

INTERVENCIONES DEL ESPACIO PÚBLICO EN UN PERÍODO ELECTORAL LA CAMPAÑA DE CAMBIEMOS 2015

Mariano Cicowiez / marianocicowiez@yahoo.com.ar
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET),
Instituto de Historia del Arte Argentino y Americano (IHAAA), Facultad de Bellas
Artes Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Resumen

El examen de una serie de regularidades del dispositivo de enunciación concebido por las fuerzas involucradas en un proceso de renovación de autoridades con responsabilidad ejecutiva, representa una oportunidad para reconocer la pauta de representación e intervención del espacio público que efectúa la política partidaria argentina durante un período electoral. En el estudio de caso que se presenta, la coalición actual de gobierno Cambiemos dispuso, en la contienda sucedida en 2015, una gramática de producción acerca de los objetos, los cuerpos y los espacios que conformaron la diégesis de las producciones de campaña difundidas a través de plataformas de comunicación masivas. Las imágenes / muestras seleccionadas fueron obtenidas de medios tradicionales de prensa, debido al predominio que concita el estudio de su inclusión en la cultura visual contemporánea.

La era de la superabundancia y consumo desregulado, inherente a una organización de carácter transestético (Lipovetsky & Serroy, 2015), actuó, en razón de nivel supra unitario, determinando el orden y la circulación de las composiciones proselitistas de Cambiemos; por tanto, concierne al análisis de la intervención del espacio público registrado en producciones híbridas de arte y comunicación conducidas al servicio de una campaña electoral.

Palabras clave: cultura visual; campaña electoral; espacio público; enunciación.

El espacio oculto de la enunciación

El estudio de las piezas de propaganda de Cambiemos referentes a la campaña nacional 2015 se aproximará a la intervención del espacio público que realizó la coalición hoy gobernante. A través de una serie de acciones que protagonizaron de modo conjunto Mauricio Macri, por entonces precandidato presidencial de la fuerza PRO, y ciudadanos representantes de la sociedad civil, se advierte la mediación del dispositivo tecnológico y la voluntad manifiesta de su ocultación.

El núcleo de la base de propaganda de la coalición encuentra su cifra perfecta en la distinción clásica entre Historia y Discurso perteneciente a Emile Benveniste [1959] (1999), consagrada a los tiempos verbales del idioma francés, acogida en numerosos estudios críticos de artes audiovisuales. El lingüista asegura, en relación a la primera categoría analítica, que es necesario y basta que el autor permanezca fiel a su propósito de historiador y que proscriba todo lo que es extraño al relato de los sucesos (discursos, reflexiones, comparaciones). A decir verdad, incluso ya no hay ni narrador. Los sucesos son puestos como se producen, a medida que aparecen en el horizonte de la historia. Nadie habla aquí; los sucesos parecen contarse por sí solos (pp.55-56). A contraparte del Discurso, en el cual sí interviene una fuente de enunciación, la Historia carece de ella y por tanto no haría más que suprimir las distancias con respecto a la fuente que la enuncia. La matriz del dispositivo de comunicación de

Cambiamos operó, y lo hace aún en 2019, en razón de una teoría incluso recusada, años después, por su mismo autor (Cfr. Metz, 1991. Nota al pie número 5).

Las marcas situadas en la superficie textual de los casos que aquí se examinan remiten, en calidad de hullas, a un sistema de producción (Verón, 2004, p.51), de carácter partidario, proselitista y electoral. La intervención de los espacios públicos escogidos para desarrollar el esquema narrativo de los cortos fílmicos, a la vez que exhibe las huellas del sujeto de la enunciación, “transforma el universo referencial en un mundo narrativo” (Bettetini, 1996, p.68). Cabe señalar que esta alteración topográfica ha sido reconocida en un número de muestras que excede ampliamente el registro del siguiente estudio de caso, a la vez que han circulado y sido reproducidas, en diferentes plataformas, en una sociedad industrial avanzada y de consumo transestético.

Si, efectivamente, “los decorados pueden sobrepasar a los actores” (Bordwell & Thompson, 1993, p.149), el estudio de los espacios públicos resulta sustancial para el reconocimiento de la estructura de las imágenes contemporáneas de uso partidario / electoral en Argentina.

