toma de la fotografía, su diégesis replica la estructura de las imágenes de la alianza oficialista examinadas: actante/aspirante situado sobre un escenario y actantes civiles que atienden a su discurso -ubicados arriba y debajo de las tablas-, objetos que circundan a Scioli y que realzan su figura y confieren potestad al uso de la palabra -tril y micrófono- y un espacio que, abierto en este caso, convoca a la acción que allí sucede.

La norma comunicacional de *la Señal* se aplica a la inclusión de la imagen en el cuerpo interior del diario de propaganda. En efecto, la existencia de las entidades físicas se constata en la captura, tanto si han sido tomados de frente como sobre sus espaldas. La serie de entidades, pertenecientes al campo político y a la sociedad civil, se revelan al espectador a través de la regla de la “confirmación” como también del “descubrimiento” (p. 97). La primera medida confirma que la persona situada frente al atril se trata del candidato a presidir la Nación que, una vez más, se erige como líder y estadista al servicio de la República. La segunda condición descubre una información quizás novedosa para un sector de la comunidad al cual se dirige el mensaje lingüístico, dispuesto inmediatamente arriba de la fotografía, que lo acompaña: *Egreso de más de 10.000 nuevos policías bonaerenses*. A través del reconocimiento de la imagen, se confirma la existencia de la entidad política instalada y posicionada en calidad de gobernante y aspirante a la máxima representación, como asimismo se descubre una imagen, anclada por el paratexto citado, que presenta el efecto de una acción -contrarrestar la inseguridad social en el territorio de la provincia de Buenos Aires- acontecida durante el mandato del exgobernador bonaerense. De este modo, confirmación y descubrimiento conviven en la imagen examinada. La estrategia enunciativa en la cual se ha incluido a la imagen se determina mediante el saber lateral (p. 97) que dispone, en este caso, el lector de la publicación.

Mediante la *tesis de existencia* se indica que, en un momento dado y en un lugar preciso, aunque indeterminados en el texto escrito, se efectivizó la graduación de una

nueva generación de policías bonaerenses. El sentido de la imagen se sustancia con motivo de su incorporación en el interior del diario proselitista del Frente para la Victoria, en una relación inter textual con respecto al conjunto de imágenes y leyendas gráficas que lo integran.

La indiciabilidad del signo fotográfico (Dubois, 1986) constata el acto de jura de los agentes de seguridad, tanto como la presencia sobre el estrado del entonces Gobernador. La regla de *la Señal* devela entidades existentes, reproducidas durante la contienda en soportes de comunicación gráficos y audiovisuales. De este modo, la posición actancial del candidato y de los cuerpos civiles que lo secundan constituye un modelo iterativo en las producciones de uso electoral difundidas en las tres instancias de elección.<sup>73</sup>

La norma de *la Señal* ha sido reconocida en otras tantas fotografías dispuestas en el cuerpo de la publicación gráfica, como asimismo en la serie de folletería oficial. El titular de la tapa de la publicación -“Vamos Argentina con Daniel”- y el texto de cierre, dispuesto en la contra tapa -“¡Sigamos el proyecto Nacional de Néstor y Cristina! ¡Fuerza Daniel!”- refuerzan y anclan la polisemia de las más de 80 fotografías que lo integran.

### **Humberto y Mauricio [Portada]**

Las tres imágenes fijas de la coalición Cambiemos analizadas han sido incluidas en un único folleto, que lleva como denominación *Estoy con vos. Juntos somos el cambio*, el cual, como se reconocerá en los apartados siguientes, presenta relaciones paradigmáticas con el folleto cuyo título es *El camino del cambio*. Tal como se ha fijado en los objetivos secundarios de la investigación, la detección de esta clase de relaciones constituye un factor relevante para establecer la gramática de producción de los anuncios de corte electoral.

La primera de las tres fotografías de esta serie se denomina *Humberto y Mauricio* [Figura 53]. El encuentro acontecido entre las esferas política y civil ha sido

---

<sup>73</sup> Confalonieri (2013) indica que “[O]tro rasgo que detectan los comunicadores es la carencia de discursos con un contenido de estadista. Cada vez que habla, Scioli apela a un lenguaje popular, coloquial” (p. 188). Las fotografías y los *spots* de 2015 lo exhiben como a un estadista que apadrina al futuro de la Argentina a través de su elección como presidente de la Nación. Sólo en la tercera y última jornada de sufragio, lenguaje verbal e imagen de su cuerpo forman un nuevo sistema, como consecuencia de los resultados obtenidos en la primera elección. En el capítulo siguiente se amplía esta unificación.

registrado, además, en un *spot* televisivo,<sup>74</sup> por lo que los medios tradicionales que se examinan han conformado un sistema de reenvíos acerca de sus producciones. En efecto, ha circulado un acumulado de imágenes que presentaron, aunque registradas bajo modalidades diferentes, una estructura visual equivalente en razón, por caso, de los cuerpos, los objetos y los espacios sustanciales a la puesta en escena.

La fotografía recupera los mismos elementos indagados en los avisos precedentes. Se aprecia una panera y un vaso de agua que desempeñan la función de connotación de la captura, dispuestos hacia el centro del encuadre. En profundidad de campo, por detrás del cuerpo del aspirante nacional, una parrilla también determina el grado de relación que Macri ha establecido con Humberto, tanto como una exposición de su persona naturalmente vinculada a la sociedad que procura representar.

Una vez más, los actantes se reúnen en un espacio privado, perteneciente al ciudadano que lo recibe en su domicilio, el cual aparenta no haber sido intervenido por los órganos de comunicación de la alianza de gobierno. La conversación transcurre en un ambiente amable, al tiempo que sus protagonistas celebran, así lo indican los gestos de sus rostros, la ocasión de establecerlo.<sup>75</sup>

La estrategia de *la Presentación* mediante la cual se manifiesta “entidades aprehendidas como efecto de conjunto” (Schaeffer, 1990, p. 101), también ha sido reconocida en el armado electoral de Cambiemos. La primera de sus dos modalidades se denomina ilustración presentativa, y guarda relación con los estudios clásicos de Barthes *El mensaje fotográfico* [1961] (1986a) y *Retórica de la imagen* [1964] (1986b).

Schaeffer asegura que “la imagen funciona como ayuda para un mensaje verbal” (p. 101), con lo cual se establece la correspondencia entre las fotografías y las leyendas sobre escritas alrededor de sus bordes, usualmente sobre la franja inferior. De modo que la captura *Humberto y Mauricio* -cuyo folleto lleva como nombre *El camino del Cambio*- tanto como *Mercedes y Mauricio. Jujuy* -este folleto presenta el titulado *Estoy con vos. Juntos somos el Cambio* [Figura 47]- operan una acción de sometimiento hacia

---

<sup>74</sup> Véase Prensa PRO/Cambiemos, 2015h.

<sup>75</sup> Al respecto, Durán Barba & Nieto (2017a) aseguran que “[E]sto no lo entienden muchos miembros de las élites que se divorcian de la gente con un discurso aburrido e inalterado por más de diez lustros, y que no dice nada a los electores, que terminan votando por personajes aparentemente «nuevos», con nada trascendente para decir, pero que hablan y se comportan como ellos. En las formas de la política, como en muchas ocasiones, triunfa el figoneo intrascendente frente al discurso programático” (p. 414).

el mensaje verbal, a partir del cual se ancla la polisemia natural a las imágenes que se examinan.

Se observa en qué consiste, bajo una lógica normada por Cambiemos, el inicio del cambio político y social que su plataforma electoral promovió en la Argentina en 2015. Tal como ilustra la fotografía, la renovación consiste en el abandono de la división entre las sociedades de representantes y de representados, y el establecimiento de un eje de igualdad, en este caso, entre los pretendientes a desempeñar funciones con responsabilidad ejecutiva y los beneficiarios de dichas disposiciones. El desempeño de un tipo de liderazgo platónico sustanciado en la pertenencia del candidato a la comunidad que, a través de su aprobación, habría de conducir, ha sido ilustrado a través de paratextos lingüísticos y de imágenes fijas que tributan a tales pronunciamientos.

En la misma proporción, la imagen *Mercedes y Mauricio. Jujuy* reenvía a la leyenda gráfica, también ubicada en su franja inferior. La materialización del paratexto se reconoce en la fotografía, a través del estudio que regula la conexión entre los cuerpos, los objetos y los espacios que integran la estructura visual. El auspicio que asegura estar junto a la gente, de modo de constituir, juntos, el camino del cambio, se reconoce en la puesta en escena de la imagen tomada en un espacio abierto situado en la provincia del norte argentino.

La estrategia normativa de *la Presentación* privilegia el componente icónico que conlleva todo signo, debido a que, en este caso, se manifiesta la semejanza que rige a su información en relación con el objeto. El efecto de conjunto, aludido por Schaeffer, ha sido reconocido en razón de la reproducción seriada, en las tres instancias de elección presidencial, de los cuerpos, los objetos y los espacios que componen a las imágenes, cuyo soporte ha incluido reproducciones distribuidas en diarios y revistas de tirada nacional y local.

## **Periódico/Folleto 2**

La norma de *el Protocolo de existencia* ha sido aplicada por los grupos de comunicación en el diario de prensa perteneciente al Frente para la Victoria. En la página número cuatro se desplegó una estrategia de tres fotos secuencia, la última de las cuales constituye la muestra de observación. La serie se vincula a la creación de las policías locales, y lleva por titulación “Nueva policial local cerca del vecino”. En la primera representación fotográfica, un plano general expone a los jóvenes uniformados

efectuando un saludo marcial, dispuestos en filas paralelas ocupando la totalidad del encuadre. La segunda imagen presenta dos espacios diferenciados. El primero lo constituye el escenario desde el cual Scioli, rodeado por funcionarios, dirige su discurso a los agentes de seguridad. Dos de los objetos que connotan la disposición del cuerpo presidencial se constituyen, nuevamente en esta captura, por un atril y un micrófono que conceden la voz y la autoridad al candidato presidencial. El segundo espacio concierne a una fracción de la imagen anterior, en el cual los policías, registrados de frente al aspirante y de espaldas al lente de la cámara, atienden a la escena que acontece sobre el tablado.

La tercera fotografía es la que define la regla de *el Protocolo de existencia*, debido a que, en el interior de su diégesis, se produce la interacción entre las entidades que conforman Scioli y los jóvenes egresados [Figura 54]. Si en la primera de este conjunto de tres representaciones los cuerpos de los policías constituyeron las entidades que la imagen atestiguaba su existencia, tanto como en la segunda imagen los cuerpos políticos (Scioli y los funcionarios de gobierno) y civiles han sido representados en espacios y situaciones enunciativas asimétricas, en la tercera instantánea se formaliza el encuentro entre ambas sociedades, destacando un grado de interacción entre las partes.<sup>76</sup>

En efecto, se observa al candidato rodeado por los integrantes de la institución policial, en un marco de alegría y satisfacción promovido por las metas alcanzadas. Si, por un lado, los uniformados muestran su consentimiento con motivo, quizás, de su graduación, por el otro el aspirante se muestra complaciente ante el reconocimiento que recibe su investidura, la cual es celebrada en el conjunto de la publicación.

La estrategia de *el Protocolo de existencia* reúne a las entidades en un espacio y momento definidos, aunque el vector de su interacción remite a la figura de composición de la metonimia. En este caso, la exhibición del *efecto por la causa* se visibiliza debido a que, si el primero corresponde con la creación de las policiales locales, el segundo lo constituye el actante presidencial que originó su desarrollo. El conjunto de las tres fotografías reenvía al *spot* examinado en el capítulo de análisis perteneciente a las PASO, titulado *La victoria de la policía local* (Prensa Frente para la Victoria, 2015a). Se trata de un recurso que, a través del registro de la causa se visibiliza

---

<sup>76</sup> En el diseño de la página, se dispuso el siguiente paratexto que atraviesa a las fotografías número 2 y 3: *La policía local le da a los jóvenes la posibilidad de cumplir su vocación y trabajar junto a sus vecinos*. Aunque sin precisar la fuente de su enunciación, se deduce, debido a la composición visual de las imágenes, en una de las cuales el candidato hace uso de la palabra, que se trata de un segmento del discurso pronunciado por Scioli.

el efecto que produce, los cuales, causa y efecto, sin embargo, conviven en la representación visual que se examina.<sup>77</sup>

En el conjunto de la serie de fotografías cuya temática reviste a la creación de las policías locales se reconoce la inclusión del cuerpo del Scioli en la última captura como un modelo metonímico de composición visual, en el marco de la exposición general del candidato en razón de un líder con proyección nacional. La instancia de producción del diario, como asimismo de las diversas unidades focales que constituyen las muestras de la investigación, privilegió la exposición de Scioli como la causa de los objetivos de gestión, visualmente representados, alcanzados durante sus dos mandatos como gobernador. La serie fotográfica de la policía local, al tiempo que *actualiza* uno de sus cometidos, también refrenda la figura de Scioli en tanto candidato a presidir la Nación. Su posición actancial, como asimismo la de aquellos sectores de la sociedad civil que componen la estructura significativa de las imágenes, consolida en la fotografía un régimen de representación visual acorde al estadista difundido en las jornadas de las PASO y primera vuelta electoral.

Si, como afirma Schaeffer, las estrategias de *la Señal* y de *el Protocolo de existencia* no presentan una “distinción (...) absoluta” (1990, p. 98), es debido a que las fotografías, a un mismo tiempo, aseguran tanto la existencia como la interrelación que acontece entre las entidades. Esta medida ha sido reconocida en la serie de las policías locales, a pesar del privilegio que estableció la norma de producción inherente a la coalición Frente para la Victoria acerca de la segunda estrategia comunicacional.

### **Familia Bazán y Mauricio [Interior]**

La imagen siguiente constituye la segunda fotografía incluida en el folleto denominado *El camino del cambio*, y lleva por título *Familia Bazán y Mauricio* [Figura 55]. Tal como en el caso anterior, el encuentro entre Macri y los ciudadanos ha sido registrado bajo las modalidades fotográfica y audiovisual,<sup>78</sup> desarrollándose, de esta, manera, un juego de reenvíos entre ambos dispositivos de enunciación. La breve escena que el espectador ha visualizado en el anuncio televisivo es sustraída a su circulación y

---

<sup>77</sup> En relación a la verosimilitud óptica de las fotografías, Gubern (1974) indicó que “[A] examinar uno por uno los diferentes medios formativos del *analogon* fotográfico se derrumban estrepitosamente todas las teorías naturalistas a ultranza que han pretendido ver en la fotografía un proceso fielmente reproductor de las condiciones de la visión humana y, de ahí, al mensaje fotográfico como un calco óptico de la realidad contemplada por la visión” (p. 52. La letra itálica pertenece al texto original).

<sup>78</sup> Al respecto, véase Prensa PRO/Cambiamos, 2015h.

configurada en tanto “instante decisivo” (Schaeffer, 1990, p. 102) el cual se incluye en la estrategia comunicacional denominada *la Mostración*.

Dicha norma establece su universo referencial en los estados de hecho, entre “el «feliz encuentro» entre una coyuntura espacio-temporal inestable y el ojo del fotógrafo” (p. 102). En la imagen que se examina se reconoce el momento crucial que la gramática de producción de los anuncios de Cambiemos ha reiterado en las tres jornadas de elección, el cual se corresponde con el acercamiento y el contacto que Macri establece con los ciudadanos, a través de la exposición de su cuerpo significante. Se reconocen los objetos ya analizados en distintas fotografías tanto fijas como móviles pertenecientes a la actual fuerza de gobierno como, por ejemplo, una bombilla de mate, tazas y frascos usualmente utilizados para depositar el azucar y la yerba. El lente de la cámara ubica al aspirante y a la joven familia, sentados alrededor de una mesa, en plano entero, en un espacio embaldosado ubicado en el patio de la vivienda del matrimonio que ha recibido con agrado su visita.<sup>79</sup>

El instante decisivo se descubre en la captura del contacto físico que Macri establece con su brazo, desplegado hasta rozar el hombro de su interlocutor que, atento y sonriente, aprueba esta disposición. En otros términos, la puesta en escena que incluye en su estructura significante objetos vinculados al esparcimiento, un espacio privado, en este caso, a la familia Bazán, y los actantes que representan a las sociedades política y civil, han sido dispuestos, de acuerdo a la estrategia de *la Mostración*, tanto para captar como para producir el contacto corporal que Macri establece con su mano. Al respecto, Schaeffer afirma que el retrato constituye una modalidad que “pretende unir las dos” (p. 112) estrategias *-la Presentación y la Mostración-*, debido a que si en la primera se registra *lo real*, la segunda lo construye al arbitrio del autor de la representación. Es en este sentido que, en la investigación, se comprende a la técnica fotográfica como un dispositivo que en el instante de la captura el hombre no interviene en la misma proporción que sí lo hace con anterioridad y posterioridad a su obtención (Dubois, 1986). De modo que si el encuentro registrado en las imágenes se comprende bajo la norma del noema bartheseano de la fotografía [1980] (2015), debido a que, efectivamente, la reunión [esto] “*ha sido*” (p. 121. La letra itálica pertenece al texto

---

<sup>79</sup> Iglesias Illa recuerda que el jefe de Gabinete, Marcos Peña, indicó que: “[T]rabajemos en escuchar a los vecinos, en establecer una conexión emocional con ellos y en transmitir la convicción de que podemos vivir mejor. No venimos con un libreto ideológico sino a mejorar la vida de la gente” (2016, p. 136). La transposición visual de este enunciado se reconoce en las imágenes que se examinan, en razón de las sub unidades que conforman las muestras de análisis.

original), la estrategia de *la Mostración* sugiere la elección, por ejemplo, del ángulo de la captura y el instante en el cual se obtiene la instantánea. La ubicación de los cuerpos y la materialidad significativa dispuesta en la centralidad de la imagen constituyen otras tantas atribuciones del sujeto impersonal de la enunciación, el cual consiste en la fuerza Cambiemos.

La regla de *la Mostración* remite a “cosas que ocurren” (p. 101) más que a las entidades, las cuales comprenden a la estrategia de *la Presentación*. Se ha reconocido que, aquello que ocurre y que muestra la fotografía, no ha sido otra cosa que el encuentro entre un líder que, a través de su metacuerpo, sustancia la renovación de las prácticas partidarias tanto como el acercamiento que instituye hacia la sociedad que refrenda los mandatos constitucionales por medio de su sufragio. Aquello que ocurre es, por lo tanto, la visita de Macri hacia el domicilio de la familia Bazán, desprovisto el referente de Cambiemos de todo indicio que remite a un aparato partidario.<sup>80</sup>

En relación al vínculo que la imagen establece con su referente, Schaeffer señala que el signo visual, en la estrategia de *la Mostración*, privilegia la iconicidad a la indicialidad que, se sabe, conviven, junto al grado simbólico, en su constitución semiótica. A diferencia, por ejemplo, de *el Protocolo de existencia*, que prioriza el signo indicial en el momento de la captura de la imagen, *la Mostración* remite al grado de semejanza, al reconocimiento que la función espectral puede realizar acerca de la relación que intermedia en razón de *aquello que ocurre* en el interior de la fotografía. Lo cual, en definitiva, conduce el análisis hacia el programa narrativo adjudicado a las imágenes de uso electoral, tanto si se tratan de reproducciones fijas como de reproducciones en movimiento. Hacia los apartados finales de la tesis se examinará esta medida a partir de la aplicación del modelo actancial, perteneciente a Greimas (1971).

Con independencia de la estrategia de comunicación en la cual Cambiemos dispuso la inclusión de las instantáneas fotográficas, se advierte una relación paradigmática en virtud de las unidades de observación, las cuales desempeñan diversas posiciones narrativas de acuerdo al programa en el cual se materializan.

### **Periódico/Folleto 3**

---

<sup>80</sup> Al respecto, indican Durán Barba & Nieto que “los nuevos electores no buscan dioses sino líderes con quienes vincularse sentimentalmente, que los visiten con frecuencia, y que conversen con ellos asomados por esa pequeña ventana que es el televisor. De alguna manera, deben sentir que son sus amigos. Si un líder no transmite sentimientos, aunque sea eficiente, finalmente puede terminar derrotado o borrado de la mente del ciudadano común” (2017a, p. 98).

La estrategia de *la Presentación* en la cual el Frente para la Victoria incluyó a sus imágenes en el diario proselitista se ha reconocido en la fotografía siguiente [Figura 56]. En la página siete se dispusieron tres instantáneas que registran la creación de los centros médicos denominados UPA -Unidad de Pronto Atención-, las cuales son presentadas mediante un paratexto que indica: *UPA 24 hs. “Buscamos la victoria de un país que no quiere ir marcha atrás, sino seguir avanzando sobre estos logros y conquistas”*. Aun sin precisar el origen de dicho enunciado, y en razón de que en la estrategia discursiva del periódico se privilegió el cuerpo y las palabras de Scioli, se reconoce que se trata de un fragmento de un discurso pronunciado por el candidato de la coalición.

La primera de las tres fotografías, la cual constituye la unidad de análisis, exhibe el área interna de recepción del centro UPA. La segunda muestra a Scioli y al conjunto de los trabajadores de la unidad sanitaria, y la imagen final registra el exterior de la estructura del centro de atención médica. La captura inicial lleva un paratexto dispuesto en su franja inferior, el cual asegura *Las UPA son la mayor transformación de infraestructura de salud de todos los tiempos*.

En la imagen se observa el trabajo de recepción de pedidos de turnos y consultas que realizan sectores medios de la comunidad. Ellos son recibidos por los trabajadores de la unidad, tras el mobiliario ubicado en sus instalaciones. Sus protagonistas no denuncian, mediante su mirada, la presencia del artificio de registro técnico, por lo que los equipos de comunicación del Frente para la Victoria han procurado sustituir, a través de un signo indicial, el acontecimiento registrado en la producción. La intervención de este sujeto no obstante se visibiliza en la superficie textual de la captura, por ejemplo, a través del reconocimiento del paratexto descripto.

En la matriz de datos se han expuesto indicadores que se reconocen en la imagen. En efecto, los actantes civiles se hallan cumpliendo tareas de trabajo en la UPA, en el espacio que constituye el área de recepción. Los solicitantes de turnos médicos, por su parte, hallan satisfecha su demanda en razón de una medida adjudicada al gobierno provincial que conduce el también aspirante a la presidencia de la Nación. Los objetos, evidentemente, pertenecen al ámbito laboral, conformando de este modo un sistema con el conjunto de la materialidad significativa dispuesta en el encuadre de la representación fotográfica.

La norma de *la Presentación* se sustancia debido a que “las imágenes aún fuertemente tributarias de los acontecimientos directos, ya no valen como indicios de

estados de hecho concretos, sino como otras tantas ilustraciones presentativas de una misma entidad global” (Schaeffer, 1990, p. 109). En este caso, la ilustración constituye una instantánea que podría sustituirse por otra imagen que exponga otras acciones que acontecen a diario en la unidad médica. En otros términos, la información que conforma su diégesis puede reemplazarse por una imagen cuyo esquema narrativo reenvíe a las leyendas lingüísticas antes descriptas.

De modo que, si la estrategia de *el Testimonio* presenta similitudes con la estrategia de *la Presentación*, su diferencia se explicita en la posibilidad de sustitución de las imágenes dispuestas en la segunda norma, tal como no acontece en la primera regla. Incluso, la primera y la tercera imagen ubicadas en la página siete podrían intercambiar su posición en el diseño de la publicación, y aún de este modo preservar su esquema narrativo.<sup>81</sup>

Por tal motivo, en la investigación no se ha considerado que las fotografías de Cambiemos y del Frente para la Victoria constituyesen ejemplos de estrategias discursivas pertenecientes a la norma de *el Testimonio* -en términos de los estudios de Schaeffer- debido a que ellas resultan intercambiables alcanzando, de esta manera, relaciones paradigmáticas en el conjunto de las disposiciones de propaganda pertenecientes a las tres instancias de elección presidencial.

Es por ello que la regla de *el Testimonio* privilegia la función indicial de la fotografía, mientras que la estrategia de *la Presentación* refuerza la semejanza icónica con respecto al objeto que representa. De manera que la segunda norma determina, en la investigación presente, una imagen acerca de un estado de hecho que se replica no sólo en el diario proselitista de la coalición, el cual remite a la exposición de obras de gobierno implementadas durante los dos mandatos de Scioli al frente de la provincia de Buenos Aires.

La exposición del espacio representado en la imagen 56 -compuesto por un mostrador, carteles indicadores y elementos tecnológicos- privilegia la semejanza con respecto al espacio referencial que constituye la sala de recepción. La fotografía

---

<sup>81</sup> Al respecto, Schaeffer proporciona un ejemplo elocuente acerca de su distinción: “la misma imagen que, en un libro que trata de la cronología de la Segunda Guerra Mundial, funciona como foto de testimonio referible a un hecho concreto, por ejemplo el desembarco en Normandía, podrá tener una mera función de presentación ilustrativa en una placa de conmemoración dedicada a ese mismo desembarco. La función de presentación ilustrativa siempre supone cierta posibilidad de intercambio de las imágenes-impresas, posibilidad que, al menos en principio, se excluye en la estrategia del testimonio (me refiero, claro está, a la posibilidad de intercambio de imágenes que remiten a situaciones de hecho diferentes, y no a la de diferentes imágenes que graben un mismo acontecimiento” (p. 110).

materializa una cualidad de Scioli que se reiteró durante las PASO y la primera jornada electiva, la cual consiste en su condición de líder que obra sobre las necesidades irresueltas de la sociedad. Se trata de un dirigente que se vincula a la sociedad civil a través de las directivas realizadas durante su mandato, más aún que en relación a la empatía que puede generar a través de la exposición de su cuerpo. La imagen 56 en particular, y la página siete en general, establecen la materialización del programa de gestión bonaerense que, en la campaña de Scioli, se procuró representar.

### **Nely y Mauricio [Contraportada]**

La tercera imagen que compone el segundo de los folletos examinados lleva por título *Nely y Mauricio* [Figura 57],<sup>82</sup> y una bajada lingüística de cierre que invita a participar de la organización de la alianza. La imagen constituye una representación visual de un encuentro registrado, además, en varios *spots* televisivos.<sup>83</sup> La fotografía replica la estructura reconocida en las producciones precedentes de Cambiemos en relación, por caso, a las unidades focales de la investigación.

En esta oportunidad, el cuerpo del aspirante presidencial ha sido ubicado en el centro de la captura, cuando conversa con dos señoras en una vía pública. Debido a la información suministrada en anuncios audiovisuales difundidos en la campaña, el espectador puede advertir, mediante una relación intertextual, que el paratexto que afirma el nombre de una mujer -Nely- remite a la mujer ubicada sobre el margen derecho de la instantánea. Los objetos aquí se corresponden con un enrejado y un vehículo ubicados en posición de profundidad de campo con respecto a los cuerpos de Macri y las señoras, registrados en planos medios.<sup>84</sup>

La estrategia de comunicación en la cual se incluye la fotografía, como asimismo las cinco capturas que la anteceden, puede establecerse con motivo de la interrelación de las normas fijadas por Schaeffer (1990). En otros términos, si las imágenes

---

<sup>82</sup> En las producciones de campaña el nombre ha sido registro con una letra *l* y en otras con dos. Aquí se preserva la designación original, aun tratándose de la misma mujer.

<sup>83</sup> Ver al respecto Prensa PRO/Cambiemos, 2015m.

<sup>84</sup> Señala Iglesias Illa (2016) que “Massa hizo campaña reclutando dirigentes y consolidando su poder territorial -el non plus ultra de la «política de verdad»- haciendo grandes pronunciamientos sobre la actualidad y mostrándose como un gran líder político. Eso funcionó un tiempo hasta que dejó de funcionar hace unos meses. Mientras funcionó, los analistas políticos decían que Massa era un armador ambicioso y talentoso, un gran constructor de poder político. En cambio Macri, que dedicó el último año a tener una conversación con los electores, buscando cercanía y no dirigentes, mostrándose como alguien que escucha más que como alguien que sermonea, fue catalogado como un infante político” (p. 52).

se incluyen en una regla “de tipo contextual” (p. 95), tal como se han analizado en los apartados precedentes, el estudio de las representaciones visuales puede realizarse asumiendo que los equipos de comunicación de Cambiemos han dispuesto, para la serie de folletería distribuida en las tres instancias de elección, una simultaneidad de estrategias normativas.

La polisemia de las imágenes de uso electoral alcanza a privilegiar, por ejemplo, tanto a la indicialidad como a la iconicidad que constituyen a los signos semióticos. Es en este sentido que *Nely y Mauricio*<sup>85</sup> aplica a la estrategia de *la Señal*, debido a que la imagen atestigua la existencia efectiva de Macri y las dos ciudadanas en el instante en que la toma ha sido registrada. Sin dudas, los cuerpos de los protagonistas pertenecen al régimen que Carlón (1994) denomina “estatuto real de lo representado” (p. 40. Con letra negrita en el texto original), por oposición a los textos ficcionales señalados por el autor.<sup>86</sup> Hasta aquí, la norma de *la Señal* efectiviza sus funciones acerca de la existencia de las entidades de carácter físico. La imagen constata, por caso, que el paratexto lingüístico *Nely* remite a un cuerpo de mujer existente y que no se trata de una nominación genérica. Si el vocablo *Nely* remite a la categoría que Schaeffer denomina “descubrimiento” (p. 97) en función de la necesidad de clasificación e interpretación que efectúa el espectador acerca de su persona, *Mauricio* constituye un caso de “confirmación” (p. 97) con relación al reconocimiento del cuerpo del candidato.

La regla de *el Protocolo de experiencia* halla su razón con motivo de la interacción que efectúa el cuerpo político y el cuerpo civil. El autor denomina a los estados de hecho como a “acontecimientos, acciones y reacciones” (Schaeffer, 1990, p. 52), los cuales se observan en la estructura fotográfica. En efecto, el acontecimiento que registra la imagen determina el encuentro entre Macri y los ciudadanos, sustanciado en un espacio público y, en apariencia, libre del paso de las marcas del sujeto de la enunciación sobre la superficie textual examinada.

La estrategia de *la Presentación* también se reconoce en la constitución del folleto de Cambiemos, debido a la promoción de la semejanza que la figura del candidato a la presidencia constituye en relación a su imagen pública construida desde

---

<sup>85</sup> El análisis que se efectúa de esta imagen opera como síntesis de estudios posibles de realizar sobre las cinco fotografías precedentes.

<sup>86</sup> Carlón (1994) indica que “se considerarán textos ficcionales sólo aquellos en los que lo representado sea plenamente imaginario: no empírico, no ocurrido (por consiguiente se considera imaginario el sujeto no fotografiable ni considerado ciudadano; el hecho o evento no ocurrido, no histórico: en el límite, el sujeto cuya existencia no puede ser legalmente demostrada y el acontecimiento imposible de ser probado ante la ley)” (p. 37).

los equipos de comunicación oficial. El atuendo informal que viste tanto como la conversación apacible que mantiene con un sector del electorado, han sido dimensiones recurrentes, al menos, desde el año 2013 con motivo de su instalación y posicionamiento como aspirante presidencial.<sup>87</sup> En este anuncio, la semejanza icónica que Macri establece con su cuerpo representado (escuchar, dialogar, atender los reclamos ciudadanos) se vincula a su existencia mediatizada y difundida con antelación a la circulación de la folletería.

En tanto ilustración representativa, la leyenda *Sé parte del cambio*, ubicada en la franja inferior de la contraportada, ancla el sentido de la imagen. La expresión evocativa que promueve la adhesión a la fuerza política resulta refrendada por la fotografía que la acompaña.

Finalmente, también se reconoce la estrategia de *la Mostración*, debido a que la imagen constituye el momento crucial que sintetiza el acontecimiento -reunión del candidato y los ciudadanos- en el cual se incluye.

#### **Periódico/Folleto 4**

La última de las imágenes fijas concernientes a la campaña del Frente para la Victoria constituye su inscripción en la estrategia de *la Mostración* (Schaeffer, 1990). La página 11 del periódico/folleto conforma un cuerpo de instantáneas que registran, tal como asegura un paratexto dispuesto en la franja superior, la *inauguración del nuevo puerto de contenedores en La Plata*. El sobreimpreso lleva por título “Obras”, las cuales han sido visualmente representadas en razón de 1) una imagen aérea de la zona portuaria, 2) de un plano con gran angular de una de sus torres de edificación y 3) finalmente la captura que corresponde a la unidad de investigación [Figura 58].

La fotografía exhibe el *corte de cinta* tradicional mediante el cual suelen inaugurarse las obras arquitectónicas o viales. En el centro del encuadre, Scioli, rodeado por distintos funcionarios provinciales y locales de la ciudad capital de Buenos Aires, desata el nudo que reúne dos cintas cuyos colores y diseño remiten a la bandera nacional. Detrás de sus cuerpos se ubica una construcción de imponentes medidas de altura y longitud. La puesta en escena de la captura ha recurrido a la fragmentación de un sector del espacio perteneciente al puerto platense, en el cual la presencia del

---

<sup>87</sup> La referencia al año 2013 remite al inicio de la etapa de recolección de datos sobre la cual se sustenta la investigación.

candidato presidencial y la exhibición de un objeto evidentemente vinculado a la producción y al trabajo, conformaron un sistema que reenvía a las producciones visuales y audiovisuales que se han reconocido en este trabajo.

La autoridad que refrenda el aspirante de la fórmula presidencial se materializa en la imagen a través de dos procedimientos de composición. El primero se determina en razón de la exposición conjunta de la inmensidad de la obra portuaria, cuya ubicación, tras el cuerpo de Scioli, connota al conjunto de la estructura visual de la fotografía.

La regla, inherente a la estrategia de *la Mostración*, revela la exposición del *instante decisivo* en el cual Scioli inaugura la zona de contenedores. La imagen representa el momento crucial en el cual convergen todos los cuerpos, los objetos y los espacios referenciados en las tres fotografías que componen a la página 11 el periódico. En este sentido, el acto en su conjunto ha sido realizado con motivo de la exposición del instante en que la inauguración se efectuó en presencia del exgobernador de la provincia de Buenos Aires. El *corte de cinta* es ejecutado por Scioli, con la colaboración de los funcionarios y representantes locales de la Unión Obrera de la Construcción de la República Argentina (UOCRA).

En relación al momento crucial, Gubern (1974) ha indicado que

la función instantánea del disparador tiene su más idónea aplicación en el registro informativo de los instantes privilegiados de la vida o de la historia humana y en que tal función no puede ser cumplida con la misma perfección por otros medios de representación como el dibujo, la pintura o la escultura (que distorsionan excesivamente la información), el periodismo verbal (que traduce la información a un código más frío) o el cine (que no inmoviliza el instante privilegiado) (pp. 56-57).

Al respecto, Carlón (2004d) asegura que “es difícil construir eficazmente con la fotografía un *instante esencial* o *decisivo* si la acción es una actividad compleja que de por sí contiene al menos dos acciones” (p. 166. La letra itálica pertenece al texto original). El programa argumental que transcurre en la imagen se resuelve en la acción concreta del *corte de cinta*, por lo que resulta pertinente asegurar que se trata del instante esencial a cuyo peso se materializa la estructura general de la fotografía de uso electoral. En este caso, corresponde a la representación de una medida que el ex-Gobernador resolvió durante su mandato, por lo que la inauguración se asienta en la historia de la provincia que conduce.

Dicha imagen corresponde, además, a la figura de una sinécdoque<sup>88</sup> mediante la cual *la parte por el todo* que se representa permite establecer, por ejemplo, el tipo de liderazgo promovido por el conjunto de las disposiciones de campaña. En otros términos, la exposición del acto inaugural de la zona portuaria platense reenvía al conjunto de fotografías (del mismo modo que éstas tributan a la imagen que se examina) que componen el diario partidario del Frente para la Victoria. Su estilo concierne a la exposición del liderazgo asumido por Scioli, *actuando* en cada una de las necesidades de desarrollo local, provincial y nacional, sustanciando al reconocimiento de un dirigente político con capacidad de resolución y respuesta ciudadana.

La estrategia de *la Mostración*, en este ejemplo, remite al “ojo del fotógrafo” (Schaeffer, 1990, p. 102) cuya selección del espacio, de los objetos y de los cuerpos privilegió su exposición conjunta, tanto como centrada del actante presidencial de un gobernante que labora en su gestión al servicio de la comunidad, a la cual solicita su sufragio. En definitiva, la relación entre las entidades que exhibe la fotografía sustancia la medida de un conductor que visualmente expone su condición de liderazgo.

\*\*\*

A continuación se examinarán imágenes en movimiento, las cuales forman sistema con las producciones técnicas reconocidas en la sección inmediatamente anterior.

### **750.000 escrituras**

El paso de la *potencia* al *acto* del cuerpo significativo de Macri ha sido reconocido en una serie de más de 20 *spots* televisivos difundidos en la primera jornada de elección, con motivo de la exposición de las propuestas de campaña. Se trata de avisos de corta duración, que presentan “operadores de superficie” (Traversa & Moré,

---

<sup>88</sup> Al respecto de esta figura de composición, Gubern (1974) indica que “[L]a instantánea fotográfica ofrece también especial interés para el estudio de los códigos del lenguaje gestual humano, pues de la acertada selección fotográfica de una fase del gesto pueden inferirse las restantes fases omitidas de tal gesto, a modo de la sinécdoque” (p. 57).

2007, p. 165) en la textualidad de las imágenes, compuestos por leyendas lingüísticas dispuestas en la centralidad del encuadre.<sup>89</sup>

El anuncio titulado *750.000 escrituras* (00:12) presenta una estructura sustancialmente opuesta a los *spots* difundidos durante la jornada de las PASO. Como primera medida, sus imágenes pertenecen a la clasificación denominada *asociación por analogía* (Casetti & di Chio, 2014) debido a que los elementos y espacios que componen a su diégesis constituyen una materialidad significativa “más o menos equivalentes” (p. 95) aunque no idéntica. En relación a la proximidad de los espacios, si bien su estructura resulta iterativa, pertenecen a la categoría que Gaudreault & Jost (1995) designaron “disyunción distal” (p. 104 y ss.), en tanto corresponden a visitas efectuadas a diferentes domicilios particulares por el candidato presidencial de Cambiemos.

La segunda divergencia con respecto a las unidades examinadas en el apartado anterior de este capítulo, concerniente a imágenes fijas, se sitúa en el orden del contacto que efectúa el binomio nacional que, como recuerda Temperley (2007) “las distancias se agrandan y se acortan de acuerdo al juego de miradas” (p. 98).<sup>90</sup> En efecto, sobre el final de la representación audiovisual de esta nueva serie de propagandas tanto Macri como Michetti incursionan en la modalidad de conducir su mirada hacia el lente de la cámara, denunciado por ello la presencia del artificio de filmación que, en la instancia de sufragio anterior, se había procurado, aunque de modo fallido, su transparencia. En esta ocasión, es la voz en posición *over* de Macri la que atraviesa al conjunto del esquema narrativo, reduciendo de este modo las distancias con respecto al espectador.<sup>91</sup>

A través de una selección de imágenes se establece la tercera distinción en relación a los anuncios de las PASO. Si estos han sido registrados, en mayor proporción, mediante la modalidad de disyunción proximal (Gaudreault & Jost, 1995), sobre aquellos se estableció una relación espacial “irreductible al espacio representado en el plano precedente” (p. 105).

---

<sup>89</sup> Recuerda Iglesias Illa (2016) que “[L]o que Andrés [Ibarra] vino hoy a presentar es el texto de los spots cortos que se van a empezar a pasar a fin de mes y que van a tener a las propuestas como eje central. Las «películas» más largas hablan sobre desafíos y sueños; los más cortos van a mencionar medidas concretas o planes específicos, como el plan para dar un millón de créditos hipotecarios, el programa de empleo joven, la reforma electoral o la invitación a erradicar el paco de los barrios en cinco años” (p. 252).

<sup>90</sup> En las fotografías los candidatos no dirigieron sus miradas hacia el lente de la cámara, como sí lo han efectuado en los *spots* audiovisuales.

<sup>91</sup> El texto sonoro es el siguiente: “Vamos a garantizar 750.000 escrituras para que tu casa sea finalmente tuya. Ese es mi compromiso. Vamos Juntos” (Prensa PRO/Cambiemos, 2015n).

La primera parte del *spot* presenta un acumulado de imágenes que dan cuenta de los encuentros acontecidos entre Macri y la sociedad civil, mayormente acontecidas en el interior o frente de los domicilios de quienes lo reciben con agrado y muestras de afecto. La interposición de un sobreimpreso en la pantalla que indica “vamos a entregar 750.000 escrituras para que tu casa sea finalmente tuya” [Figura 59], la selección de imágenes rodadas en tiempos y espacios discontinuos y la voz *over* constituyen recursos de producción al momento ausentes de los avisos de Cambiemos cuya circulación remite a la jornada de las PASO. En su conjunto, la pieza de propaganda inicia el traspaso de una modalidad de exposición de un liderazgo *potente* hacia un dirigente que, en la serie aquí examinada, conduce sus directivas en calidad de *actualización* de su *potencia*.

Si en la primera parte del anuncio la estructura individual de las imágenes presenta correspondencia con las muestras reconocidas en el capítulo anterior, el trabajo de selección de imágenes ha producido un nuevo régimen de representación cuya asociación de segmentos visuales ha sido vectorizada por el anuncio lingüístico que las vincula, tanto como *actualiza* el ejercicio de la campaña de Cambiemos.

Acerca de la diégesis de la primera parte del *spot*, resulta suficiente reseñar que los cuerpos, los objetos y los espacios particulares a cada una de las imágenes constituyen una relación de equivalencias acerca de lo expuesto hasta ahora, y que determinan un estilo de composición asociado a la *historia* tanto más que al *discurso*. La primera de las categorías, asegura Metz (1979a), determina la norma de producción de las películas tradicionales, ocultando que, en verdad, no constituyen sino otra materialidad textual del orden de los discursos.

La novedad se sustancia en el paratexto que ilustra un procedimiento de *actualización* de la capacidad de Macri, tanto como en la mirada a cámara que efectúa en los segundos finales del anuncio en los cuales afirma “ese es mi compromiso. Vamos Juntos”.<sup>92</sup> La imagen que constituye la unidad focal tributa a la conversión de un candidato que, en la primera jornada de sufragio, se muestra cercano a los ciudadanos tanto como bajo una función de autoridad propositiva que, tras escuchar sus palabras en el período de las PASO, atiende prontamente a su resolución.

---

<sup>92</sup> En este *spot* se incorporó el recurso denominado, en el lenguaje cinematográfico, primer plano, en el instante en que Macri afirma “vamos juntos”, el cual será examinado en los anuncios siguientes, los cuales replican esta figura de composición.

## Provincias

Las producciones audiovisuales del Frente para la Victoria dispuestas para su difusión en la primera jornada de elección constituyen ejemplos acerca de un liderazgo que, en razón de una serie de medidas de gobierno, explicitan la distancia que intermedia entre Scioli y los ciudadanos. La estructura concerniente a los *spots* instrumenta recursos de composición -en cuanto a sus planos y al uso de la cámara de filmación, como asimismo a la banda de sonido que atraviesa al conjunto de la representación- que materializan la condición de *obrante* que recubre a la figura del candidato a presidir la nación argentina.

El diseño técnico del aviso titulado *Provincias* (01:00) se funda en la exposición de dos cadenas de imágenes cuyos programas acontecen en dos situaciones definidas: la primera sucede en un teatro sobre cuyo escenario Scioli enuncia el discurso que transpone a la pieza de comunicación, y la segunda se conforma por planos y secuencias en los que las acciones que allí se desarrollan refrendan los dichos del aspirante de la coalición. Las tres imágenes seleccionadas pertenecen a la primera serie, en la cual el líder político expone, por un lado, la *actualización* de su programa de gestión, como además a su cuerpo en calidad de estadista en servicio de la comunidad a la que representaría al frente del Poder Ejecutivo Nacional. Debido a que, como asegura Verón (2001a), “la gravedad de un conflicto se lee en un rostro” (p. 39), resulta oportuno examinar el cuerpo presidencial del protagonista de la pieza de uso electoral [Figura 60].

El enunciado verbal acerca del desarrollo económico y social que garantizaría el bienestar de la Argentina,<sup>93</sup> ha sido acompañado de un cuerpo que reenvía a sus pronunciamientos. Formando sistema con los folletos examinados, de modo que “[E]l origen [de la estructura de representación] puede ser diverso, o mejor, no hay origen” (Mangone & Warley, 1994, p. 43), se produce una asociación entre las materias significantes que componen a los dispositivos de imágenes fijas e imágenes en movimiento. En ambos casos, la puesta en escena está dada para exponer “los

---

<sup>93</sup> Ubicado en una plataforma, nuevamente frente a un atril y un micrófono de pie -tal como acontece en las imágenes fijas- Scioli afirma que “Desarrollar no es cambiar. Es construir a partir de lo construido. Porque si no, no hay nada para desarrollar. Desarrollar quiere decir evolución, progreso, producción. Desarrollar es ir detrás de una ilusión, de un proyecto. El desarrollo ¿qué es? Un viaje de esta Argentina a la Argentina que soñamos. Elegí seguir avanzando, yo sé que vas a elegir un futuro mejor para vos y para tus hijos. Vayamos a buscarlo, lo vamos a tener. Yo les aseguro que lo vamos a tener” (Prensa Frente para la Victoria, 2015k).

argumentos, los pensamientos y las pasiones” (Wolton, 1998, p. 36) que atañen al funcionamiento discursivo del programa electoral del Frente para la Victoria, como asimismo la condición de un dirigente proactivo y causante de las obras, muchas de las cuales consisten en grandes construcciones que se exhiben en el aviso *Provincias* durante la segunda serie de imágenes intercaladas con respecto al discurso verbal de Scioli.

Abélès (1998) señala las características de los actos partidarios, en los cuales el uso de elementos simbólicos, la inclusión de “conductas gestuales” (p. 147) en razón de la presencia física de los asistentes y de los líderes partidarios, tienen como objeto la conformación de una escena ritual en las que se repite un conjunto de procedimientos -hablar, aplaudir, celebrar, avivar, entre otros-. Las dos muestras siguientes [Figuras 61 y 62], conviene examinarlas en conjunto, con motivo de la exposición del espacio que las aproxima.

El primer fotograma muestra a Scioli en un plano medio, en el cual prevalece un gesto establecido con su brazo, comprendido como un símbolo acerca del carácter decidido de su gestión al frente del gobierno nacional. A partir del reconocimiento del universo gestual que el candidato establece con su cuerpo, el análisis se extiende hacia el espacio representado y a los elementos que conforman el encuadre. En efecto, Bordwell & Thompson (1993) aseguran que “[A]l igual que los decorados, el vestuario puede asignar elementos del *atrezzo* al sistema narrativo de la película” (p. 150. La letra itálica pertenece al texto original), de modo que la fracción de la pantalla digital -en la cual, en el plano de apertura del *spot* se observa que transmite imágenes cuya estructura es equivalente a la examinada en el recorrido que se efectuó en la investigación presente- que se ubica por detrás de Scioli, es posible establecer una posición actancial que, en un capítulo siguiente, se desarrollará con mayor rigor analítico. Debido a que los autores añaden que “[E]l espacio también puede convertirse en la base de un modelo argumental” (p. 74), el estudio conjunto de los cuerpos, los objetos y los espacios de la diégesis de las producciones de campaña resulta sustancial para testear la hipótesis hermenéutica que guió el examen de la *obra* y la *inoperosidad*.

La *asociación por proximidad* (Casetti & di Chio, 2014) entre las imágenes 61 y 62 se confirma en razón de la contigüidad de los dos espacios representados. En efecto, el púlpito desde el cual Scioli se dirige a los asistentes presentados en el plano siguiente, se halla ubicado junto a las plateas en las que se observan elementos partidarios

dispuestos en la zona superior del plano.<sup>94</sup> El recurso de campo/contracampo ilumina la exposición de un dirigente que, situado en una posición cercana a su auditorio, ha sido exhibido como un líder que a través de su voz, de su cuerpo y de la ubicación espacial desde la que enuncia promueve el desarrollo nacional que la Argentina alcanzaría sufragando por la fórmula electoral que conduce.<sup>95</sup>

### **Justicia independiente**

El mismo esquema de representación concerniente a Cambiemos se ha instituido en el *spot* titulado *Justicia independiente* (00:12) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015ñ). La voz de Macri, en calidad *over*, recorre el anuncio televisivo compuesto por una serie de 4 imágenes rodadas en espacios inconexos, y dos planos finales -utilizados en la producción audiovisual anteriormente examinada- en los cuales el candidato conduce su mirada hacia el lente de la cámara.

