



Revista de Investigación del Departamento de  
Humanidades y Ciencias Sociales

ISSN: 2250-8139

rihumsoeditor@unlam.edu.ar

Universidad Nacional de La Matanza  
Argentina

Benedetto, Facundo

El Movimiento Evita y el uso de rostros como manifestación de demandas en Instagram

Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y  
Ciencias Sociales, núm. 23, 2023, Mayo-Noviembre, pp. 25-46

Universidad Nacional de La Matanza  
Argentina

DOI: <https://doi.org/10.54789/rihumso.23.12.23.2>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=581974910002>

- ▶ [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



El Movimiento Evita y el uso de rostros como manifestación de demandas en Instagram

Facundo Benedetto

Ensayo

## **El Movimiento Evita y el uso de rostros como manifestación de demandas en Instagram**

Facundo Benedetto <sup>1</sup>

Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM)

Argentina

Trabajo original autorizado para su primera publicación en la Revista RIHUMSO y su difusión y publicación electrónica a través de diversos portales científicos

Facundo Benedetto (2023) "El Movimiento Evita y el uso de rostros como manifestación de demandas en Instagram". En: RIHUMSO n° 23, año 12, (15 de Mayo de 2023 al 14 de Noviembre de 2023) pp. 25-46. ISSN 2250-8139. <https://doi.org/10.54789/rihumso.23.12.23.2>

Recibido: 08.06.2022

Aceptado: 25.02.2023

### **Resumen**

El presente trabajo analiza la manera en que el Movimiento Evita, en tanto organización política popular, utiliza rostros en su perfil de Instagram para darle relevancia a diferentes problemáticas, ya sea para mostrar una demanda a través de sus víctimas o para compartir imágenes de personajes que condensen sus postulados ideológicos. En base al análisis de rostros que figuran las víctimas de femicidios, las muertes por COVID-19 en comedores sociocomunitarios o las referencias políticas, se reflexiona en

---

<sup>1</sup> Docente. Becario del programa Formando UNLaM edición 2022. E-mail: [facundo.benedetto@gmail.com](mailto:facundo.benedetto@gmail.com) ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9312-1204>

torno a la manera en que la organización se postula a sí misma como la representación de las personas más desfavorecidas económica y socialmente. El análisis arroja como resultados que la publicación de rostros tiene el objetivo de explicitar que detrás de lo que se pide hay ciudadanos comunes, mientras se explicitan liderazgos y problemáticas de sectores socioeconómicamente desfavorecidos y víctimas de violencia de género, otorgando identidad a cada problemática.

**Palabras clave:** Instagram; rostros; comunicación política.

### **Abstract**

#### THE EVITA MOVEMENT AND THE USE OF FACES AS A MANIFESTATION OF DEMANDS ON INSTAGRAM

The present work analyzes the way in which the Evita Movement, as a popular political organization, uses faces on its Instagram profile to give relevance to different problems, either to show a demand through its victims or to share images of characters that condense their ideological postulates. From the analysis of faces where victims of femicides, deceased by COVID-19 in socio-community eateries or political references appear, it reflects on the way in which the organization postulates itself as the representation of the most economically and socially disadvantaged people. The results of the analysis is that the publication of faces has the objective of explaining that behind what is requested there are ordinary citizens, while the leadership and problems of socioeconomically disadvantaged sectors and victims of gender violence is explicitied giving identity to each problem.

**Key words:** Instagram; faces; political communication.

### **Introducción**

Como afirmó Jacques Rancière (1996), la política requiere del desacuerdo para existir. Este desacuerdo implica la existencia de partes que basen su diálogo en la disidencia y que propongan una diferencia en cuanto a sus pretensiones. En este punto, se entiende que las redes sociales -si bien están atravesadas por las condiciones técnicas de su programación que hacen que las posibilidades de acción dentro de sí tengan limitaciones- pueden erigirse como un espacio propicio para la exposición de estos desacuerdos que hacen a la discusión pública.

El presente trabajo, que aborda la utilización de Imágenes en la plataforma Instagram, se enmarca en los estudios de la cultura visual contemporánea, que presupone que las

vidas en la actualidad se desarrollan en y entre pantallas, y propone alejar la atención investigativa de escenarios estructurados para centrarse en la experiencia visual de la vida cotidiana (Mirzoeff, 2003). Es mediante esta perspectiva que se propone hacer foco en los acontecimientos visuales en los que los consumidores (o usuarios) buscan información, significados o placeres en conexión con la tecnología visual (que Mirzoeff entiende como aparatos diseñados para ser observados o aumentar la visión).

Se entiende que el mundo adoptó una visión de mundo más orientada a lo gráfico que a lo textual, lo que dio lugar a lo que W. J. T. Mitchell (2009) denominó *Teoría de la imagen* y que va en línea con lo postulado por Mirzoeff. Al respecto, el historiador del arte estadounidense denomina a este proceso *giro pictorial*, que supone que una cultura dominada por imágenes se convirtió en una posibilidad técnica real en todo el mundo, a la vez que entiende que lo textual no alcanza para explicar la experiencia visual. En virtud de esto es que sugiere que se necesita una crítica de la cultura visual que pueda reflexionar sobre el poder de las imágenes, discriminando entre la variedad y la especificidad histórica de sus usos (Mitchell, 2009).

