



Esta obra está bajo
una Licencia Creative
Commons AtribuciónNoComercial-SinDerivar
4.0 Internacional

Cómo citar este artículo: Cicowiez, M.(2025).Estudio de la visualidad. *Ñeata. Revista digital del Grupo de Estudios Semio-discursivos (GESEM, SGCyT-UNNE)*, 7 (3), pp. 1-17. <https://doi.org/10.30972/nea.738908>

Estudio de la visualidad de la libertad avanza en la campaña legislativa 2021

Visuality study of la libertadavanza's 2021 legislative campaign

Cicowiez, Mariano
marianocicowiez@yahoo.com.ar
CONICET/IIGG-UBA

Es Doctor en Artes (UNLP), Magister en Estética y Teoría de las Artes (UNLP) y Licenciado en Comunicación Social (UNLP). Ha realizado un Ciclo de Posdoctorado en Ciencias Sociales en la UNJu. Además, es Becario posdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) con sede en el IIGG de la Universidad de Buenos Aires. Examina las imágenes de uso electoral en Argentina.

Resumen

Javier Milei disputó, en el año 2021, una banca como Diputado Nacional en representación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Esta elección significó el ingreso formal a la política partidaria del actual Presidente de la Argentina, en la cual puede advertirse una serie de recursos de composición vinculados a la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009) que rige entre la clase dirigente y la sociedad de representados. El objetivo de este trabajo consiste en reconocer, desde una perspectiva de análisis vinculada a la estética audiovisual, el diseño de los *spots* y videos cortos que La Libertad Avanza difundió en 2021. El recorte temporal comprende a los plazos legalmente asignados por la Cámara Nacional Electoral para la difusión de candidaturas. Hemos realizado un corpus de trabajo que incluyó 41 unidades de observación, de las cuales examinamos su tipología de planos, la puesta en escena y la enunciación filmica. Se analiza asimismo la banda visual de aquellas producciones, en relación a la figuración de la corporeidad del candidato. Los resultados indican que La Libertad Avanza construyó distintas modalidades acerca de la presentación de la candidatura de Milei, vinculadas a diversos recursos técnicos de composición.

Palabras clave

Campaña electoral - La Libertad Avanza - imágenes técnicas - recursos de composición

Abstract

Javier Milei ran for a seat as National Deputy representing the Autonomous City of Buenos



Artículos de Investigación

Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

Aires in 2021. This election marked current President Javier Milei's party politics entry, which revealed a series of compositional devices linked to the legitimacy of proximity (Rosanvallon, 2009) that governs the relationship between the ruling class and the represented society. This study aims to recognize, from an analytical perspective linked to audiovisual aesthetics, the design of the spots and short videos that La Libertad Avanza broadcasted in 2021. The temporal cut encompasses the time periods legally assigned by the National Electoral Chamber for the dissemination of candidacies. We have created a work corpus including 42 observation units and examined their shot typology, staging, and filmic enunciation. These productions' visual soundtrack have also been analyzed in relation to the representation of the candidate's corporeality. The results indicate that *La Libertad Avanza* constructed different modalities regarding the presentation of Milei's candidacy, linked to various technical composition resources.

Keywords

Election campaign - La Libertad Avanza - technical images - composition resources

Introducción

La incorporación en la política partidaria de Javier Milei fue comunicada el día 26/09/2020 a través de una sesión en vivo, junto al entonces y actual Diputado Nacional José Luis Espert, en la red social de Instagram. En esta ocasión, Milei aseveró que su ingreso a la fuerza Avanza Libertad, liderada por el propio Espert, se debía a que “hemos pedido que se vayan todos y no se fue ninguno, entonces que se queden todos porque los vamos a meter a todos y los vamos a sacar a patadas en el culo, ¿sí?” (Milei, 2020). Su declaración verbal se encuentra en correspondencia con su autoapelación a su origen político *outsider*, razón por la cual estaría facultado para establecer una distinción ya no de grado, sino de forma con respecto a la vigente clase gobernante argentina. En las siguientes Elecciones Legislativas, celebradas en el año 2021, Milei obtuvo el 17 por ciento de los sufragios positivos, por lo que asumió una banca como Diputado Nacional en representación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El objetivo de este trabajo consiste en reconocer el posicionamiento visual (Groys, 2014) de Milei en el citado período electoral, por lo cual examinamos la banda de imagen de los *spots* y videos cortos de La Libertad Avanza, alianza de filiación liberal. Desde una perspectiva de análisis vinculada a la estética audiovisual y el discurso cinematográfico, en este trabajo analizamos una clase de registro cuyo sujeto impersonal de enunciación (Metz, 1991) comprende a la fuerza política a la cual pertenece el candidato.

En otros términos, bajo el régimen de grabado, las operatorias estéticas que aplican distintos recursos de composición naturales al arte audiovisual resultan, en el caso de estudio de la presente investigación, íntegramente subsidiarias de la alianza política libertaria. De modo diferente a las presentaciones televisivas acontecidas en directo, en las cuales las personas candidatas no mantienen pleno control de la estructura técnica y la puesta en escena visual, los *spots* y videos cortos constituyen materialidades apropiadas para examinar el discurso cinematográfico que los subyace. En este sentido, en el marco de la Cultura Visual Contemporánea (Mirzoeff, 2003), el estudio de las imágenes ha devenido una perspectiva de análisis que gravita con insistencia en “la estructura del conocimiento” (Mitchell, 2019, p. 25). Y en este sentido, y a la luz de su posterior ungimiento presidencial acontecido tres años después de su inclusión partidaria, creemos no menos importante analizar la visualidad mediática inicial de Milei, desplegada en el curso actual de las campañas electorales en Argentina.

Artículos de Investigación

La personalización de la política (Castells, 2009) incorpora el uso de la imagen técnica como instrumento de instalación y posicionamiento de una candidatura partidaria. Por tal motivo, resulta pertinente analizar su discurso audiovisual, debido a que el uso de distintos recursos técnicos de composición habilita el diseño de diferentes figuraciones de una candidatura. Entonces, debido a que “las imágenes tienen un rol fundamental en la configuración del juego político” (Dagatti y Onofrio, 2020, p. 74), examinamos una serie de recursos de composición naturales a una clase de imagen técnica, subsidiaria de su movimiento.