La estructura visual de los planos que inician el aviso replica el esquema narrativo reconocido en las piezas precedentes. El cuerpo del aspirante presidencial tematiza la cercanía entre las esferas partidarias y civiles, a través de las visitas que efectúa a domicilios particulares. El espacio representado corresponde al umbral de sus viviendas -donde se observan diversos tipos de enrejados- en los cuales acontecen las reuniones. La inclusión de estos planos tiene por objeto la presentación al espectador de un *real* que las producciones proselitistas no harían más que trasladar al espectador. Ya Mitry [1963] (1998) había anunciado que “lo real cinematográfico es un real *mediatizado*” (p. 7. La letra *italica* pertenece al texto original), elaborado, en esta oportunidad, por los equipos de filmación de la alianza de gobierno. Si efectivamente la indicialidad de las imágenes técnica asegura la existencia de los encuentros tanto como de la materialidad que conforma su diégesis, no resulta menos oportuno señalar la regla de producción que, por caso, selecciona y realza un aspecto del objeto referencial ocultando, al mismo tiempo, otras de sus caracterizaciones.

La *identidad espacial* (Gaudreault & Jost, 1995), ausente en esta serie de cuatro planos, se reconoce en las dos imágenes de cierre del *spot*. En tanto que la segunda

---

<sup>94</sup> Es interesante constatar que la cámara realiza un movimiento hacia atrás que permite mostrar un espacio anteriormente en posición *off* y a través de este deslizamiento, exhibido en calidad *in*. En las dos situaciones prevalece el aplauso y el consentimiento que los espectadores tributan al candidato presidencial.

<sup>95</sup> En los segundos finales, un conjunto de paratextos sobreimpresos en las imágenes se encausa en la misma dirección.

presenta una fracción del espacio ya visualizado en el plano que la antecede, la identidad espacial se produce con objeto, en esta ocasión, de realzar el rostro y la voz de Macri. En otros términos, debido a que la segunda imagen ha sido rodada en primer plano con respecto al cuerpo del candidato presentado, en la imagen que la antecede, en un plano medio corto, la identidad de los espacios resulta evidente, al tiempo que los enunciados verbales dispuestos en la primera representación (“ese es mi compromiso”) conducen a los subsiguientes (“vamos juntos”).<sup>96</sup>

La personificación de las campañas, asegura Sartori (2003), tiene como objeto la exhibición de personas y en mayor proporción aún, la exposición de sus rostros, debido a que la política argentina se construye para la exhibición de los candidatos en y por la televisión (Sarlo, 1992).<sup>97</sup> Los cuatro primeros planos dan cuenta de esta exposición, a la vez que el último de estos [Figura 63] constituye uno de los vectores sobre los cuales concursó las disposiciones electorales de Cambiemos.<sup>98</sup>

A medida que avanza el *spot* se añaden sobre su superficie, una tras otra, las palabras clave pronunciadas por Macri. De modo que la leyenda *Justicia Independiente al alcance de cada argentino*, a la cual hace referencia el nombre del aviso, *actualiza* el sentido no sólo de la producción audiovisual sino del ejercicio de autoridad que el candidato implementaría durante su mandato. La incorporación de un paratexto obedece a la norma de presentación de las propuestas de campaña, efectuadas en la primera jornada de elección. De la misma manera que adelantan los mandatos de su ejercicio como presidente, se manifiestan, en calidad de *acto*, las medidas proselitistas que, durante las PASO, no alcanzaron su plena realización. En esta segunda serie de anuncios televisivos el líder del binomio explicita algunos de los principales lineamientos que adjudicará en su eventual presidencia.

La imagen número 63 expone los dichos de Joaquín Molla transcritos en la nota al pie inmediatamente anterior. En efecto, si las historias que prevalecen en los avisos de campaña pertenecen a la sociedad civil, entonces se comprende el motivo por el cual,

---

<sup>96</sup> El texto verbal completo es el siguiente: “La justicia debe ser independiente y al alcance de cada argentino [primeros cuatro planos]. Ese es mi compromiso [plano número cinco]. Vamos juntos [plano número seis].

<sup>97</sup> Habría que añadir, al soporte televisivo, el surgimiento de los medios no tradicionales de comunicación. Las redes sociales de internet constituyen otras plataformas que, no obstante exceden a los objetivos de la investigación, han cobrado un interés inusitado en Argentina, al menos a nivel nacional, a partir de la campaña 2015.

<sup>98</sup> Iglesias Illa (2016.) recuerda los dichos de uno de los colaboradores más cercanos de la campaña, Joaquín Molla: “Mauricio Macri es un candidato que le devuelve el protagonismo a la gente. No es marketing, es lo que somos (...). Tenemos que reforzar el vínculo, conectar desde la emoción, desde el corazón. La historia es el otro, no es Mauricio Macri” (p. 50).

en la regla de producción de Cambiemos, se reunió a una familia cuya mirada a cámara revela la presencia del artefacto de filmación, al tiempo que, sobre este plano rodado en tipo americano, se materializó, en forma completa, la aparición final y seriada del paratexto lingüístico ya citado. La *actualización* de las facultades del actante presidencial no tiene otro objeto que reforzar la cercanía con respecto a la comunidad expuesta, en las piezas de comunicación visuales/audiovisuales, a través de ciudadanos sustraídos a su individualidad, proponiendo medidas concretas y ajustadas a sus necesidades.

De modo diferente a como han sido incorporados a la trama narrativa de las producciones televisivas concernientes a las PASO, los ciudadanos, en esta ocasión, no revisten sus nombres o sitios de procedencia. Es en este sentido que su inclusión en la diégesis de las imágenes de esta pieza, resulta inmediatamente sustituible a través del registro de otros encuentros acontecidos entre Macri y quienes lo atienden en lo vanos de acceso de sus casas. En efecto, la imagen número 63 también pudo acompañar el paratexto concerniente a la escrituración de nuevas viviendas [Figura 59].

## **Seguridad**

La exhibición del ritual político señala por Abélès (1998), en el que se “reúne a los fieles, a la jerarquía y al líder” (p. 150) se replica en el *spot* denominado *Seguridad* (00:48). Su esquema es similar al ejemplo perteneciente al Frente para la Victoria que lo antecede en esta exposición, debido a que su estructura exhibe dos series de imágenes. La primera concierne a la exposición de Scioli desde un escenario en el cual enuncia, en este caso, su proyecto en relación a la seguridad y a la prevención de los delitos. La segunda serie la integran situaciones diversas de entrenamiento llevado a la práctica por la fuerza de la policía local, como asimismo el reconocimiento que el candidato les tributa en el acto de toma de su juramento. La segunda cadena de imágenes forma sistema con las fotografías cuyo programa narrativo también remite a la exhibición de los agentes de seguridad, examinadas en párrafos antepuestos [Figuras 52 y 54].

A través de un plano de gran angular, se observa una marea de policías uniformados situados en un campo abierto [Figura 64]. Su inclusión en los segundos de apertura del aviso prefigura el tipo de liderazgo que asume Scioli, en razón de condiciones que perfilan su investidura en calidad de estadista y conductor del movimiento justicialista. Los actantes civiles que intervienen en la imagen se hallan en

situación de *acto*, por intermedio de una segmentación laboral que inmediatamente los define a partir de esta condición, tanto como, a la vez, el cuerpo presidencial expone el mando de su autoridad. Los objetos que prevalecen en la captura remiten a los uniformes azules de trabajo, característicos de las policías locales, los cuales se reiteran en una serie de encuadres que completan el esquema narrativo del *spot*.

Debido a que “[L]a información que cuenta es la que se puede filmar mejor” (Sartori, 2003, p. 41), la jornada de graduación constituye un motivo unívoco para manifestar el compromiso de gestión y gobierno que Scioli declara a los ciudadanos.<sup>99</sup> El conjunto del *spot* funciona como una figura metonímica acerca de la causa y el efecto que produce el actante presidencial del candidato a presidir la Nación. En consecuencia, la creación de las policías locales, el entrenamiento físico y las clases teóricas a partir de los cuales se las instruye encuentran su origen en una decisión política implementada por el entonces gobernador de la provincia de Buenos Aires. El efecto de sus decisiones se materializa en la manifestación de miles de jóvenes y nuevos agentes de seguridad que prestan juramento al dirigente que los promovió [Figura 65].

En esta imagen, mediante un *travelling* horizontal, la cámara de filmación recorre las formaciones de policías en el instante en que prestan su jura a través de una señal realizada con sus brazos. Los actantes civiles ensalzan al candidato del Frente para la Victoria, quien conduce a las fuerzas del orden en razón de un liderazgo político que *obra* en función de la sociedad de representados. El uniforme al que hace referencia Burke (2005) constituye una de las marcas que determinan el funcionamiento semiótico de los líderes del siglo XX.<sup>100</sup> En las imágenes seleccionadas, el uniforme constituye,

---

<sup>99</sup> El candidato asegura: “Si profundizamos lo que hay que profundizar, sostenemos lo que hay que sostener y cambiamos lo que tenemos que cambiar, estoy convencido de que podemos hacerlo cada vez mejor. En materia de seguridad y justicia es tiempo de afianzar el cumplimiento de la ley y la seguridad ciudadana desde la prevención; con un compromiso estricto de la justicia en la lucha contra el delito. Y esa, siento, que será la victoria de todos” (Prensa Frente para la Victoria, 2015m).

<sup>100</sup> El historiador, autor de *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico* (2005), efectúa un reconocimiento de una serie de obras, motivado porque, “al igual que los textos o los testimonios orales, las imágenes son una forma importante de documento histórico. Reflejan un testimonio ocular” (p. 17). Es en este sentido que en el estudio de la campaña 2015 se ha incluido a las imágenes en calidad de unidades de observación, cuya información diegética constituye un cuerpo de análisis mayormente desusado en relación a los pronunciamientos lingüísticos de los candidatos a la presidencia de la Nación. Los grupos de difusión han transpuesto a las producciones visuales/audiovisuales un acumulado de las cualidades tanto humanas como al frente de un período de gobierno de los aspirantes, debido a que, como señala Burke en relación a la figura del héroe, “[U]na solución más habitual del problema que comporta concretizar lo abstracto consiste en mostrar al individuo como encarnación de ideas y valores. En la tradición occidental, la Antigüedad clásica ya estableció una serie de convenciones para la representación del gobernante como héroe o como personaje sobrehumano” (p. 83). De este modo se comprende que “[L]as imágenes de los gobernantes suelen tener un carácter triunfalista” (p. 85), aunque se ha reconocido que, sobre la figura de Macri, por el contrario, se construyó una imagen acaso similar a la perteneciente al

por un lado, el traje que Scioli luce y, por otro, la vestimenta que caracteriza a los policías, debido a que la fuerza de seguridad local se trata de un efecto que produjo su gobierno. Si, en consecuencia, el aspirante no viste el traje de agente de policía, sí lo utilizan los hombres de una institución que se halla sujeta al mando del ejercicio de autoridad del ex-Gobernador. El arte a gran escala, señalado por Clark (2000), se visibiliza en la imagen a través del procedimiento técnico de su registro como además debido a la formación de los cuerpos de los uniformados.<sup>101</sup>

La exhibición de la primera serie de imágenes, aquellas en las cuales Scioli se sitúa sobre un escenario desde el que enuncia su discurso, pertenece a un acto partidario. Mora y Araujo (1991) asocia a esta clase de incursiones como a un estilo de conducción perteneciente a un “viejo liderazgo” (p. 150) que, en la actualidad, no capitaliza la adhesión de los votantes.<sup>102</sup>

El sujeto de la enunciación, en tanto aparato cultural (Bettetini, 1996) intercala las imágenes del acto partidario con la cadena de imágenes protagonizadas por la policía local. En esta segunda serie, objetos como patrulleros, escudos de la fuerza de seguridad, el uniforme anteriormente mencionado, y los actantes que recorren las calles y ejercitan una venia con su brazo a modo de saludo configuran la *obra* expuesta en el

---

actante civil. Sus anuncios promovieron las cualidades individuales sobre las condiciones inherentes a su investidura, constituyendo la reconfiguración del apereamiento de su candidatura en el mapa electoral. Si en el pasado, afirma Burke, “[L]os propios príncipes eran considerados imágenes o icono. Su atavío, su postura y las riquezas que los rodeaban transmitían un profundo sentido de majestad y de poder” (p. 86), en 2015 esta selección de atributos ha sido revocada por PRO/Cambiamos tanto como su oponente instrumentó este precepto de exhibición de su autoridad. Un conjunto de *spots* resulta sustancial al reconocimiento que Burke efectúa del cuerpo presidencial. El historiador indica que “[O]tra forma de adaptación a la época de la democracia fue subrayar la virilidad, la juventud y la condición atlética del líder” (p. 88). En estos casos se observó que el liderazgo ha sido transpuesto a las imágenes tanto en los discursos pronunciados por el candidato como por la exhibición de la salubridad que comporta su cuerpo. Ambos candidatos utilizaron un estilo demótico en imágenes fijas e imágenes en movimiento. Se trata de aquellas representaciones en las que se registra las “visitas a fábricas, en las que el jefe del estado [sic] habla con los obreros humildes y les estrecha la mano, o las imágenes de «paseos» en las que los políticos besan a niños, o los cuadros que muestran la accesibilidad del gobernante” (p. 90). De igual manera, Burke señala que “[E]n el siglo XX el gran líder ha sido representado a menudo de uniforme” (p. 92). En suma, las producciones de campaña pueden examinarse en razón de la monumentalidad visual/audiovisual que promueven tanto como del minimalismo que subrayan.

<sup>101</sup> La utilización del arte al servicio de un programa de gobierno, asegura Clark en *Arte y propaganda en el siglo XX* (2000), ha sido una práctica recurrente en la historia de la manifestación de la autoridad que concierne al poder. El autor asegura que “[L]os dirigentes de las ciudades-estado [sic], reinos o imperios del mundo antiguo utilizaron el arte a una escala monumental para destacar su poder, glorificar sus victorias, e intimidar o difamar a sus enemigos” (p. 9), y concluye que “[L]os valores supuestamente eternos de la cultura elevada han sido utilizados a lo largo de la Historia para legitimar el poder” (p. 60). En el trabajo se ha reconocido la *actualización* de esta capacidad de exhibición y ejercicio de poder, consagrada en las unidades focales seleccionadas.

<sup>102</sup> Si estos no se hayan presentes en la sala teatral sí lo están frente a los televisores, lo cual constituye el paso del nuevo espacio de representación política.

*spot*. En el conjunto de su representación visual la primera figura del binomio presidencial conserva una función actancial sustanciada en su liderazgo, al tiempo que nuevas posiciones se consolidan en las producciones de propaganda pertenecientes a la estrategia de comunicación del Frente para la Victoria.

### **Trabajadores sin impuesto a las ganancias**

La exposición de un candidato cercano a la resolución de los problemas inmediatos de la ciudadanía continuó desarrollándose en las producciones de esta serie de avisos televisivos. El paso de un candidato *potente* a un liderazgo en *acto* se reconoce, en primer lugar, a través del estudio de los paratextos lingüísticos, como además en razón de las imágenes cuya polisemia es anclada mediante su inclusión. El ejemplo que se examina a continuación [Figura 66] determina una relación que media entre el texto y las imágenes en movimiento.

En el *spot* denominado *Trabajadores sin impuesto a las ganancias* (00:12), constituido, de igual modo a los casos precedentes pertenecientes a Cambiemos, por dos series de imágenes, su esquema argumental expone situaciones de trabajo industrial, en cuyo caso los espacios y los objetos remiten a una segmentación de los ciudadanos vinculada al valor laboral. Entre los primeros, se observan grandes áreas de trabajo, en los que los empleados cumplen tareas diversas. Acerca de los objetos, se advierten maquinarias tecnológicas que establecen, junto a los espacios y los cuerpos, el régimen de composición visual establecido en el nombre del anuncio: *Trabajadores*. La segunda parte de la titulación corresponde a la solución que el aspirante traslada al colectivo de empleados que tributa dicha carga. Los “problemas concretos” (Durán Barba & Nieto, 2017b, p. 82) a los que hacen referencia los consultores de la coalición se sustancian en medidas como la expuesta. En efecto, las peticiones “definidas independientemente de ellos” (Touraine, 1998, p. 48) conformaron el programa argumental de los casos que se examinan, cuya resolución reclama un liderazgo sustancialmente opuesto al suscrito en las imágenes concernientes a las PASO. En la primera vuelta de elección se observa una reconvencción de la figura que aspira a la obtención del cargo presidencial a través de la

*actualización* de sus capacidades, por medio de sus disposiciones y proclamas de gobierno.<sup>103</sup>

La segunda serie de imágenes repite los dos planos de cierre analizados en los casos precedentes. Al respecto, Waisbord (1995) señala, en relación a los primeros planos que los candidatos incorporan en el diseño de sus avisos televisivos, que tienen como objeto “familiarizarse con las caras” (p. 171) de la dirigencia partidaria. De modo que la reutilización, en la serie de unidades que se examinan, de los planos del rostro de Macri constituyen una modalidad de acercamiento entre las sociedades política y civil, tanto como contribuyen a fijar un cuerpo a la propuesta verbal, visualmente expresada.<sup>104</sup> La función de la sinécdoque, en este caso, proporciona la exposición necesaria para determinar la relación entre los enunciados y el rostro del cuerpo que los enuncia. La mirada a cámara que efectúa el candidato tiene como objeto, asegura Eco (1986), asegurar que su presencia en el aviso no corresponde a un personaje de ficción, sino al actante político que solicita el sufragio de los espectadores.

Distinto es el régimen de representación, en este caso audiovisual, en el cual tanto Macri como los trabajadores de la industria parecen no advertir la presencia indiscreta de la cámara de filmación. El semiólogo italiano asegura que se trata de una modalidad que pretende recoger “un acontecimiento del que quiere mostrar la espontaneidad” (Eco, 1986, p. 205), tal como sucede en la imagen que constituye el cuerpo de análisis.

El fotograma registra una instancia de diálogo practicado entre Macri y un conjunto de obreros de la industria. Conformando una ronda, se observa que el contendiente constituye a la persona que habla y que los trabajadores atienden a sus proposiciones. El espacio se corresponde con un área en la cual se desarrollan tareas laborales, a la vez que los cuerpos de los empleados presentan operadores dispuestos en la superficie (Traversa & Moré, 2007) que aseguran el valor -en este caso, laboral- que la imagen promueve en el interior de su encuadre. Efectivamente, los cascos de trabajo

---

<sup>103</sup> En el *spot*, Macri anuncia que “el Estado no tiene que quedarse con el fruto de tu trabajo. En mi Gobierno, los trabajadores no van a pagar impuesto a las ganancias. Ese es mi compromiso. Vamos juntos”. (Prensa PRO/Cambiamos, 2015o).

<sup>104</sup> Iglesias Illa (2016) señala la distinción entre las etapas de presentación del candidato, de la exposición de las propuestas y el pedido de adhesión electoral: “[D]ense a conocer, les pedíamos, [a los candidatos en niveles locales] generen confianza, escuchen lo que sus vecinos tienen para decirles. Ya llegará el momento de hacer propuestas concretas y, eventualmente, en la última semana antes de la elección, pedirles el voto” (pp. 63-64).

industrial indican la segmentación social que conforma el núcleo del esquema argumental del anuncio televisivo.

Las capacidades del candidato, en este aviso, se presentaron *actualizadas* y *hacedoras de obra*, aunque una obra cercana a los intereses inmediatos a un sector no menor de electores. En virtud de la estrategia electoral de Cambiemos, Macri se exhibe, en las piezas de comunicación de la primera llamada a sufragio, activo a la resolución de medidas sociales tanto como cercano a la ciudadanía. Los consultores Morris & Rosales (2007) aseveran que las contiendas en las cuales “el candidato se exhibe como un galán de cine, con voz impostada y gestos actuados” (p. 137) no resultan efectivas en América Latina. En este sentido, los equipos de comunicación de la alianza por entonces opositora reconocieron el mismo diagnóstico, por lo que establecieron una estrategia visual y audiovisual menos sustanciada en grandes escenas cinematográficas que en la exposición afectiva entre el aspirante y los ciudadanos.

## **Necesidades**

En relación al estatuto legal de los espacios representados, el Frente para la Victoria intervino, en mayor proporción que Cambiemos, un acumulado de zonas públicas en las cuales se rodaron las producciones de campaña. La ubicuidad de la cámara de filmación (Machado, 2009) constituye, en la pieza titulada *Necesidades* (01:24), una norma de producción sustancial a la exposición de Scioli en calidad de estadista de la Nación. En este caso, ubicuidad de la lente y diégesis del *spot* confirman la clase de liderazgo que se ha analizado en los casos precedentes.

A lo largo de la pieza, conformada por imágenes en las que sobresalen los planos con gran angular, una voz *over* comenta a la estructura del *spot*. La función del comentario ha sido examinada por Bettetini (1996), a la cual entiende como a una serie de instancias “críticas, de juicios y de observaciones” (p. 73) realizadas, por ejemplo, a través del locutor que, en el caso de *Necesidades*, recorre al conjunto del sintagma audiovisual.<sup>105</sup>

---

<sup>105</sup> El enunciado completo del locutor es el siguiente: “La Argentina necesita de vos... y de vos... y de vos... y de vos también [cada pronombre personal remite a la persona que, en la banda de imágenes, es aludida por la voz del locutor]. Las necesidades cambian a partir de la necesidad conseguida, por eso siempre falta. Argentina necesitaba de la Asignación Universal por Hijo, para que todos los chicos vayan a la escuela. Y hoy, vamos por una mayor calidad educativa. Eso, es el desarrollo. Argentina necesitaba del plan PROCREAR para construir viviendas y para que muchas familias tengan su techo. Y ahora vamos por un millón de viviendas más y más créditos, para que todos tengan lo suyo. Eso es el desarrollo.

La “encarnación de ideas o valores” (Burke, 2005, p. 83) en la figura del candidato se expresa en las imágenes a través de los espacios y los objetos que las constituyen. La primera representación que tiene como objeto referencial a las escolleras Norte y Sur del puerto de la ciudad de Mar del Plata [Figura 67] forma sistema con la imagen de un barrio edificado mediante la obtención de créditos concedidos a través de un plan de asistencia financiera [Figura 68]. Ambas capturas, dispuestas, por ejemplo, junto a un avión en el instante de su despegue, materializan aspectos del desarrollo de una Nación, el cual se trata de uno de los vectores que concursaron al conjunto de las disposiciones de propaganda del Frente para la Victoria. En consecuencia, la voz *over* que enuncia alcances obtenidos en el área socio educativa, en verdad comenta el esquema narrativo del anuncio televisivo. De modo que la “estructura signifiante de orden superior” (Gubern, 1987, p. 297) -con respecto a las imágenes- que se establece a través de la fase de producción ordena a los planos en razón de la exposición del cuerpo del Scioli como conductor del progreso de la Nación [Figura 69]. En este fotograma, la inclusión del candidato que recorre un espacio de construcción de viviendas sustancia el desarrollo que anuncia la voz *over*, tanto como lo muestra garante y asistente de que el progreso edilicio se conduzca en beneficio de la sociedad de representados.

En este ejemplo, la *actualización* de su capacidad de liderazgo como *hacedor de obra* resulta evidente. Son numerosas las representaciones acerca de motivos -maquinarias industriales y pesqueras, elementos de estudios escolares-, que remiten a las temáticas de trabajo y educación. El *spot* privilegia un esquema narrativo abocado a la exposición de un cuerpo presidencial que atiende a los problemas estructurales de sectores diversos de la población argentina. De este modo, las imágenes de un puerto y de un barrio recientemente construido remiten a la producción nacional en materia de trabajo industrial, en un caso, y vinculado a la construcción, en otro.

Al respecto resulta oportuno recordar que Groys (2014a) indica que “bajo el régimen del diseño moderno, el posicionamiento visual de un político en el campo de los medios masivos es justamente el que hace una afirmación crucial sobre su acción política -o incluso la constituye como tal” (p. 34). El régimen de representación visual

---

La Argentina necesitaba de YPF y la recuperamos. Ahora vamos por la soberanía energética, que nos hace libres. Eso es el desarrollo. Argentina necesita que sigamos construyendo a partir de lo construido, porque si no, nunca vamos a llegar a ningún lado. Eso es el verdadero desarrollo. En vos está la *V* de la victoria. La victoria que viene ahora, que es la de todos” (Prensa Frente para la Victoria, 2015n).

pertenciente a Cambiemos y al Frente para la Victoria dispuso, durante la primera jornada de elección, a los cuerpos, a los objetos y a los espacios de la diégesis en razón de imágenes de sus respectivos programas de gobierno sustanciales a los modelos de la *obra* y el *acto*. En el balotaje, por el contrario, los actantes presidenciales replicaron el régimen cursado, en la instancia de las PASO, por la alianza Cambiemos.

### **Una mejor policía**

La última pieza seleccionada de Cambiemos, perteneciente a la primera jornada de elección, se titula *Una mejor policía* (00:17) y corresponde a un esquema narrativo en el que las imágenes presentan una renovación de la fuerza de seguridad nacional. Una serie de representaciones visuales dan cuenta del entrenamiento, del equipo instrumental y de las conductas ciudadanas adoptadas por los hombres de la institución de seguridad. El anuncio, en esta producción, culmina con un plano medio de Macri y de su compañera de fórmula, Michetti, quienes se reparten el uso de la palabra. Mientras que el candidato asegura que “esto se puede hacer”, su compañera indica que “lo que no se puede hacer es seguir esperando”.<sup>106</sup>

La imagen que *actualiza*, en esta oportunidad, al programa de gobierno de Cambiemos, se reconoce en el fotograma que, en el centro de su encuadre, se dispuso un paratexto que asegura *Que puedas vivir más seguro* [Figura 70]. Formando sistema con las unidades audiovisuales concernientes a la serie observada en este capítulo, el fotograma materializa una medida de gestión que, en las producciones de las PASO, no había conformado el núcleo de los argumentos de los anuncios. *Una mejor policía* revierte su esquema narrativo como asimismo reconfigura a los cuerpos, los objetos y los espacios que determinan su composición.

En relación a los actantes civiles, la exposición de dos agentes de seguridad guarda correspondencias paradigmáticas con los obreros de la construcción [Figura 66], protagonistas del anuncio denominado *Trabajadores sin impuesto a las ganancias*. La inclusión de segmentos civiles en las unidades de comunicación de Cambiemos, en relación al valor laboral, establece un mecanismo de *actualización* de las facultades de

---

<sup>106</sup> Sus enunciados responden a la voz *over* que, sobre las imágenes que anteceden a la proyección del plano medio indicado, informa “vamos a profesionalizar, entrenar y equipar a todas las fuerzas de seguridad de la Argentina, para que vos puedas vivir más seguro en tu barrio” (Prensa PRO/Cambiemos, 2015p).

los figurantes (Bourriaud, 2008) examinados en el capítulo abocado al estudio de producciones cuya circulación ha remitido a las PASO.

El traspaso de la representación audiovisual de un líder *potente* hacia la *obra* se efectuó *actualizando* sus capacidades, a través de sus preceptos y medidas de gestión. De modo que, aun siendo un dirigente cercano a la ciudadanía, su plataforma electoral presentó un programa que incluyó, como ejemplo, las resoluciones siguientes:<sup>107</sup> *Construir 2000 Km de autopistas*;<sup>108</sup> *3000 jardines de infantes*;<sup>109</sup> *500.000 empleos en el sector de turismo*;<sup>110</sup> *Extensión de redes de cloacas y agua potable*;<sup>111</sup> *Desactivar los carteles de droga*;<sup>112</sup> *Erradicar el paco*;<sup>113</sup> *Plan de infraestructura nacional*;<sup>114</sup> *Plan nacional de desarme*,<sup>115</sup> entre otras.

La repetición de las estructuras significantes en diversos soportes de comunicación, señalada por Mangone & Warley (1994), opera también hacia el interior de la diégesis de las producciones concernientes a un mismo dispositivo. El conjunto de anuncios televisivos replica una gramática de producción en la cual los cuerpos, los objetos y los espacios han sido consagrados a la exposición de regulaciones que procuran anticipar la conducción del gobierno de la coalición opositora. La puesta en sentido (Verón, 2001c) de las distintas escenas conforma un mecanismo de exhibición de *la realidad*, cuyo desempeño pareciera ajeno a la presencia del artificio de filmación. La norma de diseño de la figura número 70 establece, por un lado, la exposición, mediante un rótulo lingüístico, el paso al *acto* de un liderazgo -a través de las medidas adoptadas- expuesto *potente* durante las PASO. Por otro, configura una escenificación que se “ordena con referencia” (Mitry, [1963] 2006, p. 190) al cuadro de la imagen en razón de un programa narrativo que materializa la cercanía entre Macri y los electores.

La pretendida duplicación de la realidad, en la cual “no pesaría la hipoteca de la libertad de interpretación del artista” (Bazin, [1946] 2008a, p. 37) o, en este caso, del sujeto de la enunciación Cambiemos, tiene como objeto acercar a las sociedades política

---

<sup>107</sup> Cada una de las siguientes medidas ha sido anunciada en propagandas individuales, difundidas en la primera jornada de sufragio. Debido a que el objetivo de la selección de muestras de observación corresponde al reconocimiento de las regularidades que dan cuenta del universo al que pertenecen, sólo se mencionan las propuestas del candidato, en tanto constituyen una estructura iterativa reconocida en los ejemplos que sí se han examinado con mayor profundidad analítica.

<sup>108</sup> Véase *2.000 kilómetros de autopistas* (00:12) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015q).

<sup>109</sup> Véase *3.000 jardines de infantes nuevos* (00:12) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015r).

<sup>110</sup> Véase *500.000 empleos en Turismo* (00:12) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015s).

<sup>111</sup> Véase *Agua potable y cloacas en todo el país* (00:12) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015t).

<sup>112</sup> Véase *Desactivar los carteles de droga* (00:12) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015u).

<sup>113</sup> Véase *Erradicar el Paco de toda la Argentina* (00:15) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015v).

<sup>114</sup> Véase *Mejorar la infraestructura* (00:24) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015w).

<sup>115</sup> Véase *Vamos a terminar con la violencia*. (00:11) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015x).

y civil. En el fotograma examinado el encuentro entre el aspirante a presidir la República y los ciudadanos se efectuó a través de la incorporación de enunciadores segundos (Metz, 2003) correspondientes a los agentes de policía. A través del saludo que establecen con sus manos, se recrea la proximidad que el sujeto fílmico -la alianza que llevó como candidatos a Macri y Michetti- ha instalado en diversos sectores sociales, incluso con anterioridad al inicio de la campaña 2015.

De modo que el oficial efectúa el gesto que Cambiemos ha expuesto, en la figura de Macri, en las producciones concernientes a las PASO, replicando de este modo un modelo de asociación entre las esferas partidaria y de votantes. El *acto* se materializa en este fotograma, tanto como la cercanía del aspirante se concretiza en el plano de cierre, cuya constitución replica en mayor grado a la clasificación analítica de primeros planos analizados en los ejemplos antecedentes.



## Sorpresas: Scioli y Macri van parejos al balotaje y ganó Vidal

Se derrumbaron todos los pronósticos. El candidato kirchnerista superó apenas a Macri y ambos irán a la segunda vuelta el 22 de noviembre para definir el nuevo presidente. Los resultados, sobre todo el notable triunfo de Vidal frente a Aníbal Fernández por la gobernación, anticipan un fin de ciclo para el kirchnerismo duro. P.3

2015-10-26 6

Análisis • **Ricardo Kirschbaum**  
Cristina resultó la principal derrotada

Análisis • **Eduardo van der Kooy**  
No fue una derrota, fue un naufragio

Análisis • **Julio Blanck**  
La ola imparable del voto por el cambio

**Histórico triunfo opositor en Jujuy**  
El radical Morales logró vencer al peronismo por primera vez desde 1983

**Vidal, gobernadora bonaerense electa**

### Terremoto político para el kirchnerismo en Provincia

María Eugenia Vidal, con su estrategia de buscar el voto casa por casa, venció al jefe de Gabinete de Cristina por 5 puntos. Y desalojó al PJ del poder tras 28 años. P.3



REPÚBLICA ARGENTINA, AÑO LXXVI N° 25.993 - RECARGO ENVÍO AL INTERIOR: \$ 1,50 - URUGUAY: \$ 40,00 - BRASIL: R\$ 700 - PRECIO DE LOS OPCIONALES, EN EL ÍNDICE DE LA PÁGINA 94

Imagen 7. Clarín, lunes 26 de octubre de 2015, portada.



La candidata de Cambiemos rozó el 40 por ciento de los votos, casi 7 más que Macri, y dio el batacazo en la provincia de Buenos Aires

## Vidal dio la sorpresa en Buenos Aires



### Reclame **Libero**

Perdieron con Australia y pelearán por el bronce

**Los Pumas** dejaron el alma en la cancha

# Página 12

BUENOS AIRES, LUNES 26 DE OCTUBRE DE 2015 / AÑO 28 / Nº 9707 / PRECIO DE ESTE EJEMPLAR: \$14 / RECARGO VENTA INTERIOR: \$1,50 / EN URUGUAY: \$40

2/36

Escriben:

Fernando Cibeira,  
Mario Wainfeld,  
Luis Bruschtein,  
Nicolás Lantos,  
Julián Bruschtein,  
Victoria Ginzberg,  
Werner Pertot,  
Marta Dillon,  
Miguel Jorquera,  
Alfredo Zaiat,  
Sebastian Abrevaya,  
Eduardo Aliverti,  
Martín Granovsky,  
Santiago Rodríguez,  
Adriana Meyer,  
Laura Vales,  
Alejandra Dandan,  
Javier Lorca,  
Washington Uranga,  
Juan Sasturain

## HABRA BALLOTTAGE EL 22 DE NOVIEMBRE

Scioli terminó adelante en la primera vuelta (con el 36,6 por ciento de los votos), pero apenas dos puntos arriba de Macri (34,6 por ciento), en una elección que contrarió todos los pronósticos, centrada en el terremoto bonaerense. En sus discursos empezaron la campaña para conseguir el apoyo de los que votaron a Massa (21,2 por ciento), al FIT, a Stolbizer y a Rodríguez Saá P12/3

# DOS PAÍSES

También se aseguró la primera minoría en Diputados P1/6

**El FpV se hizo fuerte en el Senado**

26

### ADVERTENCIA

▲ "A lo largo del fin de semana de las elecciones puede haber un aumento del tráfico, manifestaciones y protestas en aquellas partes del país que experimenten un aumento en el tráfico de peatones o una gran reunión de gente. Incluso las manifestaciones destinadas a ser pacíficas pueden convertirse en confrontativas y escalar hasta la violencia." La advertencia se distribuyó en una circular que emitió la Embajada de Estados Unidos a los ciudadanos norteamericanos residentes en Argentina, con motivo de las elecciones ayer.



Imagen 8. Página 12, lunes 26 de octubre de 2015, portada.



**ALA ALTURA DE  
LOS GRANDES**  
En una gran batalla,  
los Pumas cayeron  
ante Australia por la  
semifinal del Mundial

ESPECIAL DEPORTIVA

\$ 16

Capital, GBA y La Plata:  
Cinco pesos para el que incluye:  
Cinco pesos para el resto del país.  
La Pampa y Buenos Aires: \$ 3  
Resto del país: \$ 3,80  
Año 146 | Número 31.773  
Afinidad al lector: 51952477

**LA NACION**

Lunes 26 de octubre de 2015 | lanacion.com



Min. 13° • Máx. 23°  
Nubosidad variable.  
Viento del noreste, 10 a 15 km/h.  
Especial: 16, página 9

PRESIDENCIALES 2015

# Hay ballottage: una gran elección de Macri golpeó al oficialismo

Daniel Scioli se impuso por un muy estrecho margen al candidato de Cambiemos; tercero, a más de 14 puntos quedó Massa; María Eugenia Vidal dio la otra gran sorpresa al vencer a Aníbal Fernández y consagrarse gobernadora bonaerense



Imagen 9. La Nación, lunes 26 de octubre de 2015, portada.



Imagen 10. Diario La Nación, lunes 26 de octubre de 2015, portada.



Máxima: 22° C.  
Mínima: 14° C.  
(Pág. 8 - 4° Secc.)

# Hay ballottage

## Scioli y Macri, cabeza a cabeza

Legan a la segunda vuelta en una virtual paridad. Cambiemos logró resonantes triunfos en distritos clave. Sorpresa



Macri festejó el resultado y quedó fortalecido por el triunfo de Vidal



Scioli salió con un duro discurso contra Macri, ya a disputar el ballottage

(Amplia Inf. Págs. 2 a 10)

# Histórico batacazo de Vidal en la Provincia

Le ganó a Aníbal Fernández y se consagró Gobernadora después de 28 años de administraciones justicialistas. Le dio una gran fortaleza a la estructura nacional de Cambiemos y fue clave para el crecimiento de Macri en relación a las PASO. Se convierte en una nueva figura nacional



(Págs. 11 a 13)

D. SCIOLI FRENTE PARA LA VICTORIA	36,3%
M. MACRI CAMBIEMOS	34,8%
S. MASSA FRENTE UNA	21,2%
M. E. VIDAL CAMBIEMOS	39,6%
A. FERNANDEZ FRENTE PARA LA VICTORIA	35,0%
F. SOLA FRENTE UNA	19,2%
J. GARRO CAMBIEMOS	41,5%
P. BRUERA FRENTE PARA LA VICTORIA	28,2%

DATOS PROVISORIOS

## Garro ganó la intendencia de la Ciudad



(Págs. 15 a 17)

Los Pumas, igual un orgullo (Supl. Dep.)

## Balotaje

(22 de noviembre de 2015)

### Si el 25 de octubre lo votaste a Scioli...

En la tercera y última jornada de elección se restableció la estructura visual y audiovisual de las producciones de PRO/Cambiamos concerniente a los avisos difundidos en la instancia de votación de las PASO. En mayor proporción, en los anuncios se retomó la gramática de exposición de un líder inmediatamente cercano a los ciudadanos en razón de su cuerpo significativo más que en las propuestas de su ejercicio de gobierno. Si en la primera vuelta de sufragio las medidas de gestión habían adquirido una función sustancial en el conjunto de las piezas de comunicación, en la celebración del balotaje se restó su inclusión a la estructura de las unidades de observación, constituyendo nuevamente su diégesis a partir de la exhibición de un cuerpo presidencial que Verón (1987) ha clasificado como “sincero” (p. 26), tanto como, en períodos anteriores al surgimiento de la televisión, la sinceridad recaía sobre los textos escritos en la prensa y las voces pertenecientes a los líderes, difundidas a través de la radio. Será a partir del surgimiento del dispositivo televisivo que el cuerpo significativo presidencial adquirió su investidura, la cual en Argentina se corroboró en la contienda de elección presidencial acontecida en el año 1983 (Landi, 1992a, 1992b; Waisbord, 1995).

En el caso de la presente investigación, el “régimen corporal del contacto” (Verón, 1999c, p. 101) se establece mediante la manifestación del cuerpo y de la voz del candidato de Cambiamos, tal como lo muestra el *spot* denominado *Si el 25 de octubre lo votaste a Scioli...* (00:48). Se trata de un anuncio de corte minimalista cuya tradición ha sido examinada por Burke (2005) y practicada en el conjunto de la estructura del aviso, compuesto por dos planos del cuerpo de Macri, el primero filmado en plano medio y el segundo en primer plano [Figura 71]. A lo largo de la representación el líder del binomio enuncia sus conclusiones acerca de los resultados obtenidos en la primera vuelta electoral.<sup>116</sup> En efecto, en primer orden cabe señalar que el cuerpo de Macri se

---

<sup>116</sup> En un discurso dirigido al paradesinatario (Verón, 1987), es decir a aquella fracción del electorado que media entre el prodestinatario y el contradestinatario, posible de acercar a su causa, el candidato asegura que “Si el 25 de octubre lo votaste a Scioli, quiero decirte algo importante. Si llego a ser presidente vas a ser parte del cambio. Vas a estar incluido. Y no voy a parar de trabajar hasta que vos, tus hijos y tu familia estén mejor. Y no lo hago para que me votes ahora. Sé que no lo vas a hacer, y lo

corresponde con un cuerpo “en el vacío” (Temperley, 2007, p. 109). En consecuencia, el espacio representado en el *spot* apenas se visibiliza en el espacio de encuadre del primero de los planos, a la vez que se omite en el segundo. Si bien esta modalidad sólo había sido instrumentada en unos pocos avisos electorales audiovisuales,<sup>117</sup> la exposición de su cuerpo sí replica las características anunciadas en las imágenes concernientes a las PASO y a la primera instancia de elección.

El espacio pertenece a una habitación en la cual no se observa ninguna clase de objetos. Sólo se reconocen dos ventanas, dispuestas a los costados de Macri, a través de las cuales la luz ingresa al espacio de filmación. El primer plano, asegura Eco [1964] (2017) tiene como objeto establecer “una relación de cordialidad” (p. 379) expresada, en este caso, no sólo mediante este recurso de composición sino, además, a través de la mención explícita hacia los ciudadanos que eligieron a la fuerza política que constituye el Frente para la Victoria. El discurso de inclusión hacia este colectivo de votantes determina, juntamente con el estilo minimalista del aviso, un régimen que resguarda la cercanía entre las sociedades política y civil.

Conciérne, además, al “perfil humano” (Mora y Araujo, 1991, p. 149) que, afirma el consultor político, la ciudadanía argentina reclamada desde inicios de la última década del siglo XIX. En consecuencia, este anuncio restablece la norma de un dirigente vinculado a corresponder a los reclamos efectuados por los votantes acerca de la renovación de las prácticas partidarias más rancias de la política nacional. En este sentido, Macri, se afirma en el *spot*, no pertenece a la clase dirigente acostumbrada, sino que representa una reconvención de la figura de la autoridad.

La *potencialidad* del aspirante a presidir la República se aprecia en el anuncio. Aun, o quizás por ello mismo, sin precisar nuevas medidas de gestión más que la mención a las voluntades que optaron por la fuerza por entonces al frente del ejecutivo nacional, la gramática de producción de *Si el 25 de octubre lo votaste a Scioli...* muestra a Macri en la mayor de sus *potencias*, incluso capaz de acercar posiciones con sus principales adversarios. Por el mismo hecho de no cumplir con un estereotipo

---

respeto. Lo hago porque siento que un presidente debe trabajar para todos. No sólo para los que lo votaron. No me puedo imaginar un país donde no estemos unidos. Quiero que tengas esa tranquilidad. Y aunque hoy estemos en veredas diferentes, todos queremos lo mismo, todos queremos vivir mejor. Al país lo vamos a sacar adelante todos juntos” (Prensa PRO/Cambiamos, 2015y). Aunque el enunciado se dirige explícitamente al contradestinatario, hacia el cual reconoce la imposibilidad de obtener su aprobación en la última y definitiva instancia de sufragio, se comprende que el mensaje se dirige, en verdad, al paradestinatario que, en la primera vuelta de elección, se inclinó por las restantes fuerzas de representación.

<sup>117</sup> Véase, por ejemplo, *Lo que no voy a hacer* (Prensa PRO/Cambiamos, 2015z).

(Durán Barba & Nieto, 2017b), su capacidad de invocar al par contrario constituye un ejemplo acerca de la exhibición de un candidato que, en *potencia*, reúne en su figura la facultad de reunificación de sus adherentes y detractores.<sup>118</sup> En esta oportunidad, el cuerpo presidencial opera en su máximo rigor.

## Superación

Los anuncios del Frente para la Victoria constitutivos de la segunda jornada de elección determinaron una modificación sustancial en relación a las unidades de composición de la diégesis audiovisual. Debido, quizás, a los resultados alcanzados en la primera jornada de elección, sobre los avisos proselitistas se implementó una gramática de producción en la cual Scioli ya no ha sido representado en calidad de estadista, como había correspondido hasta entonces, sino, antes bien, en razón de la exhibición de una serie de atributos personales más vinculados a la producción del cuerpo sincero (Verón, 1987) que la exposición de su rival ya practicaba en sus diversos *spots* y fotografías.

El anuncio que conforma la primera serie, titulado *Superación* (00:48), sustancia su estructura, como primera medida, en el sincretismo del “hombre público (...) con el hombre particular” (Abélès, 1998, p. 154). En efecto, en la pieza, rodada íntegramente mediante un único plano,<sup>119</sup> el candidato enuncia, en un plano medio corto y mirando en posición  $\frac{3}{4}$  hacia fuera de cámara, su recuerdo posterior a sufrir el accidente deportivo que no sólo significó la pérdida de uno de sus brazos, sino que, además, determinó la causa que motivo su carácter “paciente, prudente, moderado” (Prensa Frente para la

---

<sup>118</sup> Iglesias Illa (2016) asegura que Andrés Gómez, encargado de las comunicaciones masivas de PRO/Cambiamos, afirmó que “las tres fases de la campaña, una para cada elección, replicaron a gran escala la cronología de Durán Barba para las campañas políticas, que tiene tres etapas: una primera etapa de presentación del candidato, una segunda etapa de propuestas y una tercera etapa, en los últimos días antes de la elección, en la que el candidato pide explícitamente el voto (...). [Los equipos de campaña decidieron] que en vez de pasar por las tres etapas en cada campaña, dedicar toda la PASO para presentar al candidato, toda la campaña de la primera vuelta a mostrar propuestas y la de la segunda vuelta a pedir el voto” (p. 319).

<sup>119</sup> En este sentido el anuncio constituye una verdadera novedad en el campo del lenguaje cinematográfico recurrido por lo equipos de comunicación del Frente para la Victoria. La “unidad espacial del suceso” (Bazin, [1953/1954] 2008c, p. 77) ha sido registrada mediante la posición fija de la cámara y sin establecer cortes en sus planos, tal como no constituyó la regla general de producción de los avisos pertenecientes a las PASO y a la primera jornada de elección. Hay que recordar que unos pocos *spots* difundidos sobre el final de las PASO sí fueron registrados a través de la modalidad técnica y narrativa concerniente a *Superación* [véase, por ejemplo, *¿Querés una vida mejor?* (Prensa Frente para la Victoria, 2015ñ) o *Llegué acá* (Prensa Frente para la Victoria, 2015o)]. La mayor diferencia remite a que si en la última jornada de elección dicha técnica ha sido recurrente, en las PASO su circulación constituyó una norma circunstancial.

Victoria, 2015p) que en el *spot* se proyecta materializar [Figura 72]. Sobre esta exposición de su entendimiento ante los desafíos pasados -como deportista profesional- y presentes -en tanto candidato a presidir la República- se nucleó el programa narrativo del *spot*.<sup>120</sup> Al respecto, Burke (2005) señala que la democracia históricamente ha sido representada, en diversas obras de arte, a través de la exposición de “la juventud y la condición atlética del líder” (p. 88). En el caso que ocupa la investigación, el relato de Scioli actualiza su pasado como conductor de lanchas de alta competición, y vincula su accidente y la recuperación posterior con los resultados electorales por entonces inciertos obtenidos en la primera jornada de elección.

Waisbord (1995) recuerda que “los políticos no son *tabula rasa*” (p. 70. La letra itálica pertenece al texto original), debido a que, con anterioridad a su incorporación a los partidos de representación política, poseen trayectorias individuales que determinan, por ejemplo, actitudes, valores o creencias a los cuales su asociación con respecto a la figura de los candidatos resulta, en cada caso, necesariamente obligadas. El vínculo que Scioli establece con el deporte evidentemente se materializa a través de su enunciado verbal, por lo cual el esquema narrativo de *Superación* ubica al candidato en una posición actancial que, aunque novedosa -en relación a las imágenes precedentes del Frente para la Victoria- no comporta contradicciones con lo que Parodi (1998) denominó “actos gravosos” (p. 248). Dichos actos constituyen una referencia constatable acerca del pasado del hombre político, por lo que el proceso de revalorización que se operó, tanto en este ejemplo como en el que lo sucede en la exposición doctoral, sobre su desempeño como deportista le ha posibilitado una reconvencción de su posición como actante, sin por ello comportar contradicciones acerca de su biografía. En el capítulo destinado a la teoría actancial se desarrollará con mayor rigor analítico esta aseveración.

En cuanto al régimen de representación, el anuncio retoma la norma que transcribe un discurso por una historia (Metz, 1979b). Por caso, la banda de sonido, que incluye una melodía que secunda al enunciado de Scioli, devela la presencia del sujeto

---

<sup>120</sup> El texto verbal completo es el siguiente, el cual se inicia luego de que una voz *over* anuncia “Superación”: “No estuve a punto de perder la vida. Gané. Gané porque pude salir adelante, porque tuve que sacar lo mejor de adentro mío [sic] para acostumbrarme a una nueva vida. Fue muy traumático, de lo psíquico, de lo físico, bajo todo punto de vista. Y eso forjó un carácter mío [sic]: paciente, productivo, moderado. Decir muchas veces que el tiempo es un gran ordenador. Y fue el tiempo lo que me permitió luego lograr las cosas más importantes de mi vida y llegar a esta posibilidad, de ser presidente, nada más y nada menos, de todos los argentinos” (Prensa Frente para la Victoria, 2015p).

impersonal de la enunciación, tanto como los paratextos electorales con los cuales culmina el anuncio de campaña.