Si bien la cultura visual se basa en el estudio de la cotidianeidad -con relación a imágenes- desde el plano del consumidor, no deja de reconocerse que lo visual se ejercita de manera colectiva, por lo cual el productor también está incluido en su dinámica de funcionamiento. Se trata, en definitiva, de estudiar la tendencia a visualizar o plasmar en imágenes la existencia, teniendo en cuenta que los signos son altamente contingentes y pueden comprenderse únicamente en su contexto histórico. Es decir, no existen signos puros desligados de su tiempo y su lugar (Mirzoeff, 2003).

Partiendo de estos preceptos, en los próximos apartados se hará un recorrido teórico al respecto del lugar de las imágenes dentro de la política y se puntualizará en el caso de los rostros, ya sean fotografías (que pueden integrar montajes) o ilustraciones, que publica la agrupación política Movimiento Evita<sup>2</sup> en su perfil de Instagram a nivel nacional y cómo, a través de estas, se vehiculizan demandas que tienen que ver con la visibilización de las problemáticas de aquellos que, volviendo a conceptos de Rancière, *no tienen parte*.

---

<sup>2</sup> El Movimiento Evita es una agrupación política argentina que se reconoce como un movimiento social alineado ideológicamente con el Peronismo. Surgió como una expresión política del campo popular y con fuerte arraigo en el conurbano bonaerense luego de la crisis política, social y económica de 2001. Se posiciona como una representación de sectores marginados, desocupados, mujeres y disidencias sexuales.

## Política e imágenes

La historia de la comunicación política está plagada de ejemplos que dan cuenta de que las imágenes cumplen un papel central en la conformación de los relatos que sostienen cada mensaje con contenido ideológico. Entre ellas, se pueden encontrar iconografías orientadas a una acción, que puede ser tanto el reconocimiento de los personajes involucrados, la jerarquización de una demanda o la promoción de una actitud. Su importancia puede notarse desde su lugar para mostrar la fortaleza del Estado (Bredenkamp, 2000) o para inducir a la población (que puede tener forma de *audiencia*) a tomar una postura determinada (Ginzburg, 2003).

Las imágenes intervienen el debate público y, ya sean conformadas desde un plano artísticos o testimonial (lo que, a priori, no descarta tener características propias del arte), proponen ocupar un lugar dentro de la discusión política en tanto materialización de mensajes que reflejan posiciones ideológicas. Por esto, resulta interesante pensar que espacio ocupa la iconografía como medio para plasmar los posicionamientos de una agrupación política que se presenta como una representación de sectores vulnerables, marginalizados y desfavorecidos.

En términos de Rancière (1996), la política necesita el desacuerdo, que se plasma en la palabra y la discusión. Por eso, este desacuerdo plantea una diferencia de entendimiento en torno a lo mismo, donde la noción de (des)igualdad es un factor central porque pone en evidencia la existencia de un sector que está fuera de quienes -plantean los que tienen el poder y la palabra- pueden participar en la discusión pública.

Esta contradicción de dos mundos propone un antagonismo que define dos espacios: los que tienen y los que no tienen parte. El debate en torno a lo común es, en esencia, la condición de existencia misma de la política. Si no se escuchan las posiciones contrapuestas, si no existen sectores con intereses diferenciados, si no aparece como discurso aquello que quienes detentan posiciones de privilegio consideran solamente *ruido* y si todo se resuelve en la mera administración de lo que existe, no se está hablando de política sino de *policía*. Así, la política comienza donde se pone en discusión el reparto de las partes de lo común que dan derecho a la comunidad (Rancière, 1996).

La política existe también cuando la capacidad para argumentar y generar metáforas puede realizarla cualquier persona en cualquier momento. Esta característica pone a la democracia, en tanto sistema, como el modo de subjetivación de la política porque

permite romper el orden de la comunidad como anulación del conflicto, entendiendo que el consenso (como presuposición de inclusión de todas las partes) es la anulación del litigio y, por lo tanto, de la política (Rancière, 1996).

Ese universo de discusiones se plasma en el lenguaje y las imágenes son parte de este. Cuando las imágenes son reflejo de una realidad, explica Georges Didi-Huberman (2008), *quemar* por la aproximación de lo real. Es decir, se rompe una quietud para buscar una interpelación del otro. Mostrar aquello que interrumpe la tranquilidad para sobrevivir en una figura icónica que es, a su vez, índice de una desigualdad, es en definitiva una manifestación política.

Hacer visible lo que generalmente no es mostrado implica hacer evidente que quienes tienen más poder no lo sostienen en la sobreabundancia de imágenes sino en el descarte de ellas (Rancière, 2008). Hay cosas que no son mostradas, lo cual ya demuestra una actitud política, por lo cual plantear su existencia ya implica entrar en esa relación de desacuerdos que da sentido a la política misma. Al respecto, Rancière (2008) explica que se trata de hacer evidente las ausencias y que la estrategia del artista -o, podría decirse también, de quien produce imágenes- debe consistir en oponer otro modo.

Así, las imágenes (como lo eran las representaciones artísticas en la antigüedad) intentan ser un retrato de lo que sucede en el mundo e informar acerca de lo que existe. Lo hacían las esculturas y lo hacen también los medios de comunicación de la actualidad, que llevan a las figuras políticas hacia donde están las personas, intentando funcionar como una potente descripción capaz de dar información y reflejar el sentir de un determinado momento (Veyne, 1990). Del análisis de Veyne se desprende que, como el rey debe mostrar su grandeza porque es el rey y para ser rey, una problemática social debe transmitirse dado que es -para quien la publica- un problema y para ser considerado un problema. Allí, en el establecimiento de lo que debe preocupar, también hay política.