Breve contextualización

La campaña legislativa 2021 aconteció en un contexto pandémico aún vigente en Argentina. En efecto, el 19/03/2020, el Gobierno Nacional decretó la cuarentena obligatoria en todo el territorio, cuya duración se extendió hasta el segundo semestre de aquel año, al tiempo que sobre comienzos de 2021 se inauguró el proceso de vacunación en los segmentos sociales considerados de riesgo. En este contexto, durante la campaña 2021, el peligro de infección aún acuciaba en la región, por lo cual el uso del barbijo o tapabocas podrá apreciarse en nuestras unidades de observación.

Al mismo tiempo, debido a una serie de elementos que transciende a nuestra línea de investigación, pero que sin embargo conviene mencionar atentos a un público no habituado a la situación política argentina, la gestión de gobierno del Frente de Todos (2019-2023) comenzaba en 2021 a recibir indicadores de rechazo por parte de distintos sectores sociales.¹ Liliana de Riz (2025) enumera una serie de factores que, al tiempo que debilitaron a aquella administración, actuaron como escenario proclive para el surgimiento de una nueva fuerza política, proceso en el cual la autora resalta la “profundidad de la crisis de representación que atravesaba la sociedad argentina” (p. 54). El surgimiento de Milei, por tanto, no ha estado exento de factores políticos –desajustes en el ejercicio de gestión y confrontaciones hacia el interior de la fuerza por entonces gobernante, por ejemplo–, factores económicos –la cuarentena decretada en nuestro país seguramente haya contribuido a debilitar, por caso, a diversos segmentos del mercado interno– y factores sociales –el malestar de ciertos sectores con respecto a la clase gobernante en Argentina–.

El surgimiento político electoral de Milei acontece entonces en un período temporal que acertadamente Bernard Manin (1998) definió como *metamorfosis de la representación*. En el caso argentino, quizás el mayor antecedente remita a la denominada crisis de 2001, en la cual se acuñó la frase *que se vayan todos* [los políticos con responsabilidad de gobierno], luego actualizada por Milei bajo la denominación de *la casta política*. Con esta definición, el actual conductor de La Libertad Avanza designó a prácticamente al conjunto del arco político opositor, al tiempo que también estableció una serie de distinciones en el campo de la estética electoral.

En efecto, el posicionamiento visual de Milei, bajo el régimen de comunicación de grabado, adscribió a la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009) entre gobernantes y dirigidos, pero al mismo tiempo el candidato estableció una divergencia, bajo el régimen de directo, en su posicionamiento estético (Groys, 2014) con respecto al arco político argentino. Mucho se ha escrito acerca de sus

1 Recordemos que los resultados de las Elecciones Legislativas de 2021 determinaron el triunfo, a nivel nacional, de la coalición Juntos por el Cambio (42,75%), seguida del Frente de Todos (34,56%). En las Elecciones Ejecutivas de 2019, el Frente de Todos se impuso justamente sobre aquella coalición, a partir de la obtención, en la primera vuelta, de una diferencia porcentual de casi 8 puntos (48,24% contra 40,28%).



Artículos de Investigación

presentaciones en el directo televisivo o bien en sesiones en vivo en las distintas redes sociales (Di Croce, 2024), en las cuales ha prevalecido, en reiteradas ocasiones, rasgos de desenfreno o excentricidad (de Riz, 2025). A este respecto, podemos afirmar que Milei no incorporó el conjunto de las reglas del lenguaje televisivo (Landi, 1992) sino que, antes bien, estableció un lenguaje audiovisual propio, quizás inédito durante las últimas décadas de política electoral en Argentina. De manera que cuando la mediatización del cuerpo presidencial se materializa en una serie de restricciones (Verón, 1999), estas fueron completamente omitidas durante las presentaciones en directo de Milei. Por el contrario, las imágenes de grabado constituyeron una segunda corporeidad del candidato, más reposada y ajustada al actual estilo de composición de candidaturas, en la cual Milei asumió la posición de escucha, en atención a las demandas de las personas electoras.

No es objeto de este trabajo indagar exhaustivamente acerca de las causas que motivaron el surgimiento de una candidatura partidaria completamente *outsider* y su posterior inclusión en el armado electoral de 2021. No obstante, nuestra breve contextualización del objeto de estudio quizás contribuya a esclarecer la norma de composición integral que subyació a los *spots* y videos cortos de La Libertad Avanza, para así comprender, desde una perspectiva estética y audiovisual, un aspecto quizás poco transitado acerca del ascenso vertiginoso de Milei. En suma, las imágenes que conforman nuestras unidades de observación reflejan una visualidad de Milei acaso menos examinada que su discurso verbal o posicionamiento ideológico.

Asimismo, recordemos además que las elecciones legislativas constituyen una instancia de renovación de bancas nacionales, provinciales y/o municipales, y cuyos resultados ciertamente exceden al reordenamiento de las distintas composiciones parlamentarias. En este sentido, en el caso argentino, ilustran una suerte de fotografía acerca del grado de aprobación o rechazo que atraviesa la fuerza política al frente del Poder Ejecutivo. De manera que en el citado contexto pandémico Milei inició su incursión formal en la política partidaria, atravesado por un malestar social motivado, entre otros factores, por las consecuencias menos deseadas del paso del Covid-19 por nuestra región.