Los cuerpos, los objetos y los espacios de la diégesis también sufren una modificación acerca de la regla vigente de su exhibición en los productos de la coalición. Bordwell & Thompson (1993) recuerdan que “los elementos de la puesta en escena también pueden aportar información sobre la historia [tanto como] puede servir para presentar una narración de forma más o menos restringida” (p. 173). En consecuencia, los objetos ubicados en la profundidad de la imagen, registrada en un ámbito familiar con seguridad perteneciente a la vivienda del aspirante, conforman sistema con la sinceridad que manifiesta su cuerpo presidencial. Los objetos y el espacio referencial atestiguan una alteración del programa narrativo adjudicado a los avisos del Frente para la Victoria difundidos en las dos instancias anteriores de sufragio. En esta oportunidad, ya no constituyen la *obra* y el *acto* los vectores de la estrategia electoral, sino, antes bien, la *inoperosidad* y la *potencia*.

### **Tenemos la oportunidad de que la política mejore la vida de la gente**

La instrumentación de dos relatos audiovisuales alternados se observa en la pieza titulada *Tenemos la oportunidad de que la política mejore la vida de la gente* (00:48). Su esquema narrativo se divide en la exposición de dos cadenas de imágenes: la primera la integra el candidato presidencial de Cambiemos -quien desempeña, mediante la primera persona del plural [*Nosotros*] el colectivo que tiene *la oportunidad de que la política mejore la vida...*- y la segunda se integra por el colectivo destinatario de las medidas de su ejercicio de gobierno -es decir, *...la gente*-. Lo que en apariencia, según indica el título del anuncio, pareciera conformar una división entre las sociedades de representantes y representados, se aclara de inmediato en la segunda cadena de imágenes, en la cual, en razón de la exposición conjunta de *nosotros* y la *gente*, se muestra una serie de reuniones practicadas por los principales referentes de Cambiemos y diversos sectores de la sociedad civil.

La cadena inicial ha sido elaborada mediante la exposición, en primer plano, del rostro de Macri quien, mirando a cámara, establece un régimen de contacto más cercano e íntimo con el espectador. Sobre el final de la representación, el aspirante solicita el voto ciudadano, cuando afirma “el 22 de noviembre vamos juntos”, acompañada su voz

por la melodía que ha caracterizado al conjunto de los anuncios de campaña pertenecientes a la coalición.

La segunda serie de imágenes acontece en espacios y tiempos distintos, y a ésta pertenecen los dos fotogramas que constituyen las muestras de observación. El primero ha sido rodado en una calle sobre cuyo asfalto Macri camina, rodeando con su brazo a una señora que parece hablarle al candidato. Se reconoce en la profundidad de campo a ciudadanos reunidos en grupos y conversando. No se advierte la presencia de asesores o acompañantes del líder del binomio de Cambiemos, de modo que se establece una relación de equivalencias entre los dos protagonistas ubicados en el centro de la representación [Figura 73]. La televisión, “como escenario principal” de la política, (Landi, 1992a, p. 37) se refiere a la incorporación en Argentina de este medio a la estrategia discursiva de la clase dirigente acontecida hacia finales de la década del 80’ del siglo pasado. En la actualidad, aquella forma sistema con los medios digitales de comunicación, debido a la existencia de regímenes de composición audiovisuales equivalentes en ambas plataformas, como por caso el trabajo de puesta en escena que se establece a partir de la profundidad de campo. La imagen número 73 se incluiría en la categoría que Eco (1986) señaló como característica de la Paleo TV debido a que exhibe en su diégesis al “mundo exterior” (p. 201). En razón de la inexistencia manifiesta de marcas que atestigüen la presencia de la lente de filmación (micrófonos, miradas a cámara, entre otras), la imagen representa un aspecto del encuentro acontecido entre Macri y los ciudadanos. Sin embargo, en este estudio ha sido considerada como manifestación de la Neo TV debido a que, en verdad, constituye un trabajo de puesta en sentido que devela la presencia del sujeto impersonal de la enunciación. En otros términos, la imagen muestra menos el acontecimiento que la presencia del artefacto de filmación dispuesto en una arteria de paso público. La inexistencia de movimientos indiscretos hacia el interior del encuadre constituye apenas un ejemplo, del mismo modo que la replicación de su esquema narrativo no puede sino obedecer a un programa argumental consensuado en la instancia de producción de las imágenes.

En el *spot* examinado se presentan “posturas muy generales y casi obligadas” tanto como “reminiscencias muy simbólicas de la pertenencia a grupos” (Gerstlé, 1998, pp. 232-233), las cuales acontecen bajo una modalidad que Verón (2001c) ha denominado “denegación de la puesta en escena” lo que va acompañado, afirma el autor que de modo contradictorio, por “una valorización de las estrategias enunciativas” (p. 78). De modo que si el sujeto de la enunciación Cambiemos pretende afirmar *lo real* de

los encuentros acontecidos entre política y sociedad civil, la norma de producción audiovisual que la alianza establece en los anuncios de uso electoral finalmente devela su presencia.

Bazin [1953/1957] (2008b) ya había señalado que las “imperfecciones [de una película] patentizan su autenticidad” (p. 50), tal como, al parecer, se observa en la siguiente imagen también perteneciente a *Tenemos la oportunidad de que la política mejore la vida de la gente* [Figura 74]. Aquí se repite la gestualidad que Macri -acompañado por la actual gobernadora de Buenos Aires- ordena con su cuerpo, y la ubicación, detrás de su figura, de un enrejado perteneciente a un domicilio particular. De modo que los cuerpos, los objetos y los espacios se han instrumentado bajo un esquema argumental similar a la examinada en los avisos concernientes la instancia de las PASO.

Las imperfecciones señaladas por Bazin se trasladan, a la imagen número 74, a la posición en apariencia indebida de dos cuerpos que parcialmente ocultan a Macri, a Vidal y a la señora que los recibe en el frente de su casa. La lente de la cámara pareciera *ingresar* a una zona vedada en la cual acontece *lo real* y que el artificio simplemente lo captura en la plenitud de su manifestación. En consecuencia, los candidatos y los ciudadanos han sido registrados a través de un “ojo precario de saber provisional, al que la realidad de los hechos se le escapa como agua entre las manos” (Machado, 2009, p. 31). Esta cámara ha desentrañado la posición actancial que desempeñan las esferas política y civil, a la vez que expone el grado de igualdad que las equipara.

## **Brindar**

La segunda serie de anuncios pertenecientes al Frente para la Victoria, difundidos durante la celebración del balotaje, presenta la particularidad de que el candidato dirige su mirada hacia el lente de la cámara, estableciendo un régimen de contacto más cercano con el espectador. Su cuerpo, los objetos y los espacios constituyen una unidad narrativa cuyo programa establece la cercanía del aspirante presidencial y los electores.

La pieza *Brindar* (00:24) se desarrolla en una oficina de trabajo gubernamental. El anuncio se inicia registrando a Scioli en un plano medio hasta lograr, mediante el acercamiento del lente de la cámara a través de la técnica de *zoom*, un plano medio

corto. La representación audiovisual ha sido rodada en un único plano, en cuyo cierre se dispuso una reproducción de la boleta de la coalición.

El esquema argumental se sustenta a través de la “producción de sinceridad y de confianza” (Groys, 2014b, p. 41) que Scioli establece a partir del conjunto de la estructura del aviso. En consecuencia, las tres sub unidades de observación se hallaron sujetas al servicio de la puesta en escena del despacho, de los elementos ubicados en su interior y, en mayor proporción, del operador que constituye el cuerpo presidencial. En primer orden, la fotografía ubicada sobre el margen derecho del encuadre [Figura 75] determina una puesta en abismo cuya diégesis incluye una representación indicial junto a la máxima autoridad de la iglesia católica. En efecto, la figura del Papa junto a Scioli, sentados alrededor de una mesa, ancla el sentido del conjunto del *spot* y lo sustancia en razón de los atributos definidos por Groys. Sobre el margen opuesto, se observa una bandera argentina y libros cuyos lomos también replican los colores de la insignia nacional. Estos se ubican junto a otra serie de cuadernos, en profundidad de campo con respecto al cuerpo del líder partidario.

El espacio corresponde a un sitio de trabajo desde el cual Scioli enuncia sus palabras, sin la intervención de elementos frecuentes examinados en ejemplos pertenecientes a las instancias de sufragio que anteceden al balotaje. Si en aquellas Scioli se ubicaba detrás de un atril y sobre un escenario, en cuyo caso cientos de asistentes aplaudían su intervención, en *Brindar*, por el contrario, no hace uso de tales objetos y espacios.<sup>121</sup>

El *spot* se vincula a la demanda que Mora y Araujo (1991) había advertido hacia comienzos de la década de 90'.<sup>122</sup> La exposición de su cuerpo difiere en relación a los avisos que mostraban su capacidad *actualizada* en cada una de sus intervenciones. En esta producción, la posición actancial de Scioli se modifica, a la vez que las acciones que desempeña contrastan con la exposición de un liderazgo semejante a las piezas ya examinadas. Michaud (2007) afirma que “[H]asta la visión moral de los comportamientos parece estar ahí «para verse bien»” (p. 10). En el ejemplo de la

---

<sup>121</sup> Afirma, mirando a la cámara, “Quiero ser presidente para ponerme al servicio de todos. Abrir una etapa diferente y brindar mi experiencia y propuestas a futuro para resolver los nuevos desafíos del desarrollo. Estimulando a los que prenden e invierten, cuidando a los que trabajan y estudian, y brindando oportunidades a quienes más necesitan del Estado” (Prensa Frente para la Victoria, 2015q).

<sup>122</sup> Se debe señalar que el politólogo argentino indica que las demandas ciudadanas en el campo político remiten a una estructuración del orden económico que excede a los alcances de la investigación. Basta con precisar que el modelo de comunicación de un líder cercano a la ciudadanía se hallaba vigente en Argentina con décadas de anterioridad a la consolidación de la tesis de los consultores Durán Barba & Nieto.

imagen número 75, se observa que Scioli se conduce con la mesura que afirma en su enunciado verbal. Su cuerpo constituye, tanto como la fotografía junto al Papa y la decoración reducida del espacio representado, una voluntad de expresión de una recomposición de su figura, tal como afirma en otro *spot* de la misma serie, en la cual asegura que comprendió las demandas que solicitaban los votantes y que expresaron a través de su voto: “Tengan la seguridad de que los escuché a todos. Los que me votaron y los que no me votaron. Escuché y entendí”.<sup>123</sup>

La mirada hacia la cámara (Eco, 1986) denuncia la presencia del artificio de filmación y afirma, al mismo tiempo, que el enunciado se dirige hacia los electores que, en mayor proporción, optaron por otras fuerzas de representación. Gubern (1987) ha indicado que la producción de imágenes no hace más que ocultar a la realidad que aluden, de modo que ésta es indicada a través de cada una de las técnicas de reproducción. En el caso de la muestra de observación, se ha construido una escenificación acerca de la variación del precepto que guía al candidato presidencial. En efecto, si en las piezas difundidas en las jornadas precedentes Scioli, los objetos y los espacios incluidos en los anuncios convergieron en la exhibición de un liderazgo vinculado a su visión de estadista, en *Brindar*,<sup>124</sup> por el contrario, la diégesis conduce a la revelación de un candidato cuya imagen audiovisual ha sido compuesta por caracteres similares a su principal oponente. En consecuencia, se trata de una muestra acerca de lo que Groys (2014a) afirma con respecto a las plataformas de gobierno, las cuales, señala el autor, se modifican constantemente, por lo que el electorado no hace otra cosa que inclinarse por aquello que constituye “su credo básico [el del hombre político] a nivel estético y político, y no de acuerdo a programas arbitrariamente cambiantes y a los contenidos que apoya o formula” (p. 34).

En definitiva, *Superación* y *Brindar* visibilizan una modificación de la estructura general de los anuncios, los cuales tuvieron su correlato en los enunciados verbales proferidos por el líder del binomio del Frente para la Victoria. En otros términos, la representación de Scioli pasaría, a partir de la última jornada electiva, a la exposición de un liderazgo cuya posición actancial requiere de la inter relación inmediata hacia la sociedad civil.

---

<sup>123</sup> El anuncio se titula *Conmigo Argentina no corre riesgos* (00:48) (Prensa Frente para la Victoria, 2015r).

<sup>124</sup> Este aviso funciona como síntesis de la serie que replica la estructura visual/audiovisual. Su elección se realizó de acuerdo al procedimiento establecido en la matriz de datos presentada en la etapa teórica de la investigación.

## Una nueva forma de hacer política

La siguiente pieza, titulada *Una nueva forma de hacer política* (00:48) refrenda un modelo estructural de comunicación audiovisual en el cual se materializa el régimen de enunciación examinado con motivo de las PASO. Aquí también los cuerpos, los objetos y los espacios que conforman a la unidad de observación determinan una norma que iguala al candidato de Cambiemos con respecto a los ciudadanos con los cuales mantiene un diálogo bajo la modalidad denominada timbreo. En consecuencia, el vínculo que Macri ensaya con el vendedor de diarios junto a quien conversa [Figura 76] convalida una medida proselitista hasta entonces inédita en el marco de las estrategias electorales a nivel nacional. La “nueva era de campañas políticas” (Waisbord, 1995, p. 17) había sido anunciada por una serie de autores, muchos de ellos citados en este trabajo, por lo que la novedad que supuso la contienda de la alianza actualmente al frente del Gobierno, en verdad, no ha sido más que la puesta definitivamente en práctica de una tendencia ya vigente hacía más de dos décadas atrás.

El fotograma número 76 ostenta un objeto que, de acuerdo a la matriz de datos sobre la que se desarrolla el estudio, connota al conjunto del esquema del anuncio. El equipo para preparar mate, que el ciudadano mantiene entre sus faldas y en su mano, aleja la concepción de un cierre de campaña sustanciado en los términos clásicos de actos multitudinarios, vigentes hasta entonces y practicados por los partidos tradicionales de representación (Durán Barba & Nieto, 2017a). Si en estos la figura del líder ostenta la centralidad del mitin, la regla que en 2015 impuso Cambiemos equipara la exposición conjunta de los aspirantes y los electores, de modo que la *potencia*, y no ya la *actualización* de las capacidades personales y de los programas de gobierno, constituye el núcleo de los anuncios de uso partidario. En consecuencia, afirman los consultores de Cambiemos, los “discursos en los que se repiten las mismas frases oídas decenas de veces (...) no interesan a nadie” (p. 75).

El cuerpo de Macri, una vez más, funciona como un operador de sentido de la estructura del *spot*, la cual incluso es recorrida por la voz en posición *over* del candidato.<sup>125</sup> El saludo que establece con sus manos y la sonrisa de su rostro

---

<sup>125</sup> En efecto, la pieza se compone de dos cadenas de imágenes. Entre el plano de apertura y cierre que muestran a Macri, se intercalan imágenes situadas en diferentes centros de la Argentina. En plano medio y mirando a cámara, el líder del binomio enuncia: “Aunque no me hayas elegido, seguramente la noche de la elección sentiste que algo estaba cambiando. Que estaba llegando una nueva forma de hacer política, la de hablar menos y hacer más para que cada día vivas un poco mejor. Para que vayas entusiasmado al

materializan el enunciado verbal del aviso, en el cual se vuelve a reclamar el sufragio de los votantes. El espacio representado en la figura 76, aunque intervenido por los equipos de propaganda de Cambiemos, resulta verosímil (Metz, [1967] 2002d) con respecto al espacio referencial. La trama argumental establece un encuentro informal en el sitio de trabajo del ciudadano, con el cual dialogan bajo la mirada de la esposa del aspirante a presidir la Nación.

Debido a la convención social que vincula al mate con la cercanía, el encuentro y, en este caso, con la conversación franca y cordial, la inclusión de la infusión en el centro de la imagen, juntamente con los actantes políticos y civiles, obra en interés del conjunto de la trama del anuncio. La relación que asocia a las tres sub unidades de observación también forma sistema con la exposición de un dirigente inmediatamente próximo a las necesidades del electorado.

El fotograma seleccionado no trasgrede “las convenciones y los límites establecidos por la tradición” (Gubern, 2005, p. 13), en cuanto respecta a la imagen pública y pretendida de Macri que PRO ha elaborado al menos desde el año 2013.<sup>126</sup> Las posiciones actanciales que han sido adjudicadas por Cambiemos tanto para el candidato como para los ciudadanos son convalidadas en la última instancia de elección, por lo que no es posible considerar a las producciones como a un dispositivo transgresor sino hacia los avisos de las campañas políticas que anteceden al año 2015. En consecuencia, la regla de producción de los anuncios, a nivel nacional, sí constituye una ruptura con relación a las contiendas argentinas sucedidas desde el inicio de su mediatización, al tiempo que no trasgreden la pauta de diseño de las disposiciones proselitistas de la alianza en ejercicio.

Los nuevos registros significantes que acompañan al texto escrito, tales como “la imagen, la voz, el cuerpo” (Verón, 2001c, p. 78), constituyen muestras de observación ineludibles para examinar a los anuncios de uso electoral contemporáneos. Debido a que la banda de sonido no ha sido el objeto de la investigación, por lo cual apenas se reconoció, en el recorrido de estudio, algunos de sus principales componentes, el

---

trabajo porque sabés que el sueldo te rinde. Para que vuelvas tranquilo porque ves que las calles están más seguras. Para que llegues a casa y tus hijos te sorprendan con lo que aprendieron en la escuela. Para que te puedas quedar en tu provincia porque podés estudiar, trabajar y hacer lo que te gusta. O para que puedas ir al lugar del país que quieras, porque allí las cosas también están mejor. Esa es mi intención. Lograr que la política sirva para solucionar tus problemas, no para crearlos. El 22 de noviembre, cambiemos” (Prensa PRO/Cambiemos, 2015bb).

<sup>126</sup> La fecha es arbitraria, y corresponde al inicio informal de la etapa de recolección de datos perteneciente a la investigación.

señalamiento de los actantes políticos y civiles determinó la detección de una serie de operaciones de composición que han atravesado a las tres instancias de sufragio.

En las imágenes que conforman a la segunda cadena, interpuesta entre el plano de apertura y de cierre del *spot*, se replica la exposición de escenas que tributan al enunciado verbal, como por ejemplo el encuentro entre agentes de seguridad y una familia acontecido en una plaza, mientras la voz de Macri en posición *over* afirma que las calles “están más seguras”, entre otros casos que conforman a las relaciones paradigmáticas que se examinarán en un capítulo posterior.

### **El país tiene derecho a saber-Ajuste**

El día 15 de noviembre de 2015 se celebró la segunda instancia de debate presidencial. En esta oportunidad, Macri y Scioli confrontaron como no pudieron hacerlo en la primera ocasión, debido a que el candidato del Frente para la Victoria no asistió aduciendo una serie de motivos que exceden a los alcances de la investigación. El debate había sido transmitido por varios canales de televisión, aun tratándose de una jornada de campaña oficiosa.<sup>127</sup>

El anuncio siguiente recupera dos planos registrados en la jornada mencionada, en cada uno de los cuales se instrumentó un régimen de composición que los reunió bajo la forma de un falso *raccord*, de forma que el sentido de la escena “se percibe de forma unitaria y continua” (Metz, [1966-1967] 2002c, p. 152). El aviso se titula *El país tiene derecho a saber-Ajuste* (00:24) e incluye una particularidad hasta aquí no incorporada en las piezas de las dos fuerzas de representación. Se trata de una construcción icónica de un reloj [Figura 77] incluida en los segundos iniciales del *spot*, la cual materializa el paso del tiempo que Macri dispone para contestar la pregunta formulada por su rival. El esquema narrativo del aviso opera menos sobre la representación del cuerpo presidencial de Scioli, que sobre el cuerpo significativo de su adversario. Los dos planos señalados dan cuenta de esta situación [Figuras 78 y 79]. En el primero, Scioli efectúa una interrogación que, en el segundo, Macri aún no ha contestado, por lo que su rostro se muestra indeciso. El paso de la imagen del líder del Frente para la Victoria hacia la imagen del conductor del binomio de Cambiemos se

---

<sup>127</sup> Debido a que en la tesis se hace referencia a los dispositivos de comunicación oficial, el debate no ha sido objeto de reconocimiento analítico. A partir de la campaña 2019, sí adquirió un carácter oficial por el cual los candidatos se hallan obligados a participar de tales encuentros.

formalizó bajo una modalidad técnica que Casetti & di Chio (2014) denominaron “asociación por transitividad” (p. 96), debido a que la prolongación de la situación en la cual se formula una pregunta se extiende hacia el plano siguiente, en el que se presenta una presunta contestación. En efecto, la captura de Macri no corresponde al instante inmediatamente siguiente a su interpelación, por lo que se trata de un falso *raccord* sujeto a la exposición del candidato de Cambiemos en condición dubitativa e imposibilitado para ensayar una respuesta satisfactoria hacia los intereses que guiaron su campaña.<sup>128</sup>

El debate presidencial constituye un espacio en el que las alianzas partidarias han impuesto, aunque no completamente, “sus propias reglas [enunciativas]” (Quevedo, 1992, p. 17). Los candidatos han hecho uso de este acontecimiento para establecer su programa de gobierno, supeditados a los tiempos y a las condiciones de la exposición televisiva -tandas publicitarias, manejo de cámaras, entre otros registros-. De modo que interesa, a los efectos de la investigación, reconocer la apropiación que el sujeto impersonal de la enunciación ha elaborado del debate presidencial, incluido en el anuncio difundido en la última jornada de elección.

Si la primera novedad ha sido un registro icónico, la segunda corresponde a la interpelación directa que Scioli efectuó sobre su adversario. El cuerpo presidencial, que constituye un operador de soporte y producción de sentido, se reconoce a través de dos modalidades opuestas en los planos filmicos que lo registra [Figuras 78 y 79]. El cuerpo del aspirante del Frente para la Victoria constituye la seguridad y la visión de un estadista que, en beneficio de la comunidad interpela, a través de su palabra, a quien considera más que un hombre político, una posición actancial cuyas decisiones al frente de un gobierno nacional obrarían en desmedro de la sociedad. Scioli formula su interrogante dirigiendo su mirada hacia cámara y, a continuación, el plano que le sucede muestra a Macri observando, presuntamente, hacia quien lo interpela mediante su enunciado verbal.

El cuerpo del por entonces jefe de gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha sido mostrado, en el plano seleccionado por los equipos de campaña del Frente para la Victoria, abatido y sin capacidad de resolución a la pregunta manifestada ante

---

<sup>128</sup> La voz en posición *over*, con la cual se inicia el *spot*, anuncia: “Este domingo es el plazo final para que Macri conteste la pregunta que Scioli le hizo”. Luego, el candidato interroga a su oponente: “¿Quién va a pagar los costos de este ajuste y fundamentalmente de una devaluación?” El enunciado es retomado por el locutor, quien concluye: “Macri, ¿va a contestar, o no? El país tiene derecho a saber” (Prensa Frente para la Victoria, 2015s).

millones de espectadores.<sup>129</sup> Es posible afirmar que, no obstante el motivo icónico añadido al comienzo del *spot*, e inclusive por ello mismo, Scioli se mostró como un candidato que no actúa ante las cámaras de televisión, lo cual concede mayor credibilidad espectral (Morris & Rosales, 2007). Si la materialización de la temática del paso del tiempo -durante el cual Macri no atina a responder- ha sido diseñada a través de una representación ficcional, por el contrario, el anuncio de Scioli determina, mediante la exhibición de su cuerpo y de su voz, la autenticación de su responsabilidad como candidato a presidir la Nación. El falso *raccord* unifica a las dos situaciones, las cuales contrastan el sentido operado por los respectivos cuerpos presidenciales.

En esta tercera serie de avisos, en los cuales se recogen fracciones del debate presidencial, Scioli ha conducido su enunciado hacia “los problemas que han sido definidos como prioritarios” (Mora y Araujo, 1991, p. 176) por parte del ciudadano, con objeto de acercar las posiciones entre su candidatura y el electorado.

### **Un día todos sentimos que algo había cambiado**

La pieza *Un día todos sentimos que algo había cambiado* (00:48) reporta a la estructura de los anuncios de Cambiemos precedentes. La primera serie de imágenes exponen, en esta ocasión, a Macri y Vidal en planos medios, en un espacio orgánico (Casetti & di Chio, 2014) desde el cual la por entonces recientemente vencedora en la elección a la gobernación de la provincia de Buenos Aires enuncia el texto verbal que recorre al conjunto de las representaciones.

La segunda cadena materializa las palabras de Vidal, mostrando, por ejemplo, chicos en edad escolar, trabajadores de la industria y, en mayor proporción, ciudadanos de los cuales se desconoce otra segmentación distinta, por caso, a su voluntad de recibir a los líderes de las fórmulas nacional y provincial en sus respectivos domicilios. En consecuencia, el *spot* sustancia sus imágenes en la exhibición de actantes civiles, objetos de uso cotidiano y espacios reconocibles para el espectador: una cocina, un frente de vivienda precario, una fábrica, un paso de acceso público.

Debido a que “los dirigentes no tienen por qué ser muy distintos a los demás mortales” (Duran Barba & Nieto, 2017a, p. 329), las dos series de imágenes presentan

---

<sup>129</sup> La recepción del debate presidencial acaparó una audiencia inédita con respecto a un fenómeno político argentino.

correspondencias en razón de los actantes políticos y civiles que participan de su diégesis. Unos y otros replican la igualdad de los intereses que conducen a quienes emiten su sufragio y a los depositarios de la confianza ciudadana. El contacto que se establece mediante el saludo corporal [Figura 80] entre Macri y los figurantes de las producciones remite, de acuerdo al programa de Cambiemos, al grado de exposición que unifica a una clase dirigente, desde hace décadas, vacía de legitimidad y sectores sociales que recuperan su credibilidad acerca de los hombres de gobierno.

Las imágenes se presentan como información que referencian una serie de situaciones que Cambiemos presupone no haber intervenido. El ángulo de la cámara perteneciente a la siguiente captura [Figura 81] pareciera corresponder a un testigo involuntario/indiscreto del encuentro entre Macri y el trabajador industrial, de modo que la conversación y más aún, el apoyo de la mano del candidato sobre el hombre que lo mira hubiese sido efectuado con independencia de la presencia del artificio de filmación. En consecuencia, las producciones de la campaña no habrían sino reproducido *lo real* de las manifestaciones de referencia -diálogos, visitas, enunciados, entre otras- las cuales Cambiemos habría recogido y trasladado, sin su mediación, hacia los dispositivos de comunicación visual y audiovisual. Esta imagen constituye un ejemplo acerca del trabajo del sujeto de la enunciación que “se dedica enteramente a borrar las huellas de sus pasos” (Metz, 1979a, p. 42) sobre la superficie del texto fílmico.<sup>130</sup> La alianza practica un ejercicio mediante el que comenta (Eco, 1986) la situación de referencia que sirve como base para desarrollar un programa argumental materializado a través de dispositivos que, de naturaleza indicial, trabajan sobre el registro de ciertos aspectos, por caso, pertenecientes a las tres sub unidades de observación seleccionadas.

La *temática* seguridad prevaleció durante las tres jornadas electivas. El *motivo* visual mediante el que se materializó correspondió a la seguridad física de los ciudadanos, para cuya exposición se privilegió a los enrejados dispuestos sobre el frente

---

<sup>130</sup> Otras de sus marcas no han sido borradas, sino incluso sublimadas, como el enunciado que efectúa Vidal: “Es emocionante ver lo que estamos logrando juntos. Un día nos levantamos y todos sentimos que algo había cambiado. Cambiamos enojo por esperanza. Una esperanza imparable. ¿Cómo no sentir que podemos? ¿cómo no ser optimistas? Si cada vez somos más los que no nos resignamos. Los que sabemos que podemos vivir mejor. Sabemos que podemos tener mejores hospitales, escuelas y rutas en todo el país. Sabemos que podemos generar más trabajo, más oportunidades, más confianza. No vas a perder nada de lo que ya tenés. No te vamos a dejar solo. Estamos convencidos [de] que somos mejores juntos que separados. No paremos hasta estar orgullosos de haberlo logrado. Cambiemos” (Prensa PRO/Cambiemos, 2015cc).

de las viviendas [Figura 82]. Las “posturas corporales, gestos y manejos del silencio que forman parte del efecto de credibilidad” (Quevedo, 1992, p. 19) se observan, en consecuencia, en el brazo de Macri, en la posición de escucha de los candidatos y en la potestad del uso de la palabra del joven que los acompaña. En el mismo sentido, Sartori (2003) asegura que “vemos personas, y no programas de partido [debido a que] el video-líder más que transmitir mensajes *es el mensaje*” (p. 57. La letra itálica pertenece al texto original).

Sobre el final de esta sección de la investigación comienzan a definirse, con mayor exposición analítica, las diversas posiciones actanciales pertenecientes a las sociedades política y civil. El análisis efectuado hasta aquí remite al testeo de nuestra hipótesis hermenéutica, para lo cual ha sido necesario examinar la diégesis de las producciones de campaña de la coalición Cambiemos. El *acto* y la *potencia* constituyen, en consecuencia, las categorías cuyo análisis requirió el recorrido presentado hasta el capítulo presente.

El reconocimiento de las relaciones paradigmáticas acerca de los diversos motivos subsidiarios de las temáticas que concursaron a las piezas de uso electoral contribuye a establecer una norma de producción que privilegió la exposición conjunta entre las esferas políticas y civiles, y la inclusión de una serie de objetos y espacios que, en definitiva, han connotado al programa de los anuncios de la fuerza política Cambiemos.

### **Uno de los dos, trabajo**

La cuarta y última serie de anuncios televisivos pertenecientes al Frente para la Victoria carece de las sub unidades de observación seleccionadas en la matriz de datos de la investigación. Se trata de una serie de más de 10 producciones en la cual los actantes políticos y civiles, los espacios representados y los elementos que connotan la estructura de los *spots* han sido sustituidos por paratextos lingüísticos. Su inclusión sobre el cierre de la campaña 2015 conforma, junto a las tres series de anuncios difundidos en la instancia final de votación, una reconfiguración de la estrategia

enunciativa que, hasta entonces, las coaliciones que lideraron Macri y Scioli no instruyeron en sus dispositivos de comunicación oficial.<sup>131</sup>

La gramática de producción del *spot* titulado *Uno de los dos, trabajo* (00:15) constituye una regla que ha sido aplicada a esta serie de anuncios, en los cuales un paratexto ubicado en el centro del encuadre asegura que *Uno de los dos, va a cuidar tu trabajo* [Figura 83], al tiempo que una voz en posición *over* repite el texto lingüístico dispuesto sobre un fondo naranja. En el cierre de la pieza, se dispuso el frente de la boleta del Frente para la Victoria (Prensa Frente para la Victoria, 2015t).

Entre los “elementos identificatorios” (Mangone & Warley, 1994, p. 43) de la campaña de Scioli destaca el color naranja, el cual se convirtió en la principal marca visual de la gestión al frente de su segunda gobernación bonaerense.<sup>132</sup> De este modo, el fondo naranja materializa la respuesta al interrogante que plantea la leyenda lingüística sobreimpresa en la pantalla. Metz [1964] (2002b) ya había señalado, con respecto a la segunda articulación de la estructura audiovisual, que “[E]n el cine, la distancia [entre significativo y significado] es demasiado corta” (p. 87),<sup>133</sup> de modo que la imagen que ilustra a la unidad de observación constituye un caso para examinar a la luz de dicha articulación. El significativo audiovisual que constituye el color naranja remite, en razón de la función espectral vigente en el año 2015, una correspondencia inmediata hacia la gestión ejecutiva bonaerense del candidato presidencial del Frente para la Victoria. Si bien en la presente investigación no se ha formalizado un estudio acerca de la instancia de reconocimiento de las piezas de difusión, debido a que excede a los alcances trazados al inicio del recorrido de análisis, con seguridad el color naranja habría sido reconocido como un signo simbólico del sujeto extra diegético de la enunciación. Si al respecto al espectador cabría alguna duda, la inclusión de la boleta en cuyo centro se ubicó una foto del rostro del aspirante anclaría la autoría de este conjunto de piezas de comunicación televisivas.

---

<sup>131</sup>Al respecto, las muestras de observación corresponden con producciones oficialmente difundidas por los equipos de comunicación de las alianzas Cambiemos y Frente para la Victoria, por lo que no han sido consideradas, por ejemplo, la folletería elaborada por grupos de adherentes a una de las coaliciones. En sus anuncios, cuya circulación se efectuó en la vía pública, se había recurrido, con mayor intensidad, a una clase de enunciación equivalente a la manifestada en las figuras número 83 y 84.

<sup>132</sup> Su biógrafo recuerda que “en el año 2011 [Ernesto] Savaglio eligió el color naranja para todas las publicidades institucionales o políticas de Scioli: «[E]legimos el naranja porque es el color del optimismo», dijo en un reportaje a *La Nación*” (Confalonieri, 2013, p. 193. La letra itálica pertenece al texto original).

<sup>133</sup> En la primera articulación, el autor indicó que “la imagen (por lo menos la del cine) equivale a una o varias frases, y la secuencia es un segmento complejo de *discurso*” (p. 89. La letra itálica pertenece al texto original).

Por tal motivo, el anuncio sustancia un “mensaje unívoco” (Gubern, 1974, p. 185) acerca de las medidas de gobierno que uno y otro candidato habrían de implementar en sus respectivos mandatos, así como también, en relación con ello, la posición de garante que Scioli asume acerca de la seguridad de los derechos ciudadanos. Al respecto, el conjunto de avisos hacía referencia, en los distintos segmentos, por ejemplo, al mantenimiento/quita de subsidios a los servicios públicos y a la protección/desprotección de los sectores económicamente más vulnerables.

El ejemplo siguiente [Figura 84] preserva la estructura del anuncio anterior, en el cual sólo se modifica el paratexto que, en este caso, indica *Uno de los dos, va a cuidar la industria nacional y el trabajo* (Prensa Frente para la Victoria, 2015u). De igual modo al caso anterior, la pieza constituye una modalidad de diseño mediante la cual “las cualidades personales de los candidatos (...) se expresan visualmente” (Gerstlé, 1998, p. 232) aunque, en estos ejemplos, sus cuerpos aparezcan sobre el final de los avisos, mediante la exposición de las fotografías incluidas en las boletas, y no en el centro argumental de las producciones. La exposición del cuerpo presidencial de Scioli se efectuó mediante la figura de la sinécdoque que constituye el rostro del conductor del Frente para la Victoria.

El “testimonio histórico” (Burke, 2005, p. 20) de estos anuncios opera, en la *actualidad*, en calidad de registro de aquellas medidas que, de haber alcanzado la presidencia de la Nación, Scioli habría de efectivizar o, por el contrario, sería recusado por no llevarlas a la práctica. De modo que las producciones de esta cuarta serie de anuncios difundidos en la antesala de la realización del balotaje materializan las directivas que el candidato habría dispuesto en su hipotético Gobierno al frente del Poder Ejecutivo Nacional.

En una próxima sección de análisis se examinó la modificación que se sustanció en los avisos proselitistas pertenecientes a la última jornada de sufragio. El estudio conjunto de las producciones del Frente para la Victoria comprendió un reconocimiento inter textual no sólo hacia el conjunto de las piezas de la alianza liderada por Scioli, sino además con respecto a los avisos de Cambiemos, señalando puntos en contacto y, en mayor proporción, diferencias acerca de sus respectivas estructuras significantes.

## Boletas

### PRO/Cambiamos

Las imágenes fijas mayormente difundidas han sido, paradójicamente, aquellas que han recibido, hasta aquí, el menor trabajo analítico. Su composición remite a un régimen que incluye al texto juntamente con las capturas fotográficas, por lo cual resulta impostergable situar el estudio a partir de los clásicos textos de Barthes [1961] (1986a). Las boletas a través de las cuales se emiten los sufragios presentan imágenes en su posición “axial” (Péninou, 1972, p. 121), y constituyen excelentes muestras de síntesis acerca de lo expuesto hasta el momento.

Como primera medida, la imagen que acompaña la boleta perteneciente a las PASO [Figura 85] no ha sido replicada en los frentes de las boletas válidas en la primera y segunda jornada de elección [Figuras 86 y 87], que sí han coincidido en el diseño integral del espacio de representación -es decir, la boleta- tanto como en la inclusión de la misma captura fotográfica. El estudio se inicia por la primera de las dos instantáneas, que presenta, en plano medio corto, a la fórmula nacional de la coalición Cambiamos.

De las tres sub unidades de reconocimiento [Figura 85], una -los *cuerpos*- se encuentra visiblemente presente, otra -el *espacio*- se expone mediante su propia anulación y la tercera -los *objetos*, en este caso el atuendo informal que lucen- forma sistema con la primera. En efecto, los cuerpos de los candidatos constituyen la figura que Verón (1997a) denominó la *Pose*, debido a que se tratan de una construcción en la cual el sujeto impersonal de la enunciación preserva la facultad de las condiciones de estructuración de las imágenes. En consecuencia, mediante la mirada hacia el lente de la cámara y la ubicación de los cuerpos -el hombro de Macri se ubica por delante de su compañera de fórmula, indicando su posición al frente del binomio- la fotografía reconstruye una gramática de producción que privilegia el régimen del contacto con su electorado. A propósito de las tapas de la revista francesa Paris Match, Verón recuerda que quienes salen retratados “[S]on como amigos o parientes más o menos distanciados de quienes recibimos una fotografía o una tarjeta postal de vez en cuando (algo así como: «siempre estamos allí»)” (1997a, p. 64). Tras recorrer el período oficial para distribuir propagandas en los espacios audiovisuales asignados por la Dirección Nacional Electoral y más aún, luego de múltiples apariciones en las plataformas de

comunicación con motivo del ejercicio de gobierno al frente de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que desempeñaban, por entonces, Macri y Michetti, sus nombres y sus rostros se hallaban instalados y posicionados en una fracción mayoritaria del electorado argentino. De modo que la indicialidad de las fotografías que, como recuerda Dubois (1986), remiten a un único referente, constituyen emanaciones de una fórmula presidencial que “*atestigua* su existencia (pero no el significado) de una realidad” (p. 50. La letra itálica pertenece al texto original).

El significado de la fotografía, en consecuencia, es asignado a través de la inclusión de una leyenda escrita que asegura que *El camino del cambio* lo representa, en la Argentina de 2015, los líderes políticos cuya efigie se ubica por debajo del texto y de la grafía de Cambiemos. Al respecto, Barthes [1961] (1986a) aseguró que “la imagen no aparece para iluminar o «realzar» la palabra, sino que es la palabra la que aparece para sublimar, hacer más patética o racionalizar la imagen” (p. 22). De manera que el sentido de la imagen es anclado a través de un paratexto cuya circulación se encuentra en dispositivos de comunicaciones visuales y audiovisuales.<sup>134</sup>

El cuerpo en el vacío (Temperley, 2007) sitúa a Macri y a Michetti por fuera de los espacios habituales en los cuales han sido incluidos en las imágenes fijas y en movimiento. El fondo blanco, ausente de espacio referencial, reenvía a dicha afirmación. Son sus respectivos rostros el motivo que materializa el cambio que sustancia el paratexto. Las ropas informales que visten connotan la cercanía y la posibilidad de abandono de las tradiciones de un liderazgo arraigado en prácticas partidarias que, afirman Duran Barba & Nieto (2017b), ya no serán de utilidad en las sucesivas campañas de elección [Figuras 86 y 87].

La fotografía siguiente ha sido empleada en las dos jornadas finales, debido a que, recuerda Verón, “las fotografías de reportaje son para *volver a utilizarse*” (1997, p. 65. La letra itálica pertenece al texto original). La *Pose* que brindan los cuerpos del binomio fue registrada en primer plano, en cuyo fondo se recrea la exposición de un ambiente natural. El texto escrito no acompaña a la imagen, por lo que la renovación

---

<sup>134</sup> El enunciado *El camino del cambio* replica, por ejemplo, el título de un *spot* homónimo en el que, en posición *over*, Macri asegura que “el camino del cambio no empieza hoy, empezó hace tiempo” (Prensa PRO/Cambiemos, 2015g).

Iglesias Illa (2016) añade que “no deberíamos arriesgar o reinventar el Mauricio Macri cercano, humano y honesto que con tanta paciencia construimos en el último año y medio” (p. 131).

política que sus rostros materializan puede comprenderse en relación al espacio en el que se ubican.

Las fotografías, recuerda Schaeffer (1990), reportan información “inconmensurablemente más pobre” (p. 64) que la percepción del hombre. Sin embargo, la exposición de un ramaje color verde connota a los rostros que dirigen sus miradas a su espectador. En consecuencia, “el espacio fotográfico, aunque fuertemente construido, funciona como espacio grabado, marca indicial de una porción del espacio real (p. 88), de manera que, aunque lejos de la exposición del espacio referencial, su incorporación en la profundidad de campo permite reconstruir una aproximación más o menos verosímil del parque o bosque en el que la imagen ha sido registrada. En este sentido, la naturaleza sustancia la transparencia del carácter de los individuos que posan junto a ella. Cuerpos y espacios -la camisa abierta de Macri se reconoce apenas por su cuello- conforman un sistema integral acerca del cambio que promovía la alianza de representación.

En definitiva, la efigie de Macri ha sido presentada próxima a un presidente -con letra minúscula- debido a que la imagen procura la exposición del “individuo real” (Marín, 1992, p. 422), despojado de su investidura política.

### **Frente para la Victoria**

Las dos imágenes fotográficas que ilustran el rostro de Scioli, incluidas en las tres boletas de elección, constituyen lo que Grimson & Rocha (1994) denominan una batalla que se libra a través de la representación del cuerpo. Ubicado en un fondo vacío (Temperley, 2007) -sobre un decorado color blanco- las capturas han variado levemente su composición y una de éstas ha sido reutilizada en la primera vuelta de sufragio y el balotaje. Asimismo, la boleta no ha replicado su diseño gráfico a lo largo de la contienda. La inclusión de una franja color naranja en aquellas difundidas luego de la celebración de la jornada de las PASO remite a una serie de motivos cuyo examen comprende un estudio que no se corresponde con el objeto de la investigación.<sup>135</sup>

La “existencia del referente” (Dubois, 1986, p. 31), que la imagen indicial instituye en relación al candidato del Frente para la Victoria no asegura que se le asemeje. Por caso, la incipiente calvicie del candidato ha sido retocada mediante un

---

<sup>135</sup> Al respecto, y sólo a modo de mención, la incorporación de la franja naranja tuvo como objeto reforzar la identidad de la marca de la gestión de gobierno bonaerense.

procedimiento técnico de composición. Gubern (1974) afirma que, a pesar de que la fotografía no constituye una reproducción equivalente a la visión del hombre, sin embargo aún preserva un alto nivel de fidelidad documental.

El factor determinante de la imagen indicial se vincula a la conexión física -que establece con su referente-, a la singularidad, a la designación y al atestiguamiento (Dubois, 1986). La fotografía no remite a la coalición Frente para la Victoria como tampoco lo hace con respecto al Partido Justicialista, el cual se halla representado a través de su símbolo y de las efigies de sus creadores [Figuras 88, 89 y 90]. El rostro de Scioli designa a su propia persona, atestiguando su existencia, pero nada dice acerca de su condición de candidato a presidir la Nación. En efecto, un paratexto ubicado sobre la imagen cumple dicha función de anclaje, afirmando que el rostro que acompaña la boleta -y cuyo nombre se ubica por debajo de la fotografía- se trata del *precandidato* -en las PASO- y *candidato* -en la primera y segunda jornada- a *Presidente de la República Argentina*. Dicho de otro modo, el sentido de la representación es asumido por el texto lingüístico que, en términos barthesianos, “le añade peso a la imagen” ([1961] 1986a, p. 22). Acerca de las variaciones hacia el interior de la fotografía, se observa una distinción del color de la corbata que luce el aspirante, roja en la boleta correspondiente a las PASO y azul en la boleta perteneciente a las dos jornadas que le suceden.

Rieffel (1998) asegura que “el poder se entrega como representación” (p. 241). El traje que luce el candidato, que contrasta con la vestimenta informal que exhiben Macri y Michetti, constituye una prenda que equivale a los atavíos con que las máximas autoridades reales demostraban su autoridad (Burke, 2005). De modo que, a través de un ejercicio analítico inter textual que incluye a los dispositivos fijos y móviles examinados a lo largo de la investigación, se concluye que las dos fotografías muestran a Scioli en calidad de estadista y soberano de la facultad de ejercicio de gobierno.<sup>136</sup>

La fotografía de Scioli constituye un caso de representación en tanto Presidente -con letra mayúscula-, ya que expone la autoridad política que detenta el precandidato/candidato (Marín, 1992).

---

<sup>136</sup> Debido a la seguramente inesperada celebración del balotaje -encuestas aseguraban que el Frente para la Victoria ganaría las elecciones en la primera vuelta- no habría temporalmente sido posible imprimir nuevas boletas. De este modo, la imagen reconfigurada de Scioli difundida en los anuncios televisivos pertenecientes a la última jornada no se ha visto reflejada en la boleta correspondiente.

El estudio de las imágenes que han integrado a las boletas de campaña quizás sintetice el reconocimiento de las producciones de las dos coaliciones. La distinta utilización de la profundidad de campo fotográfica -paisaje natural, en un caso, y fondo vacío, en el otro-, las diferencias de la vestimenta que lucen los candidatos, como además el acompañamiento lingüístico que Cambiemos incorporó a su primera producción señalan modos de representación visual que gravan a las imágenes en dos esquemas narrativos opuestos. Cuando en uno predomina la cercanía con respecto a su electorado, el siguiente ejerce una distancia que lo sitúa por sobre aquel.

Luis Marín (2012) ha señalado, en relación a la imposición de un grado de semejanzas, que:

[U]na de las características del espía, un rasgo de su vocación es ser *como todo el mundo*: oficinista, ingeniero, director de hotel, músico... pero siempre lo es *demasiado*, es demasiado semejante, un paradigma excesivo del grupo al que pertenece, de la base, del conjunto en el que se ha introducido, y es este exceso -“se pasa” como se dice normalmente- el que le hará ser descubierto. Los “iguales” recelarán de su singularidad porque se les parece demasiado o más bien porque alardea demasiado de lo que se les parece (p. 15. La letra itálica pertenece al texto original).

Si, efectivamente, los equipos de comunicación de Cambiemos y del Frente para la Victoria han producido imágenes que distan de constituir la naturaleza de sus candidatos deberá determinarlo un estudio, si se quiere, complementario al que aquí se presenta. En otros términos, si Macri no adolece por los ciudadanos y en tanto Scioli no se trata de aquel estadista que afirman sus producciones, no por ello se invalidan los resultados obtenidos en la presente investigación.

# Clarín X

Un toque de atención para la solución argentina de los problemas argentinos

Lunes 23.11.2015

BUENOS AIRES, ARGENTINA PRECIO: \$ 15,00



SUEÑO CUMPLIDO.  
CON SU MUJER JULIANA  
Y SU HIJA ANTONIA.

GUSTAVO GARIBOLDI

El balotaje marca el final del ciclo kirchnerista

# 51,4% Macri Presidente

Por primera vez gobernará en democracia un político que no se formó ni en el PJ ni en la UCR. El líder de Cambiemos consiguió 4 millones más de votos que en la primera vuelta, y tuvo grandes desempeños en Córdoba, Santa Fe, Capital y Mendoza. Scioli consiguió mantenerse en pie en el GBA. Empieza la transición: Cristina recibe mañana a Macri. **p.3**

**Cambiemos habla de fraude y el sciolismo, de recomtar votos**

Del editor • **Ricardo Kirschbaum**  
Por méritos propios  
y votos contra Cristina

Análisis • **Eduardo van der Kooy**  
El enorme cansancio  
pudo más que el miedo

Escriben Roa, Blanck, Fernández Canedo, Pepe, Aulicino, Miri,  
Floriti, Mindez, Dante Caputo, Julio Bárbaro, Marcos Novaro, Manuel  
Mora y Araujo, Andrés Malamud, Mariel Fornoni y Rodrigo Martínez

REPUBLICA ARGENTINA, AÑO LXXIX N° 25.129 - RECARGO ENVÍO AL INTERIOR: \$ 150 - URUGUAY: \$ 40,00 - BRASIL: R\$ 700 - PRECIO DE LOS OPCIONALES, EN EL ÍNDICE DE LA PÁGINA 82.

