
Resumen: El examen de la campaña electoral celebrada en 2015 en Argentina permite establecer una serie de regularidades acerca de la gramática de producción de las imágenes fijas e imágenes en movimiento oficialmente constituidas por la fuerza política Cambiemos. La composición de su estructura visual y audiovisual correspondió a una instancia de obliteración del itinerario de la historia que antecedió a la candidatura presidencial de Mauricio Macri. De este modo, se recreó su imagen en calidad de ciudadano privado de vocación de poder y cuyas acciones, en tanto empresario y funcionario en ejercicio, no revistieron injerencia en el curso de la Argentina reciente. La memoria colectiva que propiciaron los dispositivos de campaña revocó el emblema de sus funciones y su candidatura, por tanto, ha sido investida del favor que proclama la novedad y la renovación. En este sentido, la instrumentación de recursos de ficcionalización en la configuración de la puesta en escena de las diversas producciones de propaganda sustanció la unidad de la medida que rigió a las operaciones de comunicación proselitista.

Palabras clave: Campaña electoral - Candidato - Propaganda - Imágenes - Historia.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 111-112]

(*) Licenciando en Comunicación Social, orientación Planificación Comunicacional (UNLP); Magíster en Estética y Teoría de las Artes (UNLP); Doctorando en Artes (UNLP); Becario interno de Finalización de Doctorado, CONICET (2019-2021).

1. Introducción

Sé que en el siglo XIX hubo acuarelas impresionistas muy hermosas; sin embargo, si yo tuviese que representar hoy este paisaje, simplemente haría una foto. Houellebecq (2010, p. 126).

El estudio de las imágenes fijas y en movimiento de la alianza Cambiemos –pertenecientes a la campaña electoral argentina del 2015–, devino subsidiario de la contienda por la

jefatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires –CABA–, celebrada en 2007. A partir del análisis de las mismas se sostiene que una serie de regularidades plásticas aseguró la unidad de la información consensuada por esta fuerza política que actualmente integra la gestión del gobierno Nacional. El examen del material significativo de los dispositivos tecnológicos de alcance masivo y de carácter tradicional difundidos en dichas oportunidades develó, tanto más que la exposición, el ocultamiento de lo que Jean - Luc Parodi (1998) denomina actos duros, conexos a la historia pública o privada de los candidatos a la obtención de cargos ejecutivos/políticos.

A través del reconocimiento de las marcas del sujeto de la enunciación que exhibieron las imágenes visuales y audiovisuales concernientes a las fórmulas de Propuesta Republicana –PRO–, en 2007 y de la Alianza Cambiemos en 2015, integrada en ambas ocasiones por Mauricio Macri y Gabriela Michetti, se reconstituyó una gramática de producción (Verón, 1993) abocada a la oclusión de la historia del candidato principal, la cual se instaló con *tiempo cero* en el curso de la Argentina reciente.

Para ello se han seleccionado dos muestras pertenecientes a distintos regímenes de representación. La fotografía examinada en la sección inicial ha sido obtenida por un matutino de tirada nacional, el cual registra un acto de campaña difundido en modalidad de directo por los medios audiovisuales de comunicación. Por el contrario, la segunda serie se compone de tres fotogramas pertenecientes a un *spot* audiovisual elaborado por los equipos de asesores oficiales y cuya constitución remitió a la técnica denominada grabado.

2. Lo decible y lo visible

La fotografía que se expone a continuación, muestra el acto de campaña del lanzamiento de Mauricio Macri y Gabriela Michetti a la alcaldía de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Esta imagen es mayormente recordada por la presencia de una niña en un estrado situado en el centro de un área contaminada por residuos en Villa Lugano desde la cual, el candidato expuso su plataforma de gobierno (Ver Figura 1). El acto de prensa anunciado por los órganos de campaña del PRO fue ampliamente difundido y sus principales enunciados reproducidos en los titulares de los diarios de mayor alcance nacional¹. Su composición se estructuró en una relación entre lo decible y lo visible, en la cual lo segundo no debía exhibir demasiado y lo primero, relatar lo suficientemente necesario para obtener el consentimiento del espectador².



