



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

ISSN: 2314-2634

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario

Argentina

Cicowiez, Mariano
Estudio de imágenes de campaña de PRO: ¿propaganda o realidad?
La Trama de la Comunicación, vol. 25, núm. 1, 2021, -Junio, pp. 103-121
Universidad Nacional de Rosario
Rosario, Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323968002006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Estudio de imágenes de campaña de PRO: ¿propaganda o realidad?

Por Mariano Cicowiez

marianocicowiez@yahoo.com.ar - Universidad Nacional de La Plata - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Argentina

SUMARIO:

Las imágenes en movimiento de uso electoral difundidas por el partido PRO, integrante de la coalición Cambiemos, en la campaña nacional argentina 2015, fundaron un estilo de composición tributario del realismo revelador, cuyo principal exponente teórico comprende a la obra de André Bazin. El estudio que presentamos acerca de la norma de diseño de los spots televisivos se focaliza en la recuperación de técnicas de registro examinadas por el autor francés, con objeto de reconocer las estructuras significantes y sus modos de reproducción audiovisual en una serie de unidades de observación, cuya circulación remitió a la jornada de preselección de candidaturas. Para ello ha sido elaborado un corpus de trabajo compuesto por anuncios proselitistas, a partir del cual se conformó un estudio intertextual acerca de la transparencia u opacidad que determinaron los avisos de la fuerza electoral. Las conclusiones de nuestro estudio indican que en sus imágenes técnicas PRO se abocó a la exposición del universo de referencia, y de este modo a ocultar el artificio de filmación..

DESCRIPTORES:

campaña electoral, imágenes en movimiento, realismo cinematográfico

SUMMARY:

The moving images spread for electoral purposes by the PRO party, member of the Cambiemos coalition, for the national campaign in Argentina, 2015, established a style of composition paying tribute to the revealing realism, whose main theoretical exponent comprises André Bazin's work. The present study on the design rule of the television spots focuses on the retrieval of recording techniques examined by the French author, in order to identify the signifying structures and their modes of audiovisual reproduction in a series of observation units, whose circulation refers to the pre-selection day of candidacies. To that end, a corpus of work including proselytising announcements has been created, from which an intertextual study was made on the transparency or opacity which determined the electoral party announcements. The results of this study indicate that the PRO party focused on the exhibition of the frame of reference for its technical images, thus concealing the filming artifice.

DESCRIPTORS:

electoral campaign, moving images, cinematography realism

103

Estudio de imágenes de campaña de PRO: ¿propaganda o realidad?

PRO's campaign's images study: propaganda or reality?

Páginas 103 a 121 en La Trama de la Comunicación, Volumen 25 Número 1, enero a junio de 2021

ISSN 1668-5628 - ISSN 2314-2634 (en línea)

La campaña electoral de PRO/Cambiamos en el año 2015 estableció una novedad en relación al campo de las representaciones simbólicas de uso partidario de carácter visual y audiovisual en Argentina. La gramática de diseño de las imágenes técnicas divulgadas en dispositivos de comunicación tradicionales ha recuperado una serie de principios de enunciación fílmica examinados por André Bazin en las décadas del '40 y '50 del siglo XX, y con ello la coalición política determinó una ruptura, en el plano de la técnica y en el campo de la diégesis, con respecto a las producciones difundidas desde la mediatización de las campañas electorales nacionales, sucedida en el año 1983. De modo que las características de su estructura, motivadas por modos de recuperación de un conjunto específico de procedimientos de composición cinematográficos, han promovido un proceso de creación cuyo producto ha sido socialmente reconocido, en mayor medida, menos por la banda visual de los *spots* que por su banda de sonido. En efecto, la repercusión de los anuncios pertenecientes a la contienda 2015 remitió a las *promesas de campaña* argüidas por Mauricio Macri y Gabriela Michetti, integrantes de la nómina presidencial de PRO, por sobre la norma de producción visual de los avisos en los cuales aquellas iniciativas fueron enunciadas. El análisis de la discursividad oral de los candidatos, efectuado por el campo de la investigación, necesario y pertinente para confeccionar un estudio crítico de las piezas de comunicación, forma un sistema con la investigación que presentamos acerca del reconocimiento de las estructuras visuales de los anuncios, de manera de establecer una relación de diálogo entre sus distintas materias de significación.

Los enunciados verbales pronunciados por el binomio nacional remitieron a los ámbitos de la política, de la sociedad y de la economía, entre los cuales ha cobrado mayor notoriedad la reducción de la pobreza hasta alcanzar un porcentual equivalente a cero, y el cese del pago de impuestos a las ganancias. Estas

y otras medidas de gestión han sido pronunciadas a través de *spots* audiovisuales, en los cuales la disposición de los cuerpos políticos y civiles, los objetos que los circundan y los espacios en los que acontece el esquema narrativo reenviaron al núcleo de la estrategia discursiva de la planificación electoral de la coalición, consistente en la instalación y posicionamiento de un candidato presidencial inmediato a la resolución de las demandas ciudadanas.

El objetivo de nuestro trabajo consiste en el reconocimiento, en los *spots* televisivos de PRO/Cambiamos, de una serie de bases teóricas pertenecientes a la enunciación fílmica para examinar la estructura integral de los anuncios compuestos por imágenes y las voces de los actantes pertenecientes a las sociedades política y civil. De esta manera, podremos situar, en su contexto de referencia, ya no sólo a las citadas promesas electorales sino a los textos visuales que han circulado durante la campaña de elección presidencial. Para ello ha sido implementada una metodología que ha consistido en la realización de un corpus de trabajo que incluye *spots* difundidos durante el período oficialmente establecido por la Dirección Nacional Electoral para realizar acciones de propaganda.¹ Esta medida posibilitó un examen intertextual sobre el conjunto de los dispositivos seleccionados, y de esta manera testear nuestra hipótesis de investigación: la ocultación, sobre la superficie textual, de las marcas del sujeto impersonal de la enunciación (Metz, 2003) ha estado sujeta a la exposición de *lo real*, en razón

1 El período oficial para difundir candidaturas en medios tradicionales de prensa correspondió a las siguientes tres etapas: 1) 20 de julio - 7 de agosto; 2) 30 de septiembre - 23 de octubre y, 3) 10 de noviembre - 20 de noviembre. En todos los casos, la difusión de avisos en medios televisivos, gráficos y radiofónicos culminó con 48hs de antelación a la celebración de las tres jornadas electivas (PASO, 9 de agosto; Primera vuelta, 25 de octubre y Balotaje, 22 de noviembre). Los medios digitales no se hallan sujetos a dicha normativa.

de técnicas cinematográficas cuyas aplicaciones han sido señaladas en la obra teórica de Bazin. Si nuestra conjetura es correcta, entonces podremos determinar una línea de continuidad entre las propuestas de campaña que Cambiemos habría de implementar en su gobierno y la estructura audiovisual desde la cual han sido formuladas.

