

La imagería política de María Eugenia Vidal. Entre la iconografía Mariana y la inocencia de Heidi

Teo Saralegui / Daniela Heredia Rodríguez

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

teo.saralegui@gmail.com / dani.08_12@hotmail.com

Resumen

La imagería de los candidatos políticos ha cobrado suma importancia a la hora prepararse para llegar al Gobierno. Las encuestas y la percepción que la sociedad civil tenga de los mismos es uno de los factores decisivos a la hora de votar.

María Eugenia Vidal es la figura de Cambiemos con mejor imagen. Es más popular que el propio Presidente. Ha logrado lo impensado: ser la primera mujer en llegar a la gobernación de la Provincia de Buenos Aires. Desde los inicios de su campaña con timbreos, hasta la actualidad -mediando aciertos y errores- ha conservado su semblante de mujer líder. En este trabajo veremos que, además de los atributos -estereotipantes- de lo femenino que se le atribuyen, tiene el valor agregado de ser audaz, de imponerse frente a los hombres oscuros de la política. Y nada de esto es espontáneo. La subjetividad de María Eugenia Vidal es construcción.

Palabras clave: sujeto, retrato, iconografía religiosa, semejanza

“El pasillo que conduce a su despacho tiene cinco docenas de retratos. Todos de hombres. Es un jardín vertical de patillas, bigotes, entrecejos, charreteras y barbotas. Son los gobernadores de la provincia de Buenos Aires, en blanco y negro y formato cuadrado... Solá llamó ‘Heidi’ a María Eugenia Vidal en la



campaña, y ella le contestó que ya había pasado el tiempo de los "machos alfa". Y se convirtió en la primera gobernadora bonaerense.” -Revista Viva- (Calvo, 2016)

“Mariu”, “Heidi”, “Hada Buena”, “La leona”. Múltiples apodos, múltiples facetas de una mujer que pareciera un espécimen distinguido en un ecosistema de hombres.

Partimos desde la base, retomando a Fleckner, Warnke y Ziegler, de que:

“El gasto representativo en presentaciones estéticas públicas o a medias públicas es una puesta en escena controlada, una producción de apariencias, por lo tanto, una actividad mediática que de una manera cada vez más específica se dirige a distintos destinatarios y por eso tiene que acoger también sus necesidades y expectativas. Una iconografía política entendida de tal manera (...) comprende a las imágenes – *discursivas o fotográficas* – como estrategias que conllevan intereses” (Fleckner, Warnke, Ziegler 2014, pp. 4.).

En este sentido, nuestra hipótesis es que el discurso de María Eugenia Vidal como la salvadora de la Provincia de Buenos Aires, difundido innumerable cantidad de veces en las propias redes sociales de Cambiemos y por los Medios de Comunicación afines, tiene su correlato iconográfico en la construcción de Vidal como mujer santa, bella e inteligente, mientras que, simultáneamente, la oposición es representada como lo familiarizado con la oscuridad, fealdad y salvajismo. En este contexto se entiende su avanzada, discursiva por lo menos, contra los piqueteros, las “mafias” del narcotráfico, sindicales y políticas, la corrupción, etc. A medida que la situación económica-social de los habitantes de la Provincia no mejora, se corrobora que allí radica su principal capital político/simbólico: ella, como representación del bien, en la lucha contra el mal. Y, como veremos a lo largo del artículo, su imagen y la de sus oponentes acompañan este objetivo.

La imagen que tenemos de cabecera es un primer plano de María Eugenia Vidal.

En la actualidad, cuando editamos una foto con nuestros celulares y configuramos su tamaño, tenemos la opción “tamaño retrato”, que nos recorta los espacios vacíos de alrededor y nos deja un primer plano de nuestro rostro. Dentro del contexto tecnológico en el que hoy estamos, asimilamos entonces “retrato” a “primer plano”. Sea con nuestros nuevos aparatos tecnológicos, o con un pincel, **el retrato pone el foco en el rostro del sujeto.**

Jean-Luc Nancy define al retrato como una representación de una persona considerada por ella misma, o sea, la persona pura, más allá de -como dice el autor- “sus atributos o atribuciones, sus actos, o las relaciones en las que participa”. “¿Dónde tiene el sujeto mismo su verdad y su efectividad? En ningún lugar más que en el retrato” (Nancy, 2000: p. 8).