Figura 1. Lanzamiento oficial de campaña del PRO (La Nación, 27 de febrero de 2007).

La relación entre el sentir y el pensar que una imagen estimula y de una palabra que guía su visionado conforma una narración audiovisual propuesta a silenciar, por ejemplo, las voces de los cuerpos que interpela y proclama en su discurso. De la niña se sustrajo un aspecto de su experiencia representada en su cuerpo, el que ha sido incorporado en el acto de apertura en tanto rostro que oculta y a la vez que muestra, la pobreza que distingue a un barrio socialmente marginado. Se exhibió a la niña en un basural a modo de figura simbólica de una condición que comprende al conjunto de actores que intervienen en la barriada, cuya situación no puede ser objeto de representación sino a través de su conversión en un rostro y cuerpo identificables. Por lo tanto, la presencia de la joven confirió entidad y posibilidad de asimilación, con respecto al espectador de la imagen, de una dinámica social mayormente prefigurada por la carencia en el orden de la materialidad. El discurso del candidato organizó a los elementos que lo circundaron y prestó su voz a la voz de la joven cuya palabra anuló. A este respecto, Rancière indica:

Los cuerpos presentes en la pantalla no tienen la autonomía capaz de permitirles hacer su síntesis. La denuncia de los estereotipos de la imagen les sustrae su poder de habla. Y lo devuelve a la voz soberana que organiza la confrontación sin fin entre los lugares comunes del discurso y la brutalidad de las imágenes que los interrumpe, entre los estereotipos visuales y la palabra poética que ahonda su evidencia (Rancière, 2012, p. 117).

La rueda de prensa de Macri se abocó a representar un cuadro de situación que, aun siendo citada en un espacio no intervenido por los equipos de propaganda del PRO, sugiere la utilización de sus elementos compositivos. La estética del lugar y el cuerpo de la niña han sido narrados a través de la voz del candidato, recortando de ésta su subjetividad y de aquel, las causas que promovieron su estado de descomposición. Una vez más, la relación

entre lo decible y lo visible se estableció en el contacto de una autoridad que anuncia su discurso incluso cuando calla, y una cartografía suburbana al servicio de la escena.

2.1. Testigos mudos de la puesta en escena

De la joven se exhibió un cuerpo no historiado. No presentó biografía que la distinguiese como a un ser único, autónomo e irrepetible. La captura fotográfica la ubicó más bien en tanto elemento de representación estética, la cual reunió cuerpos ausentes atravesados por situaciones equivalentes de engaño, despojo y fragilidad. La instantánea reprodujo, de esta manera, un sistema de desemejanzas con relación al uso del poder de los discursos, y a las implicancias que suscitó participar en su constitución en calidad de oyente pasivo, genérico y circunstancial.

En los días posteriores a su lanzamiento para la obtención de la alcaldía, Macri aseguró que “todo el mundo piensa mal, en vez de pensar bien (...). Hay que entender que yo actué en forma espontánea, como creo –que actuaría–, una persona normal. Viene una nena a darme afecto, me conmueve, me dice «me quiero quedar acá con vos», y yo empecé. La verdad, me sentí acompañado, no me pareció algo feo” (Clarín, 2 de marzo de 2007). Si la presencia de la niña en el estrado ha sido circunstancial u obedece a una planificación proyectada por los equipos de comunicación del PRO, lo inadmisibles, en cualquier caso, es su instrumentación como objeto de propaganda electoral:

La fotografía se ha convertido en arte al poner sus propios recursos técnicos al servicio de esta doble poética, al hacer que el rostro de los anónimos hable dos veces, como testigo mudo de una condición inscrita directamente en sus rasgos, sus costumbres y su entorno, y como poseedores de un secreto que no sabremos jamás, un secreto guardado por la misma imagen que nos lo entrega (Rancière, 2011, p. 35).

