



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Opacidad de un signo electoral: Estudio de las imágenes técnicas de la campaña de Cambiemos 2015

Mariano Cicowiez

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e200>

Recibido: 05-06-2019 Aceptado: 15-11-2019

Opacidad de un signo electoral: Estudio de las imágenes técnicas de la campaña de Cambiemos 2015

Opacity of an electoral sign: The technical images of Cambiemos electoral campaign in 2015

Mariano Cicowiez marianocicowiez@yahoo.com.ar

<https://orcid.org/0000-0002-1251-0927>

Instituto de Historia del Arte Argentino y Americano; Facultad de Bellas Artes; Universidad Nacional de La Plata/Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina)

Resumen

La regla de producción de las imágenes fijas y de las imágenes en movimiento pertenecientes a la alianza Cambiemos dispuso la instrumentación de un acumulado de recursos de

Question, Vol. 1, N.º 64, octubre-diciembre 2019. ISSN 1669-6581

Instituto de Investigaciones en Comunicación | Facultad de Periodismo y Comunicación Social | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

Página 1 de 12



Mariano Cicowiez. *Opacidad de un signo electoral: Estudio de las imágenes técnicas de la campaña de Cambiemos 2015*

composición acerca de su información diegética. El reconocimiento del estatuto asignado a los cuerpos, a los objetos y a los espacios de sus producciones de campaña concernientes al año 2015 determinó la ilusión de correspondencias instauradas entre las sociedades política y civil. El estudio de caso que se presenta examina la gramática que fundó a las imágenes técnicas, distribuidas a través de la norma de folletería, con objeto de analizar una serie de rasgos de carácter temático, retórico y enunciativo, subsidiarios de la puesta en sentido del conjunto de su representación.

Palabras Clave: Cultura visual; campaña electoral; Imágenes técnicas.

Abstract

The rule for the production of the still and in motion images of *Cambiemos* coalition arranged a combination of composing resources in its diegetic information. The recognition of the status given to the bodies, objects and spaces of its campaign productions in 2015 determined the illusion of established connections between the political and civil societies. The proposed case study examines the grammar supporting the technical images, distributed through the pattern of leaflets, for the purpose of analyzing a series of features of thematic, rhetorical and expository nature, subsidiary of the sense given to the whole of their representation.

Keywords: Visual Culture; Electoral campaign; Technical images.

La campaña electoral 2015 perteneciente a la coalición Cambiemos dispuso una gramática de producción acerca de los cuerpos, los espacios y los objetos (Verón, 1993) que sellaron la unidad de sus producciones de comunicación de carácter visual y audiovisual. Esta conformación fundó la revocación de la imagen pública de su plataforma presidencial, con objeto de conducir la renovación de su investidura. Para ello se implementaron una serie de recursos de ficcionalización concernientes a los campos de la comunicación y las artes, puestos al servicio de una planificación de carácter comunicacional acerca de los actos de propaganda partidaria y electoral de la fuerza política actualmente en ejercicio.

En relación a la exhibición de los cuerpos de las esferas política y civil, en imágenes fijas e imágenes en movimiento, Cambiemos instrumentó una regla de constitución de su diégesis que radica en el predominio de la voz de los ciudadanos, en perjuicio de la autoridad que



supone una precandidatura a la máxima jefatura de una Nación. En efecto, la banda sonora de los spots difundidos en televisión, es decir en medios masivos y tradicionales, consistió, en mayor medida, en la puesta en valor de los reclamos de los ciudadanos a los cuales, de acuerdo al programa narrativo (Greimas & Courtés, 1990) a ellos adjudicado, Cambiemos incluyó en la nómina de sus productos de comunicación en razón de equivalencias a las figuras de Mauricio Macri y Gabriela Michetti. Junto al registro del sonido ambiente, las voces de los ciudadanos conformaron la razón de los discursos enunciados. En una serie de imágenes / unidades de observación, cuyo número excede a los objetivos señalados en la investigación presente, se observó que las aclamaciones de los ciudadanos y los códigos kinésicos, proxémicos y dramáticos (Gubern, 1987) practicados por el cuerpo presidencial, formaron una estructura de carácter iterativo en las tres instancias de sufragio correspondientes a la elección 2015 (Primarias, abiertas, simultaneas y obligatorias, 9 de agosto; primera vuelta, 25 de octubre; y segunda vuelta, 22 de noviembre).