Las unidades de observación constituyen fotografías de tres *spots* difundidos, en la plataforma televisiva, en la instancia de preselección de candidaturas, denominada Primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias (PASO). La alianza Cambiemos, integrada en mayor medida por las fuerzas partidarias PRO, Unión Cívica Radical y Coalición Cívica², presentó a sus respectivas nóminas nacionales, debido a lo cual las últimas compitieron, por la representación del espacio político, con el binomio que finalmente resultó electo el día 22 de noviembre de 2015, y cuyas producciones indiciales constituyen el objeto de nuestra investigación. Por tal motivo, y de acuerdo a su incidencia en el orden de nuestra argumentación, se explicitará la pertenencia del partido liderado por Macri hacia el in-

terior de la alianza electoral. Sobre el final de nuestra exposición se advertirá que la selección de muestras resulta subsidiaria de la estrategia electoral de PRO cuando es examinada a la luz de los posicionamientos teóricos desarrollados en el siguiente apartado.

En este punto es necesario establecer una primera precisión: si en la gramática de producción de los avisos no se hubiese recurrido de modo manifiesto a la obra del autor francés, incluso así se validaría nuestra hipótesis, debido a que, sin embargo, habremos reconocido sus postulados. En relación a la estrategia adoptada en nuestro trabajo, debemos señalar que se trata de un modelo inductivo, por lo que hemos avanzado en nuestro trayecto desde los datos observables hacia la teoría que los interpreta. De manera que si a través de un procedimiento deductivo “se derivan los enunciados particulares de los generales [la inferencia inductiva consiste en que la] interpretación general surge de la consideración progresiva de casos particulares” (Ynoub, 2013: 25). De este modo, el trabajo que ahora presentamos se incluye en una serie de investigaciones que venimos desarrollando, por lo cual la hipótesis que se testeará en este trabajo ha emergido tras el reconocimiento analítico de la base de datos conformada por imágenes indiciales de uso electoral.

Dicho esto, se comprende que el nuestro se corresponde con un estudio que se inicia en la observación de técnicas de registro audiovisual utilizadas por la fuerza política PRO, lo cual nos condujo al paradigma teórico que hizo de ellas su rasgo distintivo, de modo que el descubrimiento de la aplicación de una serie de procedimientos compositivos nos llevó a repasar discursos cinematográficos en los cuales estos podrían inscribirse. Es decir que nuestro abordaje no comienza en la obra de Bazin, sino que, por el contrario, en éste concluye el reconocimiento de los datos que conforman nuestras unidades focales. En otros términos, la recuperación de su teoría ha sido el producto del examen analítico de los *spots*, por lo que nuestro

2 Entre los años 2003-2015 el gobierno nacional argentino fue conducido por una coalición de partidos -cuya mayoría de filiación correspondió al Partido Justicialista- denominada Frente para la Victoria, liderada por el expresidente Néstor Kirchner (2003-2007), y luego por la expresidenta Cristina Fernández (2007-2015). La alianza Cambiemos significó la irrupción del partido Propuesta Republicana (PRO), asentado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), como fuerza de representación de alcance nacional. En efecto, Macri y Michetti, quienes habían resultado electos en el año 2007 como jefe y vicejefe de gobierno de la CABA, condujeron a Cambiemos al triunfo electoral en el año 2015. Debido a que en Argentina prevalece una tradición de voto bipartidista entre el Partido Justicialista y la Unión Cívica Radical, el triunfo de la alianza, liderada por el partido fundado por Macri, supuso una novedad en el mapa electoral argentino. Para un estudio de la fuerza política PRO, véase Vommaro, Morresi y Bellotti (2015).

trabajo se inscribe en un modelo metodológico que se inicia en el caso particular y culmina luego en la regla general.

Finalmente, queremos asentar que ciertamente desconocemos si los equipos de comunicación de los avisos han considerado de modo manifiesto a los trabajos de Bazin para conformar los anuncios de PRO. Sin embargo, nuestro trabajo de inferencia inductiva nos ha llevado, desde la gramática de producción de avisos partidarios, hacia algunos de los principales postulados de la corriente teórica conocida como *realismo revelador*.

Por tal motivo, presentamos un repaso por los principales fundamentos de la obra de Bazin, marcados por el elogio a la aprehensión de *lo real* como producto de la continuidad fílmica, la cual se obtiene a partir de una serie de técnicas que privilegian el desarrollo de las imágenes sin los cortes de espacio/tiempo naturales a otras clases de registro, tales como el montaje y el *découpage* clásico.

MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL

Bazin (2008a) señala que el advenimiento de la técnica cinematográfica representó la culminación de la búsqueda hacia la obtención del registro de *la ambigüedad de lo real*, fuera del expendio de la intervención humana. El cine, por tanto, trasciende al signo que alude a la naturaleza del objeto, para constituirse en condiciones equivalentes a la realidad que sustituye:

El mito que dirige la invención del cine viene a ser la realización de la idea que domina confusamente todas las técnicas de reproducción de la realidad que vieron la luz en el siglo XIX, desde la fotografía al fonógrafo. Es el mito del realismo integral, de una recreación del mundo a su imagen, una imagen sobre la que no pesaría la hipoteca de la libertad de interpretación del artista ni la irreversibilidad del tiempo (Bazin, 2008a: 37).

El autor establece una serie de criterios de composición audiovisuales que sellarían la relación entre el registro cinematográfico y la duplicación de la realidad. En sus clásicos estudios acerca de las técnicas de profundidad de campo y montaje establece las condiciones que reglan la creación de imágenes en movimiento en carácter no subsidiario a la intervención del hombre, y que subrayan la primacía del dispositivo sobre su participación en el procedimiento de registro.

La utilización de la técnica de profundidad de campo posibilita el registro del espacio en condiciones equivalentes al espacio referencial, afirma Bazin, debido a que la topografía no varía su estatuto. El montaje irrumpe esta homogeneidad por lo que, en determinadas circunstancias, el autor impide su recurrencia. Por ejemplo, en momentos suscritos por códigos dramáticos y de mayor tensión narrativa, el uso de la profundidad de campo capacita una mejor comprensión de las acciones que se desarrollan. El realismo adquiere mayor dimensión cuando, en efecto, se lo vincula a la figura de una narración que no interviene en los hechos que registra.

Acerca de la técnica de profundidad de campo, Bazin la considera esencial para diseñar una estructura fílmica de condiciones realistas, debido a que no irrumpe la naturaleza de la percepción del paso del tiempo y de la topografía espacial que sirve a las acciones que desarrollan los personajes. En este sentido, en su estudio acerca del lenguaje cinematográfico, el exponente del *realismo revelador* indica que “la profundidad de campo coloca al espectador en una relación con la imagen más próxima de la que tiene con la realidad. Resulta por tanto justo decir que, independientemente del contenido mismo de la imagen, su estructura es más realista” (Bazin, 2008d: 95). En efecto, el realismo se obtiene mediante la incorporación de este recurso que posibilita, tan sólo como ejemplo, la exhibición simultánea de dos o más acciones que se predicen entre sí. El autor cita el caso de la película *La règle du jeu*

(Dir.: J. Renoir, 1931), a partir de la cual asegura que "el secreto de un relato cinematográfico [consiste en que sea] capaz de expresarlo todo sin dividir el mundo, de revelarnos el sentido escondido de los seres y de las cosas sin romper su unidad natural" (Bazin, 2008d: 98).