Metodología

Hemos confeccionado un corpus de trabajo que incluye 41 *spots* y videos cortos divulgados en los períodos oficialmente asignados por la Cámara Nacional Electoral (CNE, 2021) para la difusión de candidaturas (PASO: 24/07/2021-20/09/2021 y Elecciones Generales: 30/09/2021-12/11/2021). Las unidades de observación han sido recogidas de las cuentas oficiales de las redes sociales de Instagram y Facebook de Milei, debido a que allí se alberga el conjunto de las propagandas objeto de esta investigación. En este sentido, estaremos trabajando con fuentes primarias, a partir de la elección, en función de su legibilidad, de una serie de paradas de imagen (Aumont y Marie, 1993). Y aun cuando constituya la negación de su movimiento, este método continúa siendo el predilecto por el campo de la filmología. Por tal motivo, en los casos que sea necesario recuperar su movilidad, trabajaremos con dos paradas contiguas pertenecientes a un mismo plano.

La elección de las muestras ha sido de carácter aleatorio estratificado (Ynoub, 2023), al tiempo que son representativas del universo en el cual se incluyen. En este sentido, preservan las regularidades de composición, por lo que su estudio dará cuenta también del conjunto del cual fueron extraídas.

Hemos desagregado nuestras unidades de observación en tres niveles de análisis: el nivel supra unitario corresponde a la comunicación política electoral en Argentina; el nivel unitario/de anclaje (Samaja, 2003) comprende a los *spots* y videos cortos difundidos por La Libertad Avanza en 2021, mientras que el nivel sub unitario se establece en el estudio de la enunciación filmica y la puesta en escena en la cual se desarrolla. El último nivel será el examinado en este trabajo, por lo

Artículos de Investigación

cual le corresponde una matriz de datos (Tabla 1) que explicita las dimensiones de observación y sus indicadores, y los respectivos valores que les asignamos.

Tabla 1. Matriz de datos

Dimensión	Valor de la dimensión	Indicador	Valor del indicador
1. Enunciación filmica	2. Transparente	4. Recursos de composición	5. Tipología de planos filmicos
			6. Profundidad de campo
	3. Opaca		7. Movimiento y ubicación de cámara
8. Puesta en escena	9. Teatral	11. Estatuto del espacio	12. Cerrado
	10. Cine de posguerra		13. Abierto

Fuente: elaboración propia (2024).

La primera dimensión examina al sujeto impersonal de enunciación (Metz, 1991), el cual es definido también como el gran constructor de imágenes (Gaudreault y Jost, 1995), ubicado fuera del cuadro filmico. Sus valores corresponden con una posición más próxima a la búsqueda de la transparencia del signo audiovisual, o bien la asunción de una función enunciativa que afirma la distancia entre el significante cinematográfico y su objeto referencial (Xavier, 2008). Su indicador son los recursos de composición audiovisuales, entre los que destacamos la tipología de planos, el recurso de escritura sobre la profundidad de campo y los distintos puntos de vista que puede adoptar la cámara de filmación.

La segunda dimensión se focaliza en la puesta en escena, la cual recupera sus orígenes teatrales, con lo cual el *spot* o video corto acontece en un espacio cúbico, o bien incorpora múltiples locaciones y puntos de vista, como sucede en el cine de posguerra (Aumont, 2018). Su indicador comprende el espacio en el que se desarrollan los relatos (Aumont, *et al.*, 1995), el cual presenta una condición cerrada por los límites del encuadre, o abierta, como consecuencia de los desplazamientos de la cámara.

El nuestro corresponde con un estudio de tipo descriptivo y explicativo, por tanto le corresponden, respectivamente, las siguientes hipótesis de atribución y de causación: la primera indica que ha prevalecido un estilo de composición subsidiario de la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009), el cual ha sido trasladado hacia la banda visual de las imágenes. La segunda afirma que las dos modalidades de puesta en escena construyen distintas figuraciones del cuerpo significante (Verón, 1993) del candidato, una de condiciones físicas y otras de condiciones simbólicas (Debray, 1995).

Por último, hemos trabajado en la instancia de producción de los *spots* y videos cortos, y no así con el reconocimiento, medido en términos de impacto positivo/negativo, que pueda realizar la función espectatorial. De manera que un estudio que mida dicho impacto comprende una investigación complementaria a nuestro recorte del objeto de estudio.

Resultados

La primera muestra de observación pertenece a un video titulado *Caminata por el Barrio de*

Artículos de Investigación

Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

Boedo, difundido el día 27 de agosto con motivo de las Elecciones PASO. Se trata de un plano de ubicación utilizado para iniciar el registro audiovisual de las caminatas que Milei realizó por distintos barrios pertenecientes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Un paratexto lingüístico, dispuesto sobre la franja inferior del cuadro, ancla la localización de la caminata, focalizada en la presencia del candidato junto a sus adherentes y seguidores. Este diseño se replica en el conjunto de videos que dan cuenta de las recorridas, con lo cual se preserva la estructura técnica y argumental (Figura 1).

Figura 1. *Plano de ubicación* (Tiempo: 00.03)



Fuente: La Libertad Avanza (2023a).

La cámara se dispone en posición frontal con respecto al punto de asiento de Milei, quien se ubica en la posición axial (Péninou, 1972) de la representación. Esta clase de registro trabaja sobre una doble condición de la espacialidad. En efecto, el espacio encuadrado sugiere la existencia de un espacio imaginable (Casetti y di Chio, 2014), contiguo al primero, y presuntamente también saturado de personas partidarias. Este procedimiento se observa en los bordes laterales de la representación, en los cuales se recortan los cuerpos de los asistentes allí ubicados. A través de dicha acción de recorte, se construye una segunda espacialidad que, aunque dispuesta fuera de cuadro, también interviene activamente en el curso de la caminata. De esta manera se expande el espacio no sólo a través de la amplia profundidad de campo, en la cual se disponen los adherentes a La Libertad Avanza, sino también fuera de los límites laterales del encuadre.²

Por otro lado, tal cual sucede en Argentina desde la década de 1980, las recorridas de campaña han abandonado los centros urbanos que remiten a la institucionalidad de la Nación (Waisbord, 1995), y se trasladan hacia zonas de tránsito ausentes de recordatorios de la memoria nacional – por ejemplo, monumentos ubicados en plazas con valor histórico–. De esta manera, es el candidato político quien se aproxima a la sociedad de representados, aunque sin descuidar el motivo de dicho acercamiento. En efecto, debido a que un objeto encuadrado posee la facultad de predicar al conjunto de una representación audiovisual (Mitry, 2006), la bandera argentina que Milei lleva consigo desempeña una función activa en el proceso de connotación. Tanto como su cuerpo, la bandera ha sido dispuesta en la centralidad de la imagen, en calidad de signo simbólico (Peirce, 1974) de la representación legislativa por la cual compite Milei.