Ejemplo número 1

La primera serie de imágenes pertenece al spot televisivo *Con total sinceridad. Omar de Mar del Plata* (00:35), difundido en la instancia de la Primaria, Abierta, Simultánea y Obligatoria (PASO), celebrada el día 9 de agosto de 2015. El recorrido narrativo de la pieza audiovisual se desarrolla en dos espacios, estáticos en su encuadre y contiguos, cuya movilidad la constituye el desplazamiento de los cuerpos que conforman el núcleo del relato. La pieza se compone por dos actos diferenciados que, sin embargo, presentan equivalencias que los reunifican (Casetti & di Chio, 2014).

En los primeros segundos del spot predomina la palabra de Omar, un trabajador del puerto situado en la ciudad bonaerense de Mar del Plata, y el casco de un barco en reparación, ubicado en profundidad de campo con respecto al plano medio del cuerpo del obrero portuario [Figura 1]. Sus pronunciamientos predicán a los objetivos estipulados en la primera etapa de la campaña de Cambiamos, consistentes en la configuración de una nueva identidad del precandidato ejecutivo. Por ello Omar afirma que “voy a hablar como se dice sin cassette, con total sinceridad. Lo que más me impactó es la humildad. Es por eso que hoy, me parece, que (sic) voy a traer un tarrito ahora, si hay, y voy a tirar los preconceptos. El preconcepto de la gente muchas veces no es porque viene de una fuente con fundamentos, sino porque escucha hablar. Hoy, una lección de humildad” (Pro, 2015a). El segundo plano que conforma el spot sucede en un espacio inmediato y reconociblemente integrado al puerto marplatense, por lo que su naturaleza topográfica remite, entre uno y otro plano, a una disyunción proximal (Gaudreault & Jost, 1995) [Figura 2]. Es este segundo plano el que oculta, a la vez que manifiesta, al sujeto de la enunciación que interviene en el espacio público a través del registro de las acciones que vinculan a los cuerpos de Macri y de Omar. La cámara se ubica sobre un ángulo neutral en calidad de ocularización cero, debido a que al menos en términos cognitivos, no nos da ninguna ventaja respecto del personaje. El hecho de que lo veamos (al personaje) desde el exterior e, *ipso facto*, percibamos el decorado al que vuelve la espalda, no nos suministra ninguna indicación narrativa suplementaria respecto a la que él posee (Jost, 2002, p.110. Con letra itálica en el texto original).

El cuerpo significativo (Verón, 2001) de Macri y los objetos seleccionados en ambos planos confieren unidad temática a la representación del corto audiovisual. La acción que se desarrolla consiste en la llegada de Macri a la zona portuaria, y a su recibimiento por parte de Omar. Se presume su visita en soledad y desprovisto de consuetudinarias prácticas partidarias, debido a que, por ejemplo, la cámara no

registra asesores y vehículos que los trasladasen. La serie de códigos kinésicos, proxémicos y dramáticos (Gubern, 1987) que ejecutan acontece en la misma proporción. En efecto, el saludo conjunto entre los protagonistas se realiza en posición centrada en relación al encuadre, quienes parecen no advertir la presencia indiscreta del aparato fílmico. De modo que de no haber estado allí el artefacto tecnológico, no obstante, el saludo entre Macri y Omar hubiese acontecido, sugieren los gestos de sus cuerpos, en la misma condición e idéntica afectuosidad.

Ejemplo número 2

El caso siguiente también pertenece a un spot difundido en la instancia de la celebración de la PASO, y se titula *Con Mercedes en Jujuy. Vamos Juntos* (00:11). En este sentido se ajusta, de modo similar al ejemplo precedente, a los objetivos trazados por los equipos de comunicación oficiales. El corto audiovisual se compone por dos planos, cuyos espacios remiten a una situación proximal, rodados en una superficie abierta utilizada para practicar deportes y juegos de plaza, situada en la ciudad de San Salvador de Jujuy. En el primero, Macri y Mercedes se hallan sentados compartiendo una ronda de mate, a la vez que practican el diálogo siguiente:

Mercedes: _ Y va a llegar a ser presidente. Si, si.

Macri: _ Ojalá pueda ayudar.

Mercedes: _ Claro. Al que más necesite. Si.

Macri: _ Acá lo importante no es llegar sino poder ayudar (Pro, 2015b).

En profundidad de campo se observan los soportes de una estructura de hamacas y en perspectiva, un grupo de chicos corriendo alrededor de un arco de fútbol [Figura 3]. La cámara permanece en posición estática y el movimiento sucede en su interior, a través del desplazamiento de los equipos que participan en el juego.