Partimos presentando un retrato fotográfico de María Eugenia Vidal. No es un autorretrato, sino que ella se puso a disposición del fotógrafo. Por lo tanto, “la verdad” “el sujeto absoluto” del que habla Nancy, la esencia de la gobernadora, no está definida por ella misma, sino por un tercero. La verdad depende del ojo que la capte.

Siguiendo con Nancy, el autor dice que el retrato verdadero es el retrato autónomo, “donde el personaje representado no ejecuta ninguna acción ni muestra expresión alguna que aparte el interés de su persona misma... El retrato autónomo debe dar la impresión de un sujeto sin expresión”. En este punto nuestro caso contradice. María Eugenia Vidal no aparece inexpresiva: mira fijo a cámara, apoya el mentón sobre su puño, y tiene una gran sonrisa. Posa para el lente de la cámara, como siguiendo el imperativo “¡sonreí!”, y así contribuye con el plan del fotógrafo para definir su subjetividad arbitrariamente. Sea como sea que la revista acompañe la imagen presentándola como una persona común y corriente, “casada”, “mamá”, no podemos coincidir del todo con Nancy cuando dice que el retrato muestra a la persona pura y no como “personaje ni personalidad”. Lo que nos transmita el retrato va a influir en la concepción que tenemos de ella en tanto su atributo de “la gobernadora”. Y, repitiendo lo dicho antes, la verdad depende del ojo que la capte: La verdad y efectividad de María Eugenia Vidal va a depender de quien la retrate.

Jean-Luc Nancy va a decir que el objetivo del retrato no es simplemente mostrar una identidad, sino producirla, en el sentido de trazar líneas o rayas hacia afuera. El cuadro debe consumarse en la figura. Para esto, “lo que la rodea debe supeditarse estrictamente a su pura y simple posición para sí” (Nancy, 2000: p. 17). Es decir, hay que eliminar todo el decorado extra que rodee al rostro de la persona. Por eso en nuestra imagen el fondo es monocromático, borroso, a fin de destacar la nitidez y centralidad de la cara de la gobernadora: su mirada y su sonrisa. Además el retrato permite mostrar más del cuerpo, siempre y cuando -advirta Nancy- “ocupe sólo el puerto del rostro... Como reserva y como acervo de la mirada”. Esto es la parte del puño semicerrado de Vidal, que justamente sostiene su pose de mirada fija.

“El retrato mira. Su autonomía reúne y aglutina el rostro todo, en la mirada: ella es la meta y el lugar de esa autonomía” (Nancy, 2000: p. 70). La mirada del retrato no mira a ningún objeto, sino más bien a sujetos (pintor/fotógrafo/espectador). Sabemos que en el instante de la toma, María Eugenia Vidal estaba mirando al lente de la cámara, y mediante este, también al fotógrafo. Ahora, luego del instante de toma, la imagen como autónoma, parecería mirar hacia la nada. “Al mirar, yo velo y (me) guardo: estoy en relación con el mundo, no con el objeto” (Nancy, 2000: p. 73). El mundo se iría creando bajo su vista a medida que las personas pasan

por delante. Nos paramos frente a ella, y sus ojos fijos coinciden con los del espectador. Mira a quien la mira. Aquí podríamos remitir a Mitchell y el deseo de las imágenes. Como el ejemplo que da este autor sobre el Tío Sam, que encarna a su nación, podríamos ver a María Eugenia Vidal como evocándonos directamente a “Provincia de Buenos Aires”. ¿Qué querrá su retrato? Mitchell concluye que las imágenes pueden no saber lo que quieren. Su deseo puede verse en términos de falta, con su expresión amable puede estar diciéndonos “confiá en mí/me falta tu apoyo/tu voto”; o bien simplemente tener un deseo contemplativo, y corresponder su mirada con quien se posicione frente a ella.