² Es necesario no confundir las categorías de campo y cuadro. El primero hace referencia a la porción de espacio visible dispuesta hacia el interior del segundo. El cuadro, entonces, determina los bordes bidimensionales del campo (Russo, 1998).

Artículos de Investigación

Las siguientes muestras de observación pertenecen a un mismo plano, el cual fue registrado durante el acto de culminación de la campaña electoral de La Libertad Avanza perteneciente a las Elecciones PASO, realizado el día 5 de septiembre en Parque Lezama. El video fue posteado cuatro días después, y contiene imágenes que muestran el inicio de la concentración en la que Milei efectuó su discurso desde un escenario montado a tal efecto (Figuras 2 y 3).



Fuente: La Libertad Avanza (2023b).



Fuente: La Libertad Avanza (2023b).

Desde una posición de picado, la cámara realiza un movimiento lateral con objeto de barrer la información que contiene. A través de un montaje en el plano, se registran los momentos iniciales de la convocatoria preservando la contigüidad visual del ojo humano (Bazín, 2008a). Esta medida reenvía a uno de los principales preceptos del Realismo Revelador, el cual consiste en el “reinado de la continuidad” (Xavier, 2008, p. 106) del desarrollo argumental, pero también en la percepción visual de las imágenes. En otros términos, el encadenamiento de los distintos planos atenta contra dicha continuidad, por lo que la solución se halla en la realización de imágenes montadas hacia el interior de un mismo plano.

En efecto, el montaje operado sobre el plano que da cuenta de la convocatoria partidaria anula la intervención de los cortes habituales entre las imágenes, luego encadenadas en un trabajo de escritura posterior en el marco de su proceso de edición. Por el contrario, La Libertad Avanza ha hecho uso del recurso de montar hacia el interior de las imágenes distintas posiciones de la cámara la cual, sin interrupciones, muestra a la función espectatorial el inicio de la concentración bajo características más realistas. En este sentido, la intervención del artificio, que inundablemente existe y se observa, por

Artículos de Investigación

caso, en la posición de la lente y en la velocidad que asume su movimiento³, resultaría, de acuerdo al realismo que defiende André Bazin (2008a), ciertamente menor con respecto a la inclusión de recursos de distintos tipos de encadenamiento. En definitiva, el montaje en el plano ha tenido como objeto mostrar la convocatoria al acto de cierre bajo caracteres realistas, a manera de un gesto autónomo (Aumont, 2018) por parte del artificio de filmación.

Las siguientes muestras de observación constituyen casos representativos de focalización interna (Jost, 2002) sobre la figura de Milei, como también sobre los asistentes a las caminatas llevadas adelante en distintos barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La primera muestra pertenece a un video titulado *Llegamos de sorpresa al Barrio de Once e hicimos una caminata*, posteado el día 30 de octubre, en el marco de las Elecciones Generales. La segunda muestra se denomina *Caminata por el Barrio de Belgrano*, y pertenece a un video posteado el día 22 de agosto, con motivo de las Elecciones PASO. El recurso de focalización interna comprende entonces a un actor político (Figura 4), como también a distintos actantes (Greimas, 1971) de la sociedad civil (Figura 5).

Figura 4. Focalización interna(Tiempo: 01:23)



Fuente: La Libertad Avanza (2023c).

Figura 5. Focalización interna(Tiempo: 00.58)



Fuente: La Libertad Avanza (2023d).

En la imagen 4, la cámara se ubica levemente detrás de Milei, quien es incluido dentro de cuadro,

3 La velocidad del movimiento de la cámara no alcanza a desdibujar los detalles que muestra.

Artículos de Investigación

Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

con lo cual la función espectatorial adquiere una posición cognitiva equivalente a la del candidato a Diputado. En otros términos, dicha cámara no constituye una posición ocular que sustituya a la mirada de Milei, sino que transfiere un punto de vista subsidiario de su saber. En este sentido, el cuadro replica la información que el líder de La Libertad Avanza tiene frente a sí y, de este modo, la cámara asume una función que reproduce su posición, de manera ciertamente similar aunque no sustituyente.

La focalización interna (Jost, 2002) exhibe entonces un encuadre que refrenda un encuentro con dos mujeres frente a su emprendimiento comercial, con las cuales mantiene una relación de cercanía y proximidad (Rosanvallon, 2009). Este acercamiento es trasladado a la función espectatorial desde el punto de vista cognitivo de Milei, mientras que, en la siguiente muestra de observación, dicho acercamiento se registra desde el punto de vista de la ciudadanía. La imagen 5 muestra al candidato desde una posición cognitiva similar a las personas asistentes, de modo que la función espectatorial lo observa *junto a ellas*. En esta producción, se lo exhibe firmando un autógrafo, rodeado de adherentes, en el marco de la exposición de una candidatura política que se desplaza hacia los espacios de uso cotidiano (Waisbord, 1995) en el barrio de Belgrano.

Las dos siguientes muestras de observación combinan una serie de elementos analizados en las imágenes precedentes. Ambas perteneces a un mismo plano, extraído de un video titulado *Recorrida por Chacarita*, subido a las redes el día 16 de agosto durante el período de las Elecciones PASO. El relato audiovisual (Aumont, *et al.*, 1995) exhibe el acercamiento de Milei hacia una persona comerciante de productos alimenticios, quienes se estrechan en un abrazo (Figuras 6 y 7).

Figura 6. Montaje en el plano (Tiempo: 00.03)



Fuente: La Libertad Avanza (2023e).