Entre Macri y la niña, y de modo indistinto con respecto a la dimensión recurrida, no existió una medida de lo común que los convocase en el reparto de oportunidades. En este caso, se trató de una fotografía constituida a través de una asociación de cuerpos, elementos y objetivos no equivalentes, debido a que reunió heterogeneidades y vinculó incompatibilidades. Además de la división etaria y económico social que atravesaron a las dos figuras que dispusieron a la imagen, la mayor distancia y la menor equivalencia, se tradujo en los intereses guiados de los protagonistas. Si la joven sólo se acercó al estrado debido a la extrañeza de aquello que pasaba allí, o bien ha sido señalada su presencia por los hombres de campaña del PRO, lo cierto es que Macri operó con un ejercicio de carácter absoluto toda vez que recurrió a la niña para otorgar un cuerpo de imagen al discurso que pronunció. La violencia a la cual la joven ha sido sometida es de carácter simbólico y conceptual reafirmando –al mismo tiempo–, la posición de dominio que prevalece en la figura de quien habla y de la debilidad de quien escucha. La conjunción de los cuerpos que reglaron a la imagen concernió a la reunión de elementos dispares, usualmente entendidos en sus propios universos de significación, y devueltos, en este caso al espectador,

en otra escena reconfigurada por una nueva distribución de la visibilidad. Este recurso de comunicación ha sido empleado en la contienda proselitista no con objeto de promover una situación de cambios sustanciales sino para reafirmar en un contexto electivo, una vez más, la voz de autoridad del candidato del PRO sobre sus competidores ocasionales e incluso sobre los hipotéticos gobernados.

2. 2. La política desnuda

La niña actuó al servicio y orden del PRO en conformidad con el ejercicio de sindicarse a una condición económica y social que ostenta altos índices de indigencia, de modo que la imagen que la fotografía expuso no se correspondiese sino con lo real que afecta a vecinos de la Ciudad. El mecanismo de su diseño procuró omitir su instancia de enunciación, de modo que se excluyó a sí mismo del proceso de construcción de la localidad, reconvienida en escenario de filmación de un acto de propaganda de oposición.

La condición absoluta de la representación organizada desde el PRO entendió a la otredad como elemento de campaña electoral. La presencia de la niña junto al candidato cifró otro mensaje calculado en sus horizontes pretendidos. La inscripción que luce la remera destacó un grito a la vez que un ahogo que lo condujo: “Yo amo a la Argentina”. En efecto, se lee en la prenda lo que la voz de la joven no dice y quizás tendiese a hacerlo, o bien lo que el partido político instituyó que la niña exprese con su cuerpo silenciando su voz.

El reparto de los roles asumió, constató y reafirmó la posición de autoridad de Macri y de debilitamiento de la joven violentada. La relación que se estableció entre uno y otra es siempre desigual, debido a que –entre otros aspectos–, se ejerció la soberanía del uso de la discursividad, la facultad para visibilizar una problemática, la potestad de los recursos de la gestualidad de los cuerpos, y la regulación de los tiempos en los que debió mediar esta asociación forzosamente articulada.

El grado de lo común y la participación igualitaria parecen no ser objeto de preocupación por parte de los órganos de conducción del PRO, sino tan sólo la puesta en valor de los mecanismos de instalación de un candidato. El ejercicio de disociación entre su nombre y su historia, puesto al servicio de la reconvención de la memoria colectiva, comenzaba en 2007 a amanecer en el mapa de las contiendas electorales de orden ejecutivo.

3. Año 2015: *Vamos Juntos*

El politólogo Oscar Landi (1992a) afirma que el advenimiento de los medios masivos de comunicación –sucedido en Argentina en los ‘80–, fue oportunamente advertido por la clase dirigente para recomponer su desgastada voz enunciativa en calidad de institución de representación³. La primacía del uso de la palabra, por caso en actos de gobierno, fue reemplazada por regímenes de representación audiovisual a través del despliegue de una operatoria de comunicación más corporal que discursiva, menos programática que consagradamente gestual:

El ciclo de democratización política, que protagonizaron diversos países latinoamericanos a lo largo de la década del '80, fue precedido y acompañado por significativas transformaciones en los circuitos, lenguajes y géneros de la comunicación social. Cuando la apertura y liberalización comenzaron a conformar nuevos escenarios políticos, la TV de estos países ya había conquistado públicos masivos con los cuales compartía nuevas claves de desciframiento de imágenes, indicios, gestos y palabras (Landi, 1992a, pp. 37-38).