Madonna del macrismo

La revista *Noticias*¹ realizó un fotomontaje sobre la *Madonna Benois* (1478) de Da Vinci, colocando el rostro de María Eugenia Vidal sobre la figura de la virgen María, y Mauricio Macri en lugar del niño Jesús. Sabemos por Ranciere que las imágenes comprenden lo visible más lo decible. El título de tapa nos guía a cómo debemos percibir la imagen: Vidal como “la madre del modelo”, y a la vez una idea del “macrismo” como religión en el sentido de lógica que domina nuestro país -lejos de provocar devoción y alienación-.

Si bien la obra de Leonardo Da Vinci pertenece al Renacimiento, donde lo profano y lo sagrado se vinculaban entre sí; la edición que hizo la revista al colocarle rostros de políticos cambia el sentido y permite que lo podamos relacionar con lo que aparece en el período Barroco del que habla Palti: la figura de “mediador”. María Eugenia Vidal sería la mediadora, una figura de doble naturaleza: sagrada y profana, o mejor dicho, gobernante y ciudadana a la

¹ Publicada el 12 de abril de 2017.

vez. Al estar en lugar de la virgen María, se conecta con el plano de “lo alto” (el presidente, que está por encima del resto del pueblo) pero también está atada a “lo bajo”, dado que es ciudadana y que el poder del que dispone le es conferido por el pueblo. Hay escisión y mediación continuas. Vidal es alguien que sale a recorrer las calles de barro con los vecinos, pero al mismo tiempo vive separada de ellos y protegida en una base militar.

La tarea milagrosa o heroica del Santo/a, aquella figura “mediadora” entre lo celestial ligado a Dios, la pureza espiritual y la paz, y lo terrenal envuelto de pecado, dificultad y desgracia, es el sacrificio desinteresado al servicio del más indefenso. La figura de la Virgen en la tierra es representada como un hecho milagroso, como una luz de esperanza en el medio de la dificultad. Tomemos como ejemplo *La Virgen de las Rocas* de Leonardo Da Vinci, en donde la figura de la Virgen aparece como un signo de protección divina. La imagen nos muestra a dos niños pequeños (Jesús a la derecha y Juan Bautista a la izquierda) acompañados de un ángel, y por la misma Virgen María. Inmersos en un paisaje hostil en donde circula un aire de peligro, la Virgen se ubica en el punto superior del triángulo imaginario formado por ella y los dos niños. Si nos imaginamos esa misma situación sin la presencia de la Virgen, la sola idea de dos niños, casi bebés, solos en el medio de una naturaleza rocosa e inhóspita nos generaría, como mínimo, sensación de intranquilidad. La imagen de María, en una postura corporal y gestual sumamente serena, sosteniendo a Bautista con una mano y, no sin un ademán de control, a Jesús con la otra, genera sobre el espectador la sensación de calma. Aunque el peligro continúe, uno se tranquiliza con la presencia divina cuidando a los niños y llevándolos a buen puerto.

Creemos que esa misma imaginería de mujer divina, enviada por Dios para cuidar de los desprotegidos (ancianos, niños, humildes, etc.) está presente en la construcción de la imagen política de María Eugenia Vidal. En una entrevista periodística, el armador político del Pro, Durán Barba, cuenta que su objetivo es posicionar a Vidal como “una madre leona”. “Los bonaerenses están con miles de necesidades. Necesitan a alguien que los quiera pero que tenga la ferocidad para defenderles. Si fuera una madre débil, no funcionaría²”. En este sentido, se puede ver una fuerte intención por parte de los constructores de imagen política gubernamentales, y en sintonía con una gran fracción del periodismo afín, de resaltar esta idea de Vidal como mujer santa, madre y no política (“Cuidado con convertirte en la política que da discursos, tú tienes que ser madre³”), sinónimo de transparencia y bondad, que llega a la Provincia de Buenos Aires, territorio inhóspito y peligroso, para darle paz a sus hijos indefensos