Figura 7. Montaje en el plano (Tiempo: 00.05)



Fuente: La Libertad Avanza (2023e).

El plano comienza exponiendo una serie de elementos que predicen a la espacialidad (Mitry, 2006) en la cual acontece dicho encuentro. En efecto, sobre el lateral derecho de la representación se disponen cajones que contienen frutas y verduras, en cuyo comercio Milei dialoga con personas propietarias o consumidoras. El plano americano con el que se inicia la representación luego se modifica hacia un plano corto, con lo cual se resalta inicialmente a la figura de Milei (Figura 6) y luego se subraya su aproximación con el actante civil (Figura 7).

La modificación de sus códigos narrativos fue realizada a través de un montaje en el plano, con lo cual se preserva la continuidad visual del ojo humano (Bazín, 2008a), también reconocida en imágenes precedentes (Figuras 2 y 3). En efecto, la cámara realiza un *travelling* lateral, que se desplaza hacia la franja derecha, y acompaña el ingreso de Milei a la tienda de comestibles, y su siguiente encuentro con su propietario. La ausencia de cortes en dicho desplazamiento resulta subsidiaria del montaje interdicto (Bazín, 2008b), que postula que cuando lo esencial de un acontecimiento depende de la conjunción de dos o más actores que desempeñan una misma acción, su registro visual prohíbe el corte entre los planos. En este sentido, para dotarlo de una mayor cuota de *realidad*, dichas situaciones deben integrarse en un único plano que albergue el conjunto de la información audiovisual.

La tipología de planos constituye un elemento sustancial para reconocer la presencia activa de un sujeto enunciador ubicados detrás, y al mismo tiempo hacia el interior, de las imágenes que crea. En este sentido, la ubicuidad de la cámara (Machado, 2009) faculta su localización bajo una serie de angulaciones que delatan su trabajo de escritura. Las dos siguientes muestras de observación dan cuenta de la intervención de aquel sujeto, a través de un plano picado y otro contra picado.

La primera imagen pertenece a un video titulado *Cada día somos más*, difundido el día 12 de octubre durante el período de Elecciones Generales. En el plano argumental, la representación muestra al candidato acariciando una mascota, en el marco de una recorrida de campaña. La personalización de la política exhibe aquí sus rasgos más emotivos e individuales (Castells, 2009; Amado, 2016), registrados a través de un plano picado (Figura 8).

Artículos de Investigación

Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

Figura 8. *Intimidad pública* (Tiempo: 00.27)



Fuente: La Libertad Avanza (2023f).

En efecto, la utilización de este tipo de plano constituye un elemento que marca la presencia del sujeto enunciador impersonal (Metz, 1991), quien subraya un rasgo sensible del candidato a Diputado. Esta sensibilidad es mostrada a través de una tipología de planos que estrecha las distancias que pudieran existir entre Milei y la sociedad de votantes. La corporeidad de Milei conforma un operador de sentido tanto a través de su caricia hacia la mascota, como también por intermedio de una localización del dispositivo de filmación que *empequeñece* su figuración.

La próxima unidad representa un trabajo de escritura contrario, en el que la cámara *engrandece* la corporeidad de Milei, en este caso, durante el acto de cierre llevado adelante en Parque Lezama. La imagen fue incluida en un video posteado el día 11 de agosto, en el marco de las Elecciones PASO. Desde una ubicación levemente en contra picado, se muestra a Milei al momento de presentar su discurso de campaña (Figura 9).

Figura 9. *Contrapicado* (Tiempo: 01.23)



Fuente: La Libertad Avanza (2023g).

Este tipo de imagen contrasta con las muestras precedentes en relación al espacio en el cual acontecen las distintas representaciones. La incorporación de un atril y micrófono sugieren la existencia de un espacio heterogéneo y fragmentado (Casetti y di Chio, 2014) dividido en un área superior y otra área inferior. Milei dirige su mirada hacia una de las líneas de fuga, coincidente con el espacio en la que se ubicarían las personas asistentes al acto partidario. Esta mirada sugiere entonces la existencia del área inferior, ya mostrada en nuestro escrito en las figuras 2 y 3.

Artículos de Investigación

Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

La cámara en posición de contra picado *engrandece* el cuerpo del candidato, de manera contraria a los registros que dan cuenta de las recorridas de campaña. En efecto, este tipo de plano no ha sido regular en el marco de las distintas caminatas y, por el contrario, sí se observa en los videos que refrendan sus discursos verbales pronunciados desde un atril. De manera que, bajo el imperio de una espacialidad unitaria y conexa (Casetti y di Chio, 2014), como es una calle o tienda comercial, la cámara muestra a Milei bajo caracteres similares a los de las personas asistentes a sus actos partidarios. De modo contrario, la existencia de un espacio fragmentado es refrendada a través de un registro visual que también establece una distinción, en el plano argumental, entre el candidato y el conjunto de adherentes.

La última muestra de observación pertenece un *spot* titulado *Llegó nuestro momento*, difundido el día 9 de noviembre durante las Elecciones Generales. La imagen muestra a Milei en primer plano, ubicado su cuerpo sobre un fondo en el vacío (Temperley, 2007),⁴ conduciendo su mirada hacia el lente de la cámara (Eco, 1986) (Figura 10).

Figura 10. *Primer plano* (Tiempo: 00.03)



Fuente: La Libertad Avanza (2023h).

El espacio cúbico en el que se desarrolla este relato, tanto como el tipo de plano que muestra el rostro del candidato, subrayan su figura bajo una representación visual que contrasta con la expuesta en las imágenes precedentes de nuestro trabajo. En este tipo de registro, el candidato a Diputado luce una vestimenta tradicional que lo realza (Tassara, 2001), con lo cual su corporeidad adquiere un posicionamiento visual que lo aproxima al diseño vigente de una candidatura política en Argentina.⁵ En otros términos, su origen políticamente *outsider* no se visibiliza en esta clase de producciones, en las que Milei asume la potestad del discurso visual a través de un primer plano que, al mismo tiempo, aporta dramatismo a su discurso verbal.⁶

⁴ La perspectiva de la cámara no permite dilucidar claramente las escaleras ubicadas sobre el margen izquierdo de la representación. Por tal motivo, el cuerpo del candidato pareciera ubicarse sobre un decorado íntegramente bidimensional y color blanco.