La federación entre la política y la televisión ha sido y resulta aún sustancial incluso a comienzos de un siglo regido por un ciclo tecnológico dominado por las redes sociales de Internet. Es en este contexto, la Alianza Cambiemos realizó durante el 2015 una serie de piezas de propaganda pertenecientes a los géneros visual y audiovisual, en las cuales se reiteró una puesta en escena que exhibió cuerpos políticos y civiles, objetos de utilización cotidiana, y espacios públicos y privados ostensibles de una materialidad inconclusa y en estado de corrupción. Las acciones replicadas dieron cuenta de un candidato atento a los conflictos irresueltos, constructor de una práctica política renovada y oportuno a fijar, a través de una intervención no mediada con la ciudadanía, nuevos mandatos y modos de ejercicio de autoridad⁴.

3.1. La ejemplaridad de Sandra

La serie de muestras seleccionada corresponde a un *spot* titulado *Con Sandra en Corrientes, Vamos Juntos*⁵, difundido durante la primera jornada de elección, y que resume el precepto narrativo adjudicado a los cuerpos, objetos y espacios que han prevalecido en la campaña nacional de la Alianza Cambiemos. La grabación comprende, a través de dos planos secuencia, el encuentro entre el candidato presidencial –Macri–, y una vecina de una localidad correntina, acontecido en un espacio público e inmediato a la vivienda de quien resulta sorprendida debido a la visita, presumiblemente imprevista, del candidato presidencial.

En este sentido, la narración adjudicada a los cuerpos político y civil se desarrolla en los siguientes actos: Sorpresa (Ver Figura 2) + Corroboración (Ver Figura 3) + Gratitud (Ver Figura 4):

- Sorpresa: Sandra y su hija descubren la llegada de Macri. Se produce su desconcierto ante la heterogeneidad de los elementos que componen a la imagen. “¿Quién va a creer que Macri anda caminando nuestro barrio?” (00.01).
- Corroboración: la cámara muestra a Macri, en efecto, caminando en dirección a Sandra. No se observan elementos que indiquen la presencia de acompañantes, asesores y agentes de prensa (00.04).
- Gratitud: Sandra y su hija saludan a Macri. Cierra la imagen un paratexto electoral (0010).



Figura 2 (arriba): Fotograma del spot “Con Sandra en Corrientes” (Cambiemos, 2015). Fuente: https://youtu.be/_mBNvkRxs8?list=PLA. **Figura 3 (centro):** Fotograma del spot “Con Sandra en Corrientes” (Cambiemos, 2015). Fuente: https://youtu.be/_mBNvkRxs8?list=PLA. **Figura 4 (abajo):** Fotograma del spot “Con Sandra en Corrientes” (Cambiemos, 2015). Fuente: https://youtu.be/_mBNvkRxs8?list=PLA

El espacio en el que sucede la grabación se corresponde con una arteria de tierra en la que se aprecian desnivelaciones, perros sueltos y viviendas carentes de revestimiento adecuado. Se trata de una calle que opera en cuanto sinécdoque de un barrio que la incluye en calidad equivalente a las vías dispuestas fuera del cuadro de la imagen. El objeto principal que prevalece en posición de profundidad de campo se trata de un carro de tiro utilizado para recolectar residuos. En suma, los cuerpos, el espacio y los objetos configuraron la unidad de la medida a través de la cual Macri se reinventó a sí mismo, en carácter estrictamente de Mauricio.

3.2. Siempre cerca de ti

El registro audiovisual *Con Sandra en Corrientes* contribuye a la inauguración de un fundamento común entre las sociedades política y civil. En este sentido, resultaría impreciso determinar la esfera a la que Macri pertenece, representadas en esta ocasión su palabra y su visualidad de modo discontinuos en relación a un concepto extendido acerca de un hacer político asociado a un candidato presidencial, si no fuese a través del examen de las marcas del sujeto de la enunciación⁶.