En relación a la técnica de montaje, indica que su utilización incorrecta está sujeta al desarrollo de las acciones simultáneas que realizan los personajes, a la vez que adquiere su razón en los casos en los cuales las acciones se ejecutan en espacios discontinuos. Por lo tanto, afirma que cuando

"lo esencial de un suceso depende de la presencia simultánea de dos o más factores de la acción, el montaje está prohibido". Y vuelve a recuperar sus derechos cada vez que el sentido de la acción no depende de la contigüidad física, aunque esté implicada (Bazin, 2008c: 77. Las comillas pertenecen al texto original).

La cuota de realismo se recupera, sostiene el autor, cuando un plano, por ejemplo general, reúne la serie de informaciones profílmicas desagregadas en los planos precedentes. En este sentido, "para que la narración reencuentre la realidad, basta con que uno solo de sus planos, convenientemente escogido, reúna los elementos previamente separados por el montaje" (Bazin, 2008c: 78). La unidad espacial se recupera a través de un plano que reconstituye la topografía escindida en los registros fílmicos que la antecedieron.

El ejemplo siguiente ilustra su concepción acerca de la correcta o indebida utilización de la técnica de montaje:

de no considerarla más que como narración (a la película *Buitres en la selva*), esta secuencia tendría rigurosamente el mismo significado aparente si se

hubiese rodado por completo usando las facilidades materiales del montaje o incluso de la "transparencia". Pero, en uno y otro caso, la escena (del león que se presume atacaría al niño) no se habría desarrollado nunca en su realidad física y espacial ante la cámara. De forma que, a pesar del carácter concreto de cada imagen, no tendría más que un valor de narración, no de realidad (...). La cuestión no es que el muchacho haya corrido realmente el riesgo representado, sino sólo que su representación fuese de tal forma que respetara la unidad espacial del suceso. El realismo reside, en este caso, en la homogeneidad del espacio. Así se ve que hay casos en los que, lejos de construir la esencia del cine, el montaje es su negación (Bazin, 2008c: 77. La letra itálica pertenece al texto original).

Un nuevo instrumento de registro concerniente a la realidad, en calidad de testimonio, se constituye a través de la inclusión de las imperfecciones inherentes al dispositivo tecnológico. En este caso, los movimientos bruscos de la lente de la cámara, la distancia focal con respecto a los personajes u objetos que componen a la diégesis, aseguran un testimonio de la veracidad de los hechos fílmicos, emanados de la propia naturaleza de la que replican sus circunstancias. Afirma al respecto que las imágenes

borrosas y temblorosas son como la memoria objetiva de los actores del drama. Ese tiburón-ballena entrevisto en los reflejos del agua, ¿nos interesa por la rareza del animal o del espectáculo -no se le ve apenas- , o porque la imagen se ha tomado en el mismo instante en que un capricho del monstruo podía aniquilar la embarcación y enviar la cámara y el operador a siete u ocho mil metros de profundidad? La respuesta es fácil: no se trata de fotografiar un tiburón, sino el peligro (...). El testimonio cinematográfico es el que el hombre ha podido arrancar al

acontecimiento que reclamaba al mismo tiempo su participación. Pero ¡cuánto más conmovedores son esos restos salvados de la tempestad que el relato sin desfallecimientos y sin lagunas del reportaje organizado! Porque un film no está integrado solamente por lo que se ve. Sus imperfecciones patentizan su autenticidad (Bazin, 2008b: 50).

Esta breve mención a los desarrollos teóricos de Bazin constituye, en mayor medida, el marco de referencia en el cual culmina nuestra aproximación al estudio de las piezas audiovisuales de comunicación que PRO diseñó para su puesta en circulación en la jornada de preselección de candidaturas. En este sentido, utilizando la nominación de Charles S. Peirce (1974), el *discurso del index*³, es decir aquel que remite a la relación de *afectación* que intermedia entre el objeto y el signo que lo alude, ha sido privilegiado en el armado conceptual de las acciones proselitistas del partido de gobierno.

IMPERFECCIONES DE LO REAL

Las primeras muestras de observación corresponden a un *spot* titulado *El camino del cambio empezó hace tiempo* (00:47), en el cual se suceden una serie de imágenes rodadas en tiempos y espacios inconexos. La línea argumental del aviso consiste en visitas de los precandidatos nacionales de PRO a domicilios y sitios de trabajo dispuestos en diversas regiones del territorio nacional, las cuales son registradas por una *cámara indiscreta* que, según parece al espectador, no es advertida por el conductor de la fuerza política

3 El discurso de la *mimesis* difiere de la lógica del *index* por cuanto el primero remite al grado de *semejanza* que se establece entre el objeto y su signo, mientras que el signo de la segunda se halla *afectado* por su objeto. Si bien ambos conviven, junto al orden *simbólico*, hacia el interior del signo, el *realismo revelador* privilegia la *afectación* que la ambigüedad de lo real instituye sobre su registro fílmico.

como tampoco por los figurantes (Bourriaud, 2008) que intervienen en los encuentros. Las visitas acontecen de modo distendido y no presentan “*operadores de superficie*” (Traversa y Moré, 2007: 165. La letra itálica pertenece al texto original), tales como vestimentas o insignias partidarias, que permitan discernir ninguna clase de distancia entre los actantes políticos y civiles. Sobre el final del anuncio, Macri y Michetti *revelan* la presencia del artefacto de filmación, cuando establecen un régimen de contacto corporal que se materializa en el eje de su mirada hacia el lente de la cámara.⁴ Recordemos a este respecto que “es relativamente difícil invisibilizar completamente, por interposición de un segundo narrador, la presencia de esa primera instancia que es el gran imaginador, el meganarrador” (Gaudreault y Jost, 1995: 59). En efecto, el eje de sus miradas finalmente lo revela.

En los planos seleccionados [Figuras 1 y 2], se observa un esquema narrativo que conduce a la reunión de las sociedades política y civil. En esta ocasión, Macri dialoga junto a una mujer en la localidad de Luján, provincia de Buenos Aires, frente al enrejado que cubre el acceso a su domicilio. La información visual que conforma la captura pasa luego a obstruirse por una cortina de luz dispuesta frente a la lente. Tras un movimiento de cámara, el artefacto retoma una posición que impide el paso de la luminosidad por el espacio interpuesto entre éste y los personajes. El registro de su fulgor, usualmente recortado en la producción de propagandas comerciales, es reconsiderado en esta pieza en tanto elemento que, de acuerdo a la norma

4 Verón (2003) ha señalado una modalidad de contacto natural a los noticieros, la cual reside, bajo el régimen enunciativo del directo televisivo, en la mirada a cámara del conductor, simulando la puesta de sus ojos sobre los ojos del espectador. Por tanto, en el *spot* se cumple la segunda condición, no así la primera, debido a que su esquema narrativo no recrea la presencia *en directo* de los candidatos sino *en vivo* desde los sitios que visitan.

de diseño de PRO, connota a la reproducción automática de la escena.

Dicho de otro modo, la gramática de producción del aviso sugiere que muestra no sólo una situación refe-

cuerpos, los objetos y los espacios. En este esquema narrativo, las imperfecciones del registro tecnológico autentifican la presencia solidaria de Macri bajo la concepción de que la clase dirigente debe obedecer al siguiente mandato declarado por el líder de PRO: "Hay que escuchar, estar cerca de la gente y hacer" (s/a, 2015a).