Los cuerpos civiles, en tanto, han sido incorporados a la trama proselitista exhibiendo su rostredad y una serie de reclamos y alabanzas efectuados a través de su voz. En relación a la primera potestad, sobre la individualización que comporta el rostro se instrumentó un juego de significación en dos fases sucesivas. En la inicial las producciones de campaña dieron cuenta efectiva de la personificación de los ciudadanos que intervinieron en su constitución. Por ejemplo, a través de la inclusión de paratextos lingüísticos sobreimpresos en las imágenes, los espectadores identificaban el nombre y la procedencia geográfica del cuerpo expuesto en la serie de folletos [Figura 1]. Sin embargo, esta serialidad no hacía más que anular la especificidad de los diversos recorridos narrativos. La reiteración de situaciones similares aunque obradas por personas distintas, conformó una estructura de carácter repetido acerca del registro de los encuentros entre Macri y la ciudadanía, documentados a través de reglas de producción equiparables. De este modo, la rostredad ha sido sustraída a su propia identificación y conducida al servicio de la campaña promocional de los intereses electorales de Cambiemos.

En relación a la segunda potestad, los reclamos y las alabanzas proferidos por los ciudadanos también exhibieron marcas regulares que remitieron al sujeto de la enunciación. Se trata, en términos de Giorgio Agamben (2008), de una representación de la figura del *Trono Vacío* que requiere ser continuamente vivificado, debido a que el Reino, o en este estudio el gobierno occidental, se instituye como tal sólo a partir de la Gloria que se le tributa en calidad de alabanzas. El autor indica al respecto que



la gloria, tanto en teología como en política, es justamente lo que toma el lugar de aquel vacío impensable que es la inoperosidad del poder; y, sin embargo, esta indecible vacuidad es precisamente lo que nutre y alimenta el poder (o mejor, lo que la máquina del poder transforma en nutrimento). Esto significa que el centro del dispositivo gubernamental [...] está en realidad vacío [...]. Sin embargo, esta inoperosidad es tan esencial para la máquina, que ella debe ser asumida y mantenida a toda costa en su centro bajo la forma de la gloria (Agamben, 2008, p. 423).

El Reino y la Gloria constituyen entonces el secreto de la maquinaria gubernamental, a partir del cual resulta oportuno indagar la relación que se establece entre el sujeto extradiagmático de la enunciación y los textos visuales y audiovisuales en cuya superficie se halla el paso de sus marcas.

Cambiemos inauguró, en una campaña argentina de orden nacional, una modalidad de constitución de sus mensajes proselitistas en relación a la categoría que el semiólogo francés Emile Benveniste denominó *Historia*, en oposición a su contrario designado como *Discurso*. En su estudio clásico *Las relaciones del tiempo en el verbo francés*, publicado en el año 1959, el autor estableció dos circunstancias acerca de los usos de su idioma. Si el *Discurso* explicita la intervención de un sujeto enunciativo, la *Historia* carece de esta figura, por lo que el texto que produce el historiador no hace otra cosa que narrarse a sí mismo. La *Historia* es entonces un relato que carece de autoridad de origen y sólo se pronuncia en razón de equivalencia natural acerca de los hechos que suscribe. Por tanto carece de los comentarios (Bettetini, 1996) que sí componen al *Discurso*, a la vez que se privilegia a los componentes temáticos recusando, a un mismo tiempo, a los rasgos retóricos y enunciativos.

Las imágenes / muestras focales representan una fracción de un corpus de unidades de observación compuesto por fotogramas de cortos audiovisuales difundidos en canales de televisación de aire y de cable, y reproducciones fotográficas publicadas en diarios, revistas y folletos de alcance nacional. En razón de su estudio se reconoció la ocultación manifiesta del sujeto primero de la enunciación que, como asegura Christian Metz (2003), nunca es antropoide y se halla por fuera de la producción textual, circunscribiendo el orden y la composición de las imágenes. En este sentido se observó una serie de regularidades vinculadas a 1) la estrategia discursiva de Cambiemos, 2) a las modalidades de su representación y 3) a la naturaleza de los dispositivos tecnológicos de registro, en calidad de testimonio y documental.