La visita acontecida en la localidad correntina resultó nuevamente artificiosa. El recurso filmico que consiste en presentar dos imágenes contiguas a través de un plano secuencia, y no por intermedio de la técnica de montaje, no asegura, sin embargo, la resolución natural de las acciones que representa el registro audiovisual. La sorpresa de Sandra y de su hija, seguida de la constatación de la presencia de Macri allí en su barrio, han sido rodadas en un plano secuencia, en cuyo desplazamiento no se observan huellas visibles de la enunciación compuesta por los órganos de comunicación de la Alianza Cambiemos. No obstante, la presencia de la cámara atestigua por añadidura la concertación y puesta en escena del encuentro sustraído al servicio de la propaganda electoral.

Los pronunciamientos lingüísticos remiten a Sandra. Es ella, o mejor aún, a través de ella que la Alianza Cambiemos posicionó su discurso recurriendo al cuerpo y a la voz de Sandra, a la cual Macri responde, sin mayores escenificaciones, “¡Hola! ¡Hola!” (00.06). Una voz en off culmina la representación aludiendo a la fuerza política a través de su lema *Vamos Juntos* (00.08).

El *spot* se trata de una pieza de propaganda que replica la estructura visual/audiovisual que prevaleció en la campaña 2015 y que reenvía al acto de lanzamiento a la jefatura de Gobierno de la CABA, en el año 2007. En ambos casos, se exhibieron cuerpos civiles sustraídos a su individualidad y asimilados a la reconducción de la memoria que Macri estableció en razón de su presencia en zonas económicamente marginadas. El candidato que caminó solitario en la vecindad lo hizo asimismo privado de pasado y ausente de su historia. Las imágenes han sido recortadas en el tiempo, del cual se destacó una instancia presente y adecuada al tiempo de la grabación electoral.

4. Campaña y Marginalidad

Las contiendas electorales se establecen en razón de la utilización de recursos artísticos y comunicacionales, con objeto de instalar y posicionar un candidato, una agenda que guiará la campaña y una imagen pública indicativa de las competencias del oferente político. En una sociedad industrial avanzada, las imágenes fijas y en movimiento operan como dispositivos medulares en el campo de la comunicación de masas⁷.

La campaña de elección 2015 de la Alianza Cambiemos trasladó al ámbito nacional un estilo de composición de sus producciones de propaganda reconocible en sus antecedentes inmediatos, pertenecientes al PRO, incluso desde sus primeras acciones proselitistas. Asimismo permitió establecer una multiplicidad de operatorias teóricas que circunscribieron a las unidades focales seleccionadas, constituyentes del nivel supra unitario que desempeñó la contienda de elección. En este sentido, el PRO ha recurrido, en la década 2005-2015, a la instrumentación de recursos comunicacionales tan inciertos como expositivos de la carencia del orden de la materialidad. Desde el retorno a la democracia (1983), en la República Argentina han sido numerosas las ocasiones en las cuales la clase dirigente expuso su plataforma de gobierno en espacios abiertos y públicos. Tristemente extendida ha sido y aún lo es, la presencia en sitios marginales de los envíos televisivos en carácter de relatores y comentaristas de la pobreza en territorio ajeno. Sin embargo, no abundan ejemplos acerca de la fuerza ejercida por el campo político hacia los sectores económicamente más vulnerables, que exhibiesen una ostentación de violencia similar a la reflejada en el inicio de la contienda ejecutiva a la alcaldía de la CABA, en 2007.

5. La caducidad de la memoria

La campaña presidencial de la Alianza Cambiemos debió contrapesar, en un período anterior a la exposición de propuestas y a sus vías de solución posibles, las debilidades constitutivas de la imagen de su candidato. Es en este sentido que los dispositivos de propaganda analizados –con motivo de la elección 2015–, han sido conducidos a la reconversión de la historia de Macri, cuyas operaciones públicas más expuestas comprendieron su participación en empresas familiares, la inclusión en el deporte a través de la dirigencia de un club de fútbol, y el ejercicio de gobierno de la jefatura de la CABA. Las fotografías y las piezas audiovisuales elaboradas para difundir en la televisión, cuyas características fueron definidas por Landi (1992), constituyen modelos acerca de la utilización del arte con motivo no ya de preservar la historia y la memoria sociales, sino contrariamente instituir ambigüedad e imprecisión.