La unidad siguiente, perteneciente al mismo *spot*, constituye un plano de tipo medio que exhibe a Macri frente a un domicilio ubicado en la ciudad de Mar del Plata, provincia de Buenos Aires, el cual captura el momento decisivo que inicia los acercamientos con los ciudadanos [Figura 3]. El programa electoral denominado *timbreo* ha sido una dimensión que caracterizó a la gestión de PRO en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y asimismo a las medidas de campaña pertenecientes a la elección 2015. Al respecto, un operador del área de comunicación de la fuerza política recuerda que la

potencia de Macri en las conversaciones privadas -incluidas las que tenía en sus timbreos por los barrios porteños como Jefe de Gobierno- fue una de las razones que hicieron despegar el programa "mano a mano" (la larga serie de visitas a casas de familias en todo el país) y lo convirtieron en el arma principal de la búsqueda de cercanía del candidato con la gente, que aún lo percibía algo lejano e indescifrable (Iglesias IIIa, 2016: 20).

La unidad focal aprehende, a un mismo tiempo, un cuadro de propaganda integral y una acción específica, los cuales materializan el sentido de la puesta

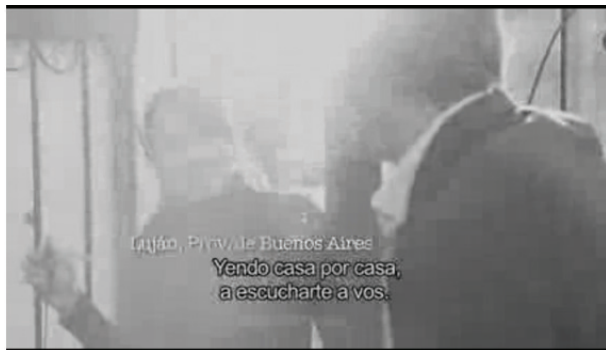


Figura 1. Prensa PRO/Cambiamos,
El camino del cambio empezó hace tiempo [00:05] (2015a)



Figura 2. Prensa PRO/Cambiamos,
El camino del cambio empezó hace tiempo [00:06] (2015a)

rencial en su sitio de referencia, sino que, no obstante la intrusión de la luz e, incluso, por ello mismo, su información visual consiste en una duplicación de los

en escena del conjunto de la pieza audiovisual. El cuadro lo constituye la exposición de un precandidato inmediato a las necesidades comunitarias aún insatisfechas, por entonces asociado, por un sector de la sociedad, a su pasado en el ámbito empresarial y a los aspectos más rancios de la política argentina; y la acción remite a la operación de activar el timbre sin mediar el acompañamiento de asesores de comunicación política. El minimalismo de los elementos que conforman la diégesis de la imagen contrasta con las representaciones habituales de líderes que dirigen sus mensajes, desde la altura de un estrado, hacia concurrentes ubicados en un área dispuesta en la superficie.

Tal como aseguró luego de la obtención, en la jornada de las PASO, de la representación nacional de Cambiemos, Macri ensalza el curso de las visitas

argumental que involucra a 1) Macri, 2) encuentro con la gente y, 3) en sus respectivos ámbitos de vivienda o laborales, el cual ha sido rodado en un único plano que incluye los dos factores esenciales de este acercamiento. La llegada del precandidato de PRO, desprovisto de todo signo de sesgo partidario, hacia el vano de acceso de una casa ubicada en Mar del Plata, y el instante esencial en el cual el timbre es activado, dando inicio al contacto con los ciudadanos, constituyen las líneas argumentales que se exhiben en el plano, las cuales son reforzadas por la voz del binomio en posición *over* -es decir fuera del cuadro de la imagen- cuando asegura que no se requiere la realización de grandes actos para atender a los reclamos ciudadanos.

El texto verbal que atraviesa al conjunto del *spot* es enunciado por Macri y Michetti que, de modo alternativo, indican que:



Figura 3. Prensa PRO/Cambiemos,
El camino del cambio empezó hace tiempo [00:09] (2015a)

efectuadas a ciudadanos en sus domicilios: "Aprendí mucho visitando cada hogar, donde me abrieron sus puertas y me enseñaron el país desde sus ojos y la diversidad" (s/a, 2015b). El traspaso de esta afirmación hacia un registro audiovisual recupera una línea

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/Cambiemos, 2015a).

La alusión a los actos, los bombos y las caravanas coincide, en el orden del *spot*, con la exposición de nuestra muestra de observación, la cual presenta, en relación a dicho enunciado, una información visual

ciertamente contrapuesta al reconocimiento mayormente adjudicado a la clase dirigente: 1) la presencia de Macri, 2) activando el timbre de una vivienda, no ostenta ninguna especificidad política/electoral. El suceso -acercamiento entre sociedad de representados y representantes- y la acción que lo inicia han sido registrados en un único plano, debido al grado de implicación que la pulsación del llamador determina sobre la estrategia discursiva de PRO. En efecto, la instalación de la imagen de un candidato natural al siglo XXI, desaprensivo de las tradicionales estructuras partidarias, se reconoce en el plano examinado a propósito de la siguiente mención: “el secreto del «mano a mano», según me contaron después, era que esas situaciones fueran *lo más reales posible*, que no estuvieran guionadas y tuvieran una *mínima interferencia de cámaras*” (Iglesias Illa, 2016: 20. *Itálicas añadidas*). Es en este sentido que PRO ha reducido la inclusión de focalizadores externos (Casetti y di Chio, 2014) que develasen su presencia.

La siguiente muestra de observación antecede a la figura 3 en una fracción de tiempo inferior a dos segundos, y corresponde al instante en el cual el operador de la cámara atiende a la focal del aparato tecnológico [Figura 4]. En esta imagen se aprecia que el cuerpo del precandidato, el timbre que éste acciona y la puerta frente a la cual aguarda han sido registrados fuera de foco, es decir, sin contornos definidos y ningún grado de nitidez. En los segundos siguientes, la información visual que contiene este plano adquiere ambas condiciones, tal como se reconoce en la figura 3, debido a la corrección de la focal del dispositivo de filmación.

La inclusión en el *spot* de este arreglo tecnológico operado por quien conduce la cámara, remite a la bús-

queda de la verosimilitud con la que PRO construye el discurso de sus imágenes de uso electoral. De modo

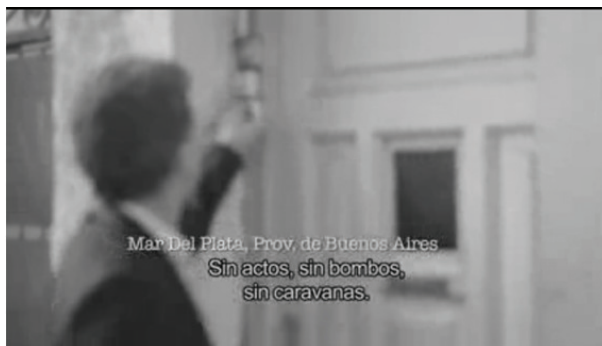


Figura 4. Prensa PRO/Cambiamos,
El camino del cambio empezó hace tiempo [00:07] (2015a)

que ya no resulta suficiente coordinar encuentros con ciudadanos dispuestos a recibir la visita de Macri, cuyas características resultan opuestas a la pauta de diseño de mitines de orden tradicional realizados en clubes, teatros o grandes auditorios. La gramática de diseño de la fuerza política incorpora en sus anuncios aquellos planos que, debido a una serie de desaciertos, usualmente son recortados en la instancia de producción/edición, con objeto de recuperar *la veracidad* de aquello que la cámara registra incluso *a su pesar*.