Estas disputas no tienen lugar solamente en el plano de las palabras, sino que continúan en el terreno estético. Se trata de un espacio donde se ponen en relación lo decible y lo visible para desplegar un mensaje. Es donde se plasma el *reparto de lo sensible*, que evidencia la existencia de lo común y los lugares en torno a ello. Se trata de la asignación de tiempos y espacios de quienes toman un lugar en ese reparto (Rancière, 2009; 2011). Así, el lugar de la estética en la política tiene fuerza de manifestación y toma un lugar

en este desacuerdo, donde lo que se explicita contribuye a la disidencia que da sentido a la politicidad. En este punto, se puede entender a los *muros* o *líneas de tiempo* de las redes sociales como superficies donde se encuentra este reparto de lo sensible.

Es allí donde toma relevancia pensar las imágenes como un medio para dar información, dando a algunas la cualidad de poder ser representativas de tantas otras. Mientras unas imágenes pretenden mostrar a quienes tienen un lugar privilegiado en este reparto de lo sensible, la política puede oponerse con otras diferentes (Rancière, 2008). Se trata de generar otras producciones, darle volumen y mostrar aquello que disiente con lo dominante.

### **Redes sociales y fotografías**

Las plataformas imponen sus propias lógicas. Establecen tanto la forma en que se van a publicar los discursos como los modos en que se van a consumir. Estas lógicas, dominadas por la interacción y el fin de la unidireccionalidad, proponen una extensión de los límites de la difusión de materiales, la definición de los posibles receptores y la posibilidad de construcción de mensajes desde lo que otro usuario ya realizó (Castells, 2013). Surge un espacio donde la información recibida (y compartida) refleja el mundo social de cada usuario y confirma sus juicios y prejuicios, lo que crea la ilusión de que todas las opiniones son mayoritarias (Calvo, 2015).

Se reconoce que estas lógicas sobrepasan el espacio de las propias plataformas y configuran un proceso de mediatización que genera prácticas más allá de su propio territorio. Los medios de comunicación (entre los que están las redes sociales) y sus maneras de presentar los mensajes influyen en la sociedad en el plano comunicacional, institucional y político, adaptando las interacciones de las personas a las formas que los medios constituyen. Se trata de cambios que suceden a largo plazo en la relación política-medios y crean nuevas condiciones que se manifiestan más allá de lo mediático, donde los componentes fundamentales de la actividad social o cultural toman forma mediática a la vez que expanden y refuerzan el ámbito de los medios (Strömback, 2008; Hjarvard, 2016).

Con esto, los medios de comunicación confieren estatus y construyen marcos de referencia mientras causan una espectacularización de los discursos políticos que, mediante puestas en escena, los introduce en una dramaturgia, circunstancia que se observa en la perspectiva comunicativa de los actores políticos, las técnicas de comunicación usadas y los contenidos de los discursos, que tienen como correlato un

aumento en el volumen de los conflictos (Mazzoleni y Shulz, 1999; Hjarvard, 2016). Es en estas circunstancias que debe entenderse la elaboración de imágenes para ser publicadas en redes sociales que, sostiene Mario Carlón (2016), se transforman en medios de comunicación para los usuarios y se erigen como espacios para intervenir en la vida social. Así es como se pasó de sociedades mediatizadas a hipermediatizadas.

Desde lo postulado por Mario Carlón (2016), que parte de un enfoque veroniano, se entiende que es en esta sociedad hipermediatizada que la fotografía (sobre todo la periodística, aunque la idea puede ampliarse a las imágenes que pretenden retratar la realidad) pasa del registro a la construcción del acontecimiento, a fin de intervenir en el presente a partir de las puestas en escena mientras se gesta un régimen temporal que se basa en el presente y, a partir de ahí, construye el pasado y el futuro. Se trata de un renacimiento de la fotografía que, por las condiciones de los medios de comunicación basados en internet, logra circular de manera infinita por la red. La rapidez y el poco tiempo requerido para interpretar las imágenes, la cantidad y exactitud de la información sobre un suceso puntual, la intensidad con la que se viven los momentos del presente, y su potencia para instalar sucesos de interés político hacen a la preponderancia de la fotografía en redes sociales.

Se vive, además, en un momento donde la intervención de las imágenes genera nuevas producciones con montajes generados a partir de distintas imágenes. Los usuarios se apoderan del arte, que se manifiesta de manera diversas y permiten pensar *lo contemporáneo* más allá del campo artístico (Carlón, 2016). Lo concreto es que la indicialidad está en crisis en virtud de que cualquier fotografía puede ser editada o alterada. Al respecto, es pertinente retomar conceptos de Philippe Dubois (2008) y Jean-Marie Schaeffer (1990) al respecto de la fotografía y la indicialidad. De forma sintética, Dubois (2008) entiende -con un enfoque barthesiano- que la fotografía necesita un referente (es decir, un índice -o índice-) que haga dar cuenta de que lo que se ve en algún momento estuvo delante de la cámara, con lo que se conjugan la realidad y el pasado, lo que sería la misma esencia de la fotografía.