Si el arte de propaganda, examinado por Toby Clark (2000)⁸, y el estudio de la imagen realizado por Peter Burke (2005)⁹, en carácter subsidiarios de fuentes tradicionales de información, permiten reconstruir períodos históricos a través de tales registros, entonces es posible reconsiderar a los dispositivos de la campaña 2015, en valor de las funciones que les fueron atribuidas por los órganos de comunicación de la Alianza Cambiemos. Al respecto, Parodi (1998) asevera que “el «ser» político de un actor está estructurado de un modo tan vigoroso por los actos graves que ha acumulado durante su carrera, que éstos

pueden hacer inaudible el «discurso» cotidiano que emite” (p. 249). Por tanto, los actos duros referidos a la historia de Macri, en carácter de evocadores, clasificadores y diferenciadores (Parodi, 1998, p. 248) de su pasado reciente, han constituido los ejes sobre los cuales han operado los recursos de ficcionalización dispuestos en la serie de dispositivos tecnológicos examinados. En efecto, el semiólogo Verón asegura que

La actualidad de la televisión es una puesta en escena que tiene que ser negada (...). Una puesta en escena que no se reconoce como tal es aquella que oculta el hecho de que, en el lugar de lo que se nos muestra, podría habérsenos mostrado otra cosa (Verón, 1999, p. 95).

Esta circunstancia corroboró la utilización de las imágenes electorales en calidad sustituyente de la realidad a la cual sucedieron sólo en un aspecto o condición. Por lo tanto, es posible fijar la mirada, en relación a la figura 1, en la presencia del candidato en un bolsón de residuos, en la gestualidad que acusó con sus manos, en el atuendo informal que vistió, en la joven que lo secundó, en la inscripción de la prenda de ésta, en la edificación planificada o circunstancial de la plataforma sobre la cual ambos se situaron, incluso en el espacio fuera de campo hacia el que Macri dirigió su discurso.

La operación que aquí interpela consiste en la reducción de la joven en calidad de sustituto de una realidad que, debido a su propia naturaleza, un dispositivo tecnológico no puede suplantar. Es en este sentido que el cometido del lanzamiento de campaña consistió en revelar una situación de pobreza, o la pobreza sin mediación, a través del cuerpo de la niña y de un espacio de la vecindad que constataste la marginalidad en la que habita. No obstante, dicha revelación estuvo investida de un ocultamiento tanto mayor que la información social relevada a través de la imagen. La figura de Macri surgió sustraída a su pasado, prontamente reconvenido en ciudadano cuyas acciones en el orden de lo civil no revistieron mayores injerencias en el curso de la contemporaneidad, a la vez que de la joven se omitieron los rasgos de su subjetividad. Sin embargo y a través de los mandatos de los equipos de campaña del PRO, la propaganda política no relató sino una escenificación del dolor ajeno, finalmente incorporado a la trama proselitista del año 2007, a la vez que sustentó la renovación de las prácticas políticas argentinas a través de la candidatura de Macri.

En definitiva, el examen de este antecedente esclarece las modalidades de las composiciones visuales/audiovisuales que prevalecieron en la campaña presidencial de Cambiemos 2015.

6. Consideraciones finales

La intervención de Macri en el curso de la política nacional dispuso la clausura de su participación en el ámbito de la gestión privada. Las imágenes electorales determinaron un objeto de estudio acerca de un ejercicio dialéctico de poder entre dos instancias ya no antagónicas sino inclusivas entre sí. La supresión de la historia y la reinención de la memoria contemporáneas han compuesto un cuadro duplicado de un movimiento de apertura cerrándose, y de inauguración aboliendo al mismo movimiento que lo constituyó.