En la misma línea argumental que la teoría de Bazin, para quien las “imperfecciones [de una producción audiovisual] patentizan su autenticidad” (2008b: 50), la inclusión que PRO efectuó en el *spot*, en las dos situaciones examinadas —desajuste del foco de filmación y su posterior corrección— pareciera sugerir al espectador que *la situación que registró remite a lo real, por lo que no es posible sino mostrarla incluso si desborda al artificio de filmación*.

MONTAJE INTERDICTO

El anuncio titulado *Una y mil veces, gracias por invitarme* (00:35) compone un programa narrativo que expone una situación semejante en siete de los ocho planos que lo integran -el octavo corresponde a la imagen de cierre, por lo que no será examinado en este apartado. En ellos, Macri es recibido en domicilios y sitios de trabajo ubicados en localidades de las provincias de Chaco, Buenos Aires, Entre Ríos y Neuquén. La estructura de los siete planos replica la llegada y el recibimiento a Macri, desprovisto de acompañantes y caravanas de adherentes a su propuesta electoral, y sujeto a la cordialidad que caracteriza a los encuentros informales entre grupos de amigos. Las siete visitas efectuadas por el conductor de PRO han sido registradas, cada una de ellas, a través de un único plano, el cual muestra el instante decisivo que inaugura tales encuentros. En efecto, el contacto corporal que se establece por intermedio del saludo entre los actantes político y civil ha sido expuesto en los breves segundos en los que se extienden cada uno de los planos. Por tanto, el análisis de uno de ellos dará cuenta del conjunto al cual pertenece, formando un sistema con el *spot* anteriormente reconocido.

En la localidad chaqueña de Roque Sáenz Peña, Ayelén invita a Macri a ingresar a su casa [Figura 5] en lo que se comprende una acción posterior al toque de timbre examinado en el apartado precedente. La gramática de producción consiste en la exhibición de un acercamiento no reglado a la presencia del artefacto de filmación, el cual adopta una posición en grado neutro a la vez que no es descubierto por el eje de la mirada de los protagonistas. De este modo, el contacto que inicia la visita pareciera ocurrir de la misma

manera y en una idéntica proporción incluso si el espectador *no estuviese observando la escena*.

En efecto, la ubicación de la cámara simula *no marcar* al texto audiovisual que registra, a la vez que la gramática de producción del aviso recurrió a la técnica que Bazin (2008c) denominó montaje prohibido. Dicha



Figura 5. Prensa PRO/Cambiamos, *Una y mil veces, gracias por invitarme* [00:02] (2015b)

norma determina la prohibición de montar dos planos en los cuales el suceso de la acción depende de la contigüidad física de los actantes y de la implicación que acontece en su relación. Por tanto, si los encuentros entre sociedad política y sociedad civil podrían filmarse a través de una serie de planos que, en su conjunto, conformasen una escena, el diseño de PRO ha recurrido a la exposición de Macri y, en este caso, de Ayelén, a través de un único plano debido a que 1) la exposición de los cuerpos del precandidato y de la joven figurante establecen la contigüidad de la acción y, 2) la llegada del primero y el recibimiento ciudadano se hallan implicados en la resolución de la trama argumental dispuesta en la instancia de producción. La reconfiguración de la imagen de Macri, asociado por un sector social a la política tradicional, hacia un

precandidato carente de sus vicios y prácticas más cuestionables, ha sido instrumentada bajo la concepción de que el tipo de plano que estructura nuestra muestra de observación acaso ocultaría la intervención de PRO/Cambios en tanto sujeto impersonal de la enunciación.

En relación a la técnica cinematográfica, la misma escena podría filmarse por intermedio del modelo denominado montaje alterno, el cual consiste en la exposición alternada de al menos dos cadenas de imágenes que acontecen en un mismo orden temporal, lo cual permite entrecruzar/unir sus relatos en el curso de la trama (ejemplo: plano cadena A, seguido de plano cadena B, seguido de plano cadena A). De este modo, Macri y Ayelén podrían protagonizar cada una de las series que el montaje alternaría en la escena siguiente:

- Plano nº 1: Macri se ubica frente al domicilio.
- Plano nº 2: Ayelén se dirige hacia la puerta.
- Plano nº 3: Macri aguarda su llegada.
- Plano nº 4: Ayelén abre la puerta y se produce el encuentro con Macri.

La información diegética del *spot* así filmado no variaría su estatuto ontológico, debido a que se replicarían los cuerpos del precandidato y de la joven chaqueña, el vano de acceso al domicilio y el encuentro cordial entre los protagonistas. Sin embargo, en virtud de la lógica de producción que privilegia la continuidad narrativa, en este caso, en el orden de la percepción visual que efectuaría el espectador, la utilización del montaje se torna un método interdicto.

Nuestra última unidad de reconocimiento se titula *Con Graciela en Avellaneda* (00:35) y, debido a su naturaleza en el orden de la técnica y del relato, se asemeja al ejemplo anteriormente examinado. El *spot* se desarrolla en un comedor ubicado en la ciudad bonaerense de Avellaneda, en el cual Macri escucha el enunciado de Graciela [Figura 6]. Los elementos visuales que connotan el encuentro consisten en un porta lámparas con forma de flor y un juego de mate, los cuales indican la sencillez en la que sucede la conversación, y un paratexto dispuesto en profundidad de campo compuesto por los términos *Bienvenidos* y -debido al mal estado de conservación de las estructuras edilicias- las letras *dor*, con seguridad incluidas en la palabra *Comedor*. Sentados alrededor de una mesa, Macri y Graciela muestran no percibir la presencia del registro de filmación.

De modo que si el anuncio de PRO procura la muestra de *lo real*, también incorpora a tal efecto una técnica que, debido a su misma implementación, haría que la fuerza política no alcanzara aquel cometido, debido a la “conversión de lo real en discurso por la cámara”



Figura 6. Prensa PRO/Cambios, *Con Graciela en Avellaneda* [00:03] (2015c)

LA PROFUNDIDAD DE CAMPO AUDIOVISUAL

(Machado, 2007: 186) La exposición de *lo real*, por entero, resulta inaccesible para todo acto de lenguaje, por lo que la naturaleza del registro cinematográfico necesariamente debe reordenarlo.

En la muestra de observación se reconoce, entonces, la puesta en valor de la estrategia electoral de PRO, sustanciada en la exhibición de un dirigente interesado en la resolución de las dificultades que atraviesan vastos sectores de la Argentina, y por tanto cercano y comprensivo a sus demandas y, asimismo, la presunta exposición, en el anuncio televisivo, de *lo real* en su propia y no mediatizada manifestación. Sin embargo, distintos estudios de enunciación fílmica indican que “el cine narrativo intenta transformar el *espacio* (más o menos indiferenciado, simple resultado de las propiedades miméticas básicas del aparato fílmico) en *lugar*, es decir, un espacio vectorizado, estructurado, organizado según la ficción que se desarrolla” (Aumont y Marie, 1993: 189. La letra itálica pertenece al texto original).