La posición que toma Dubois (2008) se asienta sobre lo teorizado por Charles Sanders Peirce, para quien el índice se oponía a los íconos (que se definen por su semejanza) y los símbolos (que se erigen como convenciones generales). Estas ideas muestran una tensión entre lo icónico y lo indicial que es persistente y que lleva a que pueda hablarse de íconos indiciales e índices icónicos, como un solapamiento de ambos conceptos. Lo

concreto es que, desde Peirce, Dubois entiende que no puede definirse al signo fotográfico fuera de su inscripción referencial.

En la misma línea, Schaeffer (1990) entiende que lo que llama “ícono fotográfico” se distingue por su función indicial, lo que resalta la tensión antes nombrada. El autor explica que el ícono indicial y el índice icónico no sobreentiende ambos términos como equivalentes, sino que expresan el estatuto ambiguo del signo, donde en algunas ocasiones predomina la función indicial y en otras la icónica, y las normas que regulan los intercambios comunicacionales y los contextos receptivos van a ser centrales para definir la función privilegiada. A esto puede agregársele el contexto verbal donde se integra la imagen (que incluye los comentarios anexos) y que hace a su interpretación. Sucede que, como enunciaran Schaeffer (1990) y Dubois (2008), la fotografía no transmite información ni explica de por sí, sino que esto sucede cuando el receptor da cuenta de que el emisor está brindando un mensaje.

Siguiendo lo planteado por Dubois (2008), se entiende que cada imagen fotográfica guarda singularidad porque, aunque puedan reproducirse copias, hay una que existe como original que es la que guarda la marca de la indicialidad (por tener continuidad con lo retratado y remitir a su referente). A su vez, al ser la huella de un referente único, la fotografía remite a la existencia de un objeto del que procede por lo que, necesariamente, es testimonial, dado que certifica la existencia de aquello que muestra (aunque ello no implica una significación). En definitiva, la imagen fotográfica designa en tanto dirige la atención sobre puntos particulares, buscando llamar la atención mientras señala el objeto resaltado.

### **Los rostros**

Resulta importante pensar en que las audiencias están acostumbradas a las propias lógicas de las redes sociales que, como analizara Ginzburg (2003) en referencia a la publicidad y los medios, hacen a la forma en que se leen las imágenes. Esto se ve reflejado en las maneras en que se formulan los mensajes, que guardan similitudes con otras imágenes de consumo cotidiano (como pueden ser las películas o series y sus planos, los memes o las *selfies*).

Estas imágenes pueden presentar características muy diferentes, aunque se da cuenta de que, cuando están publicadas, raramente son fruto de la espontaneidad. Se trata de producciones generadas para ser publicadas, lo que puede poner en un entredicho la transparencia de aquello que se comunica como si se tratara de un producto ficcional.

Ocurre que toda imagen forma parte de una comunidad de sentido y de un régimen de lo sensible (Mazzuchini, 2017).

Rancière (2009) explica que, en las artes, la separación entre las ideas de ficción y mentira definen su régimen de especificidad. Es decir, fingir no implica una mentira sino la elaboración de estructuras inteligibles que no deben rendir cuentas sobre lo *verdadero* de lo dicho. A su vez, sostiene que la estética fue revolucionada y que el testimonio y la ficción se desarrollan en un mismo régimen de sentido, donde lo empírico es aquello que aporta marcas de *verdadero*, haciendo que incluso lo real sea ficcionado y gestionado en relatos para ser pensado. Esto ocurre en el arte, pero también en la política, donde se construyen narraciones que vinculan signos a fin de vincular lo que se dice, lo que se hace y lo que se puede hacer para tener efecto sobre lo real. En estas condiciones se pueden pensar las imágenes producidas para dar un mensaje político, que no tienen la marca de la espontaneidad, sino que son generadas para decir algo (ya sea mediante un montaje o una producción fotográfica).

En este punto resulta interesante tratar el tema de los rostros retratados en imágenes. Al respecto, se toma como concepto central la idea de *rostridad* postulada por Gilles Deleuze y Félix Guattari (2002), que explica que los rostros reflejan rasgos que se originan en otros aspectos significantes. Los autores lo definen como el marco, la pantalla o la pared sobre la cual rebotan los significantes y que constituye el *agujero negro* de la subjetividad. Concretamente, los autores sostienen:

Los rostros concretos nacen de una máquina abstracta de rostridad, que va a producirlos al mismo tiempo que proporciona al significante su pared blanca, a la subjetividad su agujero negro. Así pues, el sistema agujero negro-pared blanca todavía no sería un rostro, sería la máquina abstracta la que lo produce, según las combinaciones deformables de sus engranajes (p. 174).

El rostro, sostienen los autores, se produce como separación de la cabeza con respecto al cuerpo, que ya no la codifica y le deja un margen para que el proceso sea el inverso: es decir, que el rostro de sentido al resto. Sucede que la cara depende de una máquina abstracta que se desencadena y produce el proceso de rostrificación. Este desencadenamiento se da cuando el rostro deja de ser individual y pasa a ser colectivo -como sucede cuando se encuentra en una bandera política- para funcionar en clave de organización de poder, lo que se da también en vinculación con el paisaje (Deleuze & Guattari, 2002). Esta relación rostro-paisaje puede ser entendida no de manera textual, sino como una idea de la influencia del entorno sobre las caras. Es decir, la máquina de

significación que compone el contexto influye, a su vez, sobre la configuración de los rostros.