Imagen 12. Clarín, lunes 23 de noviembre de 2015, portada.



Los nombres para el gabinete

# Página 12

Reclame Libero

Las promesas de Macri de liberar el tipo de cambio y eliminar Precios Cuidados alimentan los aumentos de las firmas de consumo masivo

Un triunfo que impactará en las góndolas

BUENOS AIRES, LUNES 23 DE NOVIEMBRE DE 2015 / AÑO 29 / Nº 9734 / PRECIO DE ESTE EJEMPLAR: \$15 / RECARGO VENTA INTERIOR: \$1,50 / EN URUGUAY: \$40

## MACRI GANO CON EL 51,4 POR CIENTO DE LOS VOTOS

El ballottage ofreció un escenario partido casi por mitades: Cambiemos derrotó al FpV por menos de tres puntos. Scioli llegó al 48,6 por ciento y se impuso en la provincia de Buenos Aires. Córdoba resultó clave para los ganadores, que lograron allí el 71,5. Hubo festejos en el Obelisco. CFK se comunicó con su sucesor y se reunirán mañana

# UN PRESIDENTE, DOS PAÍSES



Carolina Campos

El presidente de FIAT Argenti-

### ESTABLISHMENT

na y eterna figura del establishment, Cristiano Rattazzi, fue fiscal de Cambiemos en una escuela de La Matanza. Cuando lo consultaron por su decisión, dijo que lo hacía para que "la Argentina pueda salir adelante luego de 85 años de frustraciones", lo que deja claro

que simpatizaría con los gobiernos previos a 1930. Rattazzi ya se había mostrado muy afectuoso con los macristas durante el debate entre Macri y Scioli. El empresario se acercó a Diego Santilli y María Eugenia Vidal, los abrazó y les dijo: "Ahora nos tenemos que juntar para ver qué vamos a hacer".

2/36

Escriben: Fernando Cibeira, Luis Bruschtein, Mario Wainfeld, Werner Pertot, Sebastian Abrevaya, Washington Uranga, Martín Granovsky, Luciana Pekar, Santiago Rodríguez, Ailin Bullentini, Nicolás Lantos, Victoria Ginzberg, Sandra Russo, Alejandra Dandan, Eric Nepomuceno, Eduardo Aliverti, Marta Platía, Laura Vales, Miguel Jorquera, Irina Hauser, Fernando Krakoviak, Juan Sasturain

Imagen 13. Página 12, lunes 23 de noviembre de 2015, portada.

## RESULTADOS FINALES

EN BLANCO: 1,19%  
RECURRIDO E IMPUGNADO: 0,05%  
NULO: 1,24%

PORCENTAJE DE MESAS ESCRUTADAS: 98,95%  
ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN: 80,89%

**Mauricio  
Macri**  
CAMBIEMOS



**51,43%**  
12.883.130 VOTOS

**Daniel  
Scioli**  
FPV



**48,57%**  
12.168.629 VOTOS

\$ 17

Capital, GBA y La Plata  
Recargo por envío al interior  
La Plata y Buenos Aires: \$ 3  
Resto del país: \$ 3,80  
Año: 146 | Número: 51.800  
Atención al lector: 5199-4777

# LA NACIÓN

Lunes 23 de noviembre de 2015 | lanacion.com



Mín. 18" • Máx. 27"  
Parcial a algo rubiado.  
Vientos del Nordeste.  
Especiales, página 8

ELECCIONES 2015

# Macri presidente Derrotó al kirchnerismo tras 12 años

El candidato de Cambiemos se impuso por 2,86 puntos a Daniel Scioli; dijo que empieza una nueva etapa, que su objetivo es la "pobreza cero", que no habrá "revanchas ni ajustes de cuentas" y que se propone "unir a todos los argentinos"



Imagen 14. La Nación, lunes 23 de noviembre de 2015, portada.





Máxima: 27° C.  
Mínima: 18° C.  
(Pág. 8 - 4ª Secc.)

www.eldia.com

La Plata, lunes 23 de noviembre de 2015 | TAPA

Nº 285 del año CXXXII  
Edición de 68 páginas  
en cuatro secciones  
Precio del ejemplar: \$ 10,00  
Recargo venta  
interior: \$1,50  
En Uruguay \$ 20

# Macri Presidente

Se impuso en el ballottage y quedó consagrado como el sucesor de Cristina Kirchner. Asume dentro de 17 días. Hizo un llamado a todos los argentinos y prometió un gobierno con fuerte impronta transformadora. Scioli lo llamó para reconocer el resultado



El Presidente electo en el festejo de anoche. Convocó para hoy a una conferencia de prensa y mañana se reunirá con Cristina Kirchner

## “No es tiempo de revancha”

(Pág. 4)

### ANALISIS

La Provincia,  
el desafío  
número uno

(Pág. 19)

La economía,  
con muchos  
frentes abiertos

(Pág. 11)

El PJ, en una  
encrucijada  
histórica

(Pág. 8)

CAMBIEMOS

FPV



Mauricio Macri

51,44%



Daniel Scioli

48,56%

ESCRUTADOS 98,83%

Imagen 16. El Día, lunes 23 de noviembre de 2015, portada.

## Parte III

### Selecciones en el orden del paradigma

En las producciones visuales y audiovisuales de las alianzas Cambiemos y Frente para la Victoria se ha replicado una estructura cuyo orden iterativo se ha reconocido a lo largo de la campaña. La matriz de datos constituye un plano que detalla la materia significativa a través de la cual se reconoció una serie de sustituciones paradigmáticas del orden de la representación de los cuerpos, los objetos y los espacios. Los indicadores pertenecientes a cada una de las dimensiones y subdimensiones han sido examinados en las muestras seleccionadas y presentadas en las diversas secciones de la investigación, como también en fotografías y *spots* que conforman el corpus del material. En todos los casos, la norma de producción de los avisos ha revestido reglas y marcas (Verón, 1993 y otros) que han posibilitado la detección de un mecanismo de configuración de las producciones en razón del *acto* y la *potencia*, la *obra* y la *inoperosidad* que atravesaron a su diégesis.

Dichas relaciones han sido compuestas a través de dos figuras analizadas hasta aquí. Los recursos de composición de la metonimia y la sinécdoque han sido una constante en la regla de los avisos, en razón de la exhibición de los valores adjudicados a los indicadores. En consecuencia, 1) las acciones (indicador) que realizaron los actantes políticos como, por ejemplo, ejecutar, dirigir, consensuar, hablar y escuchar (valores del indicador); 2) sus modos de representación (indicador) tales como la exposición de los cuerpos en jornadas de trabajo, en horas de descanso, en tiempos de celebración o de realización de demandas (valores del indicador); 3) la finalidad a la que remiten los objetos que integran los anuncios (indicador), asociados al esparcimiento o a la producción industrial (valores del indicador); 4) la clase de materiales empleados en la construcción de las viviendas (indicador), por caso cemento, maderas, chapas (valores del indicador); 5) el estado de conservación de los muros dispuestos en profundidad de campo (indicador), en tanto conservados, averiados o en estado de reparación (valores del indicador) y 6) el código urbano (indicador) que determina si los escenarios en los cuales acontecen los encuentros conforman un espacio estatal o particular (valores del indicador), han constituido seis núcleos de observación para determinar las sustituciones paradigmáticas en el marco de las representaciones de las dimensiones y sub dimensiones que conforman a las muestras de análisis.

Esta medida aproximó el análisis al estudio de los programas narrativos que sustentaron su estructura en las sub unidades que se han reconocido en los apartados que anteceden a este capítulo. En tanto que las imágenes de campaña de las dos coaliciones se han inscrito en sus respectivas estrategias de comunicación, el examen de sus sustituciones tributa al nivel supra unitario que las contiene. En efecto, el análisis de la planificación integral de los avisos televisivos y fotográficos, en cuanto respecta a su banda visual, ha sido efectuado en razón del material significativo que se ha reiterado en las tres instancias de elección.

Sobre el final de la investigación, se realizó un análisis inter textual no sólo hacia el interior de las producciones de una misma coalición sino, además, cotejando las imágenes fijas y las imágenes en movimiento difundidas por ambas alianzas en una misma instancia de sufragio. A través de este procedimiento analítico se advirtió que la exposición de la *obra* y la *inoperosidad* no remiten a las piezas de comunicación de una única alianza. Por el contrario, se reconoció el predominio que adquirieron en el conjunto de las imágenes que circularon en las tres jornadas de votación, recurriendo, en cada caso, a su exhibición de la *obra* y la *inoperosidad* de acuerdo a la regla de producción instituida en los programas narrativos de Cambiemos y del Frente para la Victoria. Si en ocasiones los avisos de las alianzas explicitaron la primera categoría y en otras oportunidades la segunda, se debió a la preeminencia establecida en las tramas argumentales concernientes a la campaña electoral.

## **Cambiemos**

### *PASO*

El programa argumental que PRO/Cambiemos instituyó en las PASO consistió en la exposición de un liderazgo cercano a la sociedad civil. Para ello, los avisos desplegaron una operatoria que dispuso que su candidato presidencial visitase los domicilios privados, situados en regiones dispares del territorio de la Nación. La diégesis de los anuncios revistió una unidad temática que puede definirse con los términos *proximidad* y *capacidad de escucha* en relación a una dirigencia apercebida como distante y, en medida aún mayor, falta de mérito. La renovación que supuso la alianza se materializó, en el período electoral, en el diseño de sus imágenes técnicas, muchas de las cuales han sido objeto del presente estudio.

La escenificación de las figuras 1, 6 y 10 resulta una réplica de las posiciones actanciales que se examinarán en el apartado siguiente. En ellas se reconoce el encuentro que Macri mantuvo con los ciudadanos, ubicados sobre sillas de plástico y compartiendo una ronda de mates. La banda sonora correspondió a las voces de quienes lo acompañan, mientras su visitante los escuchó con atención. La situación que se declara consiste en la exposición de un conductor inmediatamente vinculado a las necesidades de los ciudadanos, los cuales, sugieren los avisos, vuelven a creer en su clase dirigente a través del reconocimiento de la renovación que promete el gobierno nacional de Cambiemos.

Las imágenes 14 y 18 exhiben, quizás en mayor proporción, la materialización del sentido que constituye el cuerpo presidencial. El beso sobre las manos de Elizabeth y Graciela determina el acercamiento entre las sociedades política y civil, tanto como, de igual manera, las imágenes 33, 34, 35 y 43 explicitan el encuentro a través de un saludo efectuado con sus manos. En todos los casos, la proximidad con los ciudadanos se recrea en los *spots* a través de dichas muestras de afecto, y establece un programa argumental en el cuales se perfilan las posiciones actanciales que ocuparon en las producciones de uso partidario.

Los objetos concernientes a las imágenes 14 y 18 son equivalentes a los dispuestos en las primeras tres muestras de observación de este capítulo, de igual manera que los espacios pertenecientes a las producciones 41 y 43 remiten a los frentes de los domicilios, en los cuales se inaugura el encuentro entre clase dirigente y adherentes a la fuerza política.

Resulta interesante reconocer el objeto que connota a las figuras 27, 28 y 29, el cual ha sido un indicador empleado en un número significativamente mayor al seleccionado en esta producción analítica. El enrejado sobre el cual se ubicaron los actantes políticos y civiles ancla el sentido de las representaciones en razón de una situación de desprotección que Macri habría de revertir. Es en este sentido que la modalidad denominada timbreo, a la cual recurrió Cambiemos no sólo en un período electoral sino además de gestión, significó la difusión en sus producciones del conocimiento *de primera mano* que el candidato obtuvo de las circunstancias político/sociales ciudadanas.

Finalmente, la muestra 22 ejemplifican el instante en el que Macri ingresa a los domicilios, y lo hace desprovisto de asesores u otra clase de acompañantes que opacasen la ilusión de que se trata de una visita desprovista de intereses proselitistas.

Las capturas replican el momento en el que se sustancia el reconocimiento de las estructuras espaciales, en las que, en el curso del desarrollo narrativo de los *spots*, Marcelo y Alicia darán cuenta, a través de su propia voz, de sus respectivas biografías.

Resulta oportuno recordar que el precandidato de PRO/Cambiamos confirió protagonismo a los figurantes (Bourriaud, 2008) y a los espacios topográficos que a ellos les pertenecen, en los cuales la reunión de los cuerpos significantes, políticos y civiles, se ordenó alrededor de objetos comúnmente asociados al encuentro -el mate y su termo- y a la desprotección -los enrejados.

### *Primera vuelta electoral*

Las imágenes fijas incluidas en la folletería de Cambiamos remiten al esquema de representación examinado con motivo de las imágenes móviles difundidas durante las PASO. Las instantáneas 47, 49, 51, 53 y 55 replican la puesta en escena que reenvía a un encuentro distendido agradable y poco practicado entre los candidatos a ocupar cargos públicos y los adherentes a una u otra fuerza de elección. Los espacios constituyen sitios privados, alejados de lo que Waisbord (1995) entiende como a los escenarios donde, históricamente, se desarrolló la política tradicional argentina. Una serie de patios internos y espacios abiertos al público constituyen espacios referenciales en los cuales Macri dialoga con los ciudadanos, registrando una variación de gestos amistosos, como sonrisas y manos extendidas sobre el hombro de quienes lo reciben en sus casas.

El mate, la canasta de pan o un vaso con agua determinan la composición de las producciones visuales, en las cuales no se incluyen otros actantes distintos que al candidato de Cambiamos y a los ciudadanos con los cuales mantiene los encuentros. Las imágenes 49 y 57 muestran a Macri escuchando atentamente a vecinos, replicando la cercanía y la posibilidad de acceso directo que ofrece la presencia física del candidato. El grado de equivalencias entre ambas esferas ha sido representado en el conjunto de la estructura significativa de las fotografías, por lo que su diégesis no presenta indicadores de que se tratan de producciones de uso proselitista, sino a través de los textos lingüísticos que acompañan al espacio de representación que constituyen los folletos.

Las figuras 59, 63, 66 y 70 replican, en primer orden, la estructura visual conformada por la relación entre el texto y la imagen. Los paratextos sobreimpresos en

la banda visual de los anuncios consisten en las medidas que, al frente del gobierno nacional, Cambiemos habría de implementar en razón del beneficio de los ciudadanos. En consecuencia, quienes acompañan a Macri en estas capturas constituyen los dadores de las directivas que se implementarían en el futuro mandato ejecutivo nacional.

En su conjunto, las imágenes expresan el programa narrativo adjudicado en la primera jornada de sufragio. Además de la exposición de las propuestas de gestión, se reconoce el mismo procedimiento de producción acerca de las sub unidades de observación establecido en las imágenes difundidas en las PASO. El cuerpo presidencial [Figuras 59 y 66] atiende a los reclamos de los sectores incluidos en la escenificación de sus problemáticas. En el primero de los casos, el candidato es quien escucha al joven con quien camina, mientras que en el segundo se dirige hacia el segmento trabajador de la industria. En ambas situaciones, el líder de la coalición conforma el garante de que los anuncios lingüísticos se realicen, tal como, en los planos de cierre que se reiteran en *spots* examinados en los fotogramas 59, 63 y 66, un primer plano de Macri refuerza las leyendas escritas -la producción a la que pertenece la imagen 70 incluyó un plano de cierre que, aunque difiere en su constitucional visual, desempeña la misma función que el caso que lo precede.

En los cuatro ejemplos [Figuras 59, 63, 66 y 70], la trama argumental alcanza a sustituir a los segmentos sociales en razón del motivo que los convoca. Por caso, el hombre al cual los policías extienden su mano a modo de saludo -captura 70- podría incluirse en la representación que augura una justicia independiente del poder político -captura 63-. A su vez, la familia que aparece en esta imagen podría tratarse del destinatario de la entrega de nuevas escrituras de viviendas -captura 59- mientras que este joven sabría corresponder con el beneficiario de los recorridos que la policía efectuase en su localidad [Figura 70].

### *Balotaje*

En relación a la última jornada de elección, las producciones televisivas recuperan la *potencialidad* que los *spots* exhibieron en las PASO. En relación de igualdad con los actores sociales, el candidato mantiene conversaciones en sus domicilios, a los cuales se dirige sin la presencia intrusiva de asesores u otra clase de acompañantes de su gobierno. Las imágenes lo muestran, en el conjunto de las representaciones, desinteresado a conformar un *spot* de campaña a partir del registro de

las visitas. En efecto, sugiere Cambiemos, estas no constituyen una escenificación dispuesta para su difusión en las plataformas de medios masivos, sino que reflejan la *realidad* que a diario acontece en las recorridas que el aspirante realiza en el territorio de la Nación. Los cuerpos, los objetos y los espacios replicaron la función adjudicada en las instancias de votación que antecedieron al balotaje, por lo cual no se han reconocido rupturas argumentales en cuanto a los modos de representación audiovisual de los avisos de campaña.

Sobre las imágenes 74, 80 y 82 se efectuó una puesta en escena sustanciada en la incorporación, en posición de profundidad de campo, de enrejados dispuestos sobre los frentes de los domicilios particulares, de igual manera que aconteció a lo largo de la campaña presidencial. Se trata de un objeto recurrente que connota la situación de debilidad de los segmentos sociales, que acogen con agrado, presume Cambiemos, la visita y los modos de escucha que Macri ha expuesto en los encuentros.<sup>137</sup> Los actantes civiles con los cuales el candidato practica un diálogo resultan fácilmente sustituibles en razón de que no presentan ninguna especificidad que determine que se tratan de ellos, y sólo de ellos, el objeto de su inclusión en los avisos electorales. En consecuencia, constituyen figurantes cuya posición en los avisos podría modificarse, como ejemplo, del modo siguiente: la mujer que Macri saluda en la imagen 74, podría recibir al candidato en el frente de su casa expuesto en la captura 80, tanto como el hombre que aquí aparece podría conversar con el líder de Cambiemos en el puesto de diarios representado en la imagen 76.

El cuerpo presidencial resulta el operador sobre el cual los actantes civiles, los objetos y los espacios constituyen relaciones paradigmáticas. El esquema narrativo promueve la exposición del contacto directo entre Macri y los ciudadanos, materializado a través de los gestos que realiza con sus manos -imágenes 73, 74, 76, 80, 81 y 82-. En dichas imágenes, y de igual manera en las producciones que aun no formando parte de las muestras de observación incluidas en la investigación conformaron el corpus de trabajo, se reconoció la instrumentación de un régimen de

---

<sup>137</sup> Durán Barba & Nieto (2017b) han asegurado que “[D]esde que apareció la televisión el dirigente no habla a multitudes enfervorizadas, sino a personas que lo reciben simbólicamente en su casa. El ánimo de los manifestantes que corean consignas es distinto al de los individuos que están con su familia, que no quieren oír gritos, sino que conversen con ellos. Pasó la época de los oradores, los líderes actuales se comunican con menos protocolos, hablan de manera natural (...). Los votos se consiguen comunicado mensajes que sean comprensibles, agraden al ciudadano común y produzcan conversación” (pp. 303-304).

composición establecido por el sujeto extra diegético de la enunciación que sublima la cercanía entre los representantes de Cambiemos y los ciudadanos, de la misma manera que su conductor exhibe marcas de entendimiento de las problemáticas socio económicas históricamente irresueltas en la Argentina contemporánea.

## **Frente para la Victoria**

### *PASO*

Las imágenes que el Frente para la Victoria dispuso su circulación durante las PASO *actualizaron* a los segmentos sociales que incluidos en su diégesis. La serie de *spots* que dio curso a la voz de los figurantes incorporó a deportistas, pequeños emprendedores, trabajadores de las fuerzas de seguridad policial, jóvenes matrimonios, sectores excluidos del tejido social, entre otros. En sus respectivas representaciones visuales narraron sus experiencias en un esquema argumental que aconteció en tres instancias diferenciadas: situación de debilidad + proceso de superación a través de los programas de gobierno inaugurados durante el mandato bonaerense de Daniel Scioli + culminación, obteniendo la reparación de la carencia que inauguró su narrativa audiovisual.

Las relaciones paradigmáticas se reconocen en relación a las tres fases argumentales que, en el instante que determina la obtención del logro anhelado/objeto de deseo (Greimas, 1971), se incluye la exposición del cuerpo del precandidato de la coalición [Figuras 4, 7 y 17]. Estas imágenes corresponden a tres avisos que replican una estructura sustentada en la exhibición del cuerpo presidencial. La banda sonora, que se reitera en los tres avisos, y el plano de cierre, que culmina con un sobreimpreso acorde a cada unas de las situaciones, son otras tantas muestras de posibles sustituciones. Las imágenes 5, 9 y 16, registradas en planos medios, cierran los anuncios *actualizando*, en los cuerpos de los ciudadanos, su propia trayectoria.

Los actantes civiles operan bajo la figura de la metonimia por cuanto constituyen la materialización *del efecto que causó* los programas sociales de inclusión del gobierno bonaerense. A través de sus dos mandatos, Scioli restableció el equilibrio desajustado en la primera fase de las tramas narrativas, en proceso de modificación en la segunda, y repuesto en la tercera. En las imágenes 2, 8, 13 y 15 se expuso el desarrollo de las actividades individuales a cada protagonista, por lo que los espacios y los objetos

corresponden a sus actividades de seguridad, culinarias, laborales y deportivas. En su conjunto, resultan pertinentes hacia el interior de sus programas narrativos, y asimismo la exposición audiovisual de tales programas refuerza a la estrategia enunciativa del Frente para la Victoria, la cual incluye la representación de estadista de su precandidato nacional.

En consecuencia, el precandidato del Frente para la Victoria resulta el operador sobre el cual las narrativas ciudadanas se superponen entre sí, debido a que, en su conjunto, muestran una misma escenificación de la capacidad de conducción que ameritó el por entonces dirigente de la provincia de Buenos Aires para alzarse con la jefatura del Poder Ejecutivo Nacional.

La segunda serie de avisos, en los cuales Scioli enuncia aspectos de su visión acerca del desarrollo que requiere la Nación culminan con un plano medio corto del precandidato, una bandera argentina y distintos paratextos alusivos, por ejemplo, al trabajo, a la familia y a la educación [Figuras 26, 32 y 46]. Su estructura visual presenta a los sectores indicados en las leyendas sobrescritas, en sus respectivos espacios habituales. Un salón de recreación [Figura 44], una barca ubicada en la ciudad de Mar del Plata [Figura 23] o un centro industrial [Figura 24] constituyen materializaciones de la educación y del trabajo que Scioli promueve desde su plataforma presidencial.

En todos los casos analizados, pertenecientes a la primera y segunda serie de avisos, el Frente para la Victoria comportó la exposición de un liderazgo con capacidad de ejecutar un proyecto nacional. El cuerpo presidencial ha sido quien asistió a las necesidades de los segmentos ciudadanos, generando oportunidades laborales, resolviendo dificultades individuales y asegurando el compromiso de superación que el desarrollo productivo de su gestión habría de alcanzar.

#### *Primera vuelta electoral*

Las imágenes fijas pertenecientes a la primera vuelta exhiben una serie de obras realizadas durante los mandatos provinciales conducidos por Scioli, mientras que también lo muestran conduciendo su gestión. Las imágenes 48, 50 y 52 presentan una representación formalizada acerca del cuerpo presidencial habitualmente difundida. El registro de los actos partidarios, en los cuales el candidato ostenta la posesión de la palabra, ha sido replicado en las tres fotografías. La ubicación de Scioli dispuesta sobre un escenario desde el cual enuncia sus palabras forma sistema con el atril que sirve de

apoyo a su cuerpo y más aún, con el auditorio que lo escucha. En estas instantáneas, se reconoce la distancia que el líder del Frente para la Victoria instaura a través de la posición actancial que desempeña hacia el interior del esquema argumental. Dicha situación parece revertirse en el orden de la imagen 54, en la que el candidato se entremezcla con los jóvenes egresados de las fuerzas de seguridad locales. La interrelación entre ambas figuras no alcanza a subvertir la estructura significativa que expone a Scioli como *causante de los efectos* señalados en las producciones de comunicación. En el marco de la estrategia enunciativa del Frente para la Victoria, la asociación entre el aspirante presidencial y los nuevos agentes policiales no los reúne en tanto cuerpos semejantes sino heterogéneos en razón de la investidura que goza el mandatario.

La figura 56 muestra un centro de atención médica mientras que la captura 58 incluye a Scioli en el acto de inauguración de la estación portuaria ubicada en la ciudad de La Plata. Los elementos y espacios de ambas imágenes resultan sustituibles en razón de que exponen obras públicas ordenadas por el mandatario provincial. De modo que la gramática de producción de los anuncios diseñó una escenificación que autentifica el liderazgo en acto del conductor del Frente para la Victoria.

La diégesis de las imágenes móviles forma sistema con las unidades fotográficas. En efecto, las figuras 60, 61 y 62 replican la estructura de las capturas 48, 50 y 52. Al respecto, el lenguaje cinematográfico añade su especificidad a la exposición de la enunciación oral del cuerpo presidencial y a un auditorio que lo escucha.

En relación al espacio representado en las imágenes 61, 62 y 64, constituye una equivalencia al diseño de la unidad de observación 52. En las cuatro muestras prevalece la exhibición de actantes civiles que, dispuestos en la formación que la configuración del espacio les adjudica -sentados en auditorios, de pie en un acto de graduación-, son depositarios de la palabra del candidato a la presidencia de la Nación. Los cuerpos civiles, en este sentido, resultan intercambiables.

Las grandes escenificaciones que constituyen los puertos [Figura 67], la creación de barrios en zonas sub urbanas [Figura 68] y formaciones policiales [Figura 64] fijaron su gramática en la monumentalidad de los objetos y personas incluidos. En este sentido, las Escolleras Norte y Sur del puerto de Mar del Plata, las viviendas y los policías egresados trasvasan el cuadro de las imágenes y continúan hacia las zonas fuera de la visibilidad de los espectadores. En su conjunto, reenvían a la candidatura de Scioli [Figura 69] en tanto que constituye el garante del desarrollo de las actividades que nuclea al esquema narrativo de cada representación.

Las muestras seleccionadas componen una síntesis del conjunto de las producciones cuya circulación remitió a la primera vuelta de elección. Las imágenes que, si bien formaron el corpus de análisis pero que en una segunda instancia de revisión debieron quedar por fuera de las muestras de reconocimiento, exhiben las mismas marcas del sujeto impersonal de su enunciación, las cuales consisten en 1) la exposición de un cuerpo presidencial en calidad de estadista, 2) la muestra de obras públicas de carácter monumental y 3) un auditorio dispuesto a secundar la presencia del candidato en las oportunidades que brinda sus discursos.

### *Balotaje*

Los avisos audiovisuales difundidos en el balotaje presentan una clara relación paradigmática, en mayor proporción, hacia aquellos que se han conformado a través de un paratexto que exponen un interrogante y conducen hacia una respuesta implícita. En esta serie, los anuncios [Figuras 83 y 84] resultan complementarios y a la vez sustitutivos entre sí, de modo que la comprensión de su unidad temática -Scioli es el candidato apropiado para conducir los destinos de la Argentina- se efectuó mediante la exhibición de motivos vinculados a las áreas sociales y económicas cotidianas al curso de la vida de los votantes. En consecuencia, por intermedio de la visión espectral de uno o dos avisos de la serie que supera las 10 producciones se logra reconocer la norma de creación y el programa narrativo del conjunto de anuncios de comunicación del que forman parte.

Los *spots* que incluyen material de archivo registrado en el debate presidencial refuerzan a la serie anterior. Las preguntas que pronuncia Scioli [Figura 78] resultan equivalentes a los paratextos sobreimpresos en las imágenes 83 y 84, debido a que, en verdad, constituyen interrogantes que interpelan a la función espectral. Es ella, y no Macri, quien debe responderlas para luego definir su votación.

Las imágenes pertenecientes al conjunto de piezas en las cuales Scioli expone sus cualidades personales en tanto deportista de alta competición [Figura 72] y sus proclamas de gobierno [Figura 75] reproduce un cuerpo que, tal como afirma Landi (1992b) debe materializar su honestidad más allá de las palabras que proclame:

[E]specialmente en las épocas de caída de la credibilidad en las palabras, el telespectador se va transformando, gracias a las posibilidades de la imagen, en un lector de indicios (...). Nadie puede parecer muy honesto por el solo

hecho de decir que lo es (...). El publicitario político buscará entonces construir indicios de honestidad que asociativamente lleven a esa conclusión, como cierta imagen familiar, señales de modestia económica, voces autorizadas que narran aspectos de la vida del candidato (pp. 91, 92).

Los objetos y los espacios representados fundan el sentido de trabajo, moderación y capacidad de diálogo que prevalecen en el enunciado verbal. En posición de profundidad de campo se observan objetos dispuestos en repisas como, por ejemplo, libros y fotografías que refuerzan los mensajes verbales que dan cuenta de sus condiciones humanas.

En el conjunto de producciones difundido en la última celebración electoral se ha modificado el estatuto de sus materias significantes en relación a los avisos concernientes a las instancias que la precedieron. La *obra* y la *inoperosidad*, el *acto* y la *potencia* parecen subvertir el orden hasta el momento expuesto en los anuncios del Frente para la Victoria, de igual manera que su máximo referente muestra indicios de su pertenencia a la sociedad de representados. El estudio de las posiciones actanciales que, en las tres fases de votación, han desempeñado los actantes examinados por intermedio de la teoría de Greimas (1971) establecerá el programa narrativo general de Cambiemos y del Frente para la Victoria inaugurado en la campaña 2015 argentina.

# Macri, en un recorrido planeado hasta el detalle más pequeño

Escenas de la pelea por el primer balotaje presidencial de la historia. Fotos: Maxi Failla



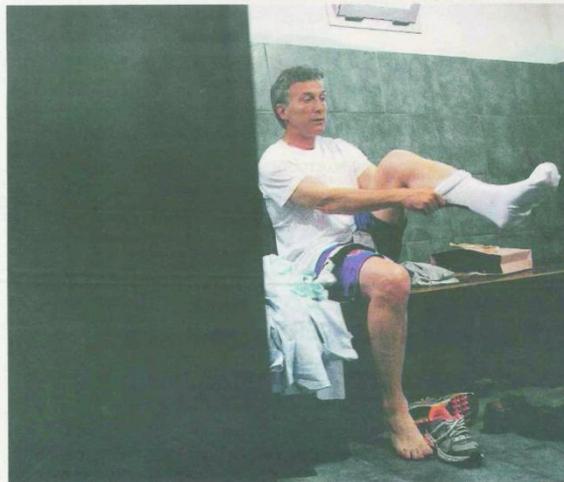
16 de noviembre. Mauricio Macri y Marcos Peña en la sede del Gobierno porteño.



15 de noviembre. El beso de Macri y su esposa, viralizada en las redes.



11 de noviembre. Rústico, a Macri le gusta mucho jugar al fútbol.



11 de noviembre. El candidato de Cambiemos, en la antecala de un partido de fútbol en Moreno.



4 de noviembre. En Tucumán, en un encuentro con sus seguidores.



5 de noviembre. Otra escena de la recorrida por Tucumán.

Imagen 17. Clarín, sábado 21 de noviembre de 2015, página 14.

# Scioli, mucha presencia en el Conurbano y liturgia peronista

Antes del balotaje, el candidato prometió ser "más Scioli que nunca". Fotos: Andrés D'Elía.



Caravana. Daniel Scioli en una recorrida por la peatonal de Lanús el 7 de noviembre.



Patin. En Merlo, el candidato resaltó su vinculación con el deporte.



Gorra. En el último tramo de la campaña, optó por hacer caminatas.



Selfie. En Laferrere, La Matanza, se mezcló entre la gente para caminar en otra recorrida el 7 de este mes.



Café. Scioli buscó recuperar el contacto con sus votantes.



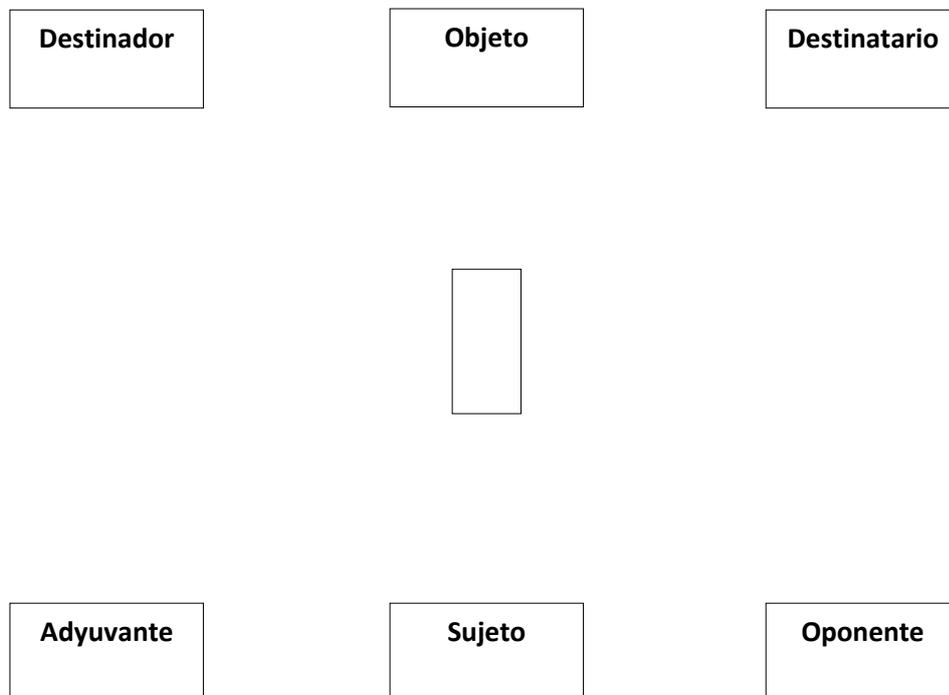
Abraza. En el Hospital Kirchner del Cruce de Florencio Varela.

Imagen 18. Clarín, sábado 21 de noviembre de 2015, página 18.

## Mapas actanciales

La inclusión de la teoría actancial perteneciente a Greimas (1971) permitió reconocer las posiciones adjudicadas a las sub unidades de observación, para lo cual ha sido necesario, previamente, establecer aquellas relaciones paradigmáticas que se han sucedido a lo largo de la campaña. De este modo, se está en posibilidad de definir el “estatuto actancial” (Greimas & Courtés, 1990, p. 23. Con letra negrita en el texto original) que los actantes han desarrollado en las tres fases de elección.

El modelo actancial que Greimas desarrolla en *Semántica estructural* concierne seis actantes, representados por el autor de la manera siguiente:



(Greimas, 1971, p. 276).

En razón de este modelo, compuesto por tres binomios, se examinó a las estrategias de comunicación de Cambiemos y del Frente para la Victoria, de modo de alcanzar, finalmente, el reconocimiento del *acto* y la *potencia* sobre las cuales las fuerzas de elección constituyeron la estructura significativa de sus imágenes fijas e imágenes en movimiento.

Debe señalarse, una vez más a como se efectuó en el entramado teórico, que la aplicación de la teoría de Greimas se efectuó en los términos que ha sido trasladada al dispositivo audiovisual por autores de renombre como Casetti & di Chio (2014), y Aumont et. al. (1995). Dicho de otra manera, se ha continuado con la operatoria inaugurada por el propio Greimas cuando afirma que su modelo puede aplicarse a cualquier clase de estructuras narrativas. El autor va más lejos aún y señala que

nos es difícil no dar un ejemplo de manifestación mítica contemporánea que desarrolla una estructura actancial conforme, en sus líneas generales, al modelo operatorio propuesto, en un campo en que sólo una manifestación práctica parecería tener derecho de ciudadanía: el de las inversiones empresariales (p. 279).

En efecto, Greimas expone un caso vinculado a la actividad bursátil, el cual se estructura a partir de los seis actantes propuestos en su teoría.<sup>138</sup> El estudio de las estructuras narrativas de Cambiemos y del Frente para la Victoria, materializado en las imágenes técnicas, ha sido, en este sentido, analizado siguiendo el modelo que el cuadro sintetiza, y sustituyendo sus casilleros por seis actantes, algunos de los cuales han desarrollado roles actanciales diferentes a medida que se cumplían las tres etapas de elección.

## **Cambiemos**

El candidato presidencial de Cambiemos constituye, por excelencia, el *sujeto* que, en calidad de actante sintáctico y promovido por el *deseo* de alcanzar el *objeto* -la presidencia de la Nación- desarrollará su esfera de acción en el marco de un programa narrativo a lo largo de las tres jornadas de elección.

Al inicio de la campaña concerniente a las PASO, Macri constituye un *sujeto de estado* que, en virtud de su *objeto*, se halla en estado de junción *disjunta*, debido a que, naturalmente, la obtención de la máxima jefatura nacional se obtendría tras finalizar el desarrollo de la campaña 2015. En esta primera etapa, tal como se ha reconocido en las producciones audiovisuales, las modalidades que lo asisten se vinculan, mayormente, a aquella designada como *querer hacer*. Se trata de un actante/sujeto que, en la diégesis de las producciones, se presenta como una renovación de las prácticas partidarias

---

<sup>138</sup> Véase Greimas, 1971, pp. 279-281.

tradicionales, dispuesto a desarrollar, a lo largo de su mandato, una serie de modificaciones estructurales necesarias para el crecimiento de la Argentina. Durante la primera vuelta electoral, la modalidad que lo determina ha sido *saber hacer*, de modo que en las piezas de comunicación se explicitaron las medidas que habría de implementar durante su gestión. El *enunciado de estado disjuntivo* refiere la falta que inicia el *recorrido narrativo* efectuado por el *sujeto de estado*, cuyo deseo corresponde a la posesión del *objeto*. Sólo a partir de que Macri se alzase con la presidencia de la Nación, el enunciado de estado será *conjuntivo*, debido a que la carencia inicial será resuelta en razón de la obtención de un triunfo electoral. Entre ambos enunciados -disjuntivo y conjuntivo- se encuentra el *enunciado de hacer*, el cual define el paso desde el primero hacia el segundo.

En efecto, si al *enunciado de estado* le corresponde un *sujeto de estado*, al *enunciado de hacer* le corresponde un *sujeto de hacer*. Este último sujeto es definido por sus cualidades, pero además por su capacidad para “efectuar actos” (Greimas & Courtés, 1990, p. 395). Estos actos constituyen las acciones que tal *sujeto de hacer* efectúa sobre el *objeto* para poseerlo. En este sentido, el *objeto* también es definido como *objeto de estado* -de acuerdo a sus propias determinaciones- y *objeto de hacer* -en razón de las proyecciones que el sujeto efectúa sobre éste-.

En consecuencia, el primer par de actantes, *sujeto* y *objeto*, ha sido reconocido en razón del deseo de Macri, el cual lo conduce a realizar una serie de actos proselitistas para obtener la presidencia de la Nación. Los actos que aquí comportan el estudio de investigación revisten a la conformación de las imágenes fijas e imágenes en movimiento, cuyo examen permite reconocer el recorrido narrativo adjudicado a los roles actanciales incluidos en la diégesis de las unidades de observación.

Debido a que un *sujeto actante* puede asumir, en su *recorrido narrativo*, varios roles actanciales de acuerdo a modalidades como *querer hacer*, *saber hacer*, *poder hacer* y *deber hacer*, Macri asumió en las PASO, en la primera vuelta y en el balotaje, en la medida que así se materializó en sus producciones de campaña, las siguientes modalidades:

	<b>PASO</b>	<b>Primera Vuelta</b>	<b>Balotaje</b>
<b>Modalidad</b>	Querer hacer (1)	Saber Hacer (2) Poder Hacer (3)	Deber Hacer (4)

Las cuatro modalidades han sido respectivamente asociadas, en el análisis efectuado por Casetti & di Chio (2014), como 1) intenciones, 2) capacidad 3) posibilidad y 4) obligaciones. La segunda modalidad es la que efectivamente se actualiza en la primera vuelta electoral, a través de medidas concretas que su capacidad de conductor político le posibilitará llevar a la práctica.

En efecto, el candidato de Cambiemos ha obrado en búsqueda de su *objeto*, asumiendo dichas modalidades a lo largo de la campaña. En las PASO, expuso su figura promoviendo su voluntad de cambio y su atención a las palabras pronunciadas por los ciudadanos [Figuras 6, 22 y otros]. En la jornada siguiente, la serie de *spots* que incluyeron paratextos sobreimpresos en las imágenes determinó el orden de las disposiciones que habría de implementar durante su mandato, a través de un programa de gobierno que Macri *sabría* ejecutar como asimismo estaba en condiciones de *poder* llevar a la práctica en sus cuatro años de gestión [Figuras 59, 63 y otros]. Durante el balotaje que, como se recordará, Cambiemos constituía la fuerza con mayores posibilidades de lograr un triunfo electoral, su conductor *debía*, pues, llevar adelante los lineamientos explicitados en la instancia anterior.

El actante *objeto* recibió los vertimientos “de los proyectos” del *sujeto de hacer* (Greimas & Courtés, 1990, p. 289), de modo que la presidencia de la Nación ha sido asumida como la materialización de la gestión que Macri habría de inaugurar. Se trata de un *objeto de hacer* cuyo alcance significaría la puesta en funcionamiento del programa de gobierno de Cambiemos. Este ha sido el deseo que adujo Macri para involucrarse en la política nacional, por lo que si en tanto *objeto de estado* la presidencia constituye un “trono vacío” (Agamben, 2008, p. 424 y ss.), la gestión que habría de conducir la asumiría como vehículo para desarrollar la administración de las medidas presentadas en la primera jornada de votación.

En definitiva, el deseo de Macri que promovió la búsqueda del *objeto de estado* ha sido definido mediante el nombre homónimo de su alianza política de representación ciudadana. El *cambio* define, mejor que ninguna otra definición, el vector sobre el cual convergió el par actancial sujeto/objeto.

El segundo par de actantes, *destinador* y *destinatario*, se vinculan, tal como se expone en el cuadro de síntesis, al *objeto*, pero también lo hace con respecto al *sujeto*, debido a que, como recuerda Greimas (1971), “dos actantes [pueden estar] presentes en la forma de un solo actor” (p. 271). El *destinador* se halla en el comienzo del

involucramiento de Macri en la política nacional<sup>139</sup> y constituye la voluntad de cambio y renovación de la dirigencia que, por entonces, manifestaba un sector de la sociedad. Aquí se ubica “la fuente de todo cuanto circula por la historia” (Casetti & di Chio, 2014, p. 166). En reiteradas ocasiones, el candidato ha afirmado que se involucró en la política partidaria motivado por la voluntad de ayudar y corresponder a los reclamos ciudadanos. Macri ha afirmado, en un libro compilado por Marcos Peña y Alejandro Rozitchner (2013), por ejemplo, que:

[L]es voy a decir la verdad: es muy duro. Porque uno sacrifica muchas independencias y comodidades personales. A tal punto que yo todos los días me pregunto si tendrá sentido haberme metido en esto. Pero también, todos los días, hay varias cosas que me hacen decir: “Qué bueno que me metí en esto”. Es increíble, pero es así (p. 21).

En otros términos, Macri se *metió en política* con el concurso de un *destinador*. Al respecto, el concepto actante incluye, afirman Greimas & Courtés (1990), “no sólo (...) a los seres humanos, sino también a los animales, los objetos o los conceptos” (p. 24), de modo que ha sido la voluntad de una fracción de la sociedad civil el *destinador* de la búsqueda del *objeto* que Macri inició en el marco de la campaña nacional 2015.

El *destinatario* se corresponde con el actante que se beneficia con la posesión del *objeto* por parte del *sujeto*. El *enunciado de estado conjuntivo*, dado a partir del triunfo electoral definitivo de Cambiemos, obtenido tras la celebración del balotaje, vertería sus enriquecimientos sobre el *destinatario* del triunfo electoral de Macri y Michetti. La suma de los esfuerzos que la coalición ha desarrollado, las metas que se ha fijado cumplimentar, tributan a los beneficiarios que, una vez asumida la jefatura del Poder Ejecutivo Nacional, extraerían sus beneficios.

De acuerdo a los pronunciamientos de Macri en sus *spots* televisivos, el destinatario se trata del común de la sociedad argentina, independientemente de que hayan sufragado a su favor o en detrimento de su candidatura. En efecto, en una pieza difundida en la última jornada de elección, Macri aseguró que “Si el 25 de octubre lo votaste a Scioli, quiero decirte algo importante. Si llego a ser presidente vas a ser parte

---

<sup>139</sup> También puede fijarse su origen en su primera incursión en la política como candidato a la jefatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, acontecida en 2003. A los efectos de circunscribir el esquema actancial al período que ocupa la investigación, se estableció el año 2015 como horizonte de inicio.

del cambio. Vas a estar incluido”,<sup>140</sup> afirmando que el actante *destinatario* se compone por el conjunto de la comunidad argentina.

Resulta interesante recordar que el *sujeto* puede, asimismo, tratarse del *destinatario* de la posesión del *objeto* y a su vez, éste corresponder con el *destinador* que promueva su búsqueda por parte del *sujeto*.<sup>141</sup> En este sentido, el aspirante a presidir la República y el sujeto impersonal de la enunciación no han exhibido marcas de que desearan constituirse en *destinatarios* de su triunfo electoral. Esta posición actancial es atribuida a la sociedad civil y constituye una regla general que involucra al conjunto del arco de partidos y alianzas políticas.

El último par de actantes, *adyuvante* y *oponente*, se vincula al *sujeto de hacer* en su búsqueda de la posesión del *objeto*. Como sus nombres lo indican, facilitan u obstruyen la conjunción entre el primer binomio de actantes. El adyuvante lo componen dos sectores, uno perteneciente a la sociedad política y otro a la sociedad civil. El primero se corresponde, por ejemplo, con la presencia de María Eugenia Vidal que, tras su alzamiento como gobernadora, continuó su colaboración, durante el balotaje, en la campaña de Macri. La sociedad civil, a través de sus muestras de afecto, oficiaron como adyuvantes en el curso de la elección. Las imágenes que incluyen muestras de apoyo ejemplifican a este estatuto actancial.

El actante *oponente*, en el contexto de una campaña, lo constituyen las fuerzas políticas competidoras de igual manera que la vieja política que Cambiemos designó como a su adversario. En sus producciones visuales/audiovisuales no se expuso en la misma proporción que sí lo efectuó el Frente para la Victoria, una representación indicial de sus oponentes<sup>142</sup> sino simbólica. A través de los enunciados verbales, reproducidos a pie de página de este trabajo, Cambiemos definió a sus oponentes: “Sin amor, la política es sólo poder. Un poder que sirve para dominar al país, pero no para ayudarlo a crecer. El cambio que queremos hacer es mucho más que un cambio de gobierno. Un cambio que sirve para unirnos, para poner la política a trabajar para la gente, a trabajar en serio. Con el corazón, no con discursos”.<sup>143</sup>

Tras exponer un breve repaso por el programa narrativo de Cambiemos, se obtiene el cuadro siguiente que replica a la caracterización de la teoría actancial:

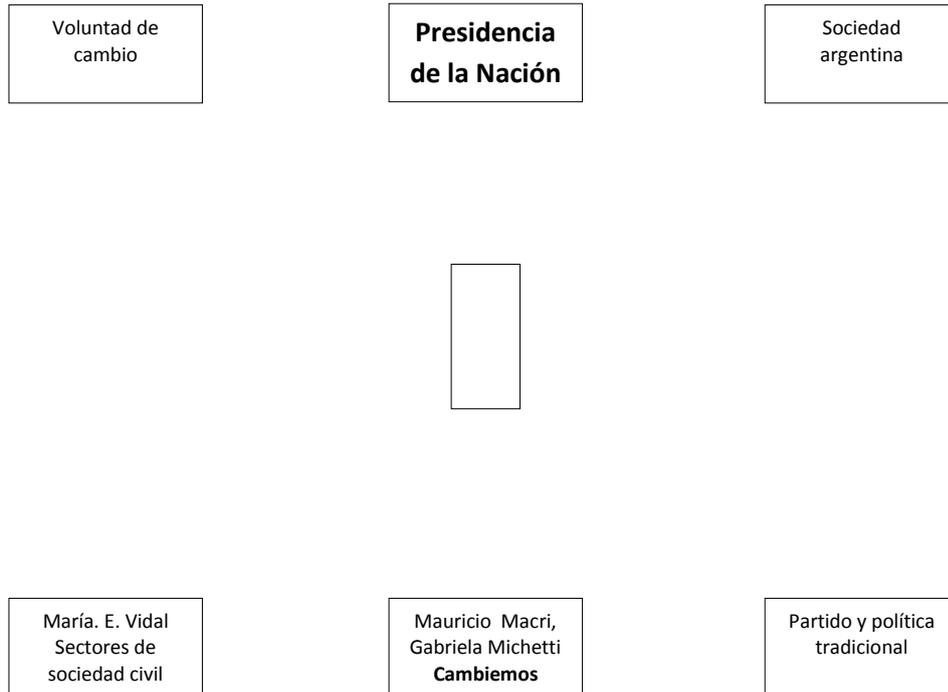
---

<sup>140</sup> El anuncio se titula *Si el 25 de octubre lo votaste a Scioli* (Prensa PRO/Cambiemos, 2015y).