En la antesala de la culminación de la campaña electoral concerniente a la instancia de votación en la cual el aviso fue difundido, Macri señaló en un acto público, desarrollado en el municipio bonaerense de Vicente López, que “Nosotros no somos los protagonistas, sino cada uno de ustedes” (s/a, 2015c). El enunciado no sólo explicita el privilegio del uso de la palabra que PRO concedió a la voz de los figurantes de sus anuncios audiovisuales, sino además el intento para disimular su presencia en tanto aparato productor (Betetini, 1996) de las imágenes, -y por tanto reproductor de la realidad- debido a que el colectivo *nosotros* no se constituiría como protagonista del esquema narrativo del *spot*, sino que, por el contrario, sobre la entidad *ellos* reside dicho privilegio. Esta medida sólo habría de alcanzarse a través de la implementación de técnicas cinematográficas que intentasen transparentar la gramática de producción de la serie de anuncios.

La obra de Bazin, acerca de la reproducción tecno-

lógica de la ambigüedad que caracteriza al mundo real, aporta una valuación teórica pertinente -a los objetivos de PRO- acerca de la profundidad de campo, en tanto constituye un vehículo para trasladar dicha condición al universo de la representación. La figura 6 de nuestro estudio da cuenta de su utilización, debido a que, como señalan Jacques Aumont et al., para Bazin, la profundidad de campo “se utiliza tanto para producir efectos de montaje -por ejemplo, al yuxtaponer en una misma imagen dos escenas representadas de modos relativamente heterogéneos- como para exponer «en igualdad» todos los elementos de la representación” (1995: 81). En este sentido, Bazin propone “devolver al film el sentido de la ambigüedad de lo real” (2008d: 96), para lo cual entiende que la profundidad de campo constituye la técnica que mejor traslada, al ámbito de la pantalla, las estructuras audiovisuales que registra.

La imagen seleccionada presenta un espacio fragmentado en su topografía y homogéneo en cuanto a los elementos que lo integran. Más acá de dicha división, dispuesta por la mesada, cubierta con un mantel color verde y ubicada tras los cuerpos de Macri y de Graciela, el fragmento espacial próximo al lente de la cámara confiere unidad temática a la representación del precandidato en calidad equivalente a la sociedad de representados. Al igual que ésta, el conductor de PRO comparte sus usos y costumbres, representados a través de la ronda compartida de mates y la práctica de la conversación asentada alrededor de una mesa sin mayores signos de ostentación. Por detrás de la mesada se dispuso la información que ancla el sentido de la escena y que asimismo fija coordenadas espaciales que sitúan al espectador en el orden de la trama. En efecto, el paratexto lingüístico [Bienvenidos y (come)dor] determina que Macri reúne su atención en los sectores económicamente más postergados, a los cuales atiende y presta su escucha, de modo que el aviso registra las palabras de Graciela y la corta

respuesta del precandidato, cuando aseguran que:

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/Cambiemos] y que tengas muchos éxitos. [Macri]: Gracias. Gracias [sic] (Prensa PRO/Cambiemos, 2015c).

A continuación, el aviso culmina con una voz en posición *over* y la incorporación de rótulos lingüísticos como el siguiente: *Todos tenemos mucho para dar*. La utilización de la profundidad de campo ha sido instrumentada en relación a la concepción de Bazin (restitución de la percepción de la continuidad espacio/temporal del mundo al cual se referencia), de modo de representar técnicamente un encuentro efectivamente sucedido en el contexto preelectoral, aunque sin las prácticas acaso más radicadas en el ámbito de la política partidaria. A través de la información significativa que muestra dicho plano, PRO no sólo presenta una figura de Macri despojada de intereses sectoriales, sino que simula la no intervención de las estructuras dispuestas en el espacio representado. De este modo, la ubicación de la cámara de filmación y el tipo de plano seleccionado sugieren al espectador que el encuentro acontecido en la localidad de Avellaneda constituye una narración que desconoce la fuente de origen de su propio enunciado. Sin embargo, en razón de que "El universo representado en la pantalla ya no es un paisaje abierto, impersonal e indeterminado. Compuesto en el interior del encuadre (...) el universo se transforma en objeto dotado de sentido" (Machado, 2009: 26), el sujeto impersonal ha dejado sus marcas sobre la superficie textual de sus producciones.

CONSIDERACIONES

Cuando Hernán Iglesias Illa aseguró que "Para que sea creíble, las recorridas de los candidatos tienen que ser reales, y *no hay nada menos real* que un político embarrándose los mocasines rodeado de un séquito de treinta asesores y treinta periodistas" (2016: 55. *Itálicas añadidas*) estaba ofreciendo la base sobre la cual creemos que debían examinarse los anuncios electorales. En el cuerpo del trabajo hemos transcrito otra cita del autor, en la cual señala la interferencia del aparato tecnológico que PRO debía reducir, con objeto de presentar a los espectadores una narrativa, ya no sólo verosímil, sino verdadera (Metz, 2002) acerca de la presencia de Macri junto a la sociedad civil. Estas aproximaciones preliminares de quien se desempeñara en el área de comunicación electoral de PRO brindaba una oportunidad para examinar las imágenes técnicas en razón de su indicialidad (Peirce, 1974). Por tal motivo, se conformó un entramado conceptual que recuperase la lógica del *index*, y la imposibilidad de sustitución del objeto dinámico peirciano. La articulación en nuestro estudio de los autores citados, entonces, se define en relación a los esfuerzos vanos de PRO por duplicar en sus anuncios el universo referencial.

La valorización de la exposición de *la realidad* a través de técnicas examinadas en la obra de Bazin, ocultando la puesta en escena que en verdad ha determinado a los anuncios de PRO, se debió a que el partido político montó una planificación electoral en tres etapas sucesivas, correspondientes a las tres jornadas de elección: 1) en las PASO se dispuso la presentación audiovisual de los precandidatos, 2) en la primera jornada de elección se privilegió la exposición de las propuestas de gestión y, 3) durante el balotaje se manifestó el pedido del voto ciudadano. Es decir, en términos de nuestro análisis, que cuando Macri y Michetti dirigieron sus miradas hacia el lente de la cámara -en los avisos difundidos en el balotaje-

establecieron un régimen de contacto directo con el electorado, al cual le solicitaron su aprobación [Figura 7]. Y así como las propuestas –cuya circulación remitió a la primera vuelta– fueron diseñadas a través de recursos del orden de los sobreimpresos en la pantalla, los cuales refuerzan los enunciados de los candidatos y, asimismo, develan la presencia del sujeto impersonal de la enunciación [Figura 8], en las PASO, por el contrario, la gramática de producción de los *spots* radicó en la exposición de la veracidad que marcaron los encuentros entre los precandidatos y la sociedad, para lo cual las técnicas de registro audiovisual debían conducir hacia el estrechamiento de la distancia que opera entre los signos y sus objetos. La máxima del cine documental que indica que “nadie puede saltar por encima de la sombra de su propia subjetividad” (Doelker, 1982: 74), se aplica con mayor rigor hacia el género de unidades que examinamos.