Los relatos que narran las imágenes electorales representaron a Macri exponente de la sociedad civil, y en desacuerdo con las prácticas partidarias de las cuales la Alianza Cambiemos, sin embargo, es uno de sus mayores fundadores. La pobreza material instrumentada en la puesta en escena de las propagandas ha sido restada a su historia, y conducida al servicio de una memoria que no reconoce la participación pública de Macri en las últimas décadas de la política argentina.

El registro filmico de la llegada escenificada del candidato a la localidad correntina, que suscita asombro en la figura de Sandra, desempeñó la función de signo simbólico acerca de la renovación que supondría la participación de Macri en la contienda nacional, debido a que el carácter transparente e inmediato que lo auxilia no refleja la opacidad que en verdad lo determina.

El arte visual/audiovisual ha sido instrumentado de acuerdo a una lógica de revocación de la historia y de recomposición de la memoria, en el curso de una campaña política sustanciada en criterios de inautenticidad.

Notas

1. Imagen recuperada de: <https://www.lanacion.com.ar/>
2. En este sentido se expresa Peter Burke, cuando asegura que “tanto si son pinturas como si se trata de fotografías, lo que recogen los retratos no es tanto la realidad social cuanto las diferencias sociales, no tanto la vida corriente cuanto una representación especial de ella” (Burke, 2005, p. 32).
3. En este sentido, el autor señala la ruptura que supuso, en el caso argentino, la asunción del gobierno electo en 1983 en relación al último período dictatorial: “en fases de aperturas postautoritarias y en épocas de estabilidad institucional, la TV constituye en su lenguaje los espacios más propios de la política: el debate parlamentario, el discurso presidencial, la conferencia de prensa, el acto, la manifestación, etc. Pero en épocas de crisis social, de debilitamiento de la representación y (de) la credibilidad partidaria, cuando el candidato debe enviar el mensaje de estar situado por fuera del sistema y la clase dirigente, la TV captura la política desde sus géneros propios como medio (...). Cuando la política aparece como una acción lejana de la gente y la crisis erosiona las palabras y los discursos, las relaciones entre el político y la población suele(n) rehacerse en las claves de un contacto cultural sostenido en un conjunto de géneros y entretenimientos” (Landi, 1992b, pp. 95-96).
4. Esta síntesis ha prevalecido en las tres instancias de elección en 2015, correspondientes a las Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (9 de agosto); la primera jornada de elección (25 de octubre) y la hasta entonces inédita celebración del balotaje (22 de noviembre).
5. Disponible en https://youtu.be/_mBNvkRxs8?list=PLA. La estructura iterativa del spot se reitera en la serie de propagandas difundidas por Cambiemos en 2015. Por lo tanto, ha sido escogido en tanto muestra de carácter intencional.
6. Es en este sentido que deben comprenderse las conclusiones de Inés Pausadela e Isidoro Cheresky: “las elecciones constituyen una oportunidad inmejorable para estudiar de un modo riguroso la evolución de los dispositivos de la representación política, y en particu-

lar la evolución y las transformaciones de los partidos y las fuerzas políticas” (Pausadela y Cheresky, 2004, p. 30).

7. Al respecto señala Jacques Gerstlé que los retadores “se distinguen apareciendo físicamente en la imagen, convocando al cambio, haciendo hincapié en las posturas y denunciando las insuficiencias de la administración saliente (...). Las cualidades personales de los candidatos se verbalizan en el discurso, pero también se expresan visualmente” (Gerstlé, 1998, pp. 228-232).

8. El historiador del arte ha señalado que “por lo general, los diversos modos de comunicación empleados por un gobierno o un movimiento político se unen en un programa más o menos sistemático. Y a menudo el arte actúa dentro de ese sistema en estrecha relación con imágenes compatibles de películas, revistas, anuncios, música popular y, más recientemente (y con más fuerza), de la televisión y redes informáticas” (Clark, 2000, p. 13).