<sup>141</sup> Véase un ejemplo en 1971, p. 271.

<sup>142</sup> Tal el caso del *spot* que incluye imágenes del debate presidencial [Figura 79].

<sup>143</sup> El aviso se trata de *Con el corazón, no con discursos* (Prensa PRO/Cambiemos, 2015ee).



### **Frente para la Victoria**

El recorrido narrativo que efectuó Scioli en las tres instancias de elección nacional comprende una trama argumental posible de examinar con el concurso de la teoría actancial. El primer par de actantes, *sujeto y objeto*, determina las posiciones de la fórmula del Frente para la Victoria y la Presidencia de la Nación. Hacia el comienzo del período proselitista, el *enunciado de estado disjuntivo* afirma que Scioli y Zannini, dispuestos a competir por la jefatura nacional, han sido designados, en el período que antecede a la jornada de votación de las PASO, como pre candidatos y lejos están aún de suceder a Fernández de Kirchner en el mando del gobierno argentino. Debido a los resultados finales que consagraron al binomio de Cambiemos, el *enunciado de estado conjuntivo*, el cual contempla “la liquidación de la carencia” (Greimas & Courtés, 1990, p. 147) inicial, esto es, la posesión del objeto, nunca se concretiza sino a favor de Macri y de Michetti. No obstante, el *enunciado de hacer*, que se inscribe entre ambos *enunciados de estado -conjuntivo y disjuntivo-* ha sido reconocido en el examen de las producciones de campaña.

El *sujeto de estado* se trata de Scioli y Zannini en virtud de su desempeño, respectivamente, como 1) gobernador de la Provincia de Buenos Aires y Secretario

Legal y Técnico de la Presidencia de la Nación, y 2) precandidatos nacionales del Frente para la Victoria; mientras que en tanto *sujetos de hacer* se encuentran facultados para efectuar las acciones conducentes a la posesión del *objeto*. En virtud de ello, el objeto desempeña posiciones actanciales que los comprenden como a *objetos de estado* -la Presidencia como “lugar en sí”- y *objetos de hacer* -el entendimiento del Estado nacional que realizan Scioli y Zannini acerca, por ejemplo, de los proyectos que tienen asignado a su funcionamiento-.

El recorrido narrativo que presentan las imágenes fijas y las imágenes en movimiento del Frente para la Victoria se inicia con la exposición de un liderazgo ceñido al conocimiento de las condiciones necesarias para asumir al frente del Poder Ejecutivo Nacional. Como ejemplo, los *spots* *La victoria del trabajo* (Prensa Frente para la Victoria, 2015f) y *La victoria es la victoria de la Argentina* (Prensa Frente para la Victoria, 2015h) dan cuenta de los atributos de liderazgo del precandidato presidencial.<sup>144</sup> La primera vuelta replica esta estructura, en la cual prevalecieron los discursos pronunciados desde un escenario ante numerosos auditorios, la exhibición de obras de carácter monumental registradas en planos con gran angular, la presencia de Scioli como dadora de los beneficios hacia los sectores *actualizados* de la sociedad civil, entre otros aspectos [Figuras 61, 68 y otros].

El cambio argumental que supuso el balotaje modificó de modo sustancial la información significativa de sus imágenes proselitistas, exhibiendo, en esta etapa de la campaña, sus intenciones -en calidad de gobernante- para inaugurar un curso de gestión que concordase con los reclamos de la ciudadanía. En este sentido, el anuncio titulado *El cambio que esperás* (00:24) comprende una manifestación de lo dicho, que se materializa en la inclusión, de ninguna manera azarosa, del término *cambio*: “Yo soy un hombre de diálogo, como ya lo demostré en mi vida. Moderado y pacífico, pero decidido. Yo puedo darte a vos el cambio que esperás, pero sin los riesgos del pasado.” (Prensa Frente para la Victoria, 2015w).

En consecuencia, las modalidades que revistieron al *sujeto de hacer* en las tres fases electivas han predominado, en cada una de ellas, de acuerdo a la clasificación siguiente:

---

<sup>144</sup> Su biógrafo recuerda que, en el año 2007, se “transmitían sus discursos, los operativos de seguridad que supervisaba y las inauguraciones que encabezaba” (Confalonieri, 2013, p. 29).

	<b>PASO</b>	<b>Primera Vuelta</b>	<b>Balotaje</b>
<b>Modalidad</b>	Saber Hacer (2) Poder Hacer (3)	Saber Hacer (2) Poder Hacer (3)	Querer hacer (1) Deber Hacer (4)

Si en las PASO y la primera jornada de elección predominaron en sus piezas de comunicación la capacidad (2) personal del candidato y la posibilidad (3) efectiva de llevar adelante una gestión de gobierno nacional, por el contrario, los avisos concernientes al balotaje materializaron sus intenciones (1) -tal como se observa en el anuncio *El cambio que esperás-* y las obligaciones (4) que Scioli asume frente al electorado. El *spot Que gane Argentina* (00:48), difundido durante la segunda vuelta, cita un fragmento del debate en el cual el candidato afirma que “Y yo te tengo que defender, compañero trabajador. Yo tengo que defender. Tengo esta responsabilidad moral e institucional” (Prensa Frente para la Victoria, 2015x).

La vinculación con el *objeto* se produce a través del deseo de aplicar el programa de gobierno que el Frente para la Victoria había instituido para ello, -de acuerdo al examen de las producciones audiovisuales, en razón de la agenda ya analizada en la tesis de investigación-. Pese a las competencias individuales que las imágenes expusieron en las fases de la contienda, el *objeto de hacer* que finalmente prevaleció en el balotaje, respectivo al recorrido narrativo de Scioli y de Zannini, no fue suficiente para repetir los triunfos parciales que el Frente para la Victoria obtuvo en las PASO y en la primera jornada de elección.

El *enunciado de hacer*, que “expresará el paso del estado inicial al estado final” (Greimas & Courtés, 1990, p. 147), constituye, a los efectos de la investigación, la organización visual/audiovisual que dará cuenta, finalmente, de un recorrido narrativo sustanciado en el *acto* y la exposición del cuerpo presidencial de Scioli.

El actante *destinador* comprende a la voluntad del Frente para la Victoria de continuar con su proyecto político. Luego de una disputa entre Daniel Scioli y el por entonces ministro del Interior y Transporte de la Nación, Florencio Randazzo, -cuyas causas exceden los alcances de la investigación- Fernández de Kirchner apoyó, finalmente, al exgobernador de Buenos Aires-. De modo que el *destinador*, definido como “punto de origen” (Casetti & di Chio, 2014, p. 166), corresponde a los 12 años de gobierno que, por entonces, precedieron a la campaña 2015. En consecuencia, este actante se trata, más bien, de un concepto posible de traducir en lo que Scioli definió, a

lo largo de la campaña, como *continuidad con cambios*: continuidad con respecto al ejercicio de los tres períodos de gobierno que lo antecedieron, y cambios en relación a la impronta de su mandato.

Es interesante señalar que, en los anuncios correspondientes al balotaje, el color naranja volvió a adquirir predominio, quizás como un intento de reformular al destinador de su campaña electoral. De este modo, en los anuncios pertenecientes a la cuarta serie examinada en el capítulo desarrollado acerca de las producciones difundidas en la última jornada de elección [Figuras 83 y 84] se recupera la primacía del color distintivo de la gestión provincial, señalando, por ello, que el *destinador* de su propuesta presidencial corresponde menos al gobierno de Fernández de Kirchner que a su propio proyecto de gestión nacional.

El *Destinatario*, es decir, aquel actante sobre el que se articulan los beneficios de un *enunciado de estado conjuntivo* -unión de *sujeto* y *objeto*- obtenido en el caso de un hipotético triunfo electoral, concierne a la sociedad argentina. Al igual que en toda campaña nacional, el candidato afirma que su mandato constituirá una gestión de gobierno que tributará al común de la ciudadanía. Por tal motivo, Scioli define entre sus principales objetivos la consecución del *Desarrollo Nacional*, en cuyo plan se incluyen a sus adherentes tanto como a sus detractores.

En cualquier caso, es posible determinar que, en las PASO y en la primera vuelta electoral, el Frente para la Victoria dirigió sus anuncios hacia los segmentos que Verón (1987) definió como prodestinatario -sector consolidado de votantes- y paradesinatario -grupo de indecisos-, mientras que, en la instancia de balotaje, se apeló al colectivo contradestinario, partidarios de la coalición Cambiemos y de las restantes fuerzas de oposición, con objeto de lograr su consentimiento electoral.

El último par de actantes, *adyuvante* y *oponente*, culmina el estudio de la teoría actancial. El *sujeto de hacer*, en su búsqueda del *objeto* del deseo, ha recibido muestras de apoyo de la ciudadanía -algunas imágenes dan cuenta de ello- aunque su inclusión en los avisos remite a la exposición de liderazgo que Scioli determinó en razón de su condición de estadista. Por tal motivo, el actante *adyuvante* ha sido materializado, más bien, en las fuerzas de su propio gobierno que lo secundan sobre los escenarios desde los cuales enuncia sus proclamas [Figuras 48, 50 y otros]. En otros términos, el Partido Político tradicional constituye a este actante que lo asiste y lo designa como a su candidato para continuar al frente del gobierno nacional.

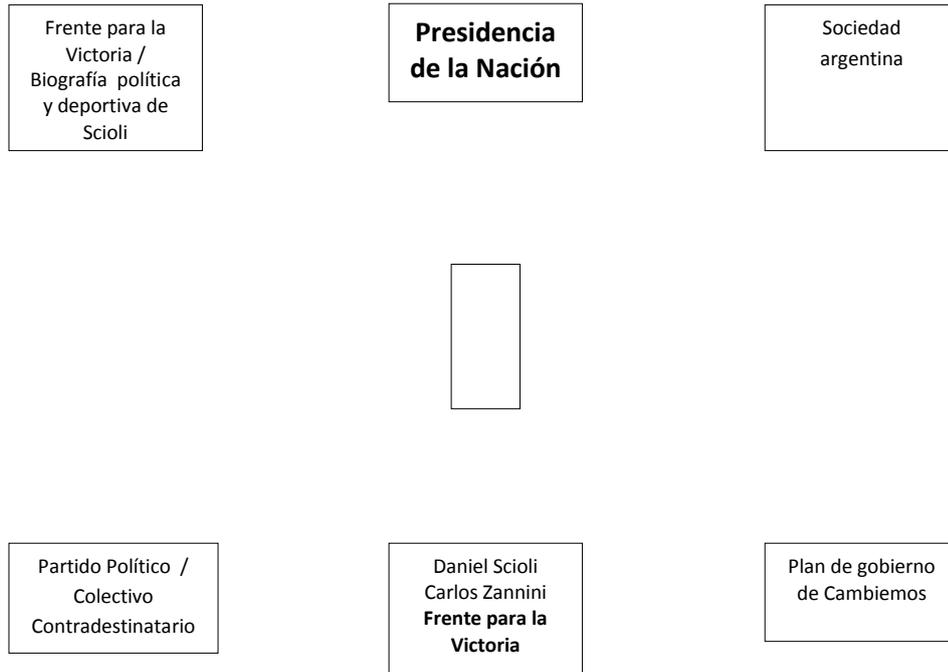
En consecuencia, el Frente para la Victoria remite un *sujeto* que se opone a un plan de gobierno que, de acuerdo a sus avisos proselitistas, constituye una visión contraria a su gestión.<sup>145</sup> Se observa que el *adyuvante* de la fórmula que preside Scioli constituye el *oponente* del programa narrativo de Cambiemos, y que el *oponente* del Frente para la Victoria no alcanza a remitir al *adyuvante* de la alianza conducida por Macri. Por el contrario, en la celebración del balotaje Scioli se dirige, también, a los sectores civiles que sufragaron a favor de la coalición liderada por Macri.

El giro que significó la segunda vuelta electoral estableció que, en sus avisos, Scioli apelase con mayor detenimiento a sus *adyuvantes* y a su *destinador*. Si los primeros corresponden a los sectores que no sufragaron en su favor -a los cuales procura sumar a su causa-, el segundo también incluye a su propia biografía, de modo que su pasado como deportista ha sido un vehículo de transmisión de su modalidad *poder hacer*. En efecto, en el ejemplo siguiente, perteneciente al aviso *Hora de decisiones* (00:48), Scioli asegura que “Cuando yo corría a 250 kilómetros por hora arriba de olas de dos metros, tenía que tomar decisiones. Te va preparando para las exigencias más extremas. Porque el mar es muy duro, como es dura también la política. Y cuando iba ahí, en búsqueda del campeonato mundial, las olas me golpeaban, y me dolía todo, pero yo seguía, seguía [sic] en búsqueda de la bandera a cuadros para consagrarme campeón mundial. Como ahora voy en búsqueda de lo mejor que me puede dar un argentino, que es un voto de confianza” (Prensa Frente para la Victoria, 2015y). En consecuencia, se trata de un actor presente en dos actantes -*sujeto* y *destinador*- (Greimas, 1971), en razón de que su propia experiencia deportiva, equiparada a la competencia electoral, le ha transmitido la competencia modal necesaria para consagrarse presidente de la Nación.

El cuadro de síntesis se completa, de acuerdo al programa narrativo perteneciente al Frente para la Victoria, de la siguiente manera:

---

<sup>145</sup> No es el objeto de este trabajo definir las características del programa de gobierno de Cambiemos, sino señalar que éste constituye el oponente al cual se enfrenta el Frente para la Victoria.



\*\*\*

La practicidad del modelo actancial ha permitido desagregar el reconocimiento analítico de los actantes políticos y civiles, con respecto a los objetos y los espacios representados en las piezas de comunicación, cuyo análisis final concierne a las consideraciones de este trabajo. Si el *objeto del deseo* resulta necesariamente equivalente en los dos programas narrativos examinados, sin embargo, se modifican los *enunciados de hacer* y con ello, los *sujetos de hacer* y los vertimientos que ellos efectúan sobre la Presidencia de la Nación. En efecto, la finalidad que da curso a la campaña, la cual consiste en la obtención del triunfo electoral, ha sido demandada no sólo a través de distintas estrategias discursivas sino, además, por intermedio de la producción audiovisual de cuerpos presidenciales sustancialmente opuestos en virtud de las modalidades reconocidas. En este sentido es que se impone el estudio del *acto* y la *potencia*, debido a que constituyen categorías analíticas que permiten la realización de un estudio integral acerca de las sub unidades de reconocimiento.

**ELECCIONES 2015**  
El candidato de Cambiemos

# Mauricio Macri. "Somos el vehículo para evitar una crisis económica"

Texto Jaime Roseberg | Foto Fabián Marelli



**N**o son todavía las diez de la mañana y Mauricio Macri ya está hundido en el mullido sillón de su quinta en Malvinas Argentinas, frente a una enorme pantalla que muestra al número uno del mundo de tenis, Novak Djokovic. "Este tipo sí que es un genio", dice a LA NACION el candidato presidencial de Cambiemos, mientras su esposa, Juliana, ofrece café y su pequeña hija Antonia se peina "porque llegaron los periodistas".

Salido de su mundo de descanso por un rato, Macri se mete en la carrera presidencial con algo de agotamiento, pero también con satisfacción. "Estamos donde queríamos estar, después de dos años de campaña corriendo desde atrás", afirma, intentando asegurar que dentro de una semana estará "sí o sí" en un ballottage contra Daniel Scioli, a quien espera derrotar en la segunda vuelta.

"El kirchnerismo ya no enamora ni convence más allá de lo que ya tiene", sostiene, y reitera el pedido a los votantes de otros espacios opositores para que le tengan confianza y lo elijan en las elecciones del domingo que viene.

-¿Llegó como esperaba a la última semana de campaña?  
-Física y mentalmente, mejor de lo esperado, con dos años de campaña y corriendo desde atrás.  
-¿Y en lo político?  
-Estamos donde soñábamos estar; muy pocos nos tenían fe, ¿no?  
-¿Quiénes no les tenían fe?  
-El círculo rojo en general (se son-

rie). Es muy rupturista pensar en el éxito de un partido que nace después de la crisis de 2001, que pone el acento en la gestión como otra forma de hacer política. No fue fácil de acompañar para un público más politizado.

-Hay otras visiones. Stolbizer, por ejemplo, dice que un triunfo suyo sería el "plan A" de Cristina para volver en 2019...

-Son fantasías de una mandataria que termina y es un ciclo que, además de no haber sido bueno para el país, nadie va a extrañar.

-Pero Scioli ganó y sacó más del 38% en las PASO.

-Pero es porque todavía no hemos terminado con esta situación. Cuando se vea que estamos más seguros y que empezamos a crecer, todo el mundo se dará cuenta de que había algo mejor. ¿Por qué volver para atrás?

-¿De los tres puntos que propone en su campaña (pobreza cero, de-

**"El kirchnerismo ya no enamora ni convence más allá de lo que ya tiene"**

**"Seguimos teniendo un sistema electoral arcaico que se presta a la trampa"**

rotar a los narcos y unir al país), cual es el más difícil de cumplir?

-(Piensa) El de pobreza cero. Los desafíos de hoy pasan por tener la mejor educación pública de América latina. Tenemos que lograr construir de una vez por todas la infraestructura que necesitamos para comunicarnos en diez años, no en veinte. El tiempo cuenta para los que están en la exclusión y la pobreza.

-¿Si usted dice que el 60% quiere un cambio, por qué Cambiemos no aglutinó a más del 30%?

-Aglutinó más de la mitad, y eso ya es muy meritorio, con partidos como la Coalición Cívica y la UCR, que había que amalgamar, unir, generar confianza. Se hizo, y la mayoría nos vio como el vehículo. El desafío para el domingo 25 es que gente que no nos voto sienta que podemos ser ese vehículo para el cambio.

-¿Los votos opositores no son votos útiles también?

-Prefiero ir por la positiva, ese análisis se lo dejo a otros. El 25 el voto es como un pasaje de avión. O sacás un ticket para ir al mismo lugar o lo hacés para ir a un lugar distinto. Quiero convocar a los que quieren un cambio que confíen en nosotros, vamos a representarlos con humildad, para que tengan un mejor trabajo, vivienda propia, sin narcotráfico, para construir la Argentina sin abusos de poder, representando a todos.

-¿En caso de llegar al ballottage, llamará a Massa?

-Los que estuvieron predicando que también quieren un cambio, más

allá de su historia, van a tener la posibilidad de demostrarlo y expresarlo con generosidad que Cambiemos es el único que puede proponer algo distinto.

-Le pedirá el apoyo...

-Sí. También me comprometí a hablar con todos a partir del 10 de diciembre.

-¿Incluido Scioli? ¿No estará demasiado condicionado?

-Bueno, lo voy a intentar, no sé si lo van a dejar venir (se ríe).

-Scioli y Massa ya definieron gabinete. ¿Se guarda lugares para los eventuales aliados?

-Mi compromiso es con la gente y asumi armar el mejor equipo para cumplir con las tres promesas.

No siento que tenga que definirlo ahora. Toda mi vida he armado los mejores equipos. Además, ya he definido los pilares más importantes de la Argentina que sueño: la educación pública de calidad, con Esteban (Bullrich) e instituciones sólidas e independientes, con Ernesto Sanz en el Ministerio de Justicia.

-Los planes que plantea son ambiciosos, ¿no ven en el horizonte una crisis económica?

-Es que justamente somos el vehículo para evitar una crisis económica. La economía hoy está trabada, encapada, después de cuatro años sin trabajo, con un gobierno que sobre la base de mentir destruyó lo esencial, que es la inversión. Nosotros, con reglas de juego claras y medidas inmediatas, ganaremos un cierto nivel de confianza para expandir la economía.

-El kirchnerismo dice que con Macri llegan el ajuste y la crisis...

-Estoy convencido de que el kirchnerismo no tiene ninguna posibilidad de darle gobernabilidad a la Argentina. Ya no enamora ni convence a nadie más allá de lo que ya tiene, no llega al 40% y sólo el 5% toma decisiones de inversión. Otro compromiso es no mentir sobre la inflación y la pobreza.

-Homenajes, menciones repetidas a Perón, ¿se peronizó?

-No soy peronista. Tenía un compromiso de reconocimiento al tres veces presidente con un proyecto hace años aprobado.

-Pero el acto se hizo quince días antes de las elecciones...

-Es que el artista se tomó su tiempo para hacer la obra (risa)

-¿Lo afectaron las denuncias como la que comprometía a Fernando Niembro?

-Hablamos salido de su radio, subestimaron durante un tiempo esos nos "desentren" en el bombardeo que hicieron con una enorme maquinaria de medios. Ocho años de gestión en la ciudad avalan éstas son denuncias de campaña que ellos saben hacer.

-¿Ve riesgos de irregularidad en el conteo de los votos el domingo 25 a la noche?

-Preocupación tenemos. Está que siendo un sistema arcaico se presta a la trampa. Lamentablemente, el Gobierno no quiso avar hacia un sistema más transparente como el del voto electrónico. E mos más atentos que el 9 de agosto pero hay que ser muy prudentes lo que se dice después de las 18 todos modos, aun las mediciones del Gobierno dicen que no llega 40 por ciento.

-¿Y si llegan?

-Bueno, si llegan es porque surramos el 30, 32. Hoy hay ballottage sí o sí. ●

**Imagen 19.** Macri: "vamos a representarlos con humildad". La Nación, domingo 18 de octubre de 2015, página 11, tercera columna.

# POLÍTICA

Edición de hoy a cargo de Jorge Liotti  
www.lanacion.com/politica | @politica\_LN | Facebook.com/lanacion  
LPolitica@lanacion.com.ar

**ELECCIONES 2015**  
Los protagonistas, a una semana de la elección

FALTAN ▶ **7** DÍAS GENERAL NACIONAL

## Economía y gobernabilidad, claves de los candidatos para ganar los últimos votos

Entrevistados por LA NACION, los seis presidenciables desgranaron sus propuestas de gobierno y su perspectiva electoral

### Daniel Scioli. "Siempre voy a hacer las cosas a mi manera"

Texto Santiago Dapelo | Foto Santiago Filippuzzi

"Para vos, ¿siempre pedís novedades...?" Daniel Scioli entra sonriendo a la sala de reuniones que tiene en el piso 19 de la sede porteña del Banco Provincia y se dirige a la cámara. Atrás suyo asoma Daniel Filippuzzi, que será en caso de que el gobernador bonaerense gane las elecciones, el próximo ministro de Ciencia y Tecnología.

Cuando resta una semana para lo que define como uno de los días "más importantes" de su vida, el candidato del Frente para la Victoria asegura que está "tranquilo y confiado" porque hizo "todo lo que tenía que hacer". Pero a la hora de definir si representa la continuidad del kirchnerismo o si asoma el fin de una etapa evita las oraciones terminantes.

¿Listo representa la continuidad del kirchnerismo o se trata de algo nuevo?

—Yo interpreto las nuevas demandas. Creo en la movilidad social ascendente. El que tiene trabajo, ahora quiere una vivienda. Por eso habrá créditos hipotecarios y no de inquilinos. Después quieren tener un policía más cerca de su casa, por eso las policías locales. Después quieren la salud más cerca, por eso los hospitales intermedios. Y quieren una mejor calidad del empleo. En eso estamos trabajando en esta agenda.

—¿Pero cree que lo perciben como

la continuidad del kirchnerismo o como algo nuevo?

—La gente ve en mí lo previsible, la gobernabilidad. Detrás de mí hay una organización política, gobernadores, presidentes de la región, intendentes, organizaciones sociales y gremiales; eso garantiza el éxito de los objetivos que venimos planteando. Voy a hacer las cosas siempre a mi manera y en plenitud de las facultades constitucionales que la gente me confía.

—¿La conformación de un gabinete con gobernadores, intendentes y funcionarios bonaerenses, sin kirchneristas ortodoxos es una respuesta a ese interrogante?

—¡Claro! Es una clara respuesta a las conjeturas que hubo sobre eso. Yo represento la confiabilidad. A la gente le puedo gustar más o menos, pero conmigo saben que no hay sorpresas. Sé lo que hay que hacer, sé cómo hacerlo y estoy preparado.

—Después de 12 años, no habrá un Kirchner al mando del Poder Ejecutivo. ¿Estamos llegando al fin de una etapa?

—¿Qué quiere decir con el fin de una etapa? ¿Qué hay que devolver YPF a Repsol? ¿Qué la Anses tiene que volver a los fondos especulativos? No entiendo qué significa... Recuperamos YPF, ahora vamos por la soberanía energética, lo mismo con los trenes; es lo que represento. Soy

el candidato del sentido común, la razón y la emoción.

—¿Mauricio Macri representa lo contrario?

—No te dejes llevar por mis palabras. Es la posición que ellos han tenido en cada uno de los temas. Votarón en contra de la recuperación de YPF, Aerolíneas, los ferrocarriles, la Anses y AySA. Puedo dar muchos ejemplos.

—Entonces, ¿sería correcto hablar de una disputa entre la continuidad y el cambio?

—No los entiendo... es que cambian de mensaje todas las semanas. Es difícil seguir lo que piensan. Ahora dicen que van a cambiar lo que haya que cambiar y mantener lo que haya que mantener. ¡Lo mismo que digo yo! La gente no espera un líder revolucionario o alguien que venga a cambiar todo.

—Acaba de plantear continuidad...

—Sí, pero con estos cambios. Estoy convencido de poder encarar con éxito esta etapa del desarrollo.

—¿La elección se resuelve el domingo o habrá ballottage?

—Que sea con respecto a la voluntad popular. Tenemos que dar una señal de madurez a la Argentina y al mundo. Hice el máximo esfuerzo posible, ahora confío en la gente y espero sereno.

—Anteayer la Presidenta lo mencionó como el próximo presidente. ¿Cree que tuvo su



respaldo durante la campaña?

—La proclamación de nuestra fórmula (con Carlos Zannini) fue la mejor respuesta a todas las conjeturas que había. Tomo sus palabras con humildad y responsabilidad. Quiero darle a la sociedad un mensaje claro: que vaya a votar a favor. Que vaya por el verdadero voto útil para definir la elección el 25.

—¿Qué mensaje quiso enviar con la decisión de nombrar a Batakis como ministro de Economía?

—Es una gran profesional y de mi confianza. Hizo viable la provincia. Además, mi gabinete es estable, mis ministros duran años. Cuesta armar equipos y ponerlos en marcha.

—¿No se trata de la elección de un ministro fusible, como manifestaron algunos empresarios, para que ordene rápidamente los problemas como la inflación, el gasto público y los subsidios?

—Gradualismo, viene un tiempo de ir gradualmente abordando todos estos temas. Buscando equidad en

los subsidios, que los tengan los que lo necesitan.

—¿Cómo piensa resolver el problema de la inflación?

—Con más productividad y más oferta, sin ajuste, sin aumentar las tasas de interés, y sin caer en las viejas recetas del pasado que hicieron estragos. Voy a apostar cada vez más al círculo virtuoso del consumo interno y la distribución del ingreso.

—En materia de seguridad, ¿qué se propone?

—En la provincia la política de prevención con las policías locales ha generado una evolución que bajó un 50% los homicidios en ocasión de robo. Esto quiere decir que se solucionó el tema: no. Pero no hay soluciones mágicas. Voy a convocar a 100.000 efectivos de las fuerzas

federales para reforzar las policías provinciales y que se puedan mover dinámicamente por el país de acuerdo con las necesidades. Además, crearemos una agencia nacional con la lucha del narcotráfico.

—¿Qué piensa de la idea de Macri de combatir al narcotráfico con las Fuerzas Armadas?

—Hay mucho para hacer con la vigente.

—No es necesario entonces...

—Es un tema que en el mundo ha casado. Es un anuncio que se le hizo en el marco de la campaña. Con derribar aviones. Sólo falta que gan que van a poner submarinos no sé qué cosa más... La realidad que con mayor presencia de las fuerzas federales y compromiso va a avanzar.

—El domingo podría ser el día más importante de su vida?

—Es un día muy importante para Argentina.

—Le pregunto desde el plano personal.

—Sí, yo siento que me preparé la vida para esta responsabilidad. Nunca busqué el respaldo de la ciudad sin antes estar convencido. Estoy convencido de que puedo encarar con éxito esta etapa. ■

**Imagen 20. Scioli. "Sé lo que hay que hacer, sé cómo hacerlo y estoy preparado".** La Nación domingo 18 de octubre de 2015, página 10, segunda columna.

## ELECCIONES 2015 - Los candidatos presidenciales

**E**l candidato presidencial por el frente Cambiemos, Mauricio Macri, afirmó que si su rival Daniel Scioli llega a la Casa Rosada será una garantía para la "impunidad" del kirchnerismo, y aseguró que son los oficialistas "los que van a llevar al país a una crisis de gobernabilidad" porque "nadie les cree interna ni externamente".

En una entrevista con la agencia de noticias DyN, Macri aseguró que, en materia de corrupción, está "a favor de cero impunidad". "Estará fuera de mi gobierno inmediatamente" el funcionario que cometa alguna "irregularidad", afirmó.

Macri rechazó que su eventual llegada a la Casa Rosada genere conflictividad al señalar que "los que van a llevar al país a una crisis de gobernabilidad son ellos, por que ya han destruido las confianzas, donde nadie les cree", en tanto subrayó que el oficialismo tiene "un problema de conducción" porque "no se sabe si conduce ella [Cristina Fernández], [Carlos] Zannini, La Cámpora, Anibal Fernández o Daniel Scioli".

**¿Llega al ballottage?**

Si.

**¿Por qué está tan convencido?**

Porque la mayoría de los argentinos queremos un cambio. Las PASO fueron esclarecedoras de quién tiene la posibilidad y quién no. Acá quedó claro que hay un gobierno que está en 38 aspirando a llegar a 40, y hay una construcción que es Cambiemos, que superó los 30 puntos, y es la que más fortaleza salió de esa elección, con la responsabilidad de, con mucha humildad y convicción, representar a todos aquellos que queremos un cambio en la Argentina.

**¿No es un riesgo apostar al ballottage cuando Scioli busca ganar en primera vuelta y quedó muy cerca del 40%?**

Por eso digo, por la positiva, a todos los argentinos que sienten que están para más, que merecemos vivir mejor, que el 25 hay una oportunidad; les digo a aquellos que desde el miedo y la angustia que les genera que el gobierno siga, y preguntan ¿qué va a pasar el 25? Yo les digo, ¿qué van a hacer ustedes el 25? Porque tenemos la oportunidad, con un vehículo que salió fortalecido de las PASO, Cambiemos, que se basa en la construcción de más de 10 años, lo que ha hecho en la Ciudad. Que se suma el radicalismo y la Coalición Cívica, el partido Fe y la Democracia Cristiana de Mendoza, el Frente Cívico de Córdoba. Acá está la posibilidad que le da este conjunto de dirigentes que, además, nunca gobernó, que tiene una coherencia de 25 años, que tiene coherencia para



Macri cree que Scioli en la presidencia garantiza la impunidad de los años kirchneristas

# Mauricio Macri

## "Demostramos que sabemos gobernar"

El candidato de Cambiemos apunta contra el FpV. "Destruyeron la confianza y ya nadie les cree", dice

representarlos a todos.

**¿Por qué hay que votararlo a usted y no a Scioli?**

Porque Scioli es continuar con lo mismo, un país que no crece hace 4 años, un país que cayó en una ausencia del Estado como nunca antes. Paradójicamente, el Gobierno que más ha hablado del Estado es el que más lo ha destruido, la prueba está en cómo ha avanzado el narcotráfico en esta década, con la inyección o ausencia absoluta del Estado. Ver cómo se ha deteriorado la infraestructura: hoy no tenemos caminos, no tenemos energía, no tenemos puertos, no tenemos trenes de carga, no tenemos celulares. Vamos a construir una Argentina que nos de

oportunidades a todos y ésta es la propuesta que lo va a hacer.

**¿Qué gobierno dejará Cristina Fernández?**

Lamentablemente dejan el Banco Central pelado. Se consumieron las reservas de energía que teníamos, gran parte de la infraestructura que teníamos, han permitido que se desarrolle el narcotráfico... pero lo más importante es que estamos los argentinos, que sabemos cómo volver a crecer; son todos problemas que tienen solución, no magia, no de un día para otro.

**Si es Presidente, ¿cómo lidiará con el peronismo?**

Los que van a llevar al país a una crisis de gobernabilidad son ellos,

por que ya han destruido la confianza, nadie les cree interna ni externamente; segundo, tienen un problema de conducción, no se sabe si conduce ella (Cristina Fernández), (Carlos) Zannini, La Cámpora, Anibal Fernández o Daniel Scioli. Nosotros tenemos la capacidad de recuperar la credibilidad, la confianza, eso va a traer trabajo. Hemos demostrado que sabemos gobernar, he demostrado que sé armar equipos y estamos muy consolidados con la Coalición y el radicalismo y vamos a armar el mejor equipo. Hay una enorme expectativa por el cambio que va a venir.

**¿Qué hará con militantes de la Cámpora que están en el Gobierno, en diversas áreas?**

Todo aquel que no esté cumpliendo una tarea y que haya sido puesto políticamente lo vamos a sacar.

**Si es electo Presidente, ¿qué postura tomará ante casos de presunta corrupción de funcionarios suyos?**

Personalmente voy a enviar los papeles al juez para que investigue, si descubre que hay algo raro, alguna irregularidad, estará fuera de mi gobierno inmediatamente.

**¿Y respecto al Gobierno anterior?**

Estoy a favor de cero impunidad; estoy a favor de la Policía Judicial, para que no haya problemas cuando haya que hacer allanamientos; creo en la Ley del Arrepentido, que ayude a descubrir tramas, y creo que no deben prescribir los delitos de corrupción, son cosas que van a ayudar y creo en un justicia independiente, no hay futuro sino, por eso he fijado a Ernesto Szaz como ministro de Justicia, y a Esteban Bullrich como ministro de Educación, porque sin educación de calidad no hay futuro.

**¿Cree que la continuidad del modelo, el proyecto, Scioli presidente, garantiza impunidad?**

Si, claramente.

**PERFIL**

### Cambiemos

→ **EDAD:** 56 años

→ **PROFESIÓN:** Empresario

→ **ESPOSA:** Juliana Awada

→ **TRAYECTORIA:** Ingeniero de profesión, aunque nunca ejerció, trabajó en las empresas familiares. Fue presidente del club Boca Jrs., Diputado Nacional (Pro) y desde 2007 Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

**Imagen 21.** Macri: "con muchas humildad y convicción, representar a todos aquellos que queremos un cambio en la Argentina". El Día, jueves 22 de octubre de 2015, página 9, primera columna.

**ELECCIONES 2015 - Los candidatos presidenciales**

**E**l candidato presidencial por el Frente para la Victoria, Daniel Scioli, considerado que su rival Mauricio Macri tuvo "un diagnóstico equivocado al pensar que la gente quería un cambio total". En una entrevista con la agencia de noticias DyN, negó que vaya a ser un jefe de Estado "de transición" y afirmó que "el partido político sólido" que lo respalda le da "una garantía de gobernabilidad e institucionalidad".

Scioli dijo que su relación con la presidenta, Cristina Kirchner, después del 10 de diciembre será "muy buena" y se consideró como "profundamente integrador" al ser consultado sobre el trato que tendrá con "La Cámpora". Consideró que "la división en la sociedad" la "generan los que están queriendo volver al ajuste y la devaluación, y deslegitimar las elecciones".

**¿Cree que gana en primera vuelta?**

El pueblo decidirá. Pongo mi mayor esfuerzo y toda mi voluntad. Estoy confiado en poder hacer un buen trabajo.

**¿Cuál va a ser la relación con la Presidenta a partir del 10 de diciembre?**

Muy buena. La Presidenta ha sido muy clara: lo que busca es que sobre estas políticas podamos construir estos sólidos cimientos de la Argentina, un país cada vez mejor. Estoy hablando con toda claridad de que después de años de crecimiento y recuperación se viene la etapa del gran desarrollo argentino.

**¿Qué relación tendrá con La Cámpora?**

Soy profundamente integrador, lo he hecho dentro de mi espacio político para llegar a esta candidatura, y lo voy a hacer con todos los sectores de la sociedad que busquen sumarse a esta agenda de la producción, el trabajo argentino y la industria nacional.

**En el ballottage, ¿preferiría a Macri o a Massa?**

Por ahora tengo concentrado todo mi esfuerzo en el 25 de octubre. Lo demás son especulaciones que no forman parte de mi tarea, que es gobernar hasta el último día y ser el candidato a presidente que le dé razones y motivos a la gente para votar.

**¿Cuál será el rol de Zannini en un Congreso, que no va a estar controlado por una sola fuerza?**

De complementación y trabajo en equipo. Yo fui vicepresidente, conozco muy bien ese lugar. El es una persona de una gran experiencia, conocedor profundo del Estado. Va a haber un espíritu de colaboración permanente.

**¿Va a ser un Presidente de transición, como plantean algunos, a**



El Gobernador bonaerense sostiene que con La Cámpora mantendrá su perfil integrador

# Daniel Scioli "Garantizamos la gobernabilidad"

**El candidato del FpV no piensa en el ballottage y dice que siempre ejerció en plenitud sus facultades constitucionales**

la espera de un regreso de Cristina?

No puedo estar comentando las pavadadas que dicen algunos. Obviamente, Estela [de Carlotto] me merece el mayor cariño y respeto; aparte, han malinterpretado sus palabras. Ahora, como no se les ha dado el escenario que esperaban, fueron cambiando de tema: les agarró en un momento por el voto electrónico, después por el fraude y después la "debate manía". Focalícense en las cosas que la gente está esperando. Cuando nosotros estamos en una posición sólida y creciendo, tiene que ver con la voluntad de la gente de que alguien le garantice y cuide su trabajo. Siempre he ejercido en

plenitud mis facultades constitucionales, y nunca hubo una interferencia de la Presidenta en el espacio institucional que me ha tocado. La mejor demostración es como gobernador: no estoy gobernando un municipio o un club de barrio, sino un país dentro del país. Díganme qué ministro no he nombrado, o qué interferencia hubo del Gobierno nacional. Ninguna. Cerro. Tengo bancos, empresas públicas, todo tipo de dependencias provinciales y siempre he llevado adelante mis políticas y mi agenda de trabajo con mis colaboradores. Ejercicio pleno de las facultades constitucionales.

**En materia de seguridad, usted propuso replantear el rol de las**

**Fuerzas Armadas en la lucha contra el narcotráfico. ¿Va a mantener ese planteo?**

Vamos por una Agencia Federal de Investigaciones contra el narcotráfico, la convocatoria a 100.000 efectivos de las Fuerzas Federales -Gendarmería o Prefectura- para fortalecer a las policías provinciales, y la creación de policías locales en las grandes ciudades, como hice en la Provincia de Buenos Aires, que son un éxito. Los homicidios, en ocasión de robo, bajaron un 50% desde la declaración de la emergencia en 2014. Las Fuerzas Armadas tienen el rol que marca la Constitución.

**¿Por qué cree que su postulación es la que garantiza la gobernabilidad?**

Porque somos una organización política que está conformada por un partido político sólido, donde están integrados todos los gobernadores, intendentes, organizaciones gremiales y dirigentes sociales. Por la cantidad de gobernadores que nos acompañan. Por todo lo que significa el apoyo y acompañamiento de todos los líderes de la región. Y por legisladores. Eso da una garantía de gobernabilidad e institucionalidad.

**¿Cree que existe una división en la sociedad?**

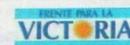
La división de la sociedad la generan los que están queriendo volver al ajuste y la devaluación, y deslegitimar las elecciones. Nuestras políticas son absolutamente integradoras, inclusivas y no exclusivas.

**¿Le Hamó la atención el tono en la campaña de Macri?**

Creo que han tenido un diagnóstico equivocado al pensar que la gente quería un cambio total. En Tucumán y Chaco la gente les dio la espalda. Puedo nombrar varios casos.

Yo fui, les hablé claro, les dije por qué quería ser Presidente, les di los motivos, hicimos un acta compromiso fruto del diálogo con todos los sectores de la producción y el trabajo, y la gente acompañó.

**PERFIL**



- **EDAD:** 58 años
- **PROFESION:** Empresario y ex Campeón Mundial de motonáutica
- **ESPOSA:** Karina Rabolini
- **TRAYECTORIA:** Fue Diputado Nacional, Secretario de Turismo de la Nación, Vicepresidente de la Nación y desde 2007 Gobernador de la Provincia de Buenos Aires

**Imagen 22 Scioli: "somos una organización política". El Día, jueves 22 de octubre de 2015, página 8, cuarta columna.**

## De la potencia hacia el acto (y del acto hacia la potencia)

El recorrido analítico que se ha desarrollado ha tenido como objeto testear la hipótesis hermenéutica de la investigación, de modo que la detección de la *Potencia* y el *Acto*, en los dispositivos de comunicación audiovisuales, constituye la culminación del estudio de la campaña presidencial 2015. La estructura significativa de las producciones ha sido, por ello, desagregada en tres sub unidades de observación, con motivo de establecer el reconocimiento de lo que Agamben (2010) ha llamado “la politización de la nuda vida” (p. 13). Ha sido necesario reseñar el pensamiento aristotélico que el filósofo italiano recupera en *Homo Sacer*, su obra máxima, de modo que el estudio de la potencia y el acto ha sido aplicado a las imágenes fijas y móviles debido a que la primera categoría, a diferencia de la segunda, posee la capacidad de los contrarios (Aristóteles, [¿335-322?] 2015c). En efecto, la potencia ostenta la potestad de alcanzar el acto como también de no hacerlo, y permanecer así en un estado potente que, no obstante, no agota su posibilidad de actualizarse en otra circunstancia. Aristóteles [¿368-348?] (2015b) indica el caso de aquel humano que puede escuchar y ver y que, aun estando durmiendo, no anula su posesión de la escucha y de la vista que, al despertar, se hallarían en acto cuando el hombre finalmente escuchase o viese aquello que lo circunda. Otro caso se ilustra en la capacidad de caminar y aún así, permanecer detenido que, como se ha dicho, no anula dicha posibilidad (Aristóteles, [¿348-335?] 2015a). En consecuencia, el acto es definido como la finalidad, como la plena realización de lo que se hallaba en estado de potencia (Aristóteles, [¿335-322?] 2015c).

El estudio de la substancia, es decir, de los objetos, ejemplifica la distinción. Debido a una serie de causas, la materia tiende hacia el movimiento por medio del cual adopta diferentes actualizaciones, es decir, diversas formas. Si la materia se halla en estado de potencia, las formas que ella puede adoptar constituyen sus diversos actos. Distinto es a como acontece con las “potencias racionales” (Aristóteles, [¿335-322?] 2015c, p. 299), debido a que ellas, y sólo ellas, pueden actualizarse hacia los contrarios. Así como el calor sólo puede calentar, el gobernante puede gobernar como también no hacerlo, y establecer un gobierno democrático tanto como puede inaugurar un ejercicio autoritario. De manera que si el hombre puede producir los contrarios, no debería sorprender que suceda cualquiera de sus posibilidades incluso cuando estas sean antagónicas.

Agamben recupera esta clasificación del acto y la potencia, y la traslada hacia la dinámica de funcionamiento de los Gobiernos occidentales. Señala la capacidad del hombre para no saturar la potencia en su paso hacia el acto (2007a), e incluso, va más allá y examina el paso al acto de la potencia en cuanto tal, es decir, el paso de la posibilidad no actualizada. El autor señala la eficacia de la potencia humana que puede actualizarse como también no hacerlo, estando el ser humano facultado para, por ejemplo, sentarse y aun así permanecer de pie, o construir y sin embargo, elegir no hacerlo.<sup>146</sup>

Alcanzado este punto convergen las categorías aristotélicas recuperadas por Agamben con los objetivos trazados en la tesis de investigación. La política de occidente, asegura el filósofo contemporáneo, se vincula hacia la captura de la vida natural del hombre y su inclusión, en tanto ciudadano, en la maquinaria de gobierno que lo doblega.<sup>147</sup> Para ello es necesario extraer, de una forma de vida, lo que el autor llama **vida desnuda o nuda vida** (2001, 2010). De modo que las formas de vida constituyen una expresión de “las múltiples formas de vida abstractamente recodificadas en identidades jurídico-sociales” (Agamben, 2001, p. 16). Dichas entidades corresponden a las segmentaciones que, a lo largo de las tres instancias de elección, han conformado a los estamentos sociales incorporados en las producciones de campaña. En efecto, la sociedad civil ha sido representada, en los avisos pertenecientes al Frente para la Victoria difundidos en las PASO y en la primera jornada de elección, a través de algunas de sus actualizaciones, como por caso de acuerdo a dimensiones laborales: trabajadores de la industria, del sistema público de salubridad, del régimen de enseñanza docente, pequeños emprendedores, fuerzas de seguridad, entre otros [Figuras 2, 8, 23, 31 y 37]. Cada una de estas formas de vida *actualiza* la *potencia* de quienes figuran en los avisos de comunicación, por lo que no podrían sino haber sido visualmente representados a través de los recorridos narrativos examinados. Los objetos y los espacios que han sido analizados remiten, en consecuencia, a la actualización que el Frente para la Victoria efectuó de las facultades de los diversos segmentos, formando

---

<sup>146</sup> Estos ejemplos son recurrentes en la obra de Aristóteles.

<sup>147</sup> Flavia Costa (2005) ha definido este procedimiento de la siguiente manera: “[A] incluir al viviente, en tanto *vida desnuda*, dentro del derecho mediante su exclusión (en la medida en que alguien es ciudadano, ya no es mero viviente; pero al mismo tiempo, para ser ciudadano pone la vida natural, su *nuda vida*, a disposición del poder político), la política se vuelve bio-política. Y el estado de excepción, en tanto crea las condiciones jurídicas para que el poder disponga de los ciudadanos en tanto vidas desnudas, es un dispositivo biopolítico de primer orden” (p. 7. La letra itálica pertenece al texto original).

sistema entre actantes civiles actualizados y escindidos de su forma-de-vida, objetos de uso laboral y espacios de trabajo.

Al respecto, Agamben (2001) indicó que “la vida es la nuda vida que separa en todos los ámbitos las formas de vida de su cohesión en una forma-de-vida” (p. 16).<sup>148</sup> Dicha separación ha sido ejemplificada en los avisos del Frente para la Victoria, de modo que las piezas en las cuales se expuso, entre otros, el recorrido narrativo de la joven policía [Figuras 2, 3, 4 y 5], de la mujer emprendedora de un local de gastronomía [Figuras 7, 8 y 9] y del boxeador profesional [Figuras 15, 16 y 17], constituyen formas de vida a las cuales se les sustrajo una *actualización* puesta al servicio de la campaña electoral.

La exhibición de la candidatura de Scioli constituye otro caso de actualización acerca de su capacidad al frente del ejercicio de gobierno. Durante las PASO y la primera jornada de elección, las imágenes fijas y las imágenes en movimiento, como asimismo los enunciados proclamados por el aspirante presidencial y por la voz en posición *over*, han determinado una puesta en acto acerca del programa de gobierno del Frente para la Victoria. Este programa consistió en la promoción del desarrollo de la Nación, materializado en 1) obras públicas de gobierno, 2) la producción de la industria, 3) en el crecimiento de pequeños emprendimientos comerciales y 4) en la ampliación de los derechos del ciudadano. Los cuatro grandes ejes han conformado la temática de los recorridos narrativos desempeñados por los actantes, desagregados en motivos como 1) Dictado de leyes -fertilización asistida- [Figuras 19, 20 y 21]; creación de centros públicos -unidades de atención UPA- [Figura 56]; y planes de inclusión social [Figuras 11, 12 y 13]; 2) promoción del trabajo urbano y agrícola [Figuras 24 y 25]; 3) pymes recuperadas a través de las medidas implementadas por el gobierno provincial [Figuras 7, 8, y 9] y 4) fomento de la educación pública [Figuras 44, 45 y 46].