1) La coalición Cambiemos estableció una gramática de producción de sus imágenes en razón de la exposición de la realidad asumida en proporción de igualdades al objeto dinámico peirceano. En razón de la segunda tricotomía establecida por el fundador de la semiología, la

Question, Vol. 1, N.º 64, octubre-diciembre 2019. ISSN 1669-6581

Instituto de Investigaciones en Comunicación | Facultad de Periodismo y Comunicación Social | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

Página 4 de 12



cual concierne al signo en relación con su objeto, Cambiemos dispuso un acumulado de piezas comunicacionales en procura de salvar esta distancia. En efecto, si la naturaleza dinámica del objeto no permite sino aludir, a través de un signo, a una de las circunstancias del objeto inmediato, por el contrario el dinamo resulta incognoscible. Es esta imposibilidad de sustitución la que Cambiemos procuró rehuir en la pauta de constitución de sus imágenes, presentando al lector / espectador una supuesta duplicación de su precepto. La inconsistencia de un registro técnico de condiciones semejantes no ha impedido, en la contienda de elección acontecida en 2015, la difusión de propagandas cuya escenificación consistió en la imposible presentación de la realidad sin mediación.

En las imágenes que acompañan este escrito, pertenecientes a folletos difundidos en las jornadas de elección, se observó, como primera medida, la inexistencia de una denuncia del artificio de representación. Macri y los ciudadanos no dirigen su mirada hacia el lente de la cámara, al tiempo que el espacio umbilical (Verón, 2001a) no es intervenido por situaciones indiscretas de entidades que obstaculicen la función espectral [Figura 2]. En efecto, hacia el interior del encuadre no se han dispuestos una serie de elementos que remiten a la fuente de su enunciación e incluso, para facilitar la lectura de la superficie textual, el espacio interpuesto entre la lente de la cámara y los cuerpos del candidato presidencial y los cuerpos civiles que lo asisten no ha sido objeto de escenificaciones que motiven sitios inconexos.

2) El régimen de representación instrumentado sobre la selección de imágenes de uso electoral conformó una estructura argumental acerca del encuentro, en calidad de equivalencias, de las sociedades política y civil. Los relatos replicaron una historia acerca de la conformidad que distintos ciudadanos exhibían ante la presencia de Macri sobrevenida mayormente en sus domicilios y sitios de trabajo. Como regla de medida los spots han sido concertados en dos o tres planos estáticos, acontecidos en uno o dos espacios cuya distancia corresponde a una disyunción proximal (Gaudreault & Jost, 1995), en los cuales no se incorporaron, a modo de ejemplo, puestas en abismo.

La acción que motivó los encuentros acontece en el primero de los planos. Se reconoce un ambiente continuo y homogéneo en el que no se realizaron movimientos inoportunos en su interior. Los personajes que lo integran desarrollaron sus acciones en relación subsidiaria a los objetos que connotan la escenificación, de modo que no exista una relación de inconsistencia entre sus pronunciamientos discursivos y el acumulado de los objetos (Cicowiez, 2018b).

Es en este sentido que se observa una relación tributaria entre los cuerpos, los objetos y los espacios que componen a la diégesis de las imágenes de campaña, debido a que se ha establecido un esquema narrativo de reenvíos de sus posiciones actanciales (Greimas & Courtés, 1990). A través del uso de su cuerpo, mediante el cual Macri determina su solidaridad



hacia los reclamos de los ciudadanos que lo reciben en sus casas, restituye su compromiso para recomponer una situación de descontentación social, expresada a través de una norma de materialidad inconclusa exhibida en el espacio de representación. La unidad narrativa se estableció en razón de 1) una puesta en escena conformada por cuerpos que reducen las distancias de las esferas que los determinan, 2) objetos hacia los cuales se conduce esta reunificación, proporcionando en un caso la falta que requiere el otro y 3) un espacio que asegura la correspondencia visual / audiovisual.