El rostro, sin embargo, no está separado de la lengua. Según explican Deleuze y Guattari (2002), la lengua está atrapada en los rostros, que funcionan como porta-voz que dan un marco a lo significativo y lo subjetivo, aunque esto no implica que las caras supongan significantes o sujetos previos. Al respecto, los autores señalan: “No hemos dejado de considerar dos problemas exclusivamente: la relación del rostro con la máquina abstracta que lo produce; la relación del rostro con los agenciamientos de poder que tienen necesidad de esa producción social. El rostro es una política” (pág. 186).

En palabras de David Le Breton (2010), los rostros traducen viva y enigmáticamente una diferencia individual y funcionan como el lugar que da sentido a la existencia de las personas, las diferencia y otorga identidad. Sin embargo, en línea con lo expuesto por Deleuze y Guattari (2002), lo social y lo cultural los modelan. Existe una relación de semejanza que busca emparentar los rostros con los otros de su grupo dado que la socialización modela a los hombres. Los rostros, explica el autor, entrecruzan lo íntimo y lo público, y allí toma un lugar central la mirada, que significa contacto, figura acciones y produce expresiones a partir de su fuerza simbólica.

### **Aspectos metodológicos**

Para el abordaje de los materiales analizados, se listó la totalidad de las publicaciones realizadas en el perfil de Instagram (de orden nacional) del Movimiento Evita durante el año 2021, que estuvo conformado por 198 unidades. Dado que el presente trabajo surge como parte del proyecto de tesis de maestría del autor, se parte de análisis previos de las publicaciones del Movimiento Evita, donde se reconoce la explicitación de Néstor Kirchner, Juan Domingo Perón, Eva Perón y el Papa Francisco como referencias políticas, así como las cuestiones de género y las problemáticas ligadas a la pobreza como temáticas recurrentes en sus *posts*.

En virtud de lo expuesto y teniendo en cuenta que el presente trabajo busca abocarse a imágenes de rostros, se separó entre la totalidad de las publicaciones a aquellas que traten las nombradas temáticas y que a la vez muestren rostros, dividiéndolas por segmentos con el siguiente resultado: ocho publicaciones sobre género, siete sobre liderazgos y cuatro sobre demandas. Luego se decidió seleccionar dos referidas a

liderazgos políticos, dos a cuestiones de género y una a problemáticas sociales, que fueron elegidas de manera aleatoria por el método de azar simple.

La observación de las unidades se realizó desde una perspectiva sociosemiótica, entendiéndolo que el análisis de los contenidos seleccionados permite abordar los materiales de modo sistemático desde un criterio preestablecido y replicable, que posibilita reconocer la forma en que se manifiestan dinámicas sociales y políticas a partir de la evaluación de materiales escritos, visuales, sonoros y audiovisuales (Scolari, 2004). Desde el plano instrumental, se elaboró una planilla de observación donde se consignaron aspectos formales de cada publicación e indicadores como el o los personajes presentes, el plano desde el que fueron tomadas las fotografías o construidas las ilustraciones y los textos que pudiera acompañarla dentro de la propia imagen, así como se analizó el contenido textual propio de la publicación y se realizó una descripción de cada elemento que la integrara.

### **Las demandas y las redes**

En las redes sociales los usuarios predominantes son los institucionales (ya sean partidos políticos, funcionarios, agencias de gobierno o medios de comunicación), mezclados en menor medida con *trolls*, *bots* o usuarios *fake*, lo que demuestra que pese a haber una democratización en el acceso y difusión de información, las principales voces son pocas (Calvo, 2015). Por eso, no resulta extraño que una cuenta en Instagram como la del Movimiento Evita, que no solo se posiciona como un movimiento popular de base territorial, sino que también tiene representación institucional con funcionarios en diversos poderes y niveles del estado, mantenga un alto número de interacciones y seguidores.

Sobre esa base, el Movimiento Evita publica imágenes que son representativas de sus posiciones ideológicas y que, desde ahí, intentan intervenir en el debate público. Las temáticas predominantes son las relativas a la base doctrinaria del espacio, que es el Justicialismo, a la violencia institucional y las problemáticas de género. Para eso, son recurrentes las imágenes que presentan rostros de personajes representativos de cada uno de esos temas: Eva Perón, Néstor Kirchner, Juan Domingo Perón y el Papa Francisco; Maximiliano Kosteki y Darío Santillán; y Micaela García, una militante santafesina de la agrupación que fue violada y luego asesinada, y que se convirtió en un ícono de la lucha contra los femicidios y la violencia de género. En todos estos casos, retomando lo expuesto por Dubois (2008) y Schaeffer (1990), se destaca el carácter

indicial de cada fotografía, donde el rostro de los personajes referencia a quien estuvo allí en diferentes situaciones. En todos los casos, se reconocen estrategias que buscan designar llevando la atención hacia puntos particulares y, con intensidad diferenciada según la temática, se reconoce la intención testimonial de la fotografía que hace gráfico aquello que se demanda, corporizando en la generalidad de los casos al texto que la acompaña.

Hay dos imágenes de Micaela García que resultan significativas: una en la que se la presenta con una ilustración delante de una foto tapada por una placa de color con baja opacidad (imagen N°1) y otra en la que se la ve risueña y con gesto amable rodeada de flores junto al texto “Mica florece” (imagen N° 2).