⁵ Vale recordar que esta situación no es exclusiva de nuestro país, sino que también puede observarse, por ejemplo, en distintos contextos latinoamericanos.

⁶ En este trabajo se examina la banda de imagen de los *spots* y videos cortos, y no así su banda de sonido. Esta segunda banda es la que incluye a los ruidos, la música y las palabras orales, por lo que un estudio de la discursividad verbal de Milei comprende un trabajo complementario con respecto a nuestra investigación.

Artículos de Investigación

Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

El estatismo de la cámara imposibilita la asunción de diversos puntos de vista, por lo que esta clase de puesta en escena, que refrenda sus orígenes teatrales (Aumont, 2018), guía la mirada (Russo, 2012) de la función espectatorial hacia la figura política que satura la composición de la imagen. La puesta en escena cerrada, en la que la cámara adopta una posición frontal con respecto a la ubicación axial (Péninou, 1972) de Milei, habilita un trabajo de escritura sobre el decorado y la corporeidad del candidato de manera subsidiaria a una presentación política más tradicional que disruptiva.

Finalmente, el uso del primer plano ha sido un recurso utilizado en los *spots* consagrados a su difusión en el medio televisivo, y no así en los videos cortos, en los cuales prevalecen los planos medios y generales, cuya circulación remite a las redes sociales de Internet.⁷

Discusión

En este trabajo hemos examinado las producciones audiovisuales que La Libertad Avanza diseñó para su difusión bajo la modalidad de grabado. Con independencia de su medio tradicional o digital de comunicación, los *spots* y videos cortos remiten a un sujeto impersonal de enunciación (Metz, 1991) que, dispuesto fuera de cuadro, comprende a la fuerza política que condujo a Milei a la obtención de su banca como Diputado Nacional. Este sujeto asumió el completo dominio de sus producciones, incluso cuando una cuota de azar (Aumont, 2018) pudiera incluirse en los relatos audiovisuales (Aumont, *et al.*, 1995) que le pertenecen.

Las circunstancias azarosas pueden presentarse en las caminatas que Milei llevó adelante en las distintas recorridas por los barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Estas situaciones, sin embargo, también conllevan un trabajo de escritura en relación, por ejemplo, a la tipología de planos y angulaciones de la cámara, por lo que finalmente resultan incorporadas a la voluntad creativa del citado sujeto. Y a diferencia de los videos cortos, los *spots* televisivos, registrados en una puesta en escena cúbica, presentan un control integral de los elementos y recursos compositivos, siempre subsidiarios del dominio de aquella instancia enunciativa impersonal.

Aún la imprevisibilidad que pudiera acontecer durante las recorridas de campaña, los videos cortos pertenecientes al año 2021 han contrastado con la imagen más irreverente e histriónica (de Riz, 2025) de sí mismo que Milei difundió en sus presentaciones en el directo televisivo. Desde su primera aparición, sucedida en el año 2015 en el programa *Hora Clave* (Márquez y Duclos, 2024), el por entonces economista libertario y panelista desplegó una corporeidad más próxima al anticuerpo presidencial (Verón, 1999) –es decir que escapa a la “censura de gestos y de posturas” (p. 87)– que a la analizada en nuestro trabajo.

En este sentido, podemos reconocer distintas figuraciones visuales que La Libertad Avanza divulgó sobre su candidato a Diputado Nacional, en relación a las modalidades de directo/grabado. En efecto, cuando la potestad del artificio de filmación remite por caso a un canal de televisión o productora de contenidos, Milei se ha mostrado destemplado, bajo un carácter hipoformalizado (Gubern, 1987), tal como describe Valeria di Croce (2024). De modo contrario, su carácter más hiperformalizado, es decir aquel mayormente “estable, previsible y redundante de las representaciones” (p. 140), ha sido escenificado en los *spots* y videos cortos grabados para su posterior difusión.

La corporeidad de Milei hiperformalizada es aquella que hemos reconocido en nuestro

⁷ Los *spots* también son difundidos en redes sociales, pero que la situación inversa no sucede: los videos divulgados en redes no son emitidos en televisión durante los segmentos oficialmente asignados por la Cámara Nacional Electoral (2021).

Artículos de Investigación

trabajo, la cual se ajusta al actual diseño de composición de candidaturas, en relación solidaria a la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009). En estudios anteriores (Cicowiez, 2020, 2021), abocados al análisis de campañas electorales pertenecientes a fuerzas políticas de igual y también de distinto signo partidario e ideológico, hemos reconocido los procedimientos de composición que aquí hemos examinado. En este sentido, el origen *outsider* de Milei ha sido secundado, en el marco de la campaña legislativa 2021, por un posicionamiento estético (Groys, 2014), divulgado bajo el régimen de grabado, que lo aproxima a la tradición partidaria electoral en Argentina.

Conclusiones

Hemos reconocido una serie de recursos artísticos de composición, los cuales han sido implementados para diseñar distintas figuraciones de la corporeidad de Milei. En situaciones de puestas en escenas abiertas, filmadas en exteriores durante las caminatas por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Figura 1), el candidato se mostró cercano a la ciudadanía, exponiendo distintos puntos de vista de aquellos encuentros. La adopción de una posición cognitiva (Jost, 2002) asociada al candidato político (Figura 4) o al actante civil (Figuras 5) dio cuenta de una representación visual que las aproxima. La espacialidad adquirió una función activa (Bordwell y Thompson, 1993) en estos encuentros, cuyo decorado constituyó un operador de sentido que materializó la presencia de Milei en espacios ajenos al ámbito de la representación histórica, política y partidaria (Waisbord, 1995).