3) La tesis de existencia, a la que hacen referencia teóricos del dispositivo visual como, por caso, Philippe Dubois (1986) y Jean-Marie Schaeffer (1990), también remite a la segunda tricotomía perteneciente al padre de la semiótica moderna. En efecto, el objeto dinámico resulta incognoscible por lo que los signos que determinan una asociación de semejanza, contigüidad o convención sólo pueden aludir a algunas de sus circunstancias. De modo que la naturaleza de los signos icónicos, indiciales y simbólicos referencian un aspecto del objeto dinámico, que el autor denomina objeto inmediato.

Recordemos que si los signos icónicos presentan una determinación de semejanza en relación a los objetos, por tanto su existencia no se encuentra sujeta a la existencia efectiva del objeto dinámico. Los signos simbólicos resultan subsidiarios de una ley, por lo que su estatuto se anularía si no existiese un interpretante que regule la conexión con el objeto. En relación al signo indicial, perdería su carácter si el objeto del cual emana fuese suprimido, por lo que se trata de un signo que asegura la existencia dinámica del objeto, al que alude en una circunstancia o condición. El índice afirma la existencia del objeto debido a que los concierne una determinación física, por caso, entre dos situaciones de experiencias.

La calidad de signo indicial ha sido mayormente trabajada en la regla de producción de los dispositivos de propaganda de Cambiemos. La sub unidad de observación que componen los cuerpos políticos y civiles, tributarios de la unidad focal cuerpos, ilustra el tratamiento indicial operado sobre las figura de Macri y de los vecinos. El espectador constata que, de modo efectivo, ha sido el precandidato presidencial bien recibido en los domicilios particulares de los ciudadanos. A través de la indicialidad que comportan las imágenes de uso electoral se atestigua la existencia de los encuentros, no obstante haber sido reglados y puestos al servicio de una campaña de elección. En este sentido, la tesis de existencia afirma *el real* del cual emana el registro tecnológico al mismo tiempo que nada puede aseverar acerca de su significación.

Las imágenes técnicas elaboradas por el sujeto de la enunciación Cambiemos determinaron una norma de producción acerca de la transparencia de sus producciones de comunicación. Para ello se recurrió a la serie de recursos de ficcionalización y categorías expuestos en los



apartados antepuestos, con objeto de ocultar la opacidad que en verdad determina a los signos visuales y audiovisuales instituidos por la coalición actual de gobierno. En razón de la exposición de una realidad que Cambiemos aduce no intervenida, se han ocultado las marcas del paso pertenecientes al sujeto enunciador, constitutivas de las imágenes de uso electoral. Incluso si los encuentros acontecidos entre Macri y los ciudadanos hubiesen sido genuinamente concursados, sin embargo el registro tecnológico habría, en ese caso, construido el acontecimiento y producido a partir de dicha operación un nuevo real mediatizado (Verón, 2001b), conexo a una planificación integral acerca de las piezas de propaganda difundidas en el año 2015.

Cabe realizar una mención hacia la exposición del *Trono Vacío* que inaugura la constitución de la maquinaria de gobierno occidental. Si efectivamente se trata de una categoría analítica para repensar las condiciones que establece el dominio de poder, entonces la exposición crítica efectuada contribuye a esclarecer el reglado de imágenes proselitistas puesto al servicio del registro de un acumulado de aclamaciones y alabanzas pronunciadas por parte de la doxa (Cicowiez, 2018a).

Las alabanzas proferidas por los ciudadanos inscriptos en la diégesis de las imágenes en movimiento certifican la utilización operada sobre sus cuerpos y sobre la regla común del orden de sus pronunciamientos. El trabajo de producción a partir del cual se escenifica la glorificación con que se tributa y vivifica, en la figura de Macri, el centro de la maquinaria de gobierno, expone un caso testigo acerca de la conformación ficcional de las piezas de propaganda pertenecientes a Cambiemos, difundidas en la campaña presidencial.