2 <http://www.perfil.com/noticias/politica/duran-barba-busca-que-vidal-sea-madre-leona.phtml>

frente al narcotráfico, las mafias, la corrupción, los gremios, etc. Semejante tarea, tal y como hace María en *La Virgen de las Rocas* protegiendo a los niños en su huida a Egipto⁴, sólo puede ser realizado con ayuda divina. En este sentido decimos que la construcción imaginaria de Vidal tiene un fuerte componente de iconografía mariana, es decir de una iconografía basada en íconos o imágenes de la Virgen.



Retomando a Warburg, podemos decir que en la iconografía política de Vidal emerge una *pathosformel*, una configuración de determinados gestos citables en fórmulas, que puede colocarse en la misma genealogía que la iconografía mariana renacentista. Hay una *Nachleben*, una pervivencia de esta idea de “mujer milagrosa y protectora” que se va acuñando a partir de distintas imágenes, en el devenir de la historia. En ambas imágenes vemos a dos mujeres agachadas, en un plano más alto que los pequeños niños, e interviniendo con una mano entre ellos. Obviamente los contextos de ambas son distintos, en la primera la *Virgen de las Rocas*⁵ parece intermediar en el diálogo de los niños, y en la segunda Vidal interfiere en la tarea de los chicos que están dibujando. Una característica de las *pathosformel* es que “los extremos de las pasiones contrarias, con muy pequeña variación, se expresan por la misma acción” (Warburg, 2014: p. 16). La melancolía y el ritmo pausado de la Virgen María conviven en Vidal con las sonrisas exageradas y los abrazos entusiastas. ¿Cómo entender ese giro?

Ginzburg, en su ensayo del estudio iconográfico del afiche de Lord Kitchener, afirma que “el cartel pudo surgir porque existían dos tradiciones pictóricas entrelazadas, que involucraban figuras frontales que veían todo, tanto como figuras con dedos que señalaban en escorzo”

3 *Ibíd.*

4 <https://www.aciprensa.com/sanjose/huidaegipto.htm>

5 Leonardo Da Vinci, *La Virgen de las Rocas*, 1492-1508, Londres, National Gallery.

(Ginzburg, 2001: p. 18). Sin embargo, “su lugar de nacimiento se sitúa en un entorno visual diferente: el popular lenguaje de la propaganda”, es decir, es necesario implicar a la imagen en su medioambiente específico para poder entender su potencial eficacia, inscribirla en un contexto social, político y cultural particular. Generalmente, cuando Vidal se reúne con la gente, lo hace en el marco del programa “El Estado Presente en tu Barrio”. Volviendo al ejemplo Mitchell con el Tío Sam, acá Vidal encarna al Estado, y su imagen tiene una falta: lo que necesita es tu voto.



Heidi sin semejanza visual



La operación de comparación que más se utiliza para María Eugenia Vidal, tanto en el discurso de Cambiemos como en el de la oposición, es con el personaje de Heidi. Aquella niña tierna, alegre e inocente de la novelista suiza Johanna Spyri, popularizada un siglo después por el anime japonés. Entre sus compañeros, la evocan en un sentido positivo, sinónimo de la niña buena e inocente (podría traspolarse a “no corrupta”). Del lado contrario, se la evoca en sentido irónico, “un candidato a gobernador debe saber qué hacer con los problemas. Acá quieren hacer pasar por ‘buena’ a alguien, en lugar de mostrar que sabe”⁶.