La espacialidad fue mostrada a través de planos generales (Figura 1) o bien a través de montajes hacia el interior del plano (Figuras 6 y 7). En este último caso, la ausencia de recortes aseguraría una mayor cuota de realismo (Bazín, 2008b), acerca de la presencia de Milei en sitios de uso cotidiano por parte de la sociedad civil. La personalización de la política, la cual comprende la exposición de rasgos emotivos e individuales por sobre las tradicionales plataformas de gobierno (Castells, 2009; Amado, 2016), también ha sido escenificada en la banda visual de los spots y videos cortos pertenecientes a la campaña legislativa 2021 (Figura 8).

Hasta aquí se construyó entonces una candidatura cuya corporeidad física apeló a la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009), visualmente expuesta en espacios abiertos, en los cuales la cámara de filmación recurrió a la multiplicidad de recursos que habilita la plasticidad del trabajo de escritura sobre las imágenes en movimiento. Al mismo tiempo, hemos reconocido una corporeidad simbólica que se invistió en la carnalidad del candidato (Debray, 1995), a través de la que Milei se posicionó efectivamente como dirigente partidario. En estos casos, los planos filmicos fueron saturados por la presencia del líder de La Libertad Avanza, quien pronunció sus discursos en espacios fragmentados (Figura 9) o cerrados (Figura 10). En ambos casos, se estableció visualmente una posición de complementariedad (Watzlawick, Beavin Bavelas y Jackson, 1997) con respecto a la sociedad de votantes, a través, por ejemplo, de la ubicación de la cámara –en posición frontal– y de los códigos narrativos filmicos –plano contrapicado-. El desplazamiento sin cortes de la cámara también fue utilizado para registrar la posición de escucha (Figuras 2 y 3) que asumieron las personas adherentes a la fuerza que conduce Milei.

En breves palabras, las imágenes examinadas constituyen muestras que exponen dos corporeidades de Milei. El cuerpo inmediato a la ciudadanía, con la cual comparte la espacialidad, ha sido registrado a través de planos generales, incorporando elementos que predicen al conjunto de la representación en términos de espacios cotidianos y de uso común por un amplio segmento de votantes. En estas ocasiones, la cámara realizó movimientos exteriores al cuadro, adoptando distintas angulaciones e incorporando también movimientos interiores a sus límites, llevados adelante por distintos actantes de los spots y videos cortos. Por el contrario, el cuerpo sustanciado con el cargo



Artículos de Investigación

en disputa, más simbólico que individual, adoptó una vestimenta que lució sus enunciados, al tiempo que develó la presencia del artificio, focalizando sus ojos en la lente de la cámara (Figura 10). Esta corporeidad fue registrada en planos cortos, y su espacialidad se muestra ausente de movimientos ajenos al candidato libertario. En la misma dirección, la cámara de filmación adscribe a sus orígenes teatrales, por lo que prevalece un único punto de vista ocasionalmente modificado a través del recurso de *zoom in*.

En suma, distintos recursos de composición audiovisuales configuraron diversas corporeidades de Milei, desplegando dos visualidades del candidato libertario en el marco de una misma campaña electoral. En efecto, la corporeidad física, aquella que se muestra inmediata a la ciudadanía, y la corporeidad simbólica, la cual asume la potestad del discurso visual y se presenta a sí misma dispuesta a asumir la responsabilidad legislativa, convivieron por igual, en la campaña examinada, incluso en un mismo *spot* o video corto de uso electoral. En el marco de su circulación en producciones audiovisuales, ambas figuraciones del cuerpo de Milei requirieron de sus respectivos cuadros, en línea a la tesis que afirma que la primera figuración impide el surgimiento de la segunda (Debray, 1995). En otros términos, dada la estrecha distancia que existe entre el significante cinematográfico y su significación (Metz, 2002), la visualidad de las imágenes electorales mostró, por un lado, un candidato *outsider* y cercano a la sociedad de representados, y por otro, un candidato atento a la asunción del cargo en disputa. El reconocimiento de ambas figuraciones constató nuestras hipótesis de atribución y de causación, las cuales requirieron de sus respectivas espacialidades rubricadas en distintas puestas en escena.

Desde nuestra perspectiva de análisis, vinculada a la estética audiovisual, hemos observado que la condición ajena al ámbito partidario de Milei, sin embargo, ha configurado su posicionamiento visual, bajo el régimen de grabado, de modo estrecho al estilo de construcción de candidaturas vigente en Argentina.

Bibliografía

- Amado, A. (2016). *Política Pop. De líderes populistas a telepresidentes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Ariel.
- Aumont, J. (2018). *El cine y la puesta en escena*. Buenos Aires, Colihue.
- Aumont, J. y Marie, M. (1993). *Ánalisis del film*. Barcelona, Paidós.
- Aumont, J., Bergala, A., Marie, M. y Vernet, M. (1995). *Estética del cine. Espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona, Paidós.
- Bazin, A. (2008a). La evolución del lenguaje cinematográfico. En: *¿Qué es el cine?* (pp. 81-100). Madrid, RIALP.
- Bazin, A. (2008b). Montaje prohibido. En: *¿Qué es el cine?* (pp. 67-80). Madrid, RIALP.
- Bordwell, D. y Thompson, K. (1993). *El arte cinematográfico. Una introducción*. Barcelona, Paidós.
- Cámara Nacional Electoral (CNE) (2021). *Acordada n° 59/2021.CNE*.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.
- Casetti, F. y di Chio, F. (2014). *Cómo analizar un film*. Barcelona, Paidós.
- Cicowiez, M. (2020). Estudio interpretativo de imágenes técnicas del Frente de Todos: La campaña electoral argentina de 2019. (2020). *Austral Comunicación*, 9 (2), 457-480. <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0902.cic>
- Cicowiez, M. (2021). Estudio de imágenes de campaña de PRO: ¿propaganda o realidad? *La Trama De La Comunicación*, 25(1), 103–121. <https://doi.org/10.35305/lt.v25i1.764>
- Dagatti, M. y Onofrio, P. (2020). Imaginarios hipermediáticos. Los mundos visuales del gobierno de