9. El autor de *El Renacimiento italiano* asegura que “el arte puede ofrecer testimonio de algunos aspectos de la realidad social que los textos pasan por alto (...); el arte figurativo a menudo es menos realista de lo que parece (...) más que reflejar la realidad social, la distorsiona (...); el propio proceso de distorsión constituye un testimonio de ciertos fenómenos que muchos historiadores están deseosos de estudiar: de ciertas mentalidades, de ciertas ideologías e identidades” (Burke, op. cit., p. 37).

Referencias Bibliográficas

- Burke, P. (2005). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica S. L.
- Clark, T. (2000). *Arte y propaganda en el siglo XX*. Madrid: Ediciones Akal 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: Editorial Gedisa S. A.
- Landi, O. (1992 -a-). “Proposiciones sobre la videopolítica”. En: Schmucler, H. y Mata, M. C. (Coordinadores). *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, pp. 33-48. Buenos Aires, Catálogo S.R.L.
- Landi, O. (1992 -b-). *Devórame otra vez. ¿Qué hizo la televisión con la gente? ¿Qué hace la gente con la televisión?* Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta.
- Padori, 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: Editorial Gedisa S. A.
- Pausadela, I.; y Cheresky, I. (2004). “La incertidumbre organizada. Elecciones y competencia política en Argentina (1983-2003)”. En: Cheresky, I.; y Pausadela, I. (Editores). *El voto liberado. Elecciones 2003: perspectiva histórica y estudio de casos*, pp. 13-33. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Rancière, J. (2011). “El destino de las imágenes”. En: *El destino de las imágenes*, pp. 23-50. Buenos Aires: Prometeo Libros.

- Rancière, J. (2012). "Conversación alrededor del fuego: Straub y algunos otros". En: *Las distancias en el cine*, pp. 105-126. Buenos Aires: Ediciones Manantial SRL.
- Verón, E. (1993) "El tercer término". En: *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, pp. 87-155. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Verón, E. (1999). "La imagen de una ausencia". En: *Efectos de agenda*, pp. 93-96. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.

Diarios

Clarín (Argentina), 2 de marzo de 2007

La Nación (Argentina), 27 de febrero de 2007

Publicidades audiovisuales

Cambiamos (2015): *Con Sandra en Corrientes* (en línea). Consultado el día 19 de octubre de 2017. Disponible en: https://youtu.be/_mBNvkRxs8?list=PLA

Abstract: The study of the election campaign held in Argentina in 2015 allows us to establish a number of regularities in the production structure of the still and in motion images officially launched by the *Cambiamos* [Let's Change] political coalition. The composition of its visual and audiovisual structure represented an instance of obliteration of the itinerary in the history preceding Mauricio Macri's presidential nomination. In this way, his image was recreated as one of a private citizen with a vocation for power and whose actions, as a businessman and a staff member on official duty, played no interference in the course of the recent Argentina. The collective memory promoted by the campaign devices reversed the emblem of his duties, and his nomination, therefore, has been vested with the benefit derived from novelty and renewal. In this regard, the use of fictionalization resources in how the staging of the various productions of propaganda was configured substantiated the unit of measure which ruled the proselytizing communication operations.

Keywords: Election campaign - Candidate - Propaganda - Images - History.

Resumo: O exame da campanha eleitoral comemorada em 2015 na Argentina permite estabelecer uma série de regularidades, sobre a gramática de produção das imagens fixas e imagens em movimento oficialmente constituídas pela força política *Cambiamos* (Mudemos). A composição de sua estrutura visual e audiovisual correspondeu a uma instância de obliteração do itinerário da história que antecedeu à candidatura presidencial de Mauricio Macri. Dessa maneira, sua imagem foi recriada como a de um cidadão privado da vocação do poder e cujas ações, como empresário e funcionário público no exercício da função, não revestiram ingerência no curso da Argentina recente. A memória coletiva que propiciaram os dispositivos de campanha, revogou o emblema de suas funções, e sua candidatura, portanto, foi investida do favor que proclama a novidade e a renovação. Nesse sentido, a instrumentalização de recursos de ficcionalização na configuração da encenação

das diversas produções de propaganda substanciaram a unidade da medida que governou às operações de comunicação proselitista.

Palavras chave: Campanha eleitoral - Candidato - Propaganda - Imagens - História.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