Al enunciar “Vidal y Heidi” en una misma oración, uno anida en la mente el significante “gobernadora” con la imagen del personaje animado. La imagen de Vidal como Heidi sería una “*image*” en el sentido de Mitchell, “una entidad altamente abstracta que puede ser evocada con una sola palabra. Basta con nombrar una imagen para traerla a la mente”. Pero más adelante el autor agrega que “la *image* es la percepción de una relación de parecido o semejanza”. El

⁶ Dichos de Felipe Solá durante la campaña de 2015. (2 de septiembre de 2015). Solá comparó a Vidal con “Heidi” y desde el PRO salieron a cruzarlo. Diario *Clarín*. Recuperado de : www.clarin.com

meollo de la cuestión es que acá se trata de una comparación verbal. No hay parecido físico, sino a nivel de personalidad.

Viéndolo desde Rancière, la imagen de Vidal se compone de alteridad, de ese “Otro” que es Heidi. Como en el ejemplo que él hace sobre *Al azar Baltazar*, aquí también hay una decisión verbal (Vidal **e s** Heidi) y una contradicción visual (no tiene rasgos parecidos, ni siquiera es una niña pequeña). La imagen de Vidal como Heidi es una imagen del arte, porque al verse en soporte material se destaca la diferencia que hay entre ambas figuras. La imagen de la gobernadora depende más de lo decible que del parecido visible. Nos surge la misma inquietud que a Ranciere: “no parecerse, ¿no implica renunciar a lo visible, o bien someter la riqueza concreta a las operaciones y artificios que encuentran su matriz en el lenguaje?”. Nos inclinamos por derivar en el lenguaje, dado que el discurso es lo que nos lleva a ‘linkear’ a Heidi con Vidal, y que nos remite a un parecido de atributos de la personalidad en vez de físicos.



La Bella vs. la Bestia

María Eugenia Vidal versus el líder de Suteba, Roberto Baradel. Una guerra entre el bien y el mal que se libra en el terreno de la educación, y en el medio quedan los rehenes: los alumnos.

La lucha entre buenos y malos ha sido siempre el germen de toda literatura. El cuento de hadas de La Bella y la Bestia (Villeneuve, 1740) sirve hoy también para la construcción de la subjetividad de la Gobernadora.

“...Regresando del puerto, el mercader se pierde en el bosque y encuentra refugio en un castillo que se hallaba cerca. En dicho castillo come y descansa, y al otro día, justo

después de tomar una rosa del bello jardín, una horrenda bestia lo sorprende y le obliga a que le pida perdón. El mercader suplica por poder ver a sus hijas una última vez, a lo que la bestia responde que puede marcharse para verlas una vez más, pero a cambio, tendrá que traer a una de ellas para que ocupe su lugar. El mercader vuelve a su hogar y le explica lo acontecido a sus hijas, tras lo cual Bella se ofrece para ocupar el lugar de su padre...”.

De este fragmento de la trama original puede trazarse una analogía con el principal carácter de Vidal: llegó a la Provincia de Buenos Aires a ocupar un puesto que había sido, hasta el momento, privilegio de hombres. Así como Bella, la joven delicada e instruida que cuida con afecto a su padre y a la Bestia, María Eugenia con su imaginiería de “Santa” se planta a enfrentar a los hombres de la política sin perder esa esencia (que parecería inherente a las mujeres) de ser maternal y protectora. No se achica ante Baradel, y se impone como la verdadera defensora de la educación de los niños bonaerenses.



Asumiendo que la belleza y la fealdad son categorías que varían según la cultura y el momento histórico, podemos afirmar que en nuestra cultura cristiana occidental existe un canon de belleza que bien puede estar resumido en la descripción que realiza Francisco Pacheco, veedor en el Tribunal de la Inquisición de las pinturas sagradas, de cómo debían ser representadas las imágenes de la Virgen:

"Ase de pintar, pues, en este aseadissimo Misterio esta Señora en la flor de su edad de doze a treze años, hermosíssima niña, lindos i graves ojos, nariz i boca perfetissima, i rosadas mexillas, los bellísimos cabellos tendidos de color de oro, en fin cuanto fuere

posible al umano pinzel. Dos hermosura ai en el ombre, conviene a saber de cuerpo i alma, i ambas las tuvo la Virgen incomparablemente: porque la corpora fue un Milagro, (como juzgó San Dionisio) i no uvo criatura más parecida a su hijo, que fue el modelo de toda la perfección. (...). Ase de pintar con tunica blanca, i manto azul." (Pacheco, 1649).