La inclusión de los desajustes técnicos de registro, ilustrados en las imágenes iniciales de nuestro estudio [Figuras 1 y 4], la recuperación de la concepción del montaje prohibido [Figura 5] y, en mayor medida, la profundidad de campo que focaliza con nitidez, por ejemplo, elementos dispuestos en una posición más alejada con respecto a los protagonistas [Figura 6], constituyen, en verdad, una serie de determinaciones ideológicas implementadas al servicio de los objetivos electorales de PRO. En este sentido, como aseguró Jean-Luis Comolli desde la revista *Cahiers du cinéma* (2010), las técnicas de registro audiovisuales

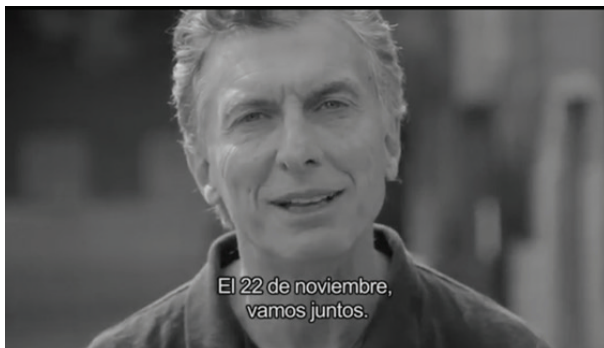


Figura 7. Prensa PRO/Cambiemos, *Tenemos la oportunidad de que la política mejore la vida de la gente* [00:40] (2015d)

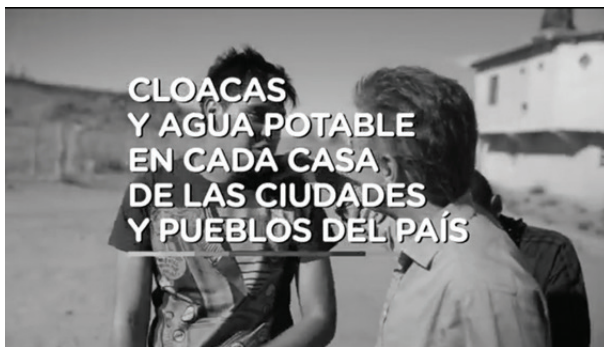


Figura 8. Prensa PRO/Cambiemos, *Agua potable y cloacas en todo el país* [00:04] (2015e)

reciben vertimientos de una determinada concepción ideológica, por lo que no es posible asumirlas con carácter neutral, tal como si estuviesen *simplemente allí* para su utilización cinematográfica. La profundidad de campo, por tanto, constituye una consecuencia, un producto natural de un *hacer filmico* y de ninguna manera, la causa que lo motiva y antecede:

Lo que se juega en la profundidad de campo, lo que se juega en la historicidad de la técnica, son los códigos y los modos de producción del “realismo”, la transmisión, la prórroga o la transformación de los sistemas ideológicos del reconocimiento, la especularidad, la verosimilitud (Comolli, 2010: 240).

Los avisos seleccionados dan cuenta de esta situación. La estrategia proselitista de la fuerza presidida por Macri dispuesta para las PASO, consistió en la instalación y posicionamiento de su máximo referente vinculado a las mismas prácticas y usos de la sociedad a la cual solicita su consentimiento electoral. Es en este sentido que la invocación a la *lógica del index* resulta sustancial para establecer una equivalencia no sólo discursiva sino también visual entre Macri y los ciudadanos que lo reciben en sus casas. Para ello, PRO recupera un debate suscitado con insistencia hacia la década de 1970, el cual consiste en la transparencia-ocultación manifiesta del artificio de filmación-u opacidad-marcada insistencia del aparato técnico en calidad de constructor de las imágenes- del discurso audiovisual (Xavier, 2008). Dicho de otro modo, la exposición de la veracidad, y no tan sólo de lo verosímil ha constituido el vector ideológico sobre el cual el partido político ha diseñado sus avisos difundidos en las PASO, haciendo uso de técnicas de registro que Bazin reseña como garantes de su célebre impresión de realidad.

El programa argumental de los *spots* de la fuerza política ha consistido en la reconfiguración de la imagen de su candidato presidencial, el cual ha formado un sistema con una serie de textos verbales que el precandidato enunció en reiterados actos públicos como, por caso, las dos siguientes intervenciones: “Los verdaderos héroes no son un pequeño grupo de iluminados. Sos vos, vos, vos, [sic] los que vamos a hacer que este país salga adelante” (Rosemberg, 2015); “A Juan, de la pollajería, le hubiera gustado tomarse

una semana de vacaciones pero no puede porque tiene que seguir pagando el alquiler. Él quiere, con lo que trabaja, tener la posibilidad de comprarse su casa propia pero la inflación lo complica todo” (s/a, 2015a). La discursividad verbal de PRO, hacia el interior de Cambiemos, ha sido suficientemente examinada en trabajos que preceden a nuestra investigación, por lo que no es necesario reproducirla aquí. Creemos, sin embargo, que dicha discursividad resulta subsidiaria de las representaciones audiovisuales desde las cuales ha sido pronunciada, y que asimismo las unidades que han sido examinadas en nuestro trabajo constituyen una muestra pertinente del corpus de análisis al que pertenecen.

PRO ha procurado neutralizar la discontinuidad de las imágenes indiciales de uso electoral con objeto de presentar un esquema equivalente a la continuidad natural al mundo que sirve de referencia a la utilización ideológica de las técnicas fílmicas examinadas. En este sentido, la aplicación del modelo de Bazin acerca del montaje prohibido a nuestro objeto de estudio resulta subsidiaria de su incorporación hacia “consideraciones más amplias, partiendo siempre de la hipótesis de que nuestra experiencia natural corresponde a la percepción continua y sin lagunas” (Xavier, 2008: 115). En efecto, la percepción espectral acerca de los timbres adquiere, de acuerdo a la lógica de producción de PRO, una credibilidad en proporción inversa a la utilización de técnicas y recursos de composición tecnológicos que marcan con mayor énfasis la presencia de sujeto impersonal de la enunciación, tales como planos aéreos, sonido en posición *over* -equivale al sonido que no pertenece al mundo representado- y el *découpage* clásico -el cual consiste en la sucesión de imágenes que, aun dando cuenta de una misma situación (por ejemplo, un diálogo entre dos personajes), muestran un aspecto diferente, a

través de segmentos y reunificaciones.⁵ En este punto del análisis creemos oportuno fijar la posición de los autores agrupados en *Cahiers du cinéma*, tal el caso de Comolli, contraria al entendimiento de la profundidad de campo como técnica supletoria de reproducción de *lo real*, debido a que, asegura el autor, aquella "es trabajada dramáticamente" (Comolli, 2010: 223), por lo cual se trata de un "medio de producción de un espacio complejo, fragmentado, donde la perspectiva ya no desempeña su función unificadora, vinculante, y contribuye en cambio a despegar los planos unos de otros, a oponerlos" (Comolli, 2010: 236).⁶ El espacio exhibido en la figura 6 se muestra, a la luz de la obra de Comolli, contrario a la gramática de diseño de PRO, debido a que, en verdad, tanto los objetos dispuestos sobre la mesa como aquellos ubicados sobre el fondo de la representación -paratextos lingüísticos, revestimientos edilicios en mal estado de conservación- aportan informaciones a la trama del anuncio, las cuales han sido configuradas, a través de su posición axial en el encuadre, en la instancia de producción. Lo mismo puede afirmarse con respecto a la inclusión de planos en los cuales el contorno de los elementos que

establecen la información visual no presenta nitidez.