#### Imagen N° 1



Fuente: Movimiento Evita, cuenta oficial de Instagram (2022)

Imagen N° 2



Fuente: Movimiento Evita, cuenta oficial de Instagram (2022)

En ambos casos, el Movimiento Evita busca generar un ícono en torno a una causa de la que se hace referente, haciendo explícita la tensión existente entre ícono e índice. En el caso de la imagen 1, predomina el carácter icónico buscando una semejanza, mientras que la imagen 2 es primordialmente indicial ya que muestra la imagen recalcando que alguien (la víctima) estuvo allí. Todo esto, registrado por la repetición de imágenes de Micaela García para ejemplificar en demandas relativas a femicidios, dan cuenta de la búsqueda de generar un símbolo: que ella sea representativa de las víctimas de violencia de género y que su sola imagen remita a la demanda.

La figura de Micaela García, en las imágenes tomadas como ejemplo y en otras publicadas en la cuenta de Instagram de la agrupación, siempre muestra su torso. Así, a una problemática social de gravedad, como es la violencia de género y los femicidios, se le pone una cara. Es decir, muestra que la violencia, habitualmente transformada en estadística, tiene un rostro. Se trata, como explicara Didi-Huberman (2008), de imágenes que queman. El Movimiento Evita muestra en esto una doble condición: las víctimas son mujeres y son del *pueblo*. Se las puede nombrar y pueden transformarse en inspiración, y para ello poner una cara es central. Es que la identidad, explica Le Bretón (2010), está dada en la existencia del rostro; quien es despojado de un rostro, no tiene identidad. Aquí, esa identidad se transforma en identificación colectiva: Micaela

García es la mujer-víctima paradigmática y es, a su vez, todas las mujeres. Ella es la semilla que florece en un reclamo, explica la metáfora.

La máquina abstracta de la rostrificación se pone en marcha cuando el rostro de Micaela García se hace colectivo: una vez más, ella es todas las mujeres que fueron víctimas y que, por su sola condición de género, son víctimas potenciales. En ambos casos tiene un lugar central la mirada: en la primera imagen, la ilustración observa de frente, con los ojos casi a la misma altura que la mano con los dedos en “V” (que se llevan la mirada del lector), y arriba del texto se ven los ojos de la foto, que también se dirigen al espectador; en la segunda foto, los ojos entrecerrados y mirando hacia afuera del espacio representado en la imagen generan una sensación de templanza que contrasta con la violencia sufrida (aunque no la niegan) y muestran un personaje cargado de ternura y que genera empatía en quien la observa. En ambos casos la cara se rodea de un paisaje abstracto que la configura y dirige la atención -designa- hacia la sonrisa, que ocupa la centralidad del rostro, buscando realzar al personaje e incomodar al espectador, que se ve impelido a no ver a la víctima sufriente sino como una persona que *estuvo allí*, frente a la cámara mostrándose alegremente (incluso en la imagen 1, donde una foto abraza la ilustración desde atrás de modo casi espectral).

Es decir, ese rostro sin la violencia y el sufrimiento que evoca sería solo un rostro, pero es mucho más. Como explicara Dubois (2008), las imágenes son entendidas dentro de su marco referencial, dado en este caso por los textos que acompañan -o conforman- las imágenes y por la contigüidad del reclamo, donde siempre persiste el mismo rostro como ejemplificación de la demanda.

Estas condiciones ocurren tanto en la figura ilustrada como en la que tiene su torso recortado. Ambos configuran montajes, donde el rostro real, fotográfico, está presente. En la ilustración agrega información en lo que refiere a la pertenencia partidaria, aunque la sola imagen de la cara semioculta de fondo podría dar el mensaje de todas formas en base a un detalle: Micaela García lleva una remera que dice Ni Una Menos, el lema de las campañas en contra de los femicidios. Quien reclama por ellos es, justamente, una menos. Ahí reside la potencia del mensaje.

En la otra imagen, hay una composición hecha con otras imágenes que estetiza el reclamo y lo pone en relación con la actividad política a la par del esfuerzo, la esperanza y la alegría, tres factores habitualmente resaltados en la iconografía peronista en lo que

a la militancia se refiere. El texto le habla a ella, la víctima que inspira, y se lo hace con un tono cercano.

En ambos casos, como se explicaba anteriormente, la pantalla principal de Instagram funciona como el espacio donde se plasma el reparto de lo sensible en tanto manifestación sobre aquello que se puede y se quiere decir, y que se realiza a partir de una presentación estético-política. Implica la adecuación de maneras de expresarse a las lógicas que establecen las redes sociales, donde la forma en que se consumen y se publican los contenidos obligan a que estos sean llamativos estéticamente, pero a la vez sintéticos y unívocos, donde el problema se instituya para incluirse en la discusión pública. Lo explicado muestra semejanzas con aquello que, entiende Dubois (2008), sucede con los álbumes familiares de fotografías: lo que confiere valor a las imágenes no son los contenidos presentados ni su semejanza o realismo, sino su naturaleza indicial, que demuestra que aquello que se ve hace referencia a personas que estuvieron ahí y que justifican la potencia de las fotografías. Cada personaje mostrado estuvo allí y su imagen se entiende en su marco referencial, con privilegio del marco connotativo sobre el denotativo.