En consecuencia, si el cuerpo presidencial establece la materialización de un Estado gubernamental, entonces es posible adelantar, en el curso de una campaña, al menos las principales líneas de acción que se habrían de instituir. En otros términos, las capacidades actualizadas de un candidato en razón de su exposición de estadista constituyen una forma de vida a través de la cual Scioli se presenta en sociedad. En las PASO y en la primera vuelta los avisos televisivos y fotográficos dieron cuenta de un liderazgo que actúa y se ubica al frente de las medidas de su gestión [Figuras 7, 26, 32,

---

<sup>148</sup> Edgardo Castro (2008) ha asegurado que “[L]a vida desnuda es la vida natural en cuanto objeto de relación política de soberanía” (p. 58).

46 y 52]. En cada anuncio perteneciente a la serie que la sociedad civil expone sus dificultades [Figuras 7, 8, 9, 11, 12, 13 y 15] podría afirmarse que Scioli oficia como actante destinador a partir de cuya intervención los actantes sujetos -la joven policía [Figura 5], la familia que no logra tener hijos [Figura 19], el profesional de boxeo [Figura 16], alcanzan el objeto del deseo -estabilidad laboral, la fertilidad asistida, la recuperación de un título deportivo-. En el contexto general de la estrategia de comunicación, Scioli constituye al sujeto de hacer de modo que, una vez obtenida la presidencia de la Nación, los diversos segmentos sociales desempeñarían el actante destinatario, los cuales se beneficiarían con la posesión del objeto por parte de la nómina del Frente para la Victoria.

Es este segundo recorrido narrativo el que manifiesta el acto y la consecución de la obra que la campaña de Scioli estructura en las unidades de observación. En efecto, se ha reconocido en la información significativa de los avisos, una serie de posibilidades plásticas que reenvían a un líder obrante durante sus ocho años de gestión como titular del gobierno de la provincia de Buenos Aires, de modo que en los dispositivos técnicos indiciales se ha materializado a los principales ejes de la gestión provincial y nacional del Frente para la Victoria. Los objetos y los espacios incluidos -maquinarias y uniformes de trabajo [Figuras 65, 91, 92, 93 y 94], y barrios urbanos [Figura 68]- constituyeron las estructuras significantes incorporadas en el recorrido narrativo de los actantes.

\*\*\*

Los resultados electorales obtenidos en la primera jornada de elección -36 por ciento para el Frente para la Victoria, 34 por ciento para Cambiemos- modificaron las expectativas de triunfo de la coalición por entonces gobernante. En consecuencia, la estrategia enunciativa de los anuncios de propaganda fue modificada, de acuerdo a las categorías de análisis que se desarrollaron, en razón de la exhibición de un liderazgo potente y no en acto. En mayor proporción, las series uno y dos con motivo del balotaje [Figuras 72 y 75] presentan un recorrido narrativo cuyo actante sujeto renuncia a mostrar las obras efectuadas en razón de un estadista de gestión pública sino, por el contrario, cercano a la ciudadanía, en posición equivalente en cuanto a su trayectoria y las biografías individuales pertenecientes a la sociedad civil. Si en las dos instancias de campaña precedentes, las medidas de gobierno y la candidatura de Scioli se *agotaban*

en las piezas de comunicación, durante el balotaje el candidato adoptó una posición enunciativa distinta a aquel que hablaba, desde un escenario y tras un atril, a multitudes reunidas que lo aclamaban [Figuras 48, 50, 52, 61, 62 y 64]. Los espacios y objetos referenciales, como teatros, grandes áreas abiertas, elementos de trabajo, fueron sustituidos por pequeños despachos y ambientes cotidianos de esparcimiento [Figuras 95 y 96]. El cuerpo presidencial que transitó ambas caracterizaciones, en tanto soporte de sentido, expuso su actualización -en las PASO y primera vuelta- como su potencia<sup>149</sup> -en la instancia electiva final-.<sup>150</sup>

En las imágenes incluidas en la última jornada de propaganda no se incorporaron segmentos de la sociedad civil, sino que los incluye a través de los enunciados verbales del candidato. Por tal motivo, la potencia se instituye en la figura de Scioli, sobre la que se practica un vuelco en virtud de su liderazgo. Ya no se trata de aquel gobernante que funda su autoridad en razón de las competencias que posee (Platón, [¿367-362?] 2014), sino en el entendimiento de las demandas comunitarias. En esta ocasión, las formas de vida de la sociedad civil han sido apeladas a través de un enunciado verbal, y no a través de la exposición de sus biografías. El plan de gobierno que Scioli presenta, tanto como a su propia candidatura, no se halla saturado por las producciones audiovisuales, de modo que las medidas adoptadas en su hipotética gestión no se agotan en la actualización que comprende cada uno de los anuncios. Por el contrario, en la primera y segunda serie de avisos difundidos en el balotaje se muestra en una posición cercana al actante sujeto desarrollada por su oponente.

\*\*\*

La propuesta visual de Cambiemos ha sido sustancialmente opuesta. Los avisos de las PASO muestran recorridos narrativos en los cuales, de los actantes destinatarios, tan sólo se reseña aspectos de su biografía a través de la inclusión de paratextos que indican los nombres de los figurantes y la procedencia geográfica. En virtud de que la

---

<sup>149</sup> Agamben (2007a) ha indicado que “el hombre es el viviente que existe en modo eminente en la dimensión de la potencia, del poder y del poder no. Toda potencia humana es, cooriginariamente, impotencia; todo poder-ser o poder-hacer está, para el hombre, constitutivamente en relación con la propia privación. Y éste es el origen de la desmesura de la potencia humana, tanto más violenta y eficaz respecto de la de los otros seres vivientes. Los otros vivientes pueden sólo su potencia específica, pueden sólo éste o aquel comportamiento inscripto en su vocación biológica; el hombre es el animal que *puede la propia impotencia*” (p. 362. La letra itálica pertenece al texto original).

<sup>150</sup> En el nivel de los enunciados también se ha reconocido este giro, en mayor medida en la segunda, tercera y cuarta serie de avisos.

segunda comprende, prácticamente, al conjunto del territorio de la Nación, y que los primeros se suceden en cada una de las piezas de comunicación, se reconoce un efecto de conjunto que anula las especificidades de los espacios referenciales: en todas las ciudades, en cada localidad, todos los ciudadanos, no importa cómo se llamen, son presentados, en los avisos de propaganda, como formas-de-vida, de la cual, afirma Agamben (2001, 2017) no es posible extraer la nuda vida, materia a través de la cual se funda el poder occidental. Dicho en otros términos, los ciudadanos son presentados en potencia: “el hombre sería un ser de pura potencia, que ninguna identidad y ninguna obra podrían agotar” (Agamben, 2007b, p. 467). En efecto, los rasgos identitarios cuyo sincretismo en el conjunto de la estrategia de enunciación provoca su auto anulación, y la ausencia de obra de los figurantes -se desconoce, por caso, profesión, usos y costumbres- producen un efecto posible de asimilar a la inoperosidad (Agamben, 2007b, 2017), el cual se opone a la obra -al acto-, a través del cual se define a la política contemporánea: “la política es política de la operosidad y no de la inoperosidad, del acto y no de la potencia” (2007b, p. 472).<sup>151</sup>

En consecuencia, las producciones de PRO/Cambiamos pertenecientes a las PASO establecieron la exhibición de actantes civiles inoperosos que, ausentes de obra, conversan con el candidato en sus sitios de referencia. En este punto, la distinción entre *casa* y *ciudad*, vida privada y acción del Estado/existencia política (Agamben, 2001, 2005, 2010, 2017) se reproduce en los anuncios examinados. El programa narrativo expone formas-de-vida acerca de las cuales el poder político no estaría en condiciones de articular con su funcionamiento, sino, por el contrario, pareciera que tratase de preservar la escisión entre *zōé* y *bíos* (Agamben, 2010), es decir, entre vida natural y vida políticamente calificada. El viviente, en oposición al ciudadano, constituye al actante destinador que ha normado a las producciones de comunicación de Cambiamos. Agamben señala que esta distinción ya no es posible, debido a que el estadio de la biopolítica foucaultiana ha sido superado por lo que el autor denomina tanatopolítica, en la cual ya no existe disensión entre la *casa* y la *ciudad*. Los objetos y los espacios constitutivos de la propiedad de las personas que reciben al candidato en sus viviendas son inmediatamente transpuestos al ámbito del poder que se sirve de ellos para

---

<sup>151</sup> La captura de la Inoperosidad a través de la glorificación ha sido examinada en un trabajo precedente, correspondiente a la tesis de Maestría en Estética y Teoría de las Artes (FBA-UNLP), por lo que no es necesario reproducirla aquí. Véase: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/66776>

conformar su estrategia de enunciación. De modo que mates, termos, sillas y mesas, se articulan en el umbral de la vida privada -la *casa*- y existencia política -la *ciudad*-.

En consecuencia, la captura de la *nuda vida* extraída de las formas-de-vida se realiza sobre el final de los anuncios, cuando, en todos ellos, se incluyen recursos extradieгéticos a través de los cuales los *vivientes* son transformados en *ciudadanos*.<sup>152</sup> Este material se constituye, por ejemplo, con la boleta que cierra la trama argumental de los *spots* [Figuras 85, 86 y 87], por lo que se actualiza la potencia de sus figurantes en razón de la característica *votantes de Cambiemos*. De modo que si en los *spots* no se subjetivan las vidas civiles que los integran, el paso de la potencia -en tanto posibilidad- al acto -en calidad de manifestación- se efectúa sobre los segundos de cierre en los cuales se incorpora la imagen de las boletas.

Agamben (2011) señala que “[U]na experiencia de la potencia en cuanto tal es siempre también potencia de no (de no hacer o de no ser algo)” (p. 105). Esta potencia es la que mejor define la posición actancial de Macri, el cual escucha las declamaciones pertenecientes a la sociedad civil. En tanto el candidato se exhibe próximo a sus consideraciones, su cuerpo presidencial constituye una potencia en razón de que puede obrar tanto como no hacerlo. En las PASO, destinadas a presentar al candidato, los figurantes han expuesto su palabra, mientras que Macri promovió su propia figura potente, capacitado para llevar a cabo las acciones pertinentes por lo que, sólo en la primera jornada electiva, actualizó las medidas de su gobierno. De manera que, afirma Agamben (2007a),

[H]ay una forma, una presencia de lo que no está en acto, y esta presencia privativa es la potencia (p. 356).

[L]a grandeza -pero también la miseria- de la potencia humana es que ella es, también y ante todo, potencia de no pasar al acto (pp. 359-360).

[E]l hombre es el señor de la privación, porque más que cualquier otro viviente está, en su ser, asignado a la potencia (p. 360).

La sociedad civil es potente<sup>153</sup> porque opta no actualizar su potencia, es decir, elige no hablar de su vida privada, aunque podría hacerlo. Tampoco efectúa reclamos concernientes a su sector laboral -el cual, en la mayoría de los casos relevados no ha sido precisado -aunque podría hacerlo-. Por el contrario, cuando sí se determinó la

---

<sup>152</sup> A menudo, PRO/Cambiemos ha sustituido este vocablo por el término vecinos.

<sup>153</sup> Así lo determinó el sujeto impersonal de la enunciación.

ocupación de las personas que mantuvieron diálogos con Macri, éstas presentaron un comportamiento sustancialmente opuesto a los recorridos narrativos de los anuncios del Frente para la Victoria. En efecto, en el caso de un trabajador portuario [Figura 97]<sup>154</sup> se observa la imagen de un puerto, por lo que el espacio referencial indica que el hombre dedica su trabajo a la actividad pesquera -su indumentaria así lo atestigua-. De todos modos no conduce sus enunciados hacia el estado de la pesca, sino a la Argentina en general. Así, Omar es presentado como un hombre que pudiendo actualizar los reclamos de este sector, preserva sin embargo su potencia. La potencia del pescador no se agotaría, pero pasaría al acto, en cuando reclamase por mejoras en el puerto.

En los *spots* se observa que los figurantes poseen, en potencia, la posibilidad de sublimar, por ejemplo, la materialidad de sus casas inconclusas [Figura 22], o las posibilidades decrecimiento para sus familias [Figura 14] y, no obstante, los actantes destinatarios eligen no hacerlo. La imagen de los espacios y los objetos pertenecientes a los sectores económicamente más postergados perfecciona la potencia de sus reclamos a través de su silencio. Por caso, los indicadores de las sub unidades de reconocimiento vinculados a los *espacios* y a los *objetos*, confirman que los figurantes forman junto a ellos una trama argumental que consiste en la posibilidad, mayormente no consumada, de actualización de sus potencias.<sup>155</sup>

Cabe señalar que, si los actantes civiles han sido escindidos de sus obras, mientras que en los anuncios del Frente para la Victoria se los reconoce junto a sus actualizaciones, el sujeto de la enunciación Cambiemos comenta las imágenes (Bettetini, 1996), de modo de presentar ciertos aspectos que, de algún modo, constituyen actualizaciones diegéticas. La exposición constante de enrejados ubicados sobre el frente de las viviendas, y de abrazos entre Macri y las familias que lo reciben [Figuras 27, 28, 29, 33, 34, 41, 42 y 43] determinan un cierto grado de actualización de sus formas-de-vida, en razón de su inclusión como actante del programa narrativo de Cambiemos. La sociedad civil es, en apariencia, representada en toda su potencia -la apariencia consiste en que los enrejados actualizan el temor de la comunidad-, aunque finalmente resulta incorporada y puesta en acto como destinador en razón de su instrumentación al servicio de la campaña electoral. En otros términos, la potencia de

---

<sup>154</sup> Véase *Con total sinceridad* (Prensa PRO/Cambiemos, 2015ff).

<sup>155</sup> También han circulado avisos en los cuales los protagonistas sí actualizan sus enunciados, como el ejemplo de una docente llamada Estela que afirma las dificultades para desarrollar sus tareas de enseñanza. Esos casos constituyen la excepción al programa narrativo general difundido en las PASO. Véase *Con Estela en Concordia* (Prensa PRO/Cambiemos, 2015gg).

los actantes civiles es puesta en acto por parte del sujeto extra diegético de la enunciación.<sup>156</sup>

La exposición de la potencia, la cual trasciende y no se agota en los actos, ha sido una gramática iterativa de los anuncios protagonizados por Macri. Mientras que las producciones del Frente para la Victoria actualizaron las características y el ejercicio de gobierno de su candidato, Cambiemos definió una estrategia sustanciada en la potencia de su privación.

En los avisos pertenecientes a la primera jornada electoral se estableció un recorrido narrativo en el cual Cambiemos expuso las principales medidas de su gobierno. A las citadas en el cuerpo del trabajo, la alianza dispuso, por ejemplo, que: *Todos los chicos van recibir apoyo del Estado* [Figura 98]; *Que tengas luz, agua potable, cloacas y seguridad* [Figura 99]; *Plan Nacional de desarme* [Figura 100]. Dichas medidas han sido registradas a través de paratextos lingüísticos, y constituyen actualizaciones acerca del ejercicio de gobierno presidencial.

Se afirma que los anuncios acerca de las medidas de gobierno difundidas en la primera vuelta electoral actualizan la gestión de Cambiemos. En otros términos, Macri abandona “*la propia impotencia*” (Agamben, 2007a, p. 362. La letra itálica pertenece al texto original), debido a que, en caso de alzarse con la presidencia de la Nación, no podría hacer otra cosa que la inscrita en los avisos de propaganda. En cada uno de ellos, la potencia del candidato expuesta en las PASO, (se exhibió la potencia de ser -aquello que está en pantalla representado- y la potencia de no ser -todo lo que pudo estar en acto y no lo estuvo-) se actualizó en los avisos de la primera jornada de elección, y en este punto coincidieron las campañas de Cambiemos y del Frente para la Victoria. En efecto, la coalición que lideró Scioli, tanto en las PASO como en la primera vuelta electoral, presentó las medidas de su gestión a través de textos escritos, los cuales incluyeron temáticas más o menos equivalentes a las presentadas en las piezas pertenecientes por la alianza que conduce Macri [Figuras 101, 102]. De modo que en la primera vuelta electoral se consignaron actualizaciones de las respectivas gestiones al frente del Poder Ejecutivo de la Nación de cada una de las coaliciones.

En los *spots* difundidos en el balotaje se retomó la estructura de los anuncios de las PASO en relación a la exposición de la figura Macri. En aquella jornada, el candidato pide abiertamente el voto a quienes, luego del paso de Cambiemos por sus

---

<sup>156</sup> En párrafos siguientes se analizará el caso del trabajador portuario.

CASAS, han sido incorporados a la estrategia electoral como CIUDADANOS, determinado el umbral de indistinción entre la *bíos* y la *zōé*.

\*\*\*

La potencia a la que se hace referencia en relación al cuerpo presidencial de Macri, en tanto éste constituye un soporte de sentido acerca de su hipotético gobierno nacional, se vincula a la relación de bando (Agamben, 2010) que el poder político instituye con respecto a la vida natural, apresada bajo la forma de una nuda vida. No existe, en tal sentido, personas a la cuales Cambiemos visita en sus casas y luego, un posterior registro audiovisual acerca de los encuentros acontecidos entre sociedad política y sociedad civil. La aparente no intervención por parte de los equipos de comunicación acerca de los espacios y objetos referenciales expone, en verdad, el umbral de indistinción entre la vida y su inclusión en las piezas de uso proselitista. En efecto, para Agamben (2010) el bando es aquella

potencia (...) de la ley de mantenerse en la propia privación, de aplicarse desaplicándose. La relación de excepción es una relación de bando. El que ha sido puesto en bando no queda sencillamente fuera de la ley ni es indiferente a ésta, sino que es *abandonado* por ella, es decir que queda expuesto y en peligro en el umbral en que vida y derecho, exclusión e interior se confunden (pp. 43-44. La letra itálica pertenece al texto original).

Si las piezas tradicionales de comunicación electoral, tal como acontece en el caso examinado acerca de las producciones del Frente para la Victoria, exponen las marcas del sujeto de la enunciación, Cambiemos, por el contrario, ha incluido en su programa narrativo a los cuerpos civiles simulando su exclusión. En consecuencia, los anuncios difundidos en las PASO ilustrarían, presupone PRO/Cambiemos, tan sólo un encuentro desinteresado, hasta se podría afirmar que circunstancial, y no lo que en verdad determina su circulación en los medios masivos de prensa. La potencia de la ley, ejemplificada en el cuerpo de Macri, puede su propia privación, y aplicarse allí donde, al parecer, no habría aplicación posible:

[E]s en este sentido en el que la paradoja de la soberanía puede revestir la forma: “No hay un afuera de la ley”. *La relación originaria de la ley con la vida no es la aplicación, sino el Abandono*. La potencia insuperable del

*nomos, su originaria “fuerza de ley”*, es que mantiene a la vida en su bando abandonándola (2010, p. 44. La letra itálica pertenece al texto original).

[L]a relación de abandono es tan ambigua que nada es más difícil que desligarse de ella. El bando es esencialmente el poder de entregar algo a sí mismo, es decir el poder de mantenerse en relación con un presupuesto que está fuera de toda relación. Lo que ha sido puesto en bando es entregado a la propia separación y, al mismo tiempo, consignado a la merced de quien lo abandona, excluido e incluido, apartado y apresado a la vez” (2010, p. 142).

De modo que si no es posible establece un *afuera del campo de poder*, tampoco cabe consignar a las imágenes de Cambiemos desajustadas con respecto al programa narrativo que incorpora a Humberto, a la familia Bazán, a Gastón y a Mercedes, entre otros, como actantes destinatarios de las medidas de su futuro gobierno. La potencia de la ley para aplicarse desaplicándose y con ello, recubrir por completo a la vida natural acorde al derecho -creando una zona de indistinción- ha sido reconocida en el campo de las representaciones audiovisuales concernientes a la campaña 2015. Es en este sentido que la presencia de Macri en los domicilios particulares, su acción de escucha atenta, recrea, en el ámbito de una estrategia electoral, aquello que acontece en el ejercicio concreto de la autoridad y poder ejecutivos. Los avisos en los que se figura desaplicar la voluntad electoral de la maquinaria de gobierno, y así tan sólo exponer narrativas individuales surgidas desde la sociedad civil -preservado sus voces, sus espacios y objetos de referencia- equivalen a un relación de abandono, debido a que “[E]l bando es la pura forma de referirse a algo en general, es decir el simple acto de establecer una relación con lo que está fuera de relación” (2010, p. 44). Los segmentos de la sociedad civil constituyen una figura de bando en tanto Cambiemos simula que se hallan *por fuera* de los objetivos electorales de la coalición, tanto como, en verdad, constituyen, *hacia adentro* de su esquema de campaña el vector sobre el cual se desarrolló la serie de recorridos narrativos en las tres instancias de votación.

El estado de excepción -en el cual devienen indistintas el derecho y la vida, al punto que la “ley que ya no tiene significado, [de modo que] ella deja de ser ley para indeterminarse punto por punto respecto a la vida” (Agamben, 2005, p. 119)- representa, para el autor, la figura que en la actualidad rige a los comportamientos de los Gobiernos, los cuales entremezclan la vida y la norma en ámbitos cada vez más diversos que en la topología en la cual, en el siglo XX, se constituyó la soberanía del poder.

\*\*\*

La campaña 2015 fundó un espacio en el cual la potencia racional, es decir, aquella que puede incluso su contrario -el arquitecto puede construir y no construir; el paseante caminar y permanecer localizado; el soberano custodiar la ley o desaplicarla bajo un estado de excepción y así, aplicar lo contrario a aquello que en su letra se afirma-, ha sido expuesta en las imágenes de Cambiemos. Guanuco, Alicia y Marcelo, Elizabeth y Lucas, Graciela, Johana, Nelly, entre otros, expusieron sus enunciados, aunque podrían no haberlo hecho, o bien modificarlos por otros; tuvieron ocasión de visibilizar sus narrativas individuales. Pudieron también expresarle su voto de rechazo. A su turno, en las PASO el candidato pudo actualizar sus medidas de gobierno, tal como sí las efectivizó en los anuncios difundidos en la primera jornada de votación, de modo que la potencia de sus contrarios prevaleció en aquella jornada y el acto, durante ésta. La exhibición a través de un registro audiovisual de las formas-de-vida de los actantes civiles (Nelly y Omar -el trabajador portuario-), no imposibilitó que la nuda vida sea apresada bajo una forma de vida que sí actualizaron los paratextos de cierre. En otros términos, Cambiemos ensayó la inclusión en sus avisos a los votantes en tanto habitantes de su *casa*, y no de la *ciudad*:

[N]o existen, *primero*, la vida como dato biológico natural y la anomia como estado de naturaleza y, *después*, su implicación en el derecho, a través del estado de excepción. Al contrario, la posibilidad misma de distinguir vida y derecho, anomia y *nomos* coincide con su articulación en la máquina biopolítica. La nuda vida es un producto de la máquina y no algo preexistente a ella (Agamben, 2005 p. 157. La letra itálica pertenece al texto original).

En este punto se presenta una aparente contradicción en el estudio que se viene desarrollado, que se resuelve a través de la categoría de *desembrague actancial* perteneciente a Greimas & Courtés (1990). Si se afirma que la sociedad civil -al igual que la sociedad política- es representada en las piezas de Cambiemos a través de la exposición de su potencia -mientras que aquellas se hallan en acto en los avisos del Frente para la Victoria- entonces no podrían capturarse hacia el interior de la maquinaria de gobierno:

[S]ólo si no soy siempre y únicamente en acto, sino que soy asignado a una posibilidad y una potencia (...) una forma de vida puede devenir, en su propia facticidad y coseidad, *forma-de-vida*, en la que no es nunca posible aislar algo como una nuda vida (Agamben, 2001, p. 18. La letra itálica pertenece al texto original).

La exhibición de actantes civiles ha sido efectuada en estado de potencia, y aún así, la nuda vida ha logrado extraerse sin incurrir en ninguna contradicción analítica. En efecto, el desembrague consiste en una “operación por la cual la instancia de la enunciación (...) disjunta y proyecta fuera de ella ciertos términos vinculados a su estructura de base” (Greimas & Courtés, 1990, p. 113). Sobre esta categorización, de acuerdo a la cual “el sujeto de la enunciación, responsable de la producción del enunciado, permanece siempre implícito y presupuesto, nunca está manifestado en el discurso-enunciado” (p. 113), autores como Metz (2003), Gaudreault & Jost (1995) y Bettetini (1996) aseguran la existencia de niveles de enunciación diegéticos que, en todos los casos, no sustituyen al sujeto impersonal que, entre otras disposiciones, ordena y explica la existencia de las imágenes técnicas.<sup>157</sup> De modo que la sociedades política y civil constituyen “enunciadores instalados” (Greimas & Courtés, 1990, p. 114) que reenvían al sujeto de la enunciación que se corresponde con las coaliciones Cambiemos y Frente para la Victoria. Será la alianza Cambiemos la encargada de asumir las operaciones de traspaso de la potencia hacia el acto que, finalmente, conduzca a la zona de indistinción comprendida por la aparente no intervención de los recorridos narrativos de las unidades de observación y su inclusión efectiva en la *norma* que rige a una campaña electoral. En consecuencia, resulta insuficiente determinar a los cuerpos, los objetos y los espacios en tanto materia significativa visual/audiovisual para reconocer a la obra y a la inoperosidad, sino que se impone incluir el pedido no velado de sufragio a favor de los respectivos frentes electorales. La instrumentación de voces en posición *over* que explicitan las marcas del sujeto de la enunciación constituye, conjuntamente con la exposición de las boletas sobre los segundos de cierre de los avisos audiovisuales, operaciones enunciativas que asignan sentido a las imágenes de uso electoral, y a las sub dimensiones que comportan el análisis de la tesis de investigación.

---

<sup>157</sup> Estos autores trasladan la teoría del desembrague al audiovisual y aseguran: “veo en el film tres niveles discursivos: 1) el nivel verdaderamente primero, que siempre es impersonal, la enunciación - 2) el eventual nivel segundo, que corresponde al enunciator primero (diegético o no, a cargo de un relato o de otra cosa) - 3) los eventuales niveles siguientes, que corresponden a los enunciadores temporarios” (Metz, 2003, p. 27); [El desembrague es una] “operación por la cual la instancia de la enunciación proyecta las categorías del tiempo, el lugar y el sujeto fuera de sí misma” (Gaudreault & Jost, 1995, p. 66); “[E]l conjunto de informaciones destinado al intercambio se distribuye en el texto y puede invadir (...) tanto el espacio del enunciado, como el de la enunciación: el sujeto enunciator puede comunicar las unidades de su saber indirectamente al enunciatario, por medio de la «puesta en escena» practicada por su discurso (una puesta en escena que a menudo asume la dimensión del relato) y de los actantes sustitutorios que están representados allí, o directamente, por medio de otra «puesta en escena» que el texto audiovisual actualiza, la de la conversación textual” (Bettetini, 1996, p. 128).

Las operaciones que han posibilitado el reconocimiento de la actualización de la potencia -en las PASO y en las producciones de Cambiemos- han sido determinadas huellas (Verón, 1993) dispuestas sobre la superficie textual de los avisos audiovisuales, entre las cuales han destacado la sobreimpresión de las boletas y las voces en *over* que subliman la nominación de la alianza.<sup>158</sup> Por ejemplo, los anuncios *Con total sinceridad* (00:35) (Prensa PRO/Cambiemos, 2015ff) y *Con Nelly en Santa Fe* (00:11) (Prensa PRO/Cambiemos, (2015m) presentan marcas visuales y sonoras que reenvían al sujeto impersonal: el primero culmina con la inclusión de la boleta y una voz que afirma “Mauricio Macri. Presidente de la Nación. Gabriela Michetti, Vicepresidente. Vamos Juntos. Cambiemos. Lista 135G” [Figura 103] y el segundo con un paratexto y una voz que indica “Mauricio Macri. Presidente de la Nación. Vamos Juntos. Cambiemos. Lista 135G” [Figuras 104 y 105]. En consecuencia, la potencialidad de los actantes civiles -tal como es el caso de Omar ubicado en el puerto de la ciudad de Mar del Plata- expuesta en los recorridos narrativos -potencia de hacer y decir, como también de no actuar y callar- resulta finalmente actualizada, en una operación de sentido extra diegética, bajo la denominación *votantes de Cambiemos*. De modo que siendo adherentes a la fuerza que lidera Macri, no pueden sino hacer y decir aquello que resulte en beneficio de la campaña electoral, y por lo tanto se anula su contrario: ya no es posible afirmar que no confían en el candidato, es decir, en la proximidad que ha establecido con su cuerpo. A través de la operación de *desembrague*, la cual incluye la “disociación del sujeto de la enunciación en más sujetos internos al texto” (Bettetini, 1996, p. 77), la sociedad de representados ha desempeñado una posición actancial subsidiaria de la coalición y, por intermedio de los cuerpos, los espacios y los objetos pertenecientes por ejemplo a Omar y a Nelly, Cambiemos ha podido establecer una representación audiovisual acerca de su objetivo electoral: TRASLADAR LA CASA A LA CIUDAD, conformado, entre ambas, una zona irreductible de indistinción:

[E]s importante no confundir la vida desnuda con la vida natural. A través de su división y de su captura en el dispositivo de la excepción, la vida asume la forma de la vida desnuda, de una vida que ha sido, pues, escindida y separada de su forma (...). Y es esta vida desnuda (...) que, en la máquina

---

<sup>158</sup> Bettetini (1996) asegura que “nunca nos enfrentaremos con una comunicación directa, pero sí con la mediación de adaptaciones de la enunciación y de figuras simbólicas que operan por cuenta del sujeto relativo: un ejemplo de transferencia de saber informativo en el nivel de la enunciación está a menudo señalada en el uso de la «voz en off», cuando su discurso aporta contenidos de conocimiento independientes del contenido mostrado por las imágenes simultáneas a lo enunciado” (p. 128).

jurídico-política de Occidente, cumple la función de umbral de articulación entre *zōé* y *bíos*, vida natural y vida políticamente calificada (Agamben, 2017, p. 470. La letra itálica pertenece al texto original).

El procedimiento utilizado por el Frente para la Victoria constituye, en las PASO y en la primera vuelta electoral, una sociedad actualizada y un candidato hacedor de obras de las cuales aquella se beneficia. En tales instancias se manifestó en el ejercicio de gobierno de Scioli y las formas de vida que asumen los figurantes: trabajadores de la industria, pequeños emprendedores, estudiantes, jóvenes familias, entre otras articulaciones. En consecuencia, en los recorridos narrativos examinados concernientes a la primera vuelta electoral se observó la vida calificada -operarios de la construcción, docentes, jubilados, personas excluidas del tejido social [Figuras 37, 38 y 102]-, inscrita en el ordenamiento jurídico de la sociedad.

El balotaje supuso una reconfiguración acerca de la distribución de los actos y las potencias en los *spots* del Frente para la Victoria. Como primera medida, la sociedad civil ya no es incorporada a la banda visual de los anuncios, como tampoco los funcionarios que, ubicados sobre el escenario, secundaron al candidato cuando se dirigió, en las piezas de comunicación reconocidas, a los asistentes de los mitines. Durante el balotaje, tales actos partidarios no han sido objeto de representaciones, de modo que el aspirante a presidir la Nación ya no exhibe la ejecución de sus obras, sino la potencialidad para llevarlas adelante a través de las modalidades del *querer hacer* y el *deber hacer* (Greimas & Courtés, 1990). De manera que si el *poder hacer* se vincula a la potestad de ejercitar las directivas de gobierno -tal como ha sido tematizada- el deber que Scioli afirma en la defensa de los trabajadores asume la forma de una posibilidad. Ya no se observa un candidato obrante sino a través de su voluntad para realizar su plan de desarrollo productivo.

La sociedad civil no es representada en razón de sus actos. Pareciera que el Frente para la Victoria depuso la gramática de producción de los avisos vigente en las PASO y la primera vuelta, con motivo de la exposición privilegiada de Scioli en tanto cuerpo sincero (Verón, 1987). No se han representado sus actos, sus obras, sino la posibilidad de ejecutarlos. Se trata de un candidato potente, que exhibe su capacidad para escuchar y atender -pudiendo no hacerlo- el mensaje de los electores (“Tengan la seguridad de que los escuché a todos. Los que me votaron y los que no me votaron. Escuché y entendí”) (Prensa Frente para la Victoria, 2015r) y en conformidad no los actualiza de acuerdo a las condiciones examinadas en el capítulo concerniente a las

PASO. En efecto, si los figurantes no han sido incluidos en la banda de imágenes de los *spots*, sin embargo, se apela a los votantes, en mayor proporción en la cuarta serie de avisos. La inclusión de la frase *uno de los dos* -Macri o Scioli- instituye una división -prodestinatarios y contradestinatarios- entre los adherentes a las fuerzas partidarias que la función espectral debe reconocer.

\*\*\*

Los actantes de la sociedad civil, representados conjuntamente con sus espacios y objetos que referencian la potencia o sus actos, se hallan, en las producciones de ambas campañas, *en una relación de bando* (Agamben, 2010), de modo que “[L]o que emerge en esta figura -límite- es la crisis radical de toda posibilidad de distinguir entre pertenencia y exclusión, entre lo que está fuera y lo que está dentro, entre excepción y norma” (p. 39). La captura de la vida natural de los actantes civiles intervinientes en los anuncios de los dos frentes se efectúa a través de su manifestación y/o ocultamiento de un proceso que Agamben señala sustancial a la maquinaria de gobierno occidental. Si en la diégesis de los avisos el Frente para la Victoria expone el requerimiento y la producción de la nuda vida, Cambiemos simula la fractura de la “vida y derecho, anomia y *nomos*” (2005, p. 157. La letra itálica pertenece al texto original), debido a que, en el caso de la alianza que conduce Macri, su articulación finalmente se produce en los segundos finales de los *spots* 1) en razón de recursos técnicos extra diegéticos, y 2) en los paratextos gráficos dispuestos en los folletos.

Lo dicho hasta aquí puede resumirse en el cuadro siguiente, acerca de la constitución de la diégesis de las piezas de comunicación:

	<b>Cambiemos</b>		<b>Frente para la Victoria</b>	
	<i>cuero civil</i>	<i>cuero político</i>	<i>cuero civil</i>	<i>cuero político</i>
<b>PASO</b>	Potencia	Potencia	Acto	Acto
<b>Primera vuelta</b>	Potencia/Acto <sup>159</sup>	Acto	Acto	Acto
<b>Balotaje</b>	Potencia/ Acto <sup>160</sup>	Potencia	xxx <sup>161</sup>	Potencia

---

159 El predominio corresponde a la exposición de la potencia

La actualización de las potencias políticas y civiles, en el caso de Cambiemos, y la potencia política, en relación al Frente para la Victoria, se efectuó, en mayor proporción, a través de las huellas, dispuestas por el sujeto extra diegético de la enunciación:

	<b>Cambiemos / Frente para la Victoria</b>
<b>Huellas extra diegéticas: PASO, Primera vuelta y Balotaje.</b>	Inserción de las Boletas sobre el final de los <i>spots</i> ; paratextos; voces <i>over</i> ; música.

La puesta en sentido de los elementos hasta aquí analizados, los cuales conforman al espacio referencial, dispuestos en posición axial, constituye otro procedimiento de actualización de las capacidades de las potencias civiles.

De modo que “[U]na forma-de-vida es, en este sentido, la que sin cesar depona las condiciones sociales en las que le toca en suerte vivir” (Agamben, 2017, p. 488). El poder político anula de inmediato toda expresión de forma-de-vida. En este sentido, las condiciones sociales han sido sublimadas en los anuncios del Frente para la Victoria y encubiertas en los avisos de Cambiemos. En el primer caso, el trabajador industrial, el cuerpo de médicos que cumplen sus tareas en los centros UPA, los agentes de seguridad, entre otros, constituyen formas de vida que no pueden actuar sino en razón de la actualización asignada en sus respectivos recorridos narrativos. En el segundo, por el contrario, las caracterizaciones de la sociedad civil han sido mayormente disimuladas para luego realizarse en la inclusión de las huellas examinadas, y así desactivar la potencia que encubre a la forma-de-vida:

[M]ucho más compleja es la desactivación del dispositivo. Lo que desactiva la operosidad es ciertamente una experiencia de la potencia, pero de una potencia que, en cuanto mantiene firme la propia impotencia o potencia de no, se expone ella misma en su no-relación con el acto (Agamben, 2017, p. 492).

Los espacios y los objetos que se han examinado en las piezas del Frente para la Victoria constituyen otros tantos mecanismos de actualización de las capacidades de los

---

160 El predominio corresponde a la exposición de la potencia.

161 No se han reconocido actantes civiles en los anuncios audiovisuales. Su apelación discursiva los presenta en potencia, tal como si no se pretendiese su actualización.

actantes civiles. La exposición de elementos de trabajo no puede sino conducir a que el hombre que se sirve de ellos se trata de un operario industrial agrícola, a que los guardapolvos determinen que los jóvenes que los utilizan son educandos en sus distintos niveles, y a que el paisaje portuario de la ciudad de Mar del Plata indique que allí se efectúan actividades pesqueras [Figuras 23, 37 y 39]. *La potencia de no* -los cuerpos no pueden no representar al trabajo, tampoco no aludir al sistema educativo- queda desactivada. Si en mayor proporción Cambiemos omitió estas actualizaciones, recurrió a otras vinculadas, por ejemplo, al estado de las viviendas. Si su exposición, en profundidad de campo, resultó una norma de diseño constante en los avisos, y quienes allí viven no pueden sino padecer exclusión social,<sup>162</sup> el recorrido narrativo privilegió el contacto y la proximidad entre los actantes sujeto -Macri- y destinatario -los dueños de dichas casas-.

La potencia del hombre, en tanto constituye un peligro para la vigencia del poder gubernamental, ha sido actualizada hacia el interior de la trama argumental de las piezas de comunicación -PASO y primera vuelta, en el caso del Frente para la Victoria-, o bien, en mayor medida, hacia el exterior del universo semiótico representado -en relación a Cambiemos-. De manera que “[E]n el punto en el cual el dispositivo es así desactivado, la potencia se vuelve una forma-de-vida y una forma-de-vida es constitutivamente destituyente” (Agamben 2017, p. 493).

El desafío que propone Agamben consiste en pensar una política no de la obra y del acto, sino de la potencia y la inoperosidad que logre desactivar la producción de la nuda vida (2017). En términos del presente estudio, las huellas pertenecientes al sujeto extra diegético de la enunciación constituyen los mecanismos de articulación entre la vida y la gramática de producción partidaria que se sirve, abierta o solapadamente, de los cuerpos civiles.

De nuestros cuerpos en posición de abandono o, mejor aún, *abandonados*.

\*\*\*

El umbral de indistinción entre vida y derecho conduce a la tanatopolítica (Agamben, 2005, 2010),<sup>163</sup> la cual, sobre finales y comienzos del siglo XX, se afirma

---

<sup>162</sup> Lo cual no ha sido verbalizado como sí lo fue en los avisos del Frente para la Victoria.

<sup>163</sup> El autor asegura que “[S]i, en todo Estado moderno, hay una línea que marca el punto en el que la decisión sobre la vida se hace decisión sobre la muerte y en que la biopolítica puede, así, transformarse en

deslocalizada con respecto al acontecimiento que dio curso a la obra del filósofo italiano:

[D]esde los campos de concentración no hay retorno posible a la política clásica; en ellos ciudad y casa se han hecho indiscernibles y la posibilidad de distinguir entre nuestro cuerpo biológico y nuestro cuerpo político (...) nos ha sido arrebatada de una vez por todas (2010 p. 238).

El objeto del examen de la campaña 2015 argentina consistió en reconocer un estudio de caso, perteneciente al campo de las representaciones indiciales visuales y audiovisuales, acerca de un proceso que desborda a aquellas zonas topográficas originarias. Si resulta cierto que “la comunicación política consiste en imágenes” (Durán Barba & Nieto, 2017a, p. 334) entonces los avisos de las fuerzas partidarias constituyen muestras de observación apropiadas para realizar un trabajo de las presentes características.

De modo que, si una contienda electoral determina una teatralización de las misiones y visiones de los partidos y alianzas políticos, entonces es posible comprender a sus producciones como a dispositivos tecnológicos que subliman sus creencias y sus proyectos guías. En consecuencia, las imágenes fijas y las imágenes en movimiento operan en tanto espacios de construcción de la vida nuda que articula la vida natural y la vida políticamente calificada.

Los recorridos narrativos de los avisos de Cambiemos no exhibieron, por un lado, vidas escindidas de toda sujeción de poder y, por otro, su traslación hacia *spots* y fotografías de uso electoral, sino que el proceso eleccionario produjo, en tales recorridos, la vida desnuda que requiere para su consolidación y establecimiento durante un período de cuatro años. En otros términos, la coalición liderada por Macri produjo *cuerpos de votantes dispuestos para sufragar* a favor de la alianza política que los fundó.

En suma, ha sido celebrado el vaciamiento de una CASA con el concurso del cuerpo político que constituye la CIUDAD.

---

tanatopolítica, esta línea ya no se presenta hoy como una frontera fija que divide dos zonas claramente separadas: es más bien una línea movediza tras de la cual quedan situadas zonas más y más amplias de la vida social, en las que el soberano entra en una simbiosis cada vez más íntima no sólo con el jurista, sino también con el médico, con el científico, con el experto o con el sacerdote” (2010, pp. 155, 156).

EL TIEMPO

  
Máxima: 36° C.  
Mínima: 19° C.  
(Pág. 27)

# EL DÍA

www.eldia.com

La Plata, viernes 11 de diciembre de 2015

TAPA

Nº 283 del año CXXXII  
Edición de 68 páginas  
en cinco secciones  
Precio del ejemplar: \$ 10,00  
Recargo venta  
Interior: \$1,50  
En Uruguay \$ 20



## Macri “Transparencia y pobreza cero”

Al asumir la Presidencia de la Nación, puso el acento en esos dos objetivos. También subrayó el “combate contra el narcotráfico” y el llamado a la “unidad nacional”. Una multitud se movilizó a Plaza de Mayo. Clima festivo en el país

(Págs. 3 a 11)



## Vidal

### “La Provincia está quebrada”

Tras asumir, planteó un duro panorama. Daniel Scioli le entregó la banda y el bastón

(Págs. 12 y 13)

Imagen 23. El Día, viernes 11 de diciembre de 2015, portada.

## Consideraciones finales

La denegación de la puesta en escena y las marcas del sujeto enunciador han constituido dimensiones de observación en relación a las imágenes proselitistas. En mayor proporción, Cambiemos ha ocultado la escenificación en la cual han acontecido los programas narrativos que conforman sus *spots* audiovisuales y sus fotografías, mientras que el Frente para la Victoria ha acentuado sus estrategias como aparato enunciador acerca de sus producciones. El estudio de la relación causal ha significado una medida sustancial para determinar las posiciones actanciales de ambos candidatos, *obrante* en un caso e *inoperoso* en otro.

El objeto de esta medida ha sido transparentar/ocultar, en las respectivas campañas electorales, el trabajo de escenificación instrumentado, por ejemplo, sobre los *cuerpos*, los *objetos* y los *espacios* reconocidos en esta investigación como sub unidades de análisis. Sobre la opacidad que en verdad constituye a la serie de muestras de trabajo, Cambiemos desplegó un acumulado de operaciones y reglas de encubrimiento del dispositivo enunciador, con objeto de alcanzar un grado de apariencia común que determine la continuidad de sus avisos de campaña. El Frente para la Victoria no recusó, sino que por el contrario animó la exhibición del dominio del texto visual/audiovisual efectuado por parte del sujeto de la enunciación.

En el estudio se constató que las coaliciones recurrieron a un trabajo de diseño acerca de la regla de producción de la profundidad del espacio perteneciente a sus imágenes. Si los cuerpos desempeñaron una posición actancial en el curso de los *spots*, los elementos ubicados detrás de sus figuras connotaron -también en calidad de actantes- su despliegue corporal tanto como a los pronunciamientos lingüísticos que, en su conjunto, conformaron la unidad de las producciones.

Se ha verificado que la difusión de la serie de piezas audiovisuales de las alianzas políticas ha establecido una norma de diseño de situaciones que, en el orden de la regla del paradigma, resultaron semejantes y posibles de sustituirse en razón de una selección efectuada en la instancia de producción de los anuncios. Por caso, los objetos ubicados en profundidad de campo, los espacios en los cuales han acontecido las representaciones e incluso los ciudadanos pertenecientes a la sociedad civil, han sido utilizados como elementos seleccionados en el orden del paradigma para constituirlos, en calidad de material significativo, en un esquema narrativo de orden iterativo.

El proyecto de asociación de un cuerpo presidencial a una serie de valores propositivos constituye una de las misiones comprendidas en la estrategia de comunicación de los candidatos de las fuerzas políticas. En realidad, se trata de una medida integral al armado electoral de todo partido de gobierno que interviene en un acto eleccionario, por lo que reconocer los valores hacia los cuales se vinculó a sus figuras ha determinado el esquema narrativo adjudicado, en el caso que aquí se desarrolla, a sus imágenes de uso proselitista.

La contienda 2015 representó la irrupción, en el ámbito nacional, de una estrategia de comunicación que estableció la imagen de un candidato inmediato a la ciudadanía. En el cuerpo de análisis se constató que los paratextos, ubicados sobre las producciones visuales y audiovisuales, verbalizaron el discurso gestual que Macri determinó con su cuerpo. La crisis de representación institucional, abordada por Sartori (2003), tuvo su correlato en los modos de producción de las campañas electorales, cuya ocasión advirtieron tempranamente Durán Barba & Nieto. Los programas narrativos de Cambiemos y del Frente para la Victoria exhibieron, de modo respectivo, la caracterización de un aspirante consustanciado a las narrativas vigentes acerca de las necesidades que el electorado formula a la clase representante, y un candidato que establece, de acuerdo a su propia comprensión, la pauta de la agenda ciudadana.

Es en este sentido que, en las elecciones argentinas 2015, los componentes temáticos que atravesaron a las producciones de propaganda de Cambiemos mudaron sus rasgos motivos hacia cuestiones apremiantes para el curso de la vida en sociedad. El Frente para la Victoria, por el contrario, sostuvo la norma de sus imágenes en razón de demandas político sociales que, de acuerdo a Waisbord (1995), no seducen al electorado contemporáneo. Durante un período de corte electoral, la crisis de representación ha sido subsidiaria del reconocimiento de las cualidades individuales de los aspirantes por sobre las pertenencias partidarias determinantes en décadas anteriores de política nacional.

La exhibición del *Acto* y la *Potencia*, la *Obra* y la *Inoperosidad* que ha prevalecido en sus respectivas producciones, forman sistema con la clasificación platónica que distingue, en el principio cognoscitivo, la medida de la relación que distancia a los anuncios concernientes a Cambiemos y al Frente para la Victoria. En el cuerpo del trabajo se hizo referencia a la exposición de la imagen de uno de los candidatos en condición de estadista para advertir toda falencia y administrar su resolución, como asimismo la semblanza de otro aspirante que, sustituyendo

-mayormente en las PASO y en el balotaje- la exposición de la actualización de su futura gestión de gobierno por un cuerpo presidencial/significante cercano, accesible y comprensivo, estableció un modelo de comunicación hasta entonces inédito en el plano de una contienda de elección ejecutiva y nacional.

## Bibliografía

51,4% Macri Presidente (23 de noviembre de 2015). *Clarín*, p. 1.

Abélès, M. (1998). Rituales y comunicación política moderna. En: *El nuevo espacio público* (pp. 140-157). Barcelona, España: Editorial Gedisa S. A.

Achache, G. (1998). El márketing político. En: *El nuevo espacio público* (pp. 112-123). Barcelona, España: Editorial Gedisa S. A.

Agamben, G. (2001). Forma-de-vida. En: *Medios sin fin. Notas sobre la política* (pp. 13-20). Valencia, España: Pre-textos.

\_\_\_\_ (2005). *Estado de excepción. Homo sacer, II, I*. Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora S. A.

\_\_\_\_ (2007a). La potencia del pensamiento. En: *La potencia del pensamiento. Ensayos y conferencias* (pp. 351-368). Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora S. A.

\_\_\_\_ (2007b). La obra del hombre, en: *La potencia del pensamiento. Ensayos y conferencias* (pp. 465-480). Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora S. A.

\_\_\_\_ (2008). *El Reino y la Gloria. Una genealogía teológica de la economía y el gobierno: Homo sacer, II, 2*. Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora S. A.

\_\_\_\_ (2010). *Homo Sacer I. El poder soberano y la nuda vida*. Valencia, España: Pre-Textos.

\_\_\_\_ (2011). Bartleby o de la contingencia. En: *Preferiría no hacerlo. Bartleby el escribiente de Herman Melville* (pp. 93-136). Valencia, España: Pre-textos.