El plano siguiente replica la constitución del segundo plano perteneciente al ejemplo antepuesto. En efecto, se observa la llegada de Macri hacia el espacio abierto, y el saludo que establece con Mercedes a través de una serie de gestos tratables que establecen con sus cuerpos [Figura 4]. El artefacto de filmación pareciera remitir a una instancia extra diegética y neutral, registrando los hechos que hubiesen acontecido no obstante una hipotética ausencia del dispositivo técnico.

Sin embargo, la teoría de la enunciación fílmica indica que el universo representado en la pantalla ya no es un paisaje abierto, impersonal e indeterminado. Compuesto en el interior del encuadre, contemplado por un ojo y dispuesto en relación con él en términos de distancia y de ángulo de la mirada, el universo se transforma en objeto dotado de sentido, es decir, objeto intencional (Machado, 2009, p.26).

Aunque no es incorrecto afirmar que no existe, en los ejemplos aquí examinados, una denuncia incesante del artificio (Machado, 2009), ocurrida a través, por ejemplo, de la mirada de Macri, de Omar y de Mercedes hacia la lente de la cámara, no es menos cierto que aquel delata su presencia, incluso cuando oculta la intervención que constituyó sobre el espacio público seleccionado, con objeto de instituirlo al servicio de la campaña electoral. Debido a que “el espacio también puede convertirse en la base de un modelo argumental” (Bordwell & Thompson, 1993, p.74), Cambiemos lo incorporó al armado de su trama proselitista, con objeto de reconfigurar la imagen de sus candidatos.

Consideraciones

Las campañas electorales modernas se establecen por razón de la utilización coordinada de nuevos y tradicionales medios de comunicación masivos. En las sucesivas instancias de elección pertenecientes a la campaña nacional 2015, las

fuerzas políticas han empleado ambos dispositivos tecnológicos, conducidos bajo una norma sistematizada de reenvíos permanentes de sus figuras temáticas. Por ejemplo, la cercanía, el encuentro y la comprensión establecidos entre las sociedades política y civil han sido invariantes en las producciones proselitistas de Cambiemos. Los rasgos retóricos y enunciativos, de modo contrario, sí han exhibido signos de distinción de sus gramáticas establecidas en producción. Por caso, en los cortos difundidos en las redes sociales, los candidatos dirigen su mirada a cámara -recurso también utilizado en una serie de propagandas televisivas de la coalición concernientes a la primera y segunda vuelta electoral- estableciendo un nuevo régimen de contacto con los votantes, cuyo estudio excede a los alcances fijados en este estudio. La elección de las imágenes / muestras que se analizaron remite al predominio que ejercieron los componentes retóricos y enunciativos, subsidiarios de un orden argumental establecido por Cambiemos, en la intervención del espacio público en razón de su utilización en el armado de las piezas de propaganda pertenecientes a la plataforma televisiva. En otros términos, si el componente temático atravesó al conjunto de las producciones de campaña consagradas a su difusión en medios tradicionales y digitales de comunicación, no obstante sus formas y su intención de contacto ciertamente presentaron especificidades, suficientes de las cuales han sido objeto del examen presente. Al respecto, por caso, el reconocimiento del eje de la mirada (Eco, 1986) y de la puesta en escena (Casetti & di Chio, 2014) de las imágenes electorales, permite reconocer la regla de producción sujeta al registro de la apropiación de los espacios públicos que realizó Cambiemos.

En este sentido, Jacques Aumont y Michel Marie (1993) aseguran 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 (p.189. Con letra itálica en el texto original).

Las calles adyacentes al puerto de Mar del Plata (ejemplo número 1) y el sitio abierto utilizado como plaza (ejemplo número 2) han sido transformados en estructuras iterativas a partir de las cuales se replicaron condiciones técnicas de registro instrumental incluidas al servicio de la campaña de Cambiemos. Como primera condición, durante el período en que se rodaron ambos textos, la utilización de la geografía urbana de los espacios varió su estatuto de pública a privada. En este sentido, no sorprende la ausencia de paseantes ocasionales, interpuestos en la filmación, como tampoco movimientos inoportunos en los encuadres de los cuatro planos que componen a las producciones. En calidad de escenario de filmación, los cortos televisivos sustrajeron el espacio de su contexto inmediato y se recreó de este modo un lugar de caracteres similares, aunque imposibilitado para reconstituirse a su topografía natural.