Esta condición se da en otros casos, donde los rostros siguen siendo la representación de demandas porque se muestra una problemática o porque se figura una pertenencia ideológica en base al rostro de un personaje. Se trata de contenidos que plantean una discusión sobre el papel de quienes son representados por el movimiento, además de sus derechos y necesidades. Un caso es el que pedía -durante los meses de cuarentena en Argentina por la pandemia de COVID-19- que quienes trabajaban en comedores sociocomunitarios 'sean considerados trabajadores esenciales (imagen N° 3).



Se trata de incluir las tensiones que figuran el desacuerdo y dan sentido a la política, mientras que se reconoce la potencia de lo indicial: esas personas estuvieron allí -frente a la cámara-, trabajaron poniéndose en peligro y fallecieron. El carácter testimonial del que habla Dubois (2008) se encuentra plasmado en su máxima expresión dado que certifica la existencia de cada una de esas personas. La imagen, compuesta por otras imágenes, quema por la fuerza del reclamo, que pone rostros, designa sobre cada uno de ellos y da cuenta de que cada una de las personas muertas existió.

Sin embargo, es una imagen distinta a la de Micaela García porque, como está a la vista, la intervención sobre las imágenes es diferente. Hay una elección de rostros en primeros planos, que miran hacia adelante, sonríen o se muestran en acción. No hay una ilustración ni un montaje que de otro sentido o configure un paisaje en torno a la imagen, sino que las fotografías tienen un sentido testimonial. Se trata de una elipsis de tiempo que no marca una progresión entre las muertes, sino que las muestra todas juntas. Dice que todos ellos murieron y los presenta igualados. Es allí donde la política en las imágenes toma el plano estético como espacio de disputa certificando las caras de todos los fallecidos. Muestra que son personas, que perdieron la vida y que su ejemplo debe ser tenido en cuenta para que otros no atraviesen lo mismo. Se trata del ejemplo colectivo puesto como representación de todos.

Desde allí se refuerza el conflicto resaltando el lugar de los que no tienen parte y se hace evidente una ausencia, que fue la consideración de estos que estaban al margen. Se rompe cualquier monotonía y primacía del consenso a partir de la puesta en situación de sujetos que no fueron tenidos en cuenta y que, mediante una imagen como manifestación, toman parte en la discusión pública haciendo visible una problemática. Son sus rostros lo que los hace participar de una discusión donde inicialmente no estaban incluidos.

En este caso, las miradas no son lo más importante. El mosaico de imágenes buscó generar una trama que ni siquiera debe mirarse con atención para reconocer su potencia. Sin embargo, pueden verse detalles en cada cara (que designan a las víctimas buscando interpelar al espectador para que se detenga en los rostros) mirando ese primer plano de cerca, para distinguir cada uno y darle entidad no solo desde la certificación de la existencia, sino desde la asignación de un nombre. Se trató de otorgarle identidad, con rostro y nombre, a los fallecidos y, con ello, a todas las personas que estaban en riesgo. Se escenificaba un problema que, con personas de diferentes

rasgos, se argumentó que podía alcanzar a todas las edades o géneros siempre y cuando se participe de la organización de comedores sociocomunitarios. Se realizó utilizando un registro de imágenes reconocido para todas las personas que consumen redes sociales: las *selfies*, imágenes que solo muestran rostros y nada del cuerpo que los acompaña.

Los rostros son usados por el Movimiento Evita, también, para mostrar personajes que condensan sus postulados ideológicos. Eso se ve en las imágenes 4 y 5.

#### Imagen N° 4



Fuente: Movimiento Evita, cuenta oficial de Instagram (2022)

#### Imagen N° 5



Fuente: Movimiento Evita, cuenta oficial de Instagram (2022)

En la primera de las imágenes se ve al Papa Francisco y en la segunda a Néstor Kirchner. Ambos rostros están montados sobre multitudes y haciendo gestos diferentes. Se trata de figuras que condensan los postulados ideológicos del Movimiento Evita, ya sea desde el plano espiritual o político, y cuyas representaciones buscan postularse como las autoridades mismas a partir de un mensaje que busca interpelar a la audiencia, de alguna manera en un sentido similar al que logró descifrar Carlo Ginzburg (2003) en la iconografía sobre Lord Kitchener.

Se trata de imágenes creadas con imágenes, donde los rostros miran a quien está frente a la pantalla y lo interpelan con distintos tonos: mientras el Papa muestra un gesto cercano, casi de caricia, con la mano estirada hacia un lado y la mirada fija al centro de la imagen, Néstor Kirchner muestra un gesto de fortaleza como es el puño cerrado y la boca abierta, presuntamente mientras se habla con un tono potente. La designación que se hace es clara, con las manos y las bocas como ejes de la imagen, para mostrar tranquilidad y fortaleza, respectivamente, en cada caso, interpelando a un espectador en función de que la dirección de los cuerpos está orientada hacia fuera del espacio representado. Además, las inscripciones hacen al contexto de la imagen, que no pierde su carácter indicial (dado que ambos personajes son reflejados con gestos que hicieron frente a una cámara) y se significa vinculando al espectador con la imagen. Así, por Francisco se llama a rezar y se propone un nosotros (“rezamos”), y por el expresidente se recuerda y se resalta su presencia, que no es física sino a través de su peso ideológico.

Esta exposición de valores ideológicos busca mostrar la contradicción entre dos mundos, como propuso Rancière (1996). Se trata de establecer el antagonismo, donde ciertos personajes son los que se postulan como defensores de los que no tienen parte y sus políticas, pensamientos o posturas se condensan en sus rostros, que se transforman en metáforas de un modo de entender la realidad. Se plantean contraposiciones que son la esencia misma de la política a través de imágenes que proponen una subjetivación.