\_\_\_\_ (2017). Epílogo. Para una teoría de la potencia destituyente. En: *El uso de los cuerpos: Homo sacer, IV, 2* (pp. 469-495). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora S. A.

Aristóteles [¿348-335?] (2015a). Sobre la interpretación [Libro IX, Cáp. III], en: *Tratados de Lógica* (pp. 291-333). Madrid, España: Editorial Gredos, S. A., RBA Coleccionables, S. A.

\_\_\_\_ [¿368-348?] (2015b). Acerca del alma [Libro II, capítulo quinto], en: *Ética* (pp. 331-451). Madrid, España: Editorial Gredos, S. A., RBA Coleccionables, S. A.

\_\_\_\_ [¿335-322?] (2015c). Libro Noveno. En: *Metafísica* (pp. 295-319). Madrid, España: Editorial Gredos, S. A., RBA Coleccionables.

Aumont, J. et al. (1995). *Estética del cine. Espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

\_\_\_\_ & Marie, M. (1993). *Análisis del film*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica S. A.

- Barthes, R. [1961] (1986a). El mensaje fotográfico. En: *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces* (pp. 11-27). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- \_\_\_\_ [1964] (1986b). Retórica de la imagen. En: *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces* (pp. 29-47). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- \_\_\_\_ (1991). Introducción al análisis estructural de los relatos. En: AA.VV. *Análisis estructural del relato* (pp. 7-38). México D.F., México: Premio editora de Libros, S. A.
- \_\_\_\_ [1980] (2015). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF.
- Bazin, A. [1946] (2008a). El mito del cine total. En: *¿Qué es el cine?* (pp. 33-39). Madrid, España: Ediciones RIALP, S. A.
- \_\_\_\_ [1953/1957] (2008b). El cine y la exploración. En: *¿Qué es el cine?* (pp. 41-51). Madrid, España: Ediciones RIALP, S. A.
- \_\_\_\_ [1953/1954] (2008c). Montaje prohibido. En: *¿Qué es el cine?* (pp. 67-80). Madrid, España: Ediciones RIALP, S. A.
- \_\_\_\_ [1950/1952/1955] (2008d). La evolución del lenguaje cinematográfico. En: *¿Qué es el cine?* (pp. 81-100). Madrid, España: Ediciones RIALP, S. A.
- Benveniste, E. [1959] (1999). *Las relaciones de tiempo en el verbo francés. Semiosis. Nueva época*, 1 (5), 52-61. Recuperado de: <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/6624/19995P52.pdf;jsessionid=671B03C84E691143B5EB8D81EDB64E12?sequence=2>
- Bettetini, G. (1996). *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva*. Madrid, España: Ediciones Cátedra, S. A.
- Bordwell, D. & Thompson, K. (1993). *El arte cinematográfico. Una introducción*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S., A.
- Borrini, A. (2003). *Cómo se vende un candidato. Un siglo de campañas políticas en la Argentina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Konrad Adenauer-Stiftung, La Crujía Ediciones.
- Bourriaud, N. (2008). *Estética relacional*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora S. A.
- Burke, P. (2005). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, España: Crítica, S. L.
- Carelli Lynch, G. (2 de agosto de 2015). Macri, Sanz y Carrió juntos, en una señal de unidad. *Clarín*, p. 8.
- Carlón, M. (1994). *Imagen de arte / imagen de información*. Buenos Aires, Argentina: Atuel.

\_\_\_\_ (2004a). El arte de los noticieros televisivos. En: *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos* (pp. 35-45). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

\_\_\_\_ (2004b). El lugar del dispositivo en los estudios sobre televisión. En: *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos* (pp. 83-102). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

\_\_\_\_ (2004c). Sobre las imágenes del atentado a las Torres Gemelas. En: *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos* (pp. 137-150). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

\_\_\_\_ (2004d). De la invisibilidad a la visibilidad: sobre los mordiscos televisivos de Mike Tyson. En: *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos* (pp. 151-171). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

\_\_\_\_ (2004e). Sujetos telespectadores y memoria social. En: *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos* (pp. 173-199). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

\_\_\_\_ (2006a). El directo televisivo es una técnica de lo real. En: *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (pp. 57-86). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

\_\_\_\_ (2006b). La escena, figura del montaje dominante en el directo televisivo. En: *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (pp. 105-117). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

\_\_\_\_ (2006c). De lo cinematográfico a lo televisivo. ¿El fin de una historia? En: *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (pp. 119-278). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

\_\_\_\_ (2009). ¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era. En: C. Scolari & M. Carlón (Eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 159-187). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

Casetti, F. & di Chio, F. (2014). *Cómo analizar un film*. Barcelona, España: Paidós.

Castro, E. (2008). *Giorgio Agamben. Una arqueología de la potencia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: UNSAM Edita de la Universidad Nacional de San Martín.

Clark, T. (2000). *Arte y propaganda en el siglo XX*. Madrid, España: Ediciones Akal S. A.

Comolli, J.-L. (2010). Técnica e ideología (1971-1972). En: *Cine contra espectáculo seguido de Técnica e ideología* (pp. 137-268). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Manantial SRL.

Confalonieri, M. (2013). *El candidato. Vida pública y privada de Daniel Scioli*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Planeta.

Costa, F. (2005). Introducción. En: G. Agamben (Autor), *Estado de excepción. Homo sacer, II, I*. (pp. 5-7). Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora S. A.

Cristina Kirchner no será candidata (21 de junio de 2015). *El Día*, p. 3.

Daniel Scioli: “Garantizamos la gobernabilidad”. Elecciones 2015. Los candidatos presidenciales (22 de octubre de 2015). *El Día*, p. 8.

Dapelo, S. (18 de octubre de 2015). Economía y gobernabilidad, claves de los candidatos para ganar los últimos votos. *La Nación*, pp. 10-14.

Dos países (26 de octubre de 2015). *Página 12*, p. 1.

Dubois, P. (1986). *El acto fotográfico. De la Representación a la Recepción*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Durán Barba, J. & Nieto, S. (2017a). *El arte de ganar. Cómo usar el ataque en campañas electorales exitosas* Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Debate.

\_\_\_\_ (2017b). *La política en el siglo XXI. Arte, mito o ciencia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Debate.

Eco, U. (1986). TV: La transparencia perdida. En: *La estrategia de la ilusión* (pp. 200-223). Barcelona, España: Editorial Lumen, S. A.

\_\_\_\_ [1964] (2017). Apuntes sobre la televisión. En: *Apocalípticos e integrados* (pp. 359-401) Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.

Gaudreault, A. & Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Gerstlé, J. (1998). La propaganda política. Algunas enseñanzas de la experiencia norteamericana. En: AA.VV., *El nuevo espacio público* (pp. 224-236). Barcelona, España: Editorial Gedisa S. A.

González Requena, J. (1995). *El discurso televisivo: espectáculo de la modernidad*. Madrid, España: Ediciones Cátedra, S.A.

Greimas, A. J. (1971). *Semántica Estructural. Investigación Metodológica*. Madrid, España: Editorial Gredos, S. A.

\_\_\_\_ y Courtés, J. (1990). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid, España: Editorial Gredos, S. A.

Grimson, A. & Rocha, A. (1994). Algunas tendencias del discurso político en la televisión. En: C. Mangone & J. Warley (Eds.), *El discurso político: del foro a la televisión* (pp. 181-197). Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

Groys, B. (2014a). La obligación del diseño de sí. En: *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (pp. 21-35). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Caja Negra Editora.

\_\_\_ (2014b). La producción de sinceridad En: *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (pp. 37-47). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Caja Negra Editora.

Gubern, R. (1974). *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona, España: Editorial Lumen.

\_\_\_ (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A.

\_\_\_ (2005). *Patologías de la imagen*. Barcelona, España: Editorial Anagrama, S. A.

Hay Ballotage. Scioli y Macri, cabeza a cabeza (26 de octubre de 2015). *El Día*, p. 1.

Hay ballotage: una gran elección de Macri golpeó al oficialismo (26 de octubre de 2015). *La Nación*, p. 1.

Iglesias Illa, H. (2016). *Cambiamos. Mauricio Macri presidente. Día a día, la campaña por dentro*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Sudamericana.

Intensas negociaciones para encarar la nueva campaña (11 de agosto de 2015). *El Día*, p. 1.

Landi, O. (1992a). Propositiones sobre la videopolítica. En: H. Schmucler & M. C. Mata (Coords.), *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* (pp. 33-48). Buenos Aires, Argentina: Catálogo S.R.L.

\_\_\_ (1992b). *Devórame otra vez. ¿Qué hizo la televisión con la gente? ¿Qué hace la gente con la televisión?* Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Planeta.

Machado, A. (2009). El sujeto en el cine. En: *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción* (pp. 9-119). Barcelona, España: Editorial Gedisa S. A.

Macri, en un recorrido planeado hasta el detalle más pequeño (21 de noviembre de 2015). *Clarín*, p. 14.

Macri presidente (23 de noviembre de 2015). *La Nación*, p. 1.

Macri presidente (23 de noviembre de 2015). *El Día*, p. 1.

Macri: “Transparencia y pobreza cero” (11 de diciembre de 2015). *El Día*, p. 1.

Mangone, C. & Warley, J. (1994). El discurso político. En: C. Mangone & J. Warley (Eds.), *El discurso político: del foro a la televisión* (pp. 13-56). Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

Marín, L. (1992). El cuerpo de poder y la encarnación en Port Royal y Pascal o de la “figurabilidad” del absoluto político. En: M. Feher & R. Naddaff & N. Tazi (Eds.), *Fragments para una Historia del cuerpo humano. Parte tercera* (pp. 420-447). Madrid, España: Taurus Ediciones.

\_\_\_\_ (2009). Poder, representación, imagen. *Prismas, Revista de historia intelectual*, 13 (13), 135-153.

\_\_\_\_ (2012). Lógicas del secreto. *Revista de Occidente*, 89 (374-375), 11-26.

Martín-Barbero, J. (2003). Estética de los medios audiovisuales. En: R. Xirau & D. Sobrevilla (Eds.), *Estética* (pp. 303-328). Madrid, España: Editorial Trotta, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Mata, M. C. (1992). Entre la plaza y la platea. En: H. Schmucler & M. C. María (Coords.), *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* (pp. 61-76). Buenos Aires, Argentina: Catálogo S.R.L.

Mauricio Macri: “Demostramos que sabemos gobernar”. Elecciones 2015. Los candidatos presidenciales (22 de octubre de 2015). *El Día*, p. 9.

Metz, C. (1979a). El significante imaginario. En: *Psicoanálisis y Cine. El significante imaginario* (pp. 9-80). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.A.

\_\_\_\_ (1979b). Historia/discurso (Nota sobre dos voyeurismos). En: *Psicoanálisis y Cine. El significante imaginario* (pp. 81-88). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.A.

\_\_\_\_ [1965] (2002a). Sobre la impresión de realidad en el cine. En: *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968). Volumen I* (pp. 31-42). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

\_\_\_\_ [1964] (2002b). El cine: ¿lengua o lenguaje? En: *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968). Volumen I* (pp. 57-114). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

\_\_\_\_ [1966-1967] (2002c). Problemas de denotación en el filme de ficción. En: *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968). Volumen I* (pp. 131-167). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

\_\_\_\_ [1967] (2002d). El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia el declive de lo verosímil? En: *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968). Volumen I* (pp. 251-265). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

\_\_\_\_ (2003). *Cuatro pasos en las nubes, (vuelo teórico)* [Apunte de cátedra] Comunicación y Cultura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina [Texto original publicado en: *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*. Paris, Francia: Meridiens Klincksieck, 1991].

Michaud, Y. (2007). Introducción. En: *El arte en estado gaseoso. Ensayo sobre el triunfo* de la estética (pp. 9-23). México, D.F., México: Fondo de Cultura Económica.

Mirzoeff, N. (2003). Introducción. ¿Qué es la cultura visual? En: *Una introducción a la cultura visual* (pp. 17-61). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.

Mitry, J. [1963] (1998). *Estética y psicología del cine. 2 Las Formas*. México, D. F., México: Siglo XXI Editores, s. a. de c. v.

\_\_\_\_ [1963] (2006). *Estética y psicología del cine. 1 Las estructuras*. México, D. F., México: Siglo XXI Editores, s. a. de c. v.

Mora y Araujo, M. (1991). *Ensayo y error. La nueva clase política que exige el ciudadano argentino* Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Planeta.

Morris, D. & Rosales, L. (2007). Creando el mensaje adecuado para acceder al poder y mantenerse en él. En: *El poder. Cómo usarlo en beneficio de América Latina* (pp. 95-183). Buenos Aires, Argentina: Editorial Sudamericana.

Parodi, J.- L. (1998). “Lo que eres dice tanto de ti que ya no se escucha lo que dices”. Reflexiones sobre el equilibrio real entre la acción política y la comercialización de la apariencia en la decisión electoral. En: AA.VV., *El nuevo espacio público* (pp. 247-257). Barcelona, España: Editorial Gedisa S. A.

Peirce, C. S. [¿1897-1903?] (1974a). División de signos. En: *La ciencia de la semiótica* (pp. 21-43). Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

\_\_\_\_ [¿1893-1902?] (1974b). Ícono, Índice y Símbolo. En: *La ciencia de la semiótica* (pp. 45-62). Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

\_\_\_\_ [1904/1909] (1974c). Cartas a Lady Welby. En: *La ciencia de la semiótica* (pp. 83-110). Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

\_\_\_\_ [1894] (1999). “¿Qué es un signo? [Apunte de cátedra]. Semiótica, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina. [Traducción castellana de Uxía Rivas. Parcialmente publicado en los párrafos 281, 285 y 297-302].

Péninou, G. (1972). Física y metafísica de la imagen publicitaria. En: AA.VV., *Análisis de las imágenes* (pp. 116-135). Buenos Aires, Argentina: Editorial Tiempo Contemporáneo S. A.

Peña, M. & Rozitchner, A. (Comps.). (2013). *Estamos. Una invitación abierta* (Prólogo de Mauricio Macri). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Editorial Planeta.

Platón. [¿367-362?] (2014). Político. En: *Diálogos. Cartas* (pp. 119-203). Madrid, España: Editorial Gredos, S.A., RBA Coleccionables S. A.

Pousadela, I. & Cheresky, I. (2004). La incertidumbre organizada. Elecciones y competencia política en Argentina (1983-2003). En I. Pousadela & I. Cheresky (Eds.), *El voto liberado. Elecciones 2003: perspectiva histórica y estudio de casos* (pp. 13-33). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

Prensa Frente para la Victoria. (2015a). *La victoria de la policía local* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/I-icfZiOtkM>

Prensa Frente para la Victoria. (2015b). *La victoria de las oportunidades* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/U-a-8QXMap4>

Prensa Frente para la Victoria. (2015c). *La victoria de la inclusión* [Archivo de video]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=8k0GnsHvrTU>

Prensa Frente para la Victoria. (2015d). *La victoria del esfuerzo* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/48bKugUualk>

Prensa Frente para la Victoria. (2015e). *La victoria de la esperanza* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/feW-XLr4Dh4>

Prensa Frente para la Victoria. (2015f). *La victoria del trabajo* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/W8PUhKZ3V8A>

Prensa Frente para la Victoria. (2015g). *La victoria de la familia* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/JOI3qt6w4r8>

Prensa Frente para la Victoria. (2015h). *La victoria es la victoria de la Argentina* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/r2k7MQMfLhE>

Prensa Frente para la Victoria. (2015i). *La victoria de la educación* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/4hWn4Ixzox0>

Prensa Frente para la Victoria. (2015j). *Scioli Presidente. Zannini Vicepresidente* [Folleto]. Distribución en la vía pública.

Prensa Frente para la Victoria. (2015k). *Provincias* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/5uwJ8SGybDQ>

Prensa Frente para la Victoria. (2015l). *Vamos Argentina con Daniel* [Periódico/Folleto]. Distribución en la vía pública.

Prensa Frente para la Victoria. (2015m). *Seguridad* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/G40gZenNYaM>

Prensa Frente para la Victoria. (2015n). *Necesidades* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/TLkTmk9T8FA>

Prensa Frente para la Victoria. (2015ñ). *¿Querés una vida mejor?* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/a74a\\_z1CEvk](https://youtu.be/a74a_z1CEvk)

Prensa Frente para la Victoria. (2015o). *Llegué acá* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/VMq7XCeNfP8>

Prensa Frente para la Victoria. (2015p). *Superación* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/pvpzcvmbxPE>

Prensa Frente para la Victoria. (2015q). *Brindar* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/\\_effWevitKg](https://youtu.be/_effWevitKg)

Prensa Frente para la Victoria. (2015r). *Conmigo Argentina no corre riesgos* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/W2y7j2cRawg>

Prensa Frente para la Victoria. (2015s). *El país tiene derecho a saber-Ajuste* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/OitoaqAIDb4>

Prensa Frente para la Victoria. (2015t). *Uno de los dos, trabajo* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/0yKYikos5X8>

Prensa Frente para la Victoria. (2015u). *Uno de los dos, industria* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/uscym72U0HA>

Prensa Frente para la Victoria. (2015v). *Boletas* [Boletas de sufragio]. Distribución en la vía pública.

Prensa Frente para la Victoria. (2015w). *El cambio que esperás* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/mZRYKNO8AwI>

Prensa Frente para la Victoria. (2015x). *Que gane Argentina* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/lzHoUNR40ao>

Prensa Frente para la Victoria. (2015y). *Hora de decisiones* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/\\_yj63oDQmK4](https://youtu.be/_yj63oDQmK4)

Prensa Frente para la Victoria. (2015z). *Levantar todo* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/KyV9fPsHLDY?list=PLZLjZ6A02dFOAQs3GpaFgtJMIJH0GyPnk>

Prensa Frente para la Victoria. (2015aa). *Mapamundi* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/fWk0PKMHVG0?list=PLZLjZ6A02dFOAQs3GpaFgtJMIJH0GyPnk>

Prensa Frente para la Victoria. (2015bb). *Educación* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/IToW0uAE5Lw?list=PLZLjZ6A02dFOAQs3GpaFgtJMIJH0GyPnk>

Prensa Frente para la Victoria. (2015cc). *Jubilados* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/UHdv7TBA1R0?list=PLZLjZ6A02dFOAQs3GpaFgtJMIJH0GyPnk>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015a). *De mi corazón* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/KvwqGb\\_rKD8](https://youtu.be/KvwqGb_rKD8)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015b). *Con Alicia y Marcelo en la Matanza*. [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/a8wvkMt57eA>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015c). *Con Johana en José C. Paz* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/27Oxk4AI-tQ>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015d). *Con Elizabeth y Lucas en Quilmes*. [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/\\_80sDrSyNtk](https://youtu.be/_80sDrSyNtk)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015e). *Con Graciela en Avellaneda*. [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/rQhEvKyOPus>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015f). *Con Marcelo en La Matanza* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/s2Ay9iqDBEI>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015g). *El camino del cambio empezó hace tiempo* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/oO0gfk1LeXc>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015h). *En cada rincón estamos juntos* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/BxzhV3VLb-g>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015i). *Una y mil veces, gracias por invitarme* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/JgL\\_Wo2eCu4](https://youtu.be/JgL_Wo2eCu4)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015j). *Estoy con vos. Juntos somos el cambio* [Folleto]. Distribución en la vía pública.

Prensa PRO/Cambiamos. (2015k). *Con Mercedes en Jujuy* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/30KlyKlJNxY>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015l). *El camino del cambio* [Folleto]. Distribución en la vía pública.

Prensa PRO/Cambiamos. (2015m). *Con Nelly en Santa Fe.* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/f1b0apeDm58><sup>164</sup>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015n). *750.000 escrituras.* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/j8hR5vpnuHY>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015ñ). *Justicia independiente.* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/RLooQ5\\_rMPg](https://youtu.be/RLooQ5_rMPg)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015o). *Trabajadores sin impuesto a las ganancias* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/q7htwkzI9k0>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015p). *Una mejor policía* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/m\\_oOEsXVi4k](https://youtu.be/m_oOEsXVi4k)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015q). *2.000 kilómetros de autopistas.* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/7s99\\_QR\\_3gI](https://youtu.be/7s99_QR_3gI)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015r). *3.000 jardines de infantes nuevos* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/OpBZJ\\_v\\_hVs](https://youtu.be/OpBZJ_v_hVs)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015s). *500.000 empleos en Turismo.* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/\\_djtX0vzcXQ](https://youtu.be/_djtX0vzcXQ)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015t). *Agua potable y cloacas en todo el país.* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/FF0oB9h-3LE>

---

<sup>164</sup> El nombre *Nelly* ha sido escrito con doble letra *ele*. En la imagen fotográfica, con una letra *ele*.

Prensa PRO/Cambiamos. (2015u). *Desactivar los carteles de droga*. [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/9LmDMq5HD0E>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015v). *Erradicar el Paco de toda la Argentina*. [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/Pkc70Y6Mc-0>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015w). *Mejorar la infraestructura*. [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/tRqxoRj6bno>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015x). *Vamos a terminar con la violencia*. [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/RcwxhzVnhml>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015y). *Si el 25 de octubre lo votaste a Scioli* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/KfHnNqrf32s>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015z). *Lo que no voy a hacer* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/J4qNzQUscAE>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015aa). *Tenemos la oportunidad de que la política mejore la vida de la gente* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/UH9GKcW9Fxs>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015bb). *Una nueva forma de hacer política*. [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/4WMBG0MZ8qI>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015cc). *Un día todos sentimos que algo había cambiado*. [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/EO4bwCUTtPE>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015dd). *Boletas* [Boletas de sufragio]. Distribución en la vía pública.

Prensa PRO/Cambiamos. (2015ee). *Con el corazón, no con discursos* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/VTYQ\\_H3X7EM](https://youtu.be/VTYQ_H3X7EM)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015ff). *Con total sinceridad* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/EsrAUUsZMyQ?list=PLAr8GMNsEX37bqm1Y8TMFpt-xrqLZ8kTo>

Prensa PRO/Cambiamos. (2015gg). *Con Estela en Concordia* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/MkEdN5ynM\\_I?list=PLAr8GMNsEX37bqm1Y8TMFpt-xrqLZ8kTo](https://youtu.be/MkEdN5ynM_I?list=PLAr8GMNsEX37bqm1Y8TMFpt-xrqLZ8kTo)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015hh). *Asignación universal por hijo* [Archivo de video]. Disponible en [https://youtu.be/883aifK\\_Xc0?list=PLAr8GMNsEX37G3D5J6Rd5CeFjQS0KWYBl](https://youtu.be/883aifK_Xc0?list=PLAr8GMNsEX37G3D5J6Rd5CeFjQS0KWYBl)

Prensa PRO/Cambiamos. (2015ii). *Luz, agua y seguridad*. [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/CAHo5rF2DUw?list=PLAr8GMNsEX37G3D5J6Rd5CeFjQS0KWYBl>

Quevedo, L. A. (1992). La política bajo el formato televisivo. En: H. Schmucler & M. C. María (Coords.), *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* (pp. 13-20). Buenos Aires, Argentina: Catálogo S.R.L.

Rieffel, R. (1998). Sobre el vedetismo de los medios. En: AA.VV., *El nuevo espacio público* (pp. 237-246). Barcelona, España: Editorial Gedisa S. A.

Rinesi, E. (1994). Carisma, discurso y política en la época de la imagen. En: C. Mangone & J. Warley (Eds.), *El discurso político: del foro a la televisión* (pp. 169-172). Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

Rocha Alonso, A. (2010). De lo indicial, lo icónico y lo simbólico en las manifestaciones del sentido. *Intersecciones en Comunicación*, 4 (4), 99-126.

\_\_\_\_ (2017). *Las huellas del cuerpo: lo indicial, lo icónico y lo simbólico en clave evolutiva*. [Apunte de cátedra]. Semiótica de los Medios, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

Sarlo, B. (1992). Estética y política: la escena massmediática. En: H. Schmucler & M. C. María (Coords.), *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* (pp. 49-60). Buenos Aires, Argentina: Catálogo S.R.L.

Sartori, G. (2003). *Homo Videns*. México, D. F., México: Octaedro editores.

Scioli fue el más votado y con sus aliados, Macri quedó cerca (10 de agosto de 2015). *El Día*, p. 1.

Scioli, mucha presencia en el Conurbano y liturgia peronista (21 de noviembre de 2015). *Clarín*, p. 18.

Scioli se mostró con su compañero de fórmula (20 de junio de 2015). *El Día*, p. 10.

Scolari, C. (2009). This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión. En: C. Scolari & M. Carlón (Eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 189-208). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

Schaeffer, J.-M. (1990). *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico*. Madrid, España, Ediciones Cátedra, S. A.

Segre, C. (1985). Tema/Motivo. En: *Principios de análisis del texto literario* (pp. 339-366). Barcelona, España: Crítica.

Sloterdijk, P. (2006). *Normas para el parque humano. Una respuesta a la Carta sobre el humanismo de Heidegger*. Madrid, España: Ediciones Siruela, S. A.

Sorpresas: Scioli y Macri van parejos al balotaje y ganó Vidal (26 de octubre de 2015). *Clarín*, p. 1.

Spezzapria, M. (20 de junio de 2015). Macri va con Michetti como vice en una apuesta a la "fórmula pura". *El Día*, p. 6.

Steimberg, O. (1993a). De qué trato la semiótica. En: *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares* (pp. 13-35). Buenos Aires, Argentina: Atuel.

\_\_\_\_ (1993b). Proposiciones sobre el género. En: *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares* (pp. 37-84). Buenos Aires, Argentina: Atuel.

Temperley, S. (2007). Figuración del pelo (1940-1970). En: O. Traversa (Comp.), *Cuerpos de papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970* (pp. 83-114). Buenos Aires, Argentina: Santiago Arcos Editor.

Touraine, A. (1998). Comunicación política y crisis de la representatividad. En: AA.VV., *El nuevo espacio público* (pp. 47-56). Barcelona, España: Editorial Gedisa S. A.

Traversa, O. & Moré, M. R. (2007). Acerca de la construcción del cuerpo en el período 1940-1970: un curso de semiotización en los medios de prensa. En: O. Traversa (Comp.), *Cuerpos de papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970* (pp. 161-179). Buenos Aires, Argentina: Santiago Arcos Editor.

Trujillo Ruíz, P. (2015). Física y metafísica. En: *Aristóteles. De la potencia al acto* (pp. 67-95). Barcelona, España: Batiscafo, S.L.

Un presidente, dos países (23 de noviembre de 2015). *Página 12*, p. 1.

Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En AA.VV., *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11-26). Buenos Aires, Argentina: Librería Hachette S. A.

\_\_\_\_ (1993). El tercer término (1976-1980). En: *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (pp. 87-155). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

\_\_\_\_ (1997a). De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía. En: I. Veyrat-Masson & D. Dayan. (Comps.), *Espacios públicos en Imágenes* (pp. 47-71). Barcelona, España: Gedisa editorial.

\_\_\_\_ (1997b). La mediatización. En: *Cursos y conferencias. Segunda época. Semiosis de lo Ideológico y del Poder. La mediatización* (pp. 41-132). Buenos Aires, Argentina: Oficina de Publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

\_\_\_\_ (1999a). El verbo y la mierda. En: *Efectos de agenda* (pp. 87-88). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

\_\_\_\_ (1999b). El metacuerpo del presidente. En: *Efectos de agenda* (pp. 89-92). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

\_\_\_\_ (1999c). Contra McLuhan. En: *Efectos de agenda* (pp. 97-101). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

\_\_\_\_ (1999d). El terror de la imagen ausente. En: *Efectos de agenda* (pp. 103-107). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

\_\_\_\_ (2001a). El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica. En: *El cuerpo de las imágenes* (pp. 13-40). Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

\_\_\_\_ (2001b). Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada. En: *El cuerpo de las imágenes* (pp. 41-66). Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

\_\_\_\_ (2001c). Televisión y democracia. El estatuto de la puesta en escena. En: *El cuerpo de las imágenes* (pp. 67-86). Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

\_\_\_\_ (2001d). El cuerpo de las imágenes. En: *El cuerpo de las imágenes* (pp. 101-111). Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

\_\_\_\_ (2003). *Está allí, lo veo, me habla* [Apunte de cátedra]. Comunicación y Cultura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina. [Texto original publicado en: *Communications* N°38 "Enonciation et cinéma", París, Francia, 1983. Traducción de Sergio Moyinedo para cátedra Comunicación y Cultura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina].

\_\_\_\_ (2004). Diccionario de lugares no comunes. En: *Fragmentos de un tejido* (pp. 39-59). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S. A.

\_\_\_\_ (2009). El fin de la historia de un mueble. En: C. Scolari & M. Carlón (Eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 229-248). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

Waisbord, S. (1995). *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Sudamericana.

Wajcman, G. (2011). *El ojo absoluto*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Manantial SRL.

Wolton, D. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo. En: AA.VV., *El nuevo espacio público* (pp. 28-46). Barcelona, España: Editorial Gedisa S. A.

Ynoub, R. (2013a). *La ciencia como práctica social: bases para situar el examen del proceso de investigación científica en sentido pleno* [Apunte de cátedra]. Metodología de la Investigación, Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina.

\_\_\_\_ (2013b). "Problematizar": *El nudo argumental del proceso de investigación*. [Apunte de cátedra]. Metodología de la Investigación, Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina.

\_\_\_\_ (2013c). *Estructura y dinámica de los datos científicos*. [Apunte de cátedra]. Metodología de la Investigación, Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina.

\_\_\_\_ (2015). *Guía para la elaboración del plan de tesis*. [Apunte de cátedra]. Taller de Tesis, Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina.

**La sublimación del Acto o el partido de la Potencia.**  
Estudio de las imágenes técnicas de Cambiemos y Frente para la Victoria:  
Aproximaciones a la campaña electoral 2015

**II**

**Anexos**

## Unidades de observación fijas y móviles



**Figura 1.** Prensa PRO/Cambiamos, *De mi corazón* [00:07] (2015a).



**Figura 2.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la policia local* [00:23] (2015a).



**Figura 3.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la policia local* [00:42] (2015a).



**Figura 4.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la policia local* [00:14] (2015a).



**Figura 5.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la policia local* [00:59] (2015a).



**Figura 6.** Prensa PRO/Cambiemos, *Con Alicia y Marcelo en la Matanza* [00:42] (2015b).



**Figura 7.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de las oportunidades* [00:42] (2015b).



**Figura 8.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de las oportunidades* [00:49] (2015b).



**Figura 9.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de las oportunidades* [01:01] (2015b).



**Figura 10.** Prensa PRO/Cambiamos, *Con Johana en José C. Paz* [00:07] (2015c).



**Figura 11.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la inclusión* [00:05] (2015c).



**Figura 12.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la inclusión* [01:09] (2015c).



**Figura 13.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la inclusión* [00:52] (2015c).



**Figura 14.** Prensa PRO/Cambiemos, *Con Elizabeth y Lucas* [00:11] (2015d).



**Figura 15.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria del esfuerzo* [00:39] (2015d).



**Figura 16.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria del esfuerzo* [01:14] (2015d).



**Figura 17.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria del esfuerzo* [00:57] (2015d).



**Figura 18.** Prensa PRO/Cambiemos, *Con Graciela en Avellaneda* [00:25] (2015e).



**Figura 19.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la esperanza* [00:39] (2015e).



**Figura 20.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la esperanza* [00:28] (2015e).



**Figura 21.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la esperanza* [01:05] (2015e).



**Figura 22.** Prensa PRO/Cambiemnos, *Con Marcelo en La Matanza* [00:05] (2015f).



**Figura 23.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria del trabajo* [00:05] (2015f).



**Figura 24.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria del trabajo* [00:10] (2015f).



**Figura 25.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria del trabajo* [00:14] (2015f).



**Figura 26.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria del trabajo* [00:38] (2015f).



**Figura 27.** Prensa PRO/Cambiemos, *El camino del cambio empezó hace tiempo* [00:06] (2015g).



**Figura 28.** Prensa PRO/Cambiemos, *El camino del cambio empezó hace tiempo* [00:12] (2015g).



**Figura 29.** Prensa PRO/Cambiamos, *El camino del cambio empezó hace tiempo* [00:24] (2015g).



**Figura 30.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la familia* [00:02] (2015g).



**Figura 31.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la familia* [00:13] (2015g).



**Figura 32.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la familia* [00:37] (2015g).



**Figura 33.** Prensa PRO/Cambiemos, *En cada rincón estamos juntos* [00:21] (2015h).



**Figura 34.** Prensa PRO/Cambiemos, *En cada rincón estamos juntos* [00:27] (2015h).



**Figura 35.** Prensa PRO/Cambemos, *En cada rincón estamos juntos* [00:22] (2015h).



**Figura 36.** Prensa PRO/Cambemos, *En cada rincón estamos juntos* [00:23] (2015h).



**Figura 37.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria es la victoria de la Argentina* [00:04] (2015h).



**Figura 38.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria es la victoria de la Argentina* [00:28] (2015h).



**Figura 39.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria es la victoria de la Argentina* [00:29] (2015h).



**Figura 40.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria es la victoria de la Argentina* [00:52] (2015h).



**Figura 41.** Prensa PRO/Cambiamos, *Una y mil veces, gracias por invitarme* [00:09] (2015i).



**Figura 42.** Prensa PRO/Cambiamos, *Una y mil veces, gracias por invitarme* [00:16] (2015i).



**Figura 43.** Prensa PRO/Cambemos, *Una y mil veces, gracias por invitarme* [00:19] (2015i).



**Figura 44.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la educación* [00:08] (2015i).



**Figura 45.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la educación* [00:30] (2015i).



**Figura 46.** Prensa Frente para la Victoria, *La victoria de la educación* [00:39] (2015i).



Figura 47. Prensa PRO/Cambiemos, *Portada de folleto* [Fotografía] (2015j).

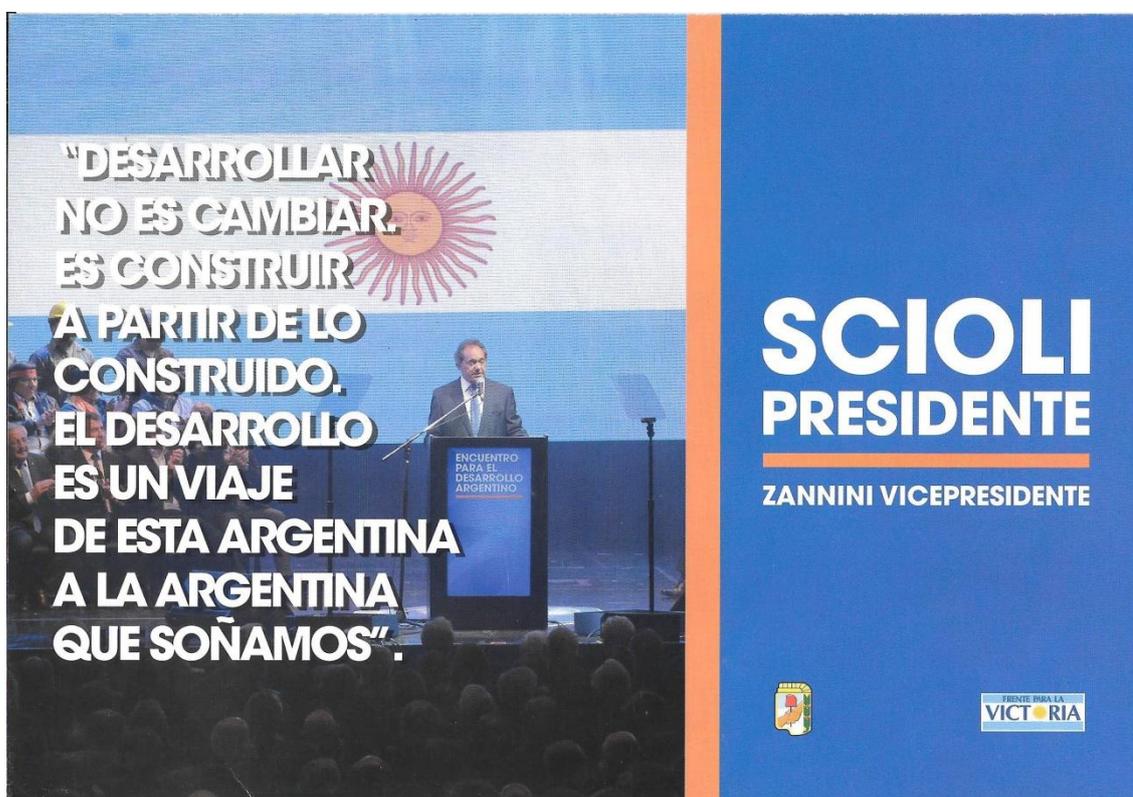


Figura 48. Prensa Frente para la Victoria, *Portada de folleto* [Fotografía] (2015j).



Figura 49. Prensa PRO/Cambiamos, *Interior de folleto* [Fotografía] (2015j).



Figura 50. Prensa Frente para la Victoria, *Contraportada de folleto* [Fotografía] (2015j).



**Figura 51.** Prensa PRO/Cambiamos, *Contraportada de folleto* [Fotografía] (2015j).

# Seguridad

Egreso de más de 10.000 nuevos policías bonaerenses

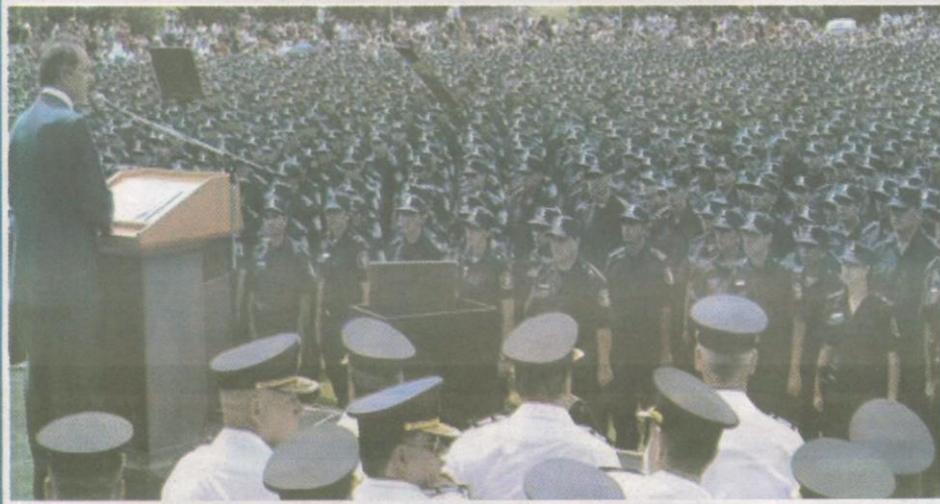


Figura 52. Prensa Frente para la Victoria, *Interior de periódico/folleto, página 2* [Fotografías] (2015).



**Figura 53.** Prensa PRO/Cambemos, *Portada de folleto* [Fotografía] (2015l).

# NUEVA POLICÍA LOCAL CERCA DEL VECINO



"La Policía local le da a los jóvenes la posibilidad de cumplir su vocación y trabajar junto a sus vecinos"

Figura 54. Prensa Frente para la Victoria, *Interior de periódico/folleto*, página 4 [Fotografías] (2015).



**Figura 55.** Prensa PRO/Cambiemos, *Interior de folleto* [Fotografía] (2015l).



**Figura 56.** Prensa Frente para la Victoria, *Interior de periódico/folleto*, página 7 [Fotografías] (2015).



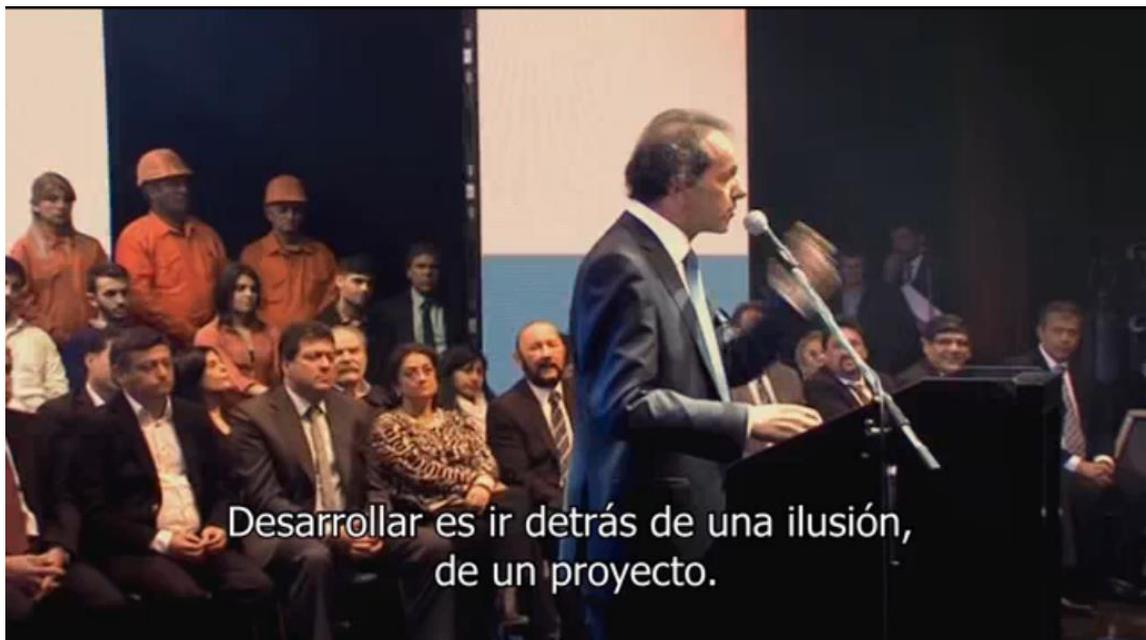
**Figura 57.** Prensa PRO/Cambiamos, *Contraportada de folleto* [Fotografía] (2015).



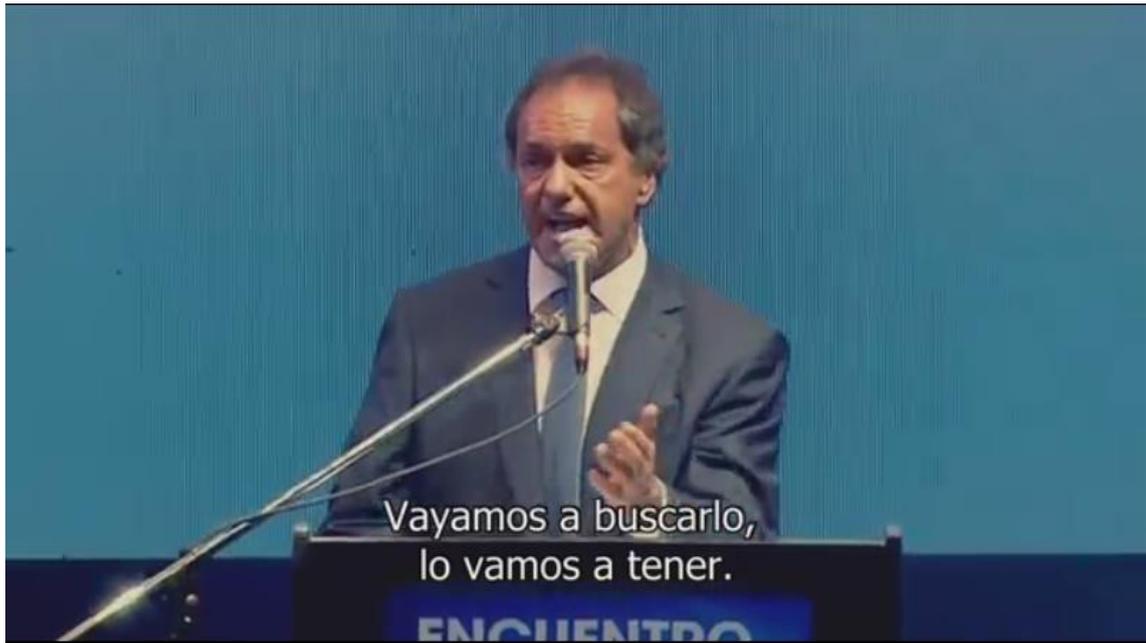
**Figura 58.** Prensa Frente para la Victoria, *Interior de periódico/folleto*, página 11 [Fotografías] (2015).



**Figura 59.** Prensa PRO/Cambiamos, *750.000 escrituras* [00:05] (2015n).



**Figura 60.** Prensa Frente para la Victoria, *Provincias* [00:18] (2015k).



**Figura 61.** Prensa Frente para la Victoria, *Provincias* [00:38] (2015k).



**Figura 62.** Prensa Frente para la Victoria, *Provincias* [00:42] (2015k).



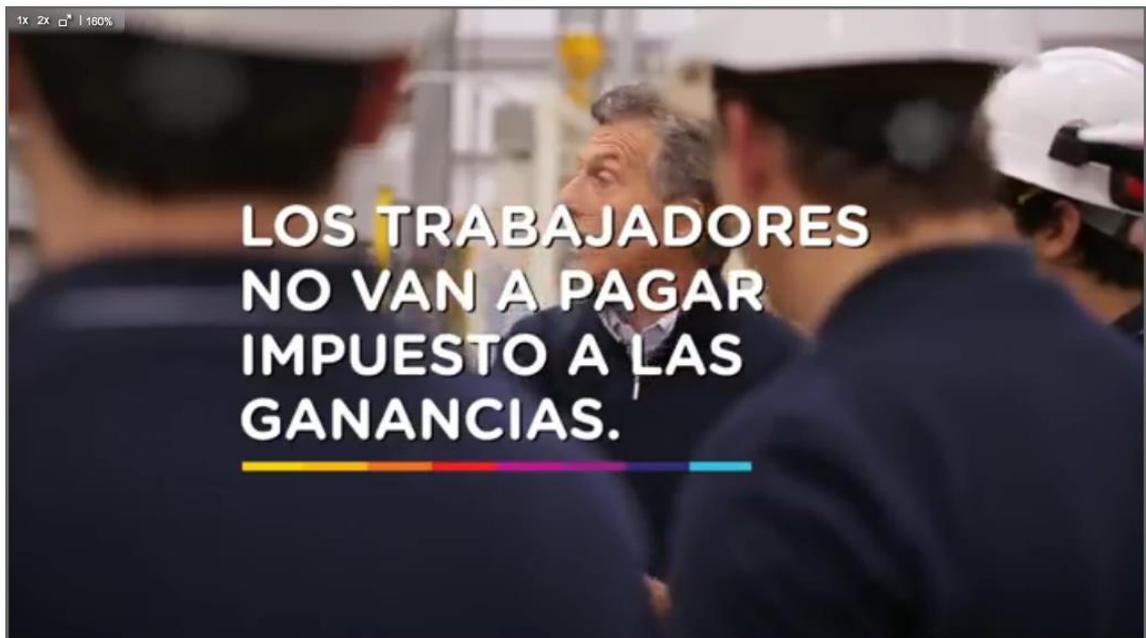
Figura 63. Prensa PRO/Cambiamos, *Justicia independiente* [00:05] (2015ñ).



Figura 64. Prensa Frente para la Victoria, *Seguridad* [00:02] (2015m).



**Figura 65.** Prensa Frente para la Victoria, *Seguridad* [00:17] (2015m).



**Figura 66.** Prensa PRO/Cambiamos, *Trabajadores sin impuesto a las ganancias* [00:07] (2015o).



**Figura 67.** Prensa Frente para la Victoria, *Necesidades* [00:02] (2015n).



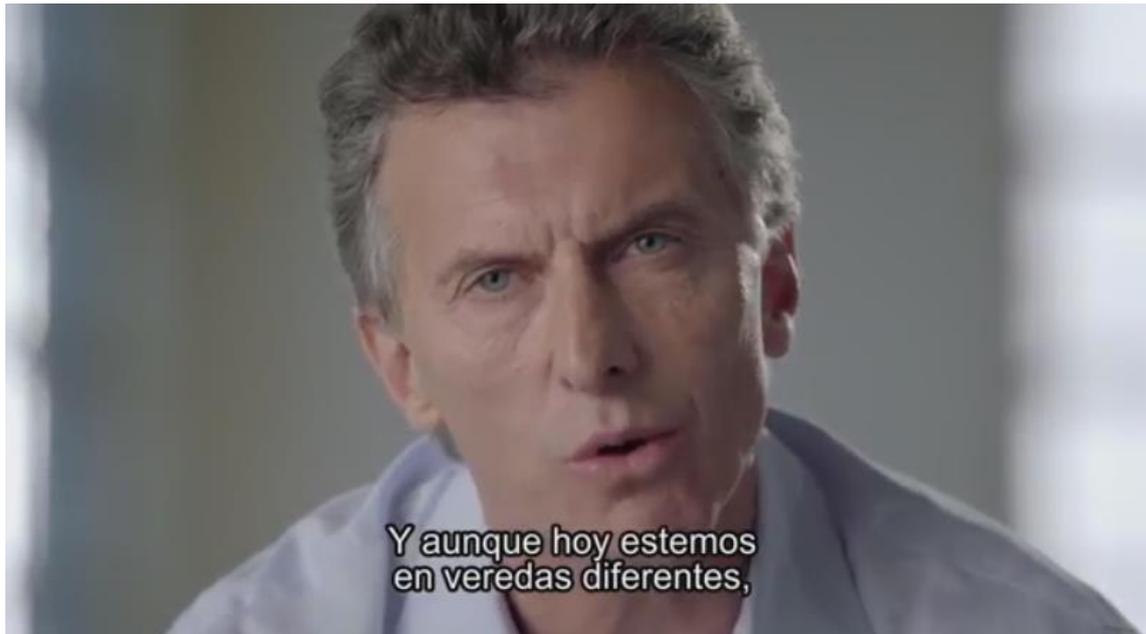
**Figura 68.** Prensa Frente para la Victoria, *Necesidades* [00:30] (2015n).