Umberto Eco (1986) indica que “quienes no miran a la cámara hacen algo que se considera (o se finge considerar) que harían también si la televisión no estuviese allí” (pp.204-205). Este esquema de representación prevalece en ambos spots, y sugiere el estrechamiento de las distancias que actualmente ilustra a las sociedades política y civil, en una situación contextual más amplia que la determina. En las imágenes de los dos ejemplos se observa a Macri acercarse, en el espacio público presumiblemente no intervenido, hacia Omar y Mercedes, quienes lo reciben con abrazos y gestos de cordialidad. La implementación de este recurso de desficcionalización, inherente al régimen de contacto, prefigura la categoría de lo que Giovanni Sartori (2003) denomina pseudo-acontecimiento, debido a que “es, pues, un evento prefabricado para la televisión y por la televisión (p.43). Dicha condición anula la apacibilidad con la cual los encuentros acontecen, a la vez que señala la representación operada en el

orden de las acciones y la selección de los espacios, asociados en un caso al trabajo y en otro al esparcimiento, que conformaron a las grabaciones proselitistas.

Debido a que, en relación a los estudios propuestos por Christian Metz (1991), “la enunciación en sí misma no es nunca antropoide, sino que permanece adherida al texto” (p.31), el análisis crítico de las producciones de Cambiemos finalmente devela el dispositivo de enunciación. Por caso, el estudio de los sobreimpresos que cierran las producciones de campaña, y su inclusión en calidad de paratextos, exponen su opacidad.

En suma, la ocultación manifiesta de sus huellas (angulaciones, movimientos de cámara, juego de miradas, entre otras) no impide el reconocimiento de la intervención de los espacios públicos y con ella, la inconsistencia que promueve sustituir, mediante un signo, a la naturaleza de su objeto.

Imágenes



Figura 1. Con total sinceridad. Omar de Mar del Plata [Fotograma 00:10]. Pro (2015a).



Figura 2. Con total sinceridad. Omar de Mar del Plata [Fotograma 00:29]. Pro (2015a).



Figura 3. Con Mercedes en Jujuy. Vamos Juntos [Fotograma 00:03]. Pro (2015b).



Figura 4. Con Mercedes en Jujuy. Vamos Juntos [Fotograma 00:09]. Pro (2015b).

Referencias bibliográficas

- Aumont, M. & Marie, M. (1993). *Análisis del film*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Benveniste, E. [1959] (1999). *Las relaciones de tiempo en el verbo francés* (en línea). En: *Semiosis, nueva época*, Vol. 1, (5), 52-61. Recuperado de: <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/6624/19995P52.pdf;jsessionid=671B03C84E691143B5EB8D81EDB64E12?sequence=2>
- Bettetini, G. (1996). *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva*. Madrid, España: Ediciones Cátedra, S. A.
- Bordwell, D. & Thompson, K. (1993). *El arte cinematográfico. Una introducción*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Casetti, F. & di Chio, F. (2014). *Cómo analizar un film*. Barcelona, España: Paidós.
- Eco, U. (1986). TV: La transparencia perdida. En: *La estrategia de la ilusión* (pp.200-223). Barcelona, España: Editorial Lumen, S. A.
- Gaudreault, A. & Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A.
- Jost, F. (2002). *El ojo – cámara. Entre film y novela*. Buenos Aires, Argentina: Catálogos S.R.L.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Anagrama.
- Machado, A. (2009). El sujeto en el cine. En: *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción* (pp.11-119). Barcelona, España: Editorial Gedisa S. A.
- Metz, C. (1991). Cuatro pasos en las nubes, (vuelo teórico). En: *La enunciación impersonal, o la visión del filme*. París, Francia: Meridiens Klincksieck. (Material de cátedra Comunicación y Cultura), facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.



Pro (s/a). (2015a). *Con total sinceridad. Omar de Mar del Plata* (Video). Recuperado de <https://youtu.be/EsrauUsZMyQ?list=PLAr8GMNsEX37bqm1Y8TMFpt-xrqLZ8kTo>

___ (s/a). (2015b). *Con Mercedes en Jujuy. Vamos Juntos* (Video). Recuperado de <https://youtu.be/30KlyKljNxY?list=PLAr8GMNsEX37bqm1Y8TMFpt-xrqLZ8kTo>

Sartori, G. (2003). *Homo Videns*. México, D. F, México: Octaedro editores.

Verón, E. (2001). Televisión y democracia. El estatuto de la puesta en escena. En: *El cuerpo de las imágenes* (pp.67-86). Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

___ (2004). Diccionario de lugares no comunes. En: *Fragmentos de un tejido* (pp.39-59). Buenos Aires, Argentina: Editorial Gedisa, S. A.