Artículos de Investigación

- Cambiemos (2015-2018). *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (96), 73-91.
- Debray, R. (1995). *El Estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. Buenos Aires, Manantial.
- de Riz, L. (2025). *Laboratorio político Milei. El primer año en el sillón de Rivadavia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Ariel.
- Di Croce, V. (2024). *El arca de Milei. ¿Cómo y con quién construyó su poder?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Futurock.
- Eco, U. (1986). “TV: La transparencia perdida”. En: *La estrategia de la ilusión* (pp. 200-223). Barcelona, Lumen.
- Gaudreault, A. y Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Barcelona, Paidós.
- Greimas, A. J. (1971). *Semántica Estructural. Investigación Metodológica*. Madrid, Gredos.
- Groys, B. (2014). La obligación del diseño de sí. En: *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (pp. 21-35). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Caja Negra.
- Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Jost, F. (2002). *El ojo cámara. Entre film y novela*. Buenos Aires, Catálogos.
- La Libertad Avanza (Autor) (2021a). *Caminata por el Barrio de Boedo*. [Archivo de video]. <https://www.instagram.com/reel/CTF-JZpFwR4/>
- La Libertad Avanza (Autor) (2021b). *Cierre de campaña*. [Archivo de video]. <https://www.instagram.com/reel/CTm8eGynEgQ/>
- La Libertad Avanza (Autor). (2021c). *Llegamos de sorpresa al Barrio de Once e hicimos una caminata*. [Archivo de video]. <https://www.instagram.com/reel/CVp-QntgGqA/>
- La Libertad Avanza (Autor). (2021d). *Caminata por el Barrio de Belgrano*. [Archivo de video]. <https://www.instagram.com/reel/CS4pmJSj-QB/>
- La Libertad Avanza (Autor). (2021e). *Recorrida por Chacarita*. [Archivo de video]. <https://www.instagram.com/reel/CSp8iVijx9o/>
- La Libertad Avanza (Autor). (2021f). *Cada día somos más*. [Archivo de video]. <https://www.instagram.com/reel/CU8kAP7g2NU/>
- La Libertad Avanza (Autor). (2021g). *Sin título*. [Archivo de video]. <https://www.instagram.com/reel/CSesQqlSXr/>
- La Libertad Avanza (Autor). (2021h). *Llegó nuestro momento*. [Archivo de video]. <https://www.instagram.com/reel/CWDvY5FFTvh/>
- Landi, O. (1992). *Devórame otra vez. ¿Qué hizo la televisión con la gente? ¿Qué hace la gente con la televisión?* Buenos Aires, Planeta.
- Machado, A. (2009). El sujeto en el cine. En: *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción* (pp. 9-119). Barcelona, Gedisa.
- Manin, B. (1998). Metamorfosis del gobierno representativo. En: *Los principios del gobierno representativo* (237-287). Madrid, Alianza.
- Márquez, N. y Duclos, M. (2024). *Milei. La revolución que no vieron venir*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Hojas del Sur.
- Metz, C. (1991). *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*. París, Meridiens Klinksieck.
- Metz, C. (2002). El cine: ¿lengua o lenguaje? En: *Ensayos sobre significación en el cine (1964-1968). Volumen 1.* (pp.57-114). Barcelona, Paidós.
- Milei, J. (2020). *Sin título. Sesión en directo con José Luis Espert* [Archivo de video]. <https://www.instagram.com/reel/CFnmdBHFduO/>
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós.

Artículos de Investigación

- Mitchell, W. J. T. (2019). Cuatro conceptos fundamentales de la imagen. En: *La ciencia de la imagen. Iconología, cultura visual y estética de los medios* (pp.23-30). Madrid, Akal.
- Mitry, J. (2006). *Estética y psicología del cine. I Las estructuras*. México, D. F., Siglo XXI.
- Peirce, C. S. (1974). Ícono, Índice y Símbolo. En: *La ciencia de la semiótica* (pp. 45-62). Buenos Aires, Nueva Visión.
- Péninou, G. (1972). Física y metafísica de la imagen publicitaria. En: AA.VV., *Análisis de las imágenes* (pp. 116-135). Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- Rosanvallon, P. (2009). *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires, Manantial.
- Russo, E. A. (1998). *Diccionario de cine. Estética, cine, técnica, historia*. Buenos Aires, Paidós.
- Russo, E. A. (2012). Cine: Una puesta en otra escena. Quince años después. En: J. La Ferla y S. Reynal (Comps.). *Territorios Audiovisuales: cine, video, televisión, instalación, documental, nuevas tecnologías, paisajes mediáticos* (pp. 49-64). Buenos Aires, Libraria.
- Samaja, J. (2003). *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires, Eudeba.
- Tassara, M. (2001). Poética del filme: consideraciones de fin de siglo. En: *El Castillo de Borgonio. La producción de sentido en el cine* (pp. 127-143). Buenos Aires, Atuel.
- Temperley, S. (2007). Figuración del pelo (1940-1970). En: O. Traversa (Comp.), *Cuerpos de papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970* (pp. 83-114). Buenos Aires, Santiago Arcos Editor.
- Verón, E. (1993). El tercer término (1976-1980). En: *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (pp. 87-155). Barcelona, Gedisa.
- Verón, E. (1999). «El verbo y la mierda». En *Efectos de agenda* (pp. 87-88). Barcelona, Gedisa.
- Waisbord, S. (1995). *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en la Argentina*. Buenos Aires, Sudamericana.
- Watzlawick, P.; Beavin Bavelas, J. y Jackson, D. (1997). Algunos axiomas exploratorios de la comunicación. En: *Teoría de la comunicación humana* (pp. 49-71). Barcelona, Herder.
- Xavier, I. (2008). *El Discurso cinematográfico: la opacidad y la transparencia*. Buenos Aires, Manantial.
- Ynoub, R. (2023). *Cuestión de Método. Tomo II. Aportes para una metodología crítica*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Lugar.