De manera que cuando *lo real* se torna inaprensible, sólo resta, al campo de la investigación de la comunicación, diseccionar un proceso audiovisual que simula lo contrario.

BIBLIOGRAFÍA

- Aumont, J. y Marie, M. (1993). *Análisis del film*. Barcelona: Paidós.
- Aumont, J., Bergala, A., Marie, M. y Vernet, M. (1995). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós.
- Bazin, A. (2008a). El mito del cine total. En *¿Qué es el cine?* (pp.33-39). Madrid: Ediciones RIALP.
- Bazin, A. (2008b). El cine y la exploración. En *¿Qué es el cine?* (pp.41-51). Madrid: Ediciones RIALP.
- Bazin, A. (2008c). Montaje prohibido. En *¿Qué es el cine?* (pp.67-80). Madrid: Ediciones RIALP.
- Bazin, A. (2008d). La evolución del lenguaje cinematográfico. En *¿Qué es el cine?* (pp.81-100). Madrid: Ediciones RIALP.
- Betteini, G. (1996). *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva*. Madrid: Cátedra.
- Bourriaud, N. (2008). *Estética relacional*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.
- Casetti, F. y di Chio, F. (2014). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Comolli, J.-L. (2010). Técnica e ideología (1971-1972). En *Cine contra espectáculo seguido de Técnica e ideología* (pp.137-268). Buenos Aires: Manantial.
- Doelker, C. (1982). Realidad documental. En *La realidad manipulada. Radio, Televisión, Cine, Prensa*. pp. (71-97). Barcelona: Gustavo Gili.
- Gaudreault, A. y Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Barcelona: Paidós.
- Iglesias Illa, H. (2016). *Cambiamos. Mauricio Macri presidente. Día a día, la campaña por dentro*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Machado, A. (2007). El film ensayo. En La Ferla, J. (Comp.), *El medio es el diseño audiovisual* (pp.183-191). Bogotá: Universidad de Caldas.
- Machado, A. (2009). El sujeto en el cine. En *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción*

5 La función del *découpage* clásico ha sido justamente ocultar la discontinuidad espacio/temporal de las imágenes que componen, por caso, una escena filmada en campo/contracampo. El ejemplo clásico consiste en un diálogo entre dos personajes dispuestos *frente a frente*, para lo cual la cámara registra primero el rostro del actante que habla, y luego el rostro de aquel que lo escucha.

6 La producción de los avisos de PRO ha recuperado un debate esencial a la teoría de la enunciación fílmica de la década de 1970. Por tal motivo, hemos inscripto nuestra posición hacia el interior de dicho ámbito, en relación a la obra de Comolli, teórico impostergable de la revista *Cahiers du cinéma*. Esta medida no significa que desconozcamos los estudios focalizados en la instancia de recepción, surgidos con fuerza en la década de 1980, sino que hemos optado por contraponer la estrategia discursiva de PRO en el seno del campo de análisis desde el cual aquella ha sido diseñada.

- (pp. 9-119). Barcelona: Editorial Gedisa.
- Metz, C. (2002). 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 1* (pp.251-265). Barcelona: Paidós.
 - Metz, C. (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). [Texto original publicado en: *L'énunciation impersonnelle ou le site du film*. Paris: Meridiens Klincksieck, 1991].
 - Peirce, C. S. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
 - Prensa PRO/Cambiamos. (2015a). *El camino del cambio empezó hace tiempo* [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/oO0gfk1LeXc>
 - Prensa PRO/Cambiamos. (2015b). *Una y mil veces, gracias por invitarme* [Archivo de video]. Recuperado de https://youtu.be/JgL_Wo2eCu4
 - Prensa PRO/Cambiamos. (2015c). *Con Graciela en Avellaneda* [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/rQhEvKyOPus>
 - Prensa PRO/Cambiamos. (2015d). *Tenemos la oportunidad de que la política mejore la vida de la gente* [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/UH9GKcW9Fxs>
 - Prensa PRO/Cambiamos. (2015e). *Agua potable y cloacas en todo el país* [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/FF0oB9h-3LE>
 - Rosenberg, J. (20 noviembre, 2015) Macri. Apelaciones al cambio en un colorido cierre en Humahuaca. *La Nación*, p. 7.
 - (s/a). (29 julio, 2015a). Macri: "Scioli cree que quien gobierna es dueño del Estado". *El Día*. Recuperado de <https://www.eldia.com/nota/2015-7-29-macri-scioli-cree-que-quien-gobierna-es-dueno-del-estado>
 - (s/a). (10 agosto, 2015b). Macri. "Juntos y unidos somos más". *El Día*, segunda edición, p. 13.
 - (s/a). (7 agosto, 2015c). Macri, por un "gobierno de sueños, no de pesadillas". *El Día*. Recuperado de <https://www.eldia.com/nota/2015-8-7-macri-por-un-gobierno-de-suenos-no-de-pesadillas>
 - Traversa, O. y 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 Traversa, O. (Comp.), *Cuerpos de papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970* (pp.161-179). Buenos Aires: Santiago Arcos editor.
 - Verón, E. (2003). *Está allí, lo veo, me habla* (Apunte de cátedra, Comunicación y Cultura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata) [Texto original publicado en: *Communications* N°38 "Enonciation et cinéma", París: 1983. Traducción de Sergio Moyinedo para cátedra Comunicación y Cultura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina].
 - Vommaro, G.; Morresi, S. y Bellotti, A. (2015). *Mundo PRO. Anatomía de un partido fabricado para ganar*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Planeta.
 - Xavier, I. (2008). *El Discurso cinematográfico: la opacidad y la transparencia*. Buenos Aires: Manantial.
 - Ynoub, R. (2013). *Sobre modelos conjeturas y predicciones en el proceso de la investigación* (Apunte de cátedra. Metodología de la Investigación, Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata).

DATOS DEL AUTOR

Mariano Cicowiez

Argentino.

Doctorando en Artes por la Universidad Nacional de La Plata.
Magíster en Estética y Teoría de las Artes por la Universidad Nacional de La Plata. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata. Becario doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Afiliación Institucional: Universidad Nacional de La Plata. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Argentina.

Área de especialidad: Imágenes técnicas de uso electoral.

E-mail: marianocicowiez@yahoo.com.ar

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

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Cicowiez, Mariano. "Estudio de imágenes de campaña de PRO: ¿propaganda o realidad?" en *La Trama de la Comunicación*, Vol. 25 Número 1, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, enero a junio de 2021m p. ISSN 1668-5628 – ISSN 2314-2634 (en línea).

RECIBIDO: 18/05/2020

ACEPTADO: 14/09/2020