**Figura 69.** Prensa Frente para la Victoria, *Necesidades* [00:37] (2015n).



**Figura 70.** Prensa PRO/Cambiamos, *Una mejor policía* [00:06] (2015p).



**Figura 71.** Prensa PRO/Cambiamos, *Si el 25 de octubre lo votaste a Scioli...* [00:31] (2015y).



**Figura 72.** Prensa Frente para la Victoria, *Superación* [00:19] (2015p).



**Figura 73.** Prensa PRO/Cambemos, *Tenemos la oportunidad de que la política mejore la vida de la gente* [00:19] (2015aa).



**Figura 74.** Prensa PRO/Cambemos, *Tenemos la oportunidad de que la política mejore la vida de la gente* [00:30] (2015aa).



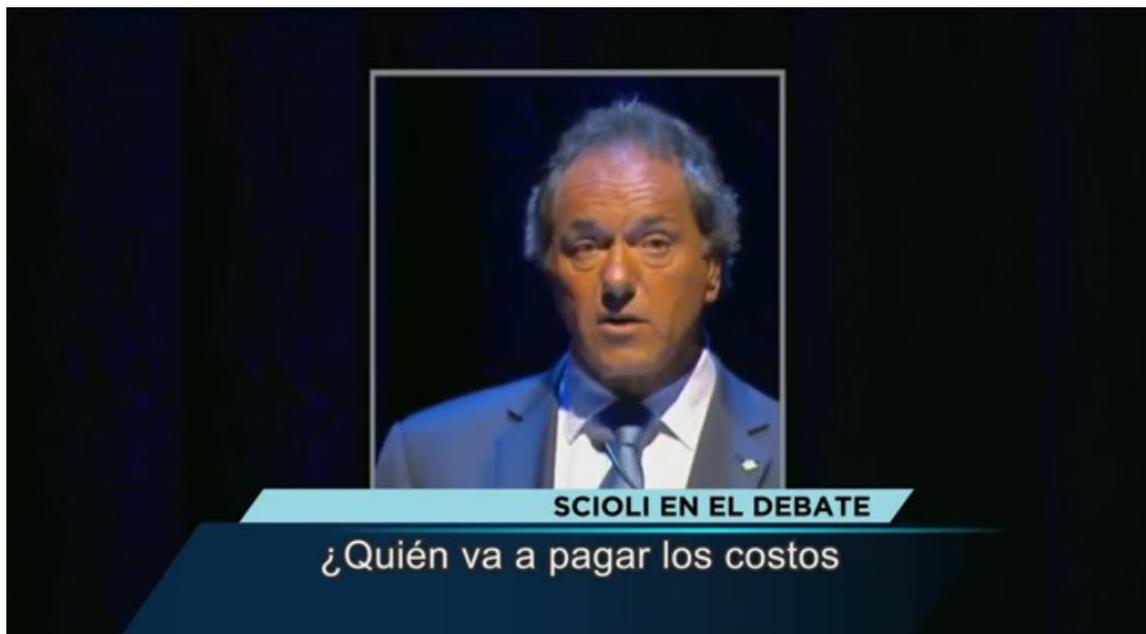
**Figura 75.** Prensa Frente para la Victoria, *Brindar* [00:19] (2015q).



**Figura 76.** Prensa PRO/Cambiamos, *Una nueva forma de hacer política. Mauricio Macri* [00:07] (2015bb).



**Figura 77.** Prensa Frente para la Victoria, *El país tiene derecho a saber-Ajuste* [00:03] (2015s).



**Figura 78.** Prensa Frente para la Victoria, *El país tiene derecho a saber-Ajuste* [00:06] (2015s).



**Figura 79.** Prensa Frente para la Victoria, *El país tiene derecho a saber-Ajuste* [00:12] (2015s).



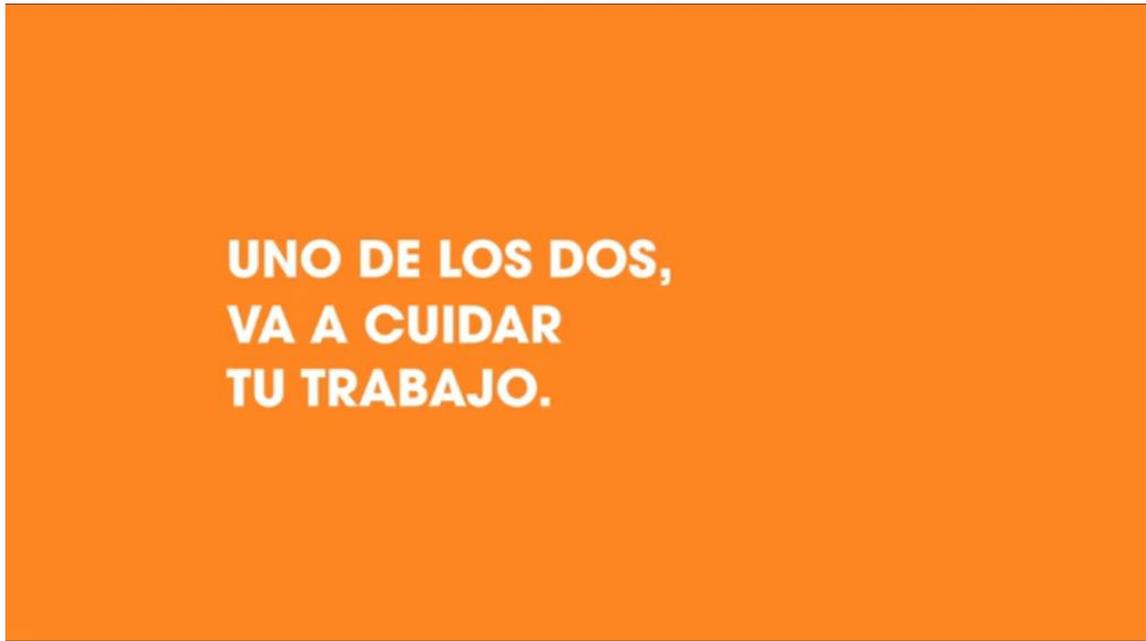
**Figura 80.** Prensa PRO/Cambiamos, *Un día todos sentimos que algo había cambiado* [00:10] (2015cc).



**Figura 81.** Prensa PRO/Cambiamos, *Un día todos sentimos que algo había cambiado* [00:28] (2015cc).



**Figura 82.** Prensa PRO/Cambiamos, *Un día todos sentimos que algo había cambiado* [00:16] (2015cc).



**Figura 83.** Prensa Frente para la Victoria, *Uno de los dos, trabajo* [00:05] (2015t).



**Figura 84.** Prensa Frente para la Victoria, *Uno de los dos, Industria* [00:05] (2015u).



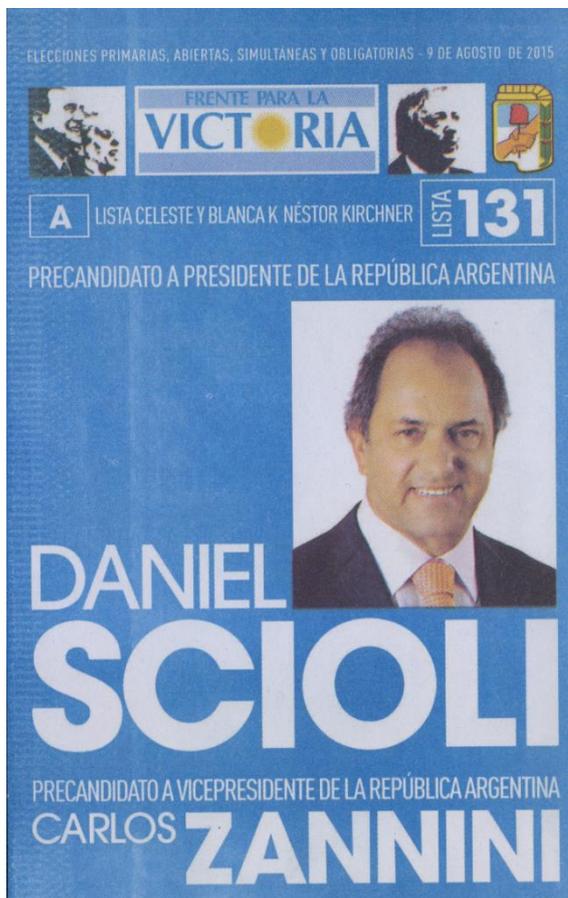
Figura 85. Prensa PRO/Cambiamos, Boleta utilizada en la PASO (2015dd).



Figura 86. Prensa PRO/Cambiamos, Boleta utilizada en la primera elección (2015dd).



**Figura 87.** Prensa PRO/Cambiemos, *Boleta utilizada en el balotaje (2015dd).*



**Figura 88.** Prensa Frente para la Victoria, *Boleta utilizada en las PASO (2015v).*



**Figura 89.** Prensa Frente para la Victoria, *Boleta utilizada en la primera elección (2015v).*



**Figura 90.** Prensa Frente para la Victoria, *Boleta utilizada en el balotaje (2015v).*



**Figura 91.** Prensa Frente para la Victoria, *Levantar todo* [00:02] (2015z).



**Figura 92.** Prensa Frente para la Victoria, *Levantar todo* [00:27] (2015z).



**Figura 93.** Prensa Frente para la Victoria, *Levantar todo* [00:50] (2015z).



**Figura 94** Prensa Frente para la Victoria, *Mapamundi* [00:46] (2015aa).



**Figura 95.** Prensa Frente para la Victoria, *Conmigo Argentina no corre riesgos* [00:00] (2015r).



**Figura 96.** Prensa Frente para la Victoria, *Hora de decisiones* [00:37] (2015y).



**Figura 97.** Prensa PRO/Cambemos, *Con total sinceridad* [00:06] (2015ff).



**Figura 98.** Prensa PRO/Cambemos, *Asignación universal por hijo* [00: 08] (2015hh).



**Figura 99.** Prensa PRO/Cambemos, *Luz, agua y seguridad* [00:04] (2015ii).



**Figura 100.** Prensa PRO/Cambemos, *Vamos a terminar con la violencia* [00:07] (2015x).



Figura 101. Prensa Frente para la Victoria, *Educación* [00:03] (2015bb).



Figura 102. Prensa Frente para la Victoria, *Jubilados* [01:00] (2015cc).



**Figura 103.** Prensa PRO/Cambiemos, *Con total sinceridad* [00:34] (2015ff).



**Figura 104.** Prensa PRO/Cambiemos, *Con Nelly en Santa Fe* [00:08] (2015m).



**Figura 105.** Prensa PRO/Cambiemos, *Con Nelly en Santa Fe* [00:10] (2015m).

### **Origen del Acto y la Potencia**

Aristóteles distingue dos estadios posibles de asumir tanto la materia como el ser humano. El primero de los casos es examinado por Pere Trujillo Ruíz (2015), quien asegura que

la substancia es “aquello que no se da en un sujeto, sino que es ello mismo sujeto”, es decir, aquello que es soporte de cualidades sin ser él mismo una cualidad (...). Pues bien, las substancias vendrían a ser aquellos objetos a los que nos referimos mediante los nombres propios. Hay que tener claro que una cosa es el objeto y otra diferente el nombre por el cual nos referimos al objeto: lo primero es una realidad que está en el mundo y lo segundo es una realidad que, aunque también existe, es lingüística (pp. 68, 69, 70).

La sustancia sensible, afirma Aristóteles, presenta la potestad de estar tanto en acto como a la vez en potencia, siendo, el acto y la potencia, estadios contrapuestos. Es en este sentido que

[T]odas las substancias sensibles (las únicas en las que se da movimiento) están (son) a la vez en acto y en potencia. Para empezar, son actualmente (en acto) la forma que está en ellas y son potencialmente (en potencia) el posible desarrollo completo y perfecto de esa forma. El acto es básicamente

la forma, y la potencia equivale a los cambios que se puedan producir en la materia, que le confieren la posibilidad de ser diferentes cosas. En este sentido, la materia es principio de posibilidad, lo que permite a la substancia ser otras cosas. Por lo tanto la materia es la potencia. La materia puede “recibir” diferentes formas, y por tanto tiene, potencialmente, la capacidad de transformarse en diferentes tipos de substancias (Trujillo Ruíz, 2015, p. 84).

La causa que origina el traspaso de un estadio al siguiente inmediato, es decir de la potencia hacia el acto, se define a partir del movimiento inherente a la propia sustancia. En efecto

[C]on el binomio potencia-acto se pasa a una perspectiva dinámica, es decir, ya no observamos la substancia simplemente como algo que es, sino que también tenemos en cuenta lo que puede llegar a ser. Este punto de vista es el que utiliza Aristóteles para explicar el movimiento como una tendencia de la materia a realizar la forma que tiene asociada a lo largo del tiempo. En este sentido, el movimiento sería intrínseco a la substancia, por la propia propensión de esta a llegar a ser en acto lo que de momento solo es en potencia. En definitiva, el movimiento responde a la tendencia de la propia substancia a actualizarse, o lo que es lo mismo, a realizar su forma, a cumplir el fin que le es más propio (Trujillo Ruíz, 2015, pp. 84-85).

Al respecto, Aristóteles distingue dos clases de potencia, las racionales y las irracionales. El estudio que se propuso en la tesis comprendió a la primera categoría de potencia, la cual incluye al hombre, y a la que, de modo específico, se refirió la investigación. En la cita siguiente, perteneciente a *Sobre la interpretación* [¿348-335?] (2015a) que resume la complejidad de su pensamiento, se afirma que la potencia racional puede llegar a realizarse a través del acto, como asimismo no alcanzar su actualización y permanecer en su estadio original, es decir en potencia:

la negación de lo que es posible que sea es lo que es posible que no sea, pero no lo que no es posible que sea. En cambio, parece que la misma cosa puede ser y no ser: pues todo lo que puede cortarse y caminar puede también no caminar y no cortarse (...) lo capaz de caminar puede también no caminar, y lo visible puede también no ser visto (p. 325).

Esta dualidad acerca de las condiciones que poseen las potencias racionales posibilita, según Aristóteles indica en *Metafísica* [¿335-322?] (2015c), que “algo pueda ser, pero no sea, y pueda no ser, pero sea. E igual en las demás categorías: que siendo capaz de andar, no ande, y que no esté andando, aun siendo capaz de caminar” (p. 302). Por tanto, el acto y la potencia acontecen en una orden de sucesión, que se inicia en la

potencia y culmina en su actualización, del mismo modo que, estando la potencia en situación de alcanzar su estado de actualización, se preserve como potencia y no cumpla el ciclo del movimiento.

Es por ello que Aristóteles [¿335-322?] (2015c) asegura que “[A]demás, la materia es en potencia en cuanto que puede alcanzar la forma específica, y una vez que está en acto, está ya en la forma específica” (p. 312). En efecto, el hombre posee la potencia de alcanzar un determinado estadio, por ejemplo, acerca de su profesión pero, mientras tanto sus conocimientos lo conducen hacia aquel, aún permanece en estado de potencia. Una vez obtenida la especificidad hacia la cual su aprendizaje habilita su posesión, entonces efectivamente el hombre, la potencia racional, adquiere una actualización determinada y no otra.

El traspaso de la potencia al acto se produce cuando no existe una incapacidad de que acontezca, debido a que

[A]lgo es posible o capaz cuando no resulta ningún imposible al realizarse en ello el acto cuya potencia o capacidad se dice que posee, quiero decir, por ejemplo, que si alguien es capaz de sentarse y puede sentarse, no resultará ningún imposible si se sienta ([¿335-322?] 2015c, p. 302).

Esta definición acerca de la posibilidad de actuación de la potencia se relaciona con el propio examen del acto, los cuales forman sistema en el estudio que ocupó la investigación. En este sentido, “[L]a actuación es, en efecto, el fin, y el acto es la actuación, y por ello la palabra «acto» se relaciona con «actuación» y tiende a la plena realización” ([¿335-322?] 2015c, p. 312). Dicha realización es la cifra que diferencia a las unidades de observación seleccionadas, pertenecientes a Cambiemos y al Frente para la Victoria, debido a que a partir de ella se examinó la composición temática, retórica y enunciativa de las producciones de campaña electoral.

Acerca de las categorías de acto y potencia, es necesario establecer una última distinción. Aristóteles [¿335-322?] (2015c) indica que las potencias racionales pueden actualizarse de más de una manera, incluso siendo sus extremos opuestos. Su actualización puede resultar reversa, pero no simultánea, debido a que

todas las potencias racionales, ellas mismas, se extienden a ambos contrarios, mientras que las irracionales son cada una de un contrario solamente, por ejemplo, lo caliente solamente puede calentar, mientras que la medicina puede producir la enfermedad y la salud (p. 299).

El estudio de los contrarios sustentó la base de la investigación doctoral. La potencia, a partir de la cual los equipos de comunicación desarrollaron sus planificaciones integrales de campaña, ha adquirido distintas e incluso contrapuestas etapas de actualización:

[L]a capacidad para los contrarios se da a la vez, si bien es imposible que los contrarios se den a la vez, es decir, que se den a la vez los actos correspondientes (por ejemplo, estar sano y estar enfermo) y, por tanto, necesariamente uno de ellos es el bueno, mientras que la potencia es o buena y mala por igual, o ni lo uno ni lo otro. Así pues, el acto es mejor. A su vez, y tratándose de males, el fin y el acto es necesariamente peor que la potencia, ya que la misma es capaz de ambos contrarios” ([¿335-322?] 2015c, p. 315).

La potencia puede actualizarse como no hacerlo y sin embargo, en esta segunda suposición, no por ello la capacidad de la potencia se anula o suprime. En *Acerca del alma* [¿368-348?] (2015b) Aristóteles indica que “solemos, en efecto, decir que «ve» y que «oye» todo aquel que puede ver y oír, aunque acaso esté durmiendo, y también lo decimos del que está actualmente viendo y oyendo” (p. 398).

### **Consideraciones acerca de la comunicación política**

Acerca de la comunicación política existe una numerosa bibliografía que señala las bases de su sustento y la especificidad de este fenómeno. El advenimiento de los medios masivos supuso una ruptura en relación a estructuras de comunicación aún vigentes, aunque, en la actualidad, su utilización no comporta la misma presencia en el ecosistema de medios. El mitin político, el cartel, la pegatina y la pintada sobre un muro han cedido su primacía a una imagen técnica accesible a través de dispositivos visuales/audiovisuales. El caso que ocupa la investigación remite a los medios tradicionales de prensa, analizados por teóricos de trayectoria reconocida. Se incluyó en esta mención al analista y asesor de Cambiemos Jaime Durán Barba, debido al predominio que obtuvieron sus postulados en la contienda 2015.

En efecto, la elección 2015 consagró en Argentina a la figura del consultor político ecuatoriano. Denostado y celebrado en proporciones semejantes, lo cierto es que su participación en el armado de la campaña de Cambiemos constituyó un principio determinante. Junto a Santiago Nieto han compuesto una serie de libros, dos de los cuales resultaron sustanciales para examinar el esquema narrativo de sus imágenes

proselitistas. En efecto, *El arte de ganar. Cómo usar el ataque en campañas exitosas*<sup>165</sup> (2017a) representa, a la luz de los acontecimientos sucedidos en 2015, un manual de anticipación acerca de su concurso. Por caso, los consultores aseguran que “[L]a vieja liturgia de agotó” (p. 74),<sup>166</sup> por lo cual desacreditan una estrategia de comunicación que privilegie a las grandes movilizaciones acontecidas en espacios públicos y la exhibición de un líder político, en términos platónicos, disociado de la sociedad civil.

La pauta de las imágenes técnicas pertenecientes a Cambiemos comprende el estrechamiento de las distancias que separan a las sociedades política y civil. Debido a que “los dirigentes no tienen por qué ser muy distintos a los demás mortales” (p. 329), el liderazgo político se sustenta en la abolición de las diferencias que constituyen a representantes y representados, estableciendo un nuevo orden de conducción partidaria.

En su reciente trabajo titulado *La política en el siglo XXI. Arte, mito o ciencia* (2017b), Durán Barba & Nieto analizan la situación de fuerza y debilidad que actualmente atraviesan las coaliciones de representación ciudadana, con objeto de señalar las oportunidades y las amenazas inherentes a una sociedad de consumo desregulado. Se trata de un libro sustancial para examinar la estructura de las unidades focales de observación, debido a que los predicamentos de los autores revelan la regla de producción de la estrategia de comunicación inaugurada a nivel nacional en Argentina. La campaña de Cambiemos ha representado, en este sentido, una ruptura en relación al orden, hasta entonces vigente, de las producciones proselitistas.

En primer orden, confirman la caducidad de un modelo de comunicación consistente en la reunión de las sociedades políticas y civiles en un acto partidario. La presencia física de los candidatos en un acto de gobierno ha sido reemplazada por la platea que supone una pantalla digital o de televisión (Cfr. Mata, 1992), por lo cual resulta insuficiente la inauguración de obras públicas que incluyesen, por caso, la presencia física de los candidatos en barrios urbanos o económicamente marginados, para establecer empatía y grado de conocimiento de su candidatura con los electores. De igual manera, las convocatorias en grandes estadios o en espacios abiertos tampoco

---

<sup>165</sup> Su publicación original, en el año 2010, constituye un antecedente acerca de las medidas de propaganda que, un lustro más tarde, habrían de conducir al triunfo electoral de Cambiemos.

<sup>166</sup> Las disposiciones proselitistas llevadas adelante durante los comicios nacionales celebrados en 2019 parecerían desmentir dicha afirmación.

producen un efecto de obtención de un mayor caudal de votantes,<sup>167</sup> por lo que corresponde instituir las directivas proselitistas hacia las plataformas tradicionales y digitales de comunicación masivas. Al respecto, los consultores aseguran que “[E]l contacto personal fue desplazado por el virtual. La mayoría de los electores pasó a relacionarse con los dirigentes a través de la televisión y en los últimos años con ellos y con todos los demás ciudadanos a través de los medios electrónicos” (p. 26). En relación al contenido que debe prevalecer en las campañas, indican que la minuta de temáticas puestas en debate no es privativa de ninguno de los adversarios, y que por ello no es posible adjudicarse su legítima potestad en razón de una correspondencia natural que ocasionalmente hubiere entre un aspirante y un argumento particular.

De modo que, una vez más, se retoma la clasificación platónica acerca de las condiciones de liderazgo que asume la clase política. Lo cierto es que Duran Barba y Santiago Nieto invierten la relación, debido a lo cual el hombre que proviene de la misma esfera a la que representa constituye la esencia de la acción proselitista. En el siglo XXI corresponde un liderazgo que salve las distancias entre política y sociedad civil, de manera que las imágenes técnicas de propaganda deben iluminar la síntesis de su reciprocidad. En efecto, en la contienda celebrada en el año 2015,

[S]us opositores [de Macri] estaban acostumbrados a que los presidentes fueran abogados, solemnes y oradores que participaran en los ritos de los antiguos partidos. Esas personas lo caricaturizaron porque no cumplía con un estereotipo, sin darse cuenta de que justamente ese era su fuerte. La gente estaba cansada del viejo estilo de los políticos y él supo aprovechar esa ventaja (p. 82).

En su trabajo también se ocupan de las marcas del paso que, sobre la superficie textual, deja el sujeto de la enunciación. El procedimiento que promueven los autores había sido adelantado en *El arte de ganar...*, el cual consiste en la producción de una escena en mayor proporción equiparable al objeto del cual toma su diseño. La intervención de los equipos de campaña, operada sobre el plano de la representación visual/audiovisual, debe circunscribirse, aseguran los asesores, al grado de menor participación en la regla de su realización.

---

<sup>167</sup> Habría que determinar, en un estudio complementario al que aquí se presenta, el alcance de los efectos obtenidos en la serie de marchas denominadas “Sí, se puede”, realizadas en 2019 por Juntos por el Cambio con motivo de la celebración de la primera vuelta electoral.

El politólogo Giovanni Sartori, autor de *Homo Videns* (2003), señala una concepción acerca de las repercusiones que ha obtenido el medio televisivo en el desarrollo de la exposición, por caso, de las imágenes de corte electoral.

El traspaso de la abstracción que comporta el uso de la palabra a la concreción de una imagen tecnológica constituye, para Sartori, el vector que define a la comunicación política contemporánea, debido a que “es la televisión la que modifica primero, y fundamentalmente, la naturaleza misma de la comunicación, pues la traslada del contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen” (p. 14). En efecto, en la campaña 2015 se constató la primacía del orden de la utilización de la imagen fija y de la imagen en movimiento para sustanciar el armado de las producciones proselitistas. En mayor medida, el diseño visual/audiovisual de los programas narrativos de las respectivas coaliciones adquirió predominio sobre la serie de propuestas de gestión, apenas enunciadas en calidad de resorte electoral.

El objeto de la recuperación de los estudios de Sartori no trata de afirmar o refutar la tesis acerca del nacimiento de un *Homo Videns* contemporáneo al final de siglo XX y comienzos de siglo XXI. Se ha desarrollado una exposición breve de su concepción para introducir la tesis correspondiente a la categoría que el autor denominó *video política*, y que en Argentina también han desarrollado, por caso, politólogos como Oscar Landi (1992a; 1992b).

La *video política* concierne a la relación que determina la práctica comunicacional que ejercen las fuerzas de representación ciudadana y la plataforma televisiva, en el curso de períodos de gestión e igual modo en situaciones de elección de autoridades ejecutivas. La utilización partidaria o electoral del dispositivo audiovisual deviene necesaria para constituir la imagen pública pretendida del funcionario político tanto como del candidato a la obtención de un cargo de gestión.

El examen de la *video política* alcanza su proporción en razón de los cuerpos presidenciales examinados por Verón (1999a, 1999b y otros). En tanto que la plataforma televisiva, continúa Sartori, “*personaliza* las elecciones” (p. 57. La letra itálica pertenece al texto original), el significado de la composición de las imágenes concierne, en el caso que se examina, al estudio de los cuerpos de los candidatos a la máxima jefatura. De modo que “[E]n la pantalla vemos personas y no programas de partido; y personas constreñidas a hablar con cuentagotas. En definitiva, la televisión nos propone personas (que algunas veces hablan) en lugar de discursos (sin personas)” (p. 57), razón por la cual el reconocimiento de los cuerpos y las acciones que realizaron

los líderes de las coaliciones resultó sustancial. A partir de esta relación debe comprenderse que “el video-líder más que transmitir mensajes *es* el mensaje” (p. 57. La letra itálica pertenece al texto original), de manera que los cuerpos de los candidatos de Cambiemos y del Frente para la Victoria han determinado la estructura de los productos visuales/audiovisuales de comunicación.

Señala Sartori la caducidad del contrato específico que, en siglos anteriores, poseyeron los tradicionales partidos de representación política, debido a que “la video-política reduce el peso y la esencialidad de los partidos y, por eso mismo, les obliga a transformarse. El llamado «partido de peso» ya no es indispensable; el «partido ligero» es suficiente” (p. 59).

El estudio de la *video política* consiste un rasgo esencial para comprender los avatares de las piezas proselitistas oficialmente elaboradas por los equipos de comunicación partidaria, en el contexto de una era tecnológica que determina el alcance de sus producciones. De esta manera, el análisis de las marcas del sujeto de la enunciación, el reconocimiento de la exposición de los cuerpos de los candidatos y el examen del discurso político que iluminan los objetos y los espacios que conforman la diégesis de las imágenes, adquirieron correlación con el nivel supra unitario correspondiente a una campaña de elección ejecutiva acontecida sobre el inicio del siglo XXI.

En la Argentina, la *video política* examinada por Landi (1992a, 1992b) corresponde al período inmediatamente posterior a la recuperación de la democracia, acontecido el 10 de diciembre de 1983, y culmina una década más tarde, bajo la presidencia del sucesor de Raúl Alfonsín. La tesis que el autor sostiene acerca del advenimiento de la imagen, consiste en la ruptura establecida entre el orden del contacto que determina la palabra política y la ciudadanía, por lo cual la incorporación del lenguaje televisado habría de conducir a su reunificación. Una serie de acontecimientos, indica Landi, produjo la desacreditación de la *palabra política*, la cual fue oportunamente sustituida por el abanico de códigos que la telegenia dispuso al servicio de los hombres de gobierno.

En su obra *Devórame otra vez. ¿Qué hizo la televisión con la gente? ¿Qué hace la gente con la televisión?* (1992b), Landi analiza la transposición de una serie de conceptos al lenguaje televisivo, para lo cual se alude, de aquellos, a determinados aspectos o circunstancias que les corresponden. De este modo, por ejemplo, se

representa la amabilidad en un ser amable, y la confianza en un gobernante que la telegenia luce su cuerpo y su voz confiables.

El estudio del *instante esencial*<sup>168</sup> que comportan las fotografías es recuperado por Landi para establecer el orden de la composición que se privilegia en una contienda electoral. Se trata de aquellos momentos que, debido a su densidad de información, condensan una situación que la determina y de la cual constituye su portada.

Alain Touraine, en *Comunicación política y crisis de la representatividad* (1998) asevera que una de las funciones de la comunicación política constituye la ocultación del sujeto extra diegético de la enunciación. Esta medida ha sido incluida en la estrategia de Cambiemos con objeto de presentar una agenda de gobierno que trasvasó a su intervención.

Dominique Wolton, autor de *La comunicación política: construcción de un modelo* (1998) insiste sobre la escenificación que concierne a la comunicación de orden político e indica que posibilitan un intercambio necesario de posiciones. En sus respectivas producciones proselitistas, Cambiemos y el Frente para la Victoria construyeron una puesta en escena en calidad de equivalencias a los discursos pronunciados por sus candidatos, debido a lo cual adquirieron una preponderancia analítica sustanciada en los discursos que aquella ha puesto en relación. Las fuerzas políticas instauraron la escenificación de sus respectivos esquemas narrativos en relación a una serie de recursos que se analizaron, con mayor detenimiento, en el cuerpo del estudio presente.

El estatuto del cuerpo presidencial, aseguran Alejandro Grimson y Amparo Rocha en *Algunas tendencias del discurso político en la televisión* (1994), incluye, en relación a la tesis de investigación, la correspondencia que establece con los objetos que conforman la puesta en escena de las imágenes electorales. Los autores indican, por caso, que la serie de gestos posibles de establecer a través de los cuerpos significantes constituye un factor que determina la composición de sus apariciones televisadas.

Por este motivo, indican Grimson & Rocha, una contienda de elección presenta una escenificación de un enfrentamiento no sólo de condiciones verbales entre sus contendientes. Las ofensivas también se prolongan al campo de acción de los cuerpos, por lo cual constituyen una información significativa impostergable para realizar el trabajo de investigación. En este sentido, los autores aseguran que “[E]n toda campaña

---

<sup>168</sup> Véase en este trabajo: Gubern (1974), Dubois (1986) y Schaeffer (1990).

electoral no sólo se desarrolla una polémica y una argumentación verbal, sino también, y de manera decisiva, una *batalla del cuerpo*” (p. 183. La letra itálica pertenece al texto original). La posición actancial y la clasificación aristotélica de acto y potencia se desarrollaron en la campaña electoral a través de una serie de connotaciones de la imagen establecidas a través de diferentes zonas de los cuerpos.

El estudio del cuerpo político ha sido analizado a través de una de sus figuras de sinécdoque. En efecto, el rostro en calidad de *parte por el todo* constituye el análisis que Eduardo Rinesi efectúa en *Carisma, discurso y política en la época de la imagen* (1994). Se trata de un rostro que condensa la narración de un cuerpo acerca del cual constituye la exégesis de su subjetividad. A través del examen de la rostredad se reconoció la potestad del cuerpo político, cuyo estado actualizado o en potencia se exhibió a través de las imágenes técnicas de uso proselitista.

Gilles Achache, en *El marketing político* (1998), también abreva en el diálogo platónico *Político* para establecer, por caso, la pauta de comportamiento que debe asumir el cuerpo presidencial. Es en este sentido que define un modelo de comunicación propagandística, acordando la gravedad de la distinción que separa a las sociedades política y civil. La jefatura, asegura el autor, corresponde al liderazgo que, a través del valor cognoscitivo que detenta, ejerce el control de los órganos de gobierno. Se trata de la asunción de un modelo de comunicación que el Frente para la Victoria acogió para desarrollar, en el caso que ocupa la investigación, el diseño de las imágenes fijas y las imágenes en movimiento. Sólo durante la celebración del balotaje dicho modelo se habrá de revertir. La mención que Achache realiza acerca de los grandes relatos, de la misión que debe asumir el hombre consagrado a la acción política y de la guía que él representa, constituyó la clave para examinar el estatuto asignado a los cuerpos, los objetos y los espacios de representación visual/audiovisual. Es en este sentido que el diálogo *Político* adquirió nuevamente actualidad analítica.

Luis Alberto Quevedo, autor del texto ya citado *La política bajo el formato televisivo* (1992), asegura que “asistimos al triunfo de la imagen política sobre las posturas ideológicas” (p. 17), lo cual presenta correspondencias con la crisis de representación de los partidos tradicionales de gobierno y el surgimiento de nuevos actores políticos

En un mismo sentido, Beatriz Sarlo asegura en su trabajo *Estética y política: la escena massmediática* (1992) que “[H]oy la política y los políticos se construyen en la televisión. Se podría decir: la esfera política se ha massmediatizado y la escena política

es una escena electrónica” (p. 52). De este modo, coincide con Quevedo en relación a la preeminencia que adquiere la plataforma televisiva en tanto condición impostergable de posicionamiento público (en la actualidad se añaden los medios digitales de comunicación masivos). Asimismo, representa un principio que permite estrechar las distancias que obran entre las esferas política y civil. En un mismo sentido, María Cristina Mata indica en *Entre la plaza y la platea* (1992) la modificación del estatuto del espacio topográfico de representación política vigente en décadas anteriores signadas, como ejemplo, por grandes manifestaciones e intervención constante del espacio público a través de la puesta de carteles.

El mitin ha sido examinado, desde el campo antropológico, por Marc Abélès en *Rituales y comunicación política moderna* (1998), en tanto representa ceremonias ritualizadas. En este sentido, los ritos se tratan de “actos fundamentalmente repetitivos que subrayan ciertos momentos de la actividad privada o pública” (p. 140). Asegura que, durante la ejecución de la acción ritual, el oficiante, en este caso el hombre político, concede autoridad “a los símbolos, para inscribir su acción en un sistema de valores que lo supera y en razón de una historia colectiva más abarcadora. Lo que aquí predomina es el sistema de valores y de símbolos reactualizado mediante el acto ritual” (p. 142). La simbología se encuentra, por ejemplo, en la serie de objetos y espacios seleccionados en el armado de la trama de los esquemas narrativos adjudicados por Cambiemos y el Frente para la Victoria. En ocasiones numerosas han sido ellos, y ya no los pronunciamientos orales de sus candidatos, el vector que atravesó a la producción electoral. A través del estudio de la segunda tricotomía de los signos peirceanos, aquella correspondiente a su relación con los objetos, se constató la presencia de una simbología que recubrió a los componentes temáticos señalados por cada fuerza electoral. Cuando una de las coaliciones preservó el estatuto vigente asignado a la representación nacional a través de la exhibición, por ejemplo, de la bandera argentina, la alianza oponente si no reconfiguró la simbología, al menos recurrió a una serie de estructuras de significación inéditas en la trama de las imágenes de utilización proselitista.

El estudio del cuerpo presidencial producido en el seno de una acción electoral ha sido estudiado por Jacques Gerstlé (1998) en su obra citada en el interior del trabajo, quien destaca la banda visual como motivo de reconocimiento, tanto de sus aptitudes de ejercicio de gobierno como de orden individual. Es a través de la imagen, afirma el

autor, cómo los discursos orales de los candidatos adquieren mayor tesitura a través de la exposición del cuerpo presidencial tributario de la pieza de propaganda.

Se analizó el cuerpo presidencial sobre el cual el sujeto enunciador ha dejado sus marcas, ciertamente divergentes en las piezas visuales/audiovisuales de las alianzas políticas en disputa. No obstante, en uno y otro caso, se constató el trabajo reglado en la fase de producción acerca de los cuerpos significantes de sus candidatos, vinculados a valores disímiles como en ocasiones complementarios.

Carlos Mangone y Jorge Warley examinan en *El discurso político* (1994) la complementariedad que se establece entre los distintos soportes de comunicación, e indican la función de refuerzo que se produce, por caso, entre los medios visuales y tradicionales de prensa masivos, tal como aconteció en la campaña 2015.

Las imágenes fijas y las imágenes en movimiento conforman un sistema, juntamente con otras plataformas de comunicación, en relación a la información significativa que consiente a su estructura. Mangone & Warley señalan la imposibilidad de registro acerca de su origen, debido a que, en el armado de una contienda de elección, se establece un entramado de producciones que reenvían entre sí la lectura de su visión.

La iteración constituye una característica determinante en las imágenes de uso electoral. En ellas se advierte la inclusión, por caso, de *objetos* y *espacios* que fijan el significado del recorrido narrativo perteneciente a cada fuerza de representación política, de modo que el reconocimiento de dichas sub unidades de observación constituyó una medida adecuada al ejercicio de la crítica que aquí se expone.

Jean-Luc Parodi señala en *“Lo que eres dice tanto de ti que ya no se escucha lo que dices”*. *Reflexiones sobre el equilibrio real entre la acción política y la comercialización de la apariencia en la decisión electoral* (1998) la existencia de actos graves, relacionados a la subjetividad del hombre político, los cuales operan de modo evocador, clasificador y/o diferenciador. Se trata de aquellos acontecimientos que determinan la vida tanto pública como privada que constituyen a la imagen pública del actor político.

Se ha observado que las disposiciones de campaña de Cambiemos ocultaron la serie de actos duros concernientes a su candidato presidencial, mientras que el Frente para la Victoria, de modo contrario, acentuó la exposición de acontecimientos duros que establecieron su posicionamiento como presidenciable, poseedor del valor cognoscitivo que requiere el ejercicio del poder.

Dick Morris ha sido asesor presidencial de Bill Clinton durante la campaña de 1996 y, en América Latina, ha trabajado como jefe y consultor de expresidentes como Vicente Fox, Jorge Batlle y Fernando de la Rúa. Junto a Luis Rosales han escrito *El poder. Cómo usarlo en beneficio de América Latina* (2007), cuyo segunda parte, titulada *Creando el mensaje adecuado para acceder al poder y mantenerse en él*, corresponde a los intereses de la investigación. Aquí los autores presentan una síntesis de sus participaciones en las campañas presidenciales, a partir de las cuales es posible comenzar a establecer un origen teórico acerca del curso que ha tomado en 2015 la coalición Cambiemos.

La lección autobiográfica, afirman Morris & Rosales, no constituye una oportunidad para instalar y posicionar a la figura de un candidato. Este caso remite a la constitución de los *spots* difundidos por el Frente para la Victoria que, en la segunda jornada de elección, desplegó una operatoria consistente en la rememoración de los hechos biográficos de su aspirante a la presidencia, sucedidos con anterioridad a su incursión en la política partidaria. Esta medida contrastó con el acopio de piezas audiovisuales de comunicación difundidas en las dos instancias precedentes, con objeto de modificar, en términos de su esquema narrativo, la posición actancial desempeñada hasta entonces.

Si, tal como afirman los consultores, “[A] mayor calidad publicitaria, menor credibilidad” (p. 137), Cambiemos habría obtenido certificaciones de autenticidad acerca de las reuniones entre las sociedades política y civil, que se presumen *no mediadas*, y que las imágenes técnicas difundieron durante el conjunto de su campaña.

El consultor Manuel Mora y Araujo advertía, a comienzos de la década de 1990, el surgimiento de una nueva clase de liderazgo político argentino. Si bien aducía su necesidad en el marco de las reformas estructurales acerca de los organismos del Estado que, por entonces, realizaba el presidente Carlos Menem<sup>169</sup>, lo cierto es que su libro *Ensayo y error. La nueva clase política que exige el ciudadano argentino* (1991) constituye un antecedente inmediato al reconocimiento que Durán Barba & Nieto efectuaron acerca de la clase dirigente. Mora y Araujo indica al respecto que los gobernantes deben establecer un estilo de contacto con la ciudadanía definido a partir de la resolución de sus demandas aún insatisfechas. La crisis de representación, asegura el consultor, había jalonado el surgimiento de una red de contacto entre sociedad política y

---

<sup>169</sup> El análisis de tales reformas no corresponde al objeto de su investigación, por lo cual no han sido sujetas a examen.

civil distante en relación a los partidos tradicionales de gobierno y a una ciudadanía consustanciada con sus predicamentos y vertientes ideológicas surgidas en los siglos XIX y XX.

En relación a la clase gobernante, asegura que “[L]os dirigentes capaces de establecer esa sintonía tienen que mostrar un perfil humano, una modalidad de comunicación que hacen a su credibilidad como exponentes de los nuevos valores” (p. 149). Esta condición ha sido reconocida en las imágenes de Cambiemos, cuyo diseño se opone al esquema de representación de la alianza que determinó sus producciones en razón de un tratamiento culturalmente acostumbrado.

El autor señala que los políticos no deben construir su representación en relación a una imagen que diluya el contacto con los ciudadanos. Por el contrario, deben mostrarse cercanos a la resolución de sus problemas, y conformar su plan de gobierno en medida de solución a las demandas que aquejan a la sociedad civil.

En un período regido por una campaña proselitista, afirma el consultor, los electores sirven sus intereses menos a las propuestas de gobierno que a la imagen pública de los candidatos, difundida a través de los medios tradicionales de comunicación. Por tal motivo los partidos políticos deben realizar una operatoria de conformación de su figura asociada a una serie de valores propositivos, consustanciados con su vida en sociedad:

Es oportuno recordar, una vez más, que la demanda de una nueva clase dirigencial promovida por Mora y Araujo corresponde a un posicionamiento de orden económico que excede el análisis propuesto en la investigación de las imágenes de uso electoral. No obstante, corresponde señalar el reconocimiento de las condiciones que obedecen al mandato de gobierno coincidentes a las expuestas en las obras de Durán Barba & Nieto. De modo que, tanto a inicios de la década de 1990 como a mediados de la década de 2010, se reconocen en Argentina una serie de demandas hacia su clase dirigente, que consiste en la aproximación de la investidura política hacia la resolución de los conflictos inmediatos de la ciudadanía.

Silvio Waisbord, autor de *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en la Argentina* (1995) ha desarrollado uno de los aspectos clave para examinar el régimen de conformación acerca de la sub unidad de observación *espacios*. En su trabajo, que revisa la relación establecida entre las modalidades de conformación de los mensajes partidarios/electorales, difundidos en medios tradicionales de comunicación masiva, inicia sus estudios repasando la crisis de representación

partidaria, la cual es tributaria de una reconsideración del armado de las estrategias electorales. De acuerdo a Waisbord, una sociedad que no replica modelos partidarios tradicionales demanda una nueva conformación de su clase dirigente, lo que se advierte en la práctica electoral inaugurada, a nivel nacional, por Cambiemos.

El sentido del ritual<sup>170</sup> es analizado en calidad de acto político y partidario, el cual constituye una instancia de afirmación de las distancias que intermedian entre las sociedades política y civil. De este modo, se comprende que el liderazgo con conocimiento de causa haya recurrido a esta práctica electoral, y así se ha representado en sus imágenes electorales, del mismo modo que la clase de líder que proviene de la sociedad a la que representa recuse su instrumentación al servicio de una contienda presidencial.

La sub unidad *espacios* representa una oportunidad para analizar la reposición visual de los pronunciamientos verbales enunciados por los candidatos presidenciales, y asimismo de la posición de autoridad que establecieron con sus cuerpos. Waisbord señala la modificación del precepto de gobierno que significa la utilización de espacios consuetudinariamente entendidos como unidades de representación de poder, en relación a sitios urbanos que carecen de dicha potestad:

[E]n comparación con los actos tradicionales, estos cortejos electorales presentan importantes diferencias. Los actos proselitistas han migrado de los centros simbólicos e históricos a los barrios seculares: las caravanas no ocurren en plazas centrales, sitios donde se erigen las instituciones oficiales que evocan eventos memorables de la historia argentina, sino que recorren lugares profanos de la vida cotidiana. Lo ordinario de las avenidas urbanas, pobladas por el mundo filisteo del comercio y casas privadas, contrasta con el aura y el pasado histórico flotando sobre la plaza rodeada por el palacio de gobierno y otros edificios oficiales. La plaza es el bastión de la memoria colectiva de una nación donde se superponen imágenes, documentos, discursos que evocan el pasado y legitiman el presente. Las calles, en cambio, son sitios seculares más ligados a la vida privada y la vida pública cotidiana que a los grandes momentos de la historia de un país (pp. 184-185).

Esta distinción ha constituido uno de los vectores sobre el cual se han examinado a las imágenes de uso electoral, reconociendo la inclusión y exclusión, en sendas campañas proselitistas, de espacios u objetos que reenvían a la atribución de mando que supone una candidatura presidencial.

---

<sup>170</sup> Cfr.: Abélès, 1998.

Finalmente, en relación al nivel supra unitario que conforma una campaña presidencial acontecida en una era de consumo industrial y avanzada, Inés Pousadela e Isidoro Cheresky, autores de *La incertidumbre organizada. Elecciones y competencia política en Argentina (1983-2003)* (2004) aseguran que

la democracia (...) inaugura una apertura radical a la incertidumbre a partir de la desimbrincación de las esferas del poder, el saber y la ley, y del consiguiente advenimiento del lugar del poder como lugar vacío. Puesto que en el orden simbólico instaurado a partir de la ruptura radical con el pasado que fue la revolución democrática ningún individuo o grupo puede ya encarnar, *ser él mismo el poder*, la aceptación de la democracia como forma de sociedad es inseparable de las prácticas específicamente político-institucionales. El dispositivo de la representación no busca otra cosa que institucionalizar el conflicto que se desarrolla en torno de la ocupación (...) del sitio de poder, pero que se halla más ampliamente desplegado en el espacio público. Esta institucionalización supone, ante todo, la renovación periódica de la titularidad del poder en el marco de una competencia regulada (p. 13. La letra itálica pertenece al texto original).

En la tesis se examinó a los dispositivos tecnológicos señalados por los autores, en los cuales, a través de las posiciones actanciales ocupadas por los candidatos a la presidencia de la Nación y los actantes de la sociedad civil, se representa una teatralización de su disputa. De este modo “la democracia como forma de sociedad (...) manifiesta empíricamente sus rasgos constitutivos en el dispositivo de la representación, mediante una puesta en escena que es la competencia electoral” (pp. 13, 14).

Acercas de la conformación que actualmente atraviesan a las campañas electorales,<sup>171</sup> Pousadela & Cheresky recuerdan el suceso de inflexión que supuso la contienda acontecida en el año 1983 en relación a los actos eleccionarios que le sucedieron:

[L]a campaña electoral de 1983 fue (...) la última de la vieja era y la primera de la nueva. Fue la última en la cual las pasiones políticas se expresaron bajo la forma de multitudinarias manifestaciones populares. Tanto es así, que cierres de campaña de los dos principales candidatos pasaron a la memoria histórica de sus partidos como “los actos del millón”: nunca más podría ningún partido político reunir más que un puñado de decenas de miles de simpatizantes en un acto partidario o electoral, y en

---

<sup>171</sup> Alberto Borrini (2003) ha realizado un pormenorizado estudio acerca de la historia de las campañas políticas, en el cual examina tanto la conformación visual de sus producciones como las consignas electorales.

adelante pasarían a usarse modalidades de campaña más acordes a las nuevas condiciones del ejercicio de la ciudadanía, tales como las caravanas o las caminatas por las localidades, que funcionarían como complemento de las apariciones mediáticas de los candidatos (pp. 16, 17).