Consideraciones

En el año en curso aún no se han agotado los estudios acerca del modelo de comunicación instituido por la coalición Cambiemos en 2015. Una serie de recursos de composición visual / audiovisual reconfiguró la escenificación de las imágenes de uso electoral, debido a que la regla de producción hasta entonces vigente en el orden de una contienda ejecutiva Nacional ha sido parcialmente revocada. La exposición 1) de los cuerpos pertenecientes a la sociedad civil, 2) de los objetos de uso doméstico y familiar y 3) de los espacios privados en los cuales aconteció el esquema narrativo diegético de las producciones proselitistas concernientes a la citada elección presidencial, han adquirido una densidad inédita en el campo que ocupa esta breve intervención. No obstante la selección de los elementos que afirmaron la estructura significativa, como por caso el arreglo de la composición connotativa a través de una serie de objetos inmediatamente reconocibles (cocinas, termos y mates; índices de averías en los



materiales de construcción; banda sonora al servicio de los ciudadanos para exponer sus relatos) [Figuras 3 y 4], como asimismo el proceso de ocultación del sujeto de la enunciación visual / audiovisual, creemos que la producción del cuerpo presidencial realizada por Cambiemos ha constituido una inflexión aún de mayores proporciones. Se trata de un cuerpo apolítico que carece de consuetudinarias prácticas partidarias y se exhibe solícito para corresponder cualquier arresto de reclamo ciudadano. La serie de recursos analizados ha sido conducida al servicio de un cuerpo signifiante en razón de un candidato que, por primera vez, participaba de una elección ejecutiva nacional. Mucho se ha escrito acerca de las demandas que reclama la crisis de representación de los partidos tradicionales, por lo que no es necesario reproducirlas aquí (Cfr.: Sartori, 2003). Dicha crisis ha sido oportunamente advertida por los equipos de comunicación de Cambiemos, lo cual ha facilitado la construcción, instalación y posicionamiento de un cuerpo presidencial ahistórico tanto como superficial en sus discursos de proclama de gestión.

No obstante la banalidad que supone la sustitución de programas de gobierno en razón de la exhibición de un cuerpo de autoridad de caracteres renovados, el ejercicio de la crítica consiste en recusar la construcción y el predominio de esta figura signifiante. Se trató de una campaña visual / audiovisual que ha ejercido su violencia sobre los cuerpos civiles, recortados a su propia subjetividad e incorporados como elementos connotativos de la puesta en escena; sobre su voz que, no obstante expuesta en la serie de producciones de comunicación, resultó finalmente apropiada para iniciar, mediante sus palabras, la dialéctica concluida con la síntesis impuesta por los movimientos y la voz del cuerpo presidencial, anulando de este modo la tesis ciudadana; y finalmente ejerciendo violencia sobre el espectador, proyectando sobre las pantallas y medios de comunicación una caricatura de una *Historia* que en verdad remite al orden del *Discurso*.

El reconocimiento acerca de los procedimientos artísticos / comunicacionales enunciados permite esclarecer, por caso, el predominio de la sociedad civil en las imágenes de Cambiemos, la exhibición de las alabanzas conducidas al servicio del *Trono Vacío*, la regla indicial que atestigua la existencia / veracidad de los encuentros que Cambiemos define no intervenidos, como el proceso de interposición efectivamente reconocido a través de las marcas del sujeto de la enunciación. Su ocultación en las producciones proselitistas reconvinó la estructura iterativa vigente de las piezas de campaña, por lo que en este ensayo se ha propuesto develar la trama que subyace a su manifestación.

Imágenes



Mariano Cicowiez. *Opacidad de un signo electoral: Estudio de las imágenes técnicas de la campaña de Cambiemos 2015*



Figura 1: *Folleto*, 2015a, Prensa Pro.

Mariano Cicowiez. *Opacidad de un signo electoral: Estudio de las imágenes técnicas de la campaña de Cambiemos 2015*



Figura 2: *Folleto*, 2015b, Prensa Pro.



Figura 3: *Folleto*, 2015c, Prensa Pro.