La fealdad sería entonces simplemente lo opuesto de lo bello entendido como armonía, proporción e integridad. Es decir, como todo aquello que se aleja del canon de belleza y plenitud humana (viejos, obesos, enanos, malformados, etc.). A su vez, la inteligencia también ha sido normalmente referida a la belleza mientras que la brutalidad y la ignorancia, aquello que nos aleja de nuestra condición de seres humanos, se asocia con la fealdad. No es de extrañar entonces, que a lo largo de la historia de las imágenes y los relatos, la belleza haya sido relacionada con el bien (los dioses griegos, la Virgen María, Jesús, la gran mayoría de los Santos católicos, y posteriormente los personajes de los cuentos, los y las protagonistas de las películas, etc.) y la fealdad, con el mal. Las representaciones de brujas y demonios con características de animales son su máxima expresión.

¿Queremos decir que Vidal es la viva imagen de la belleza? De ninguna manera. Lo que si observamos en la iconografía oficialista de Vidal es la clara intención de retomar ese lazo histórico de lo que se percibe socialmente como belleza en su figura, mientras que, simultáneamente, hacer lo contrario con sus oponentes. Elisa Carrió, Diputada Nacional y engranaje fundamental del gobierno de Cambiemos, comentaba en una entrevista brindada al diario La Nación en 2016 "Yo durante años construí el monstruo para que la bella pudiera ganar, sino no estaría María Eugenia -Vidal-". En esa entrevista, Carrió hacía referencia a quien, en su momento, fuera competidor por la gobernación de la Provincia, Anibal Fernández. Pero lo llamativo es que ese mismo clivaje entre el bien y el mal, la Bella y la Bestia, ha sido utilizado con Baradel, y con diferentes referentes políticos desde que Vidal es Gobernadora.

En este sentido, el politólogo e investigador argentino Edgardo Mocca asegura que la estructura de diferencias políticas en Argentina ha sido históricamente organizada en torno a clivajes políticos. Así como desde 1945 hasta 1983 el debate político estuvo hegemonizado por el clivaje Peronismo/Antiperonismo, durante el Alfonsinismo entre Democracia/Autoritarismo y durante el Kirchnerismo entre Neoliberalismo/Justicia Social, podemos decir que hay una clara intención del gobierno de Cambiemos de llevar el debate a una disputa entre bondad y maldad,

el bien y el mal, la honestidad y la mentira. Ese es el terreno sobre el cual prefieren dar la pelea política.

Por este motivo, Baradel es un oponente ideal para la Gobernadora y para Cambiemos. Representa a la Bestia, obesa, tosca y peluda, de la hay que proteger a los niños de la Provincia de Buenos Aires. A diferencia de las teorías sobre el Buen Salvaje que valoran a ese hombre que, a pesar de su ignorancia y brutalidad, tiene buen corazón y merece ser educado - mismo paradigma que en el cuento de Villeneuve y la película de Disney-, aquí estamos en el conurbano bonaerense, y la Bestia representa a la mafias que contaminan la Provincia. En el discurso de Cambiemos, no hay grandes diferencias entre el narcotraficante, el puntero político, el piquetero y el líder sindical que se opone a las 'desinteresadas' intenciones de la Gobernadora. Vidal es, como en la historia, la Bella que le devolverá la luz al Castillo, o retomando los casos anteriores: la Virgen que cuidará de los indefensos o la niña que le dará alegría a su familia. Las Bestias, los peligros, van rotando dependiendo el contexto. La estrategia de Cambiemos es mantener a la Gobernadora en esta posición, y por ende, los que se le oponen quedan, por descarte, en el lugar de Bestia (bárbaros, izquierdistas que parecen abusar de una cuestión social para sacar provecho personal).