## Conclusión

El Movimiento Evita, como organización popular y representación de los que *no tienen parte*, utiliza rostros que funcionan como una condensación de reclamos, posturas y manifestaciones de contenido ideológico, pero también coyuntural. Allí, la interfaz principal de Instagram funciona como el espacio donde se plasma el reparto de lo

sensible y se da categoría de problemática social a aquello que la organización considera que es una problemática social.

Resultan paradigmáticos los tres ejemplos analizados en este trabajo: el de una víctima de femicidio, el de los trabajadores de comedores sociocomunitarios durante la pandemia de COVID 19 y el de las figuras en que se referencia ideológicamente el movimiento.

En el primero de los casos, a una problemática social de gravedad como son los femicidios, se le pone rostro y se demuestra que la violencia no es solo una estadística. Allí, la cara de Micaela García busca quemar, en términos de Didi-Huberman (2008), y se muestra que las víctimas son mujeres y se pueden nombrar, de manera de que esa identidad que se explicita pueda transformarse en identificación colectiva. Así, Micaela García es la víctima, pero también es todas las mujeres que pueden serlo, además de que se resalta su pertenencia partidaria y la organización se hace representativa de ese reclamo.

También se utilizaron rostros para exigir que las personas que atendían comedores sociocomunitarios durante la pandemia de COVID-19 sean considerados trabajadores esenciales. Se muestran 16 caras de personas que murieron y se señala que eran bastante más, poniendo a cada una de ellas como representación de la demanda y dándole identidad a los fallecidos para postularlos como ejemplo de todos los que tuvieron el mismo final. De esa manera se buscaba hacer explícita una problemática que afectó a quienes eran representados por la organización mientras se aclaraba que el problema era colectivo.

En tanto, las imágenes que muestran los rostros de personajes políticos en los que el Movimiento Evita se referencia (como Néstor Kirchner o el Papa Francisco) buscan sintetizar ideológicamente los valores de la agrupación y reflejar su identidad, mostrándose a sí mismos como quienes representan los valores que esos dirigentes figuran. De esa manera, también se genera un antagonismo con quienes no comparten la misma orientación.

El uso de las imágenes, con énfasis en los rostros, busca explicitar problemáticas sociales para que sean representadas como tal. De ese modo, el Movimiento Evita se muestra como una representación de las personas más desfavorecidas y pone en discusión temáticas que pueden provenir principalmente de este sector. Para ello, las

caras adquieren un valor central dado que otorgan identidad a las problemáticas y muestran que detrás de ellas hay personas.

### Referencias Bibliográficas

- Bredenkamp, H. (2000). Ikonographie des Staates: der Leviathan und die Folgen. *Kritische Justiz*, XXXIII(3), 395-411. <https://www.jstor.org/stable/45214151>
- Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina*. Capital Intelectual.
- Carlón, M. (2016). Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. En *Estética, medios y subjetividades* (P. Corro, & C. Robles, Trads., págs. 34-54). Santiago: Universidad Pontificia Católica de Chile.
- Castells, M. (2013). *Comunicación y poder*. Siglo XXI.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2002). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pre textos.
- Didi-Huberman, G. (2008). La emoción no dice "yo". Diez fragmentos sobre la libertad estética. En G. Didi-Huberman, G. Pollock, J. Rancière, N. Schweizer, & A. Valdés, *La política de las imágenes* (págs. 39-67). Ediciones/metales pesados.
- Dubois, P. (2008). *El acto fotográfico y otros ensayos*. (V. Goldstein, Trad.) La marca editorial.
- Ginzburg, C. (2003). Tu país te necesita: un estudio de caso sobre iconografía política. *Prohistoria*(7), 11-36.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. *La trama de la comunicación*, XX(1), 235-252.
- Le Breton, D. (2010). *Rostros. Ensayo de antropología*. Letra viva.
- Mazzoleni, G. & Schulz, W. (1999). "Mediatization" of Politics: A Challenge of Democracy. *Political Communication*, 247-261. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/105846099198613>
- Mazzuchini, S. (2017). Dislocar los rostros: imágenes, cuerpos y formas de construcción de identidades colectivas. *Estudos em Comunicação*(24), 197-208. <https://doi.org/10.20287/ec.n24.a10>
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- Mitchell, W. J. (2009). *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*. (Y. Hernández Velázquez, Trad.) Akai.
- Rancière, J. (1996). *El desacuerdo. Política y filosofía*. Buenos Aires: Nueva Visión.

- Rancière, J. (2008). El teatro de imágenes. En G. Didi-Huberman, G. Pollock, J. Rancière, N. Schweizer, & A. Valdés, *La política de las imágenes* (págs. 69-89). Santiago de Chile: Ediciones/metales pesados.
- Rancière, J. (2009). *El reparto de lo sensible*. Santiago: LOM Ediciones.
- Rancière, J. (2011). *El destino de las imágenes* (Primera ed.). Prometeo Libros.
- Schaeffer, J. M. (1990). *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico*. (D. Jiménez, Trad.) Madrid: Cátedra.
- Scolari, C. A. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Strömback, J. (2008). Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics. *The international journal of press/politics*, 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Veyne, P. (1990). Propaganda expresión roi, image idole oracle. *L'homme*, XXX(114), 7-26.