Question, Vol. 1, N.º 64, octubre-diciembre 2019. ISSN 1669-6581

Instituto de Investigaciones en Comunicación | Facultad de Periodismo y Comunicación Social | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

Página 10 de 12

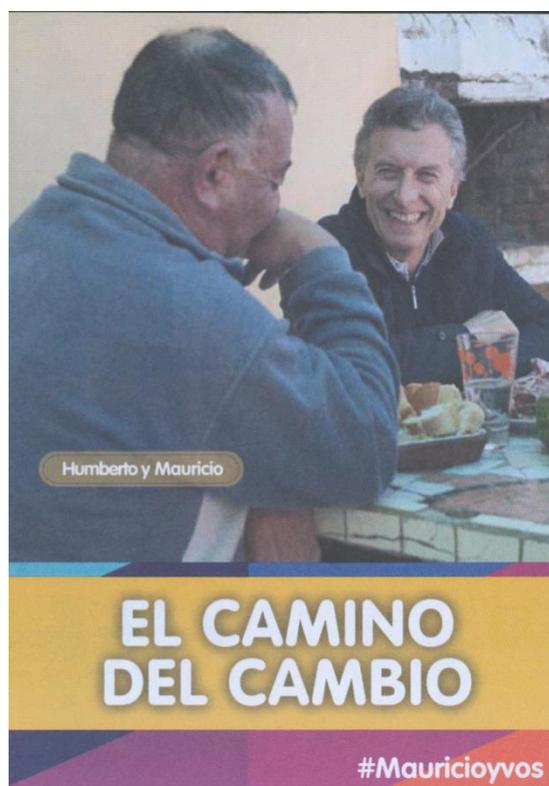


Figura 4: Folleto, 2015d, Prensa Pro.

Referencias bibliográficas

- Agamben, G. (2008). *El Reino y la Gloria. Una genealogía teológica de la economía y del gobierno. Homo sacer, II, 2*. Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora S. A.
- Benveniste, E. [1959] (1999). Las relaciones de tiempo en el verbo francés. *Semiosis, nueva época*, Vol. 1 (5), 52-61. Recuperado de <https://cdigital.uv.mx/handle/123456789/6624>
- Bettetini, G. (1996). *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación filmica y televisiva*. Madrid, España: Ediciones Cátedra, S. A.
- Cicowiez, M. (2018a). *El candidato y la vecindad. La campaña de Cambiemos 2015* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/66776>
- Cicowiez, M. (2018b). Una escena electoral. En *Metal*, 4 (4), 157-164.
- Dubois, P. (1986). *El acto fotográfico. De la Representación a la Recepción*. Barcelona, España: Ediciones Paidós S. A.

Question, Vol. 1, N.º 64, octubre-diciembre 2019. ISSN 1669-6581

Instituto de Investigaciones en Comunicación | Facultad de Periodismo y Comunicación Social | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

Página 11 de 12



Mariano Cicowiez. *Opacidad de un signo electoral: Estudio de las imágenes técnicas de la campaña de Cambiemos 2015*

- Gaudreault, A. & Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Greimas, A. & Courtés, J. (1990). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid, España: Editorial Gredos, S. A.
- Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A.
- Macri, M. (2015). *Canal Oficial* [Archivos de video]. Recuperado de <https://www.Youtube.com/channel/UCvL8d2kwceffzp0Spmzq1OQ>
- Metz, C. (2003). Cuatro pasos en las nubes, (vuelo teórico) (Trad. Domin Choi). En: *La enunciación impersonal, o la visión del filme* [1991]. (Apunte de cátedra). Comunicación y Cultura. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. La Plata. Argentina.
- Peirce, C. S. (1974). División de signos. En *La ciencia de la semiótica* (pp.21-43). Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.
- Prensa Pro (2015a). *Folleto*. Material distribuido en la vía pública.
- Prensa Pro (2015b). *Folleto*. Material distribuido en la vía pública.
- Prensa Pro (2015c). *Folleto*. Material distribuido en la vía pública.
- Prensa Pro (2015d). *Folleto*. Material distribuido en la vía pública.
- Sartori, G. (2003). *Homo Videns*. México, D. F, México: Octaedro editores.
- Schaeffer, J.- M. (1990). *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico*. Madrid, España: Ediciones Cátedra S. A.
- Verón, E. (1993). El tercer término. En *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (pp.87-155). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.
- Verón, E. (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.
- Verón, E. (2001b). Televisión y democracia. El estatuto de la puesta en escena. En *El cuerpo de las imágenes* (pp.67-86). Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.