Palabras finales

Creemos, como dice Christian Joschke, que "las imágenes no son reductibles a las manifestaciones simbólicas de un mundo, ni tampoco son la parte visible de tendencias sociales y económicas profundas, (...) sino que *participan en la creación de la realidad política*" (Joschke, 2012: p. 4). Al igual que el retrato del *Leviatán* en Hobbes, pretendiendo conducir la monarquía a la estabilización por medio de la metáfora del Estado como la cabeza de la comunidad, la iconografía de Vidal tiene como objetivo *crear un escenario político* bajo el clivaje de bueno o malo: bondad/maldad, honestidad/mentira, generosidad/avaricia, transparencia/turbiedad, acercamiento a la política como sacrificio por los que lo necesitan/ acercamiento a la política como método de enriquecimiento personal, etc. Bajo este escenario, la figura iconográfica de Vidal reclama hacer emerger la *phatosformel* del cuidado y amor mariano. Esto conlleva tres consecuencia íntimamente relacionadas entre sí: por un lado, posiciona a Vidal como la salvadora de la una Provincia en decadencia y "tomada por las mafias". Mediadora entre lo celestial y lo terrenal, es la 'enviada Divina' que va defender a los más indefensos. No es casual que en las imágenes de sus redes sociales esté acompañada, mayoritariamente, de abuelos/as y niños/as, los segmentos etarios más vulnerables del

sistema. A su vez, al instalar a Vidal como una salvadora que protegerá al vulnerable de los peligros externos, este último asume el rol pasivo de “ser protegido”, dejando de lado la posibilidad de organizarse en un rol activo. Por último, propone una identificación inmediata de aquello que se enfrente políticamente a Vidal (partidos políticos, agrupaciones piqueteras, gremios, etc.) con el mal y la mentira. Si Vidal es la Santa enviada por Dios para traer paz, todo lo que la desafíe sólo puede estar relacionado con la oscuridad y la maldad.

BIBLIOGRAFÍA

- Calvo, P. (17 de abril de 2016). ‘María Eugenia Vidal, preocupación por los precios, anillo de casado y “madre online”’. Revista VIVA. Recuperado de: <https://www.clarin.com>
- Ginzburg, C. (2001). “Tu país te necesita: un estudio de caso de iconografía política”. En *History Workshop Journal*.
- Fleckner, U; Warnke, M. y Ziegler, H. (2014). “Prólogo”. En *Politische Ikonographie. Ein Handbuch*, Múnich: C.H. Beck, pp. 7-13.
- Joschke, C. (2012). “¿Para qué sirve la iconografía política?”. En *Perspective 1*, pp.187-192.
- Mitchell, W. (2005). *What do pictures want?*, Chicago: University of Chicago Press.
- Mitchell, W. (2009). “Cuatro conceptos de la ciencia de la imagen”. En *Visual literacy*. Nueva York-Londres: Routledge.
- Mocca, E. (2009). “Clivaje y actores políticos en la Argentina democrática” [en línea]. Consultado el 10 de agosto de 2018 en <<http://www.temasydebates.unr.edu.ar/index.php/tyd/article/viewFile/93/93>>
- Nancy, J. (2000). *La mirada del retrato*. Buenos Aires-Madrid: Amorrortu.
- Pachecho, F. (1649). *Arte de la pintura, su antigüedad y grandezas*. Sevilla: Simón Fajardo, pp.481-484.
- Palti, E. (2017). “La estructura del pensamiento barroco”. En *An Archeology of the Political. Regimes of Power from the Seventeenth Century to the Present*. Nueva York: Columbia University Press.
- Ranciere, J. (2011). “El destino de las imágenes”. En *El destino de las imágenes*. Buenos Aires: Prometeo.
- Santos, F. (2014). “Prólogo”. En *La pervivencia de las imágenes*. Buenos Aires: Miluno.

Artículo recibido el 15-08-2018 | Aceptado el 20-10-2018 | Publicado 30-11-2018

<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revcom/>
Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

