

LA ESTÉTICA AUDIOVISUAL DE LA LIBERTAD AVANZA EN LA CAMPAÑA POR LAS ELECCIONES LEGISLATIVAS 2021 (BUENOS AIRES, ARGENTINA). ESTUDIO DE LA CORPOREIDAD DE JAVIER MILEI

MARIANO CICOWIEZ – marianocicowiez@yahoo.com.ar
*Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Instituto de
Investigaciones Gino Germani / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y
Técnicas, Argentina*

ARK CAICYT: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s16668979/nzthah28y>
DOI: <https://doi.org/10.62174/arg.2026.11209>

FECHA DE RECEPCIÓN: 10-6-2025

FECHA DE ACEPTACIÓN: 9-4-2026

Resumen

En este trabajo se examina la banda de imagen de los videos cortos y spots que La Libertad Avanza difundió, en medios tradicionales y digitales de comunicación, con motivo de las Elecciones Legislativas celebradas en 2021. En el marco de la cultura visual contemporánea, se analizan los procedimientos técnicos de figuración de la corporeidad de Javier Milei—en tanto soporte de significación y en relación subsidiaria con la puesta en escena y enunciación cinematográficas—, por entonces candidato a una banca en el Congreso Nacional en representación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se ha realizado un corpus de trabajo que incluye 41 producciones audiovisuales difundidas en los plazos legalmente fijados por la Cámara Nacional Electoral para la promoción de candidaturas. Se concluye que el diseño de su estética construyó la corporeidad de Milei bajo una dimensión de orden físico, la cual lo aproxima a un segmento del electorado, y otra dimensión de características simbólicas, vinculada a las características de la conducción del cargo público en disputa.

Palabras clave: La Libertad Avanza, campaña electoral, producciones audiovisuales, banda de imagen, corporeidad

THE AUDIOVISUAL AESTHETICS OF LA LIBERTAD AVANZA IN THE 2021 LEGISLATIVE ELECTIONS CAMPAIGN (BUENOS AIRES, ARGENTINA). A STUDY OF JAVIER MILEI'S CORPOREALITY

Abstract

This paper examines the image band of the short videos and commercials that La Libertad Avanza broadcast in traditional and digital media on the 2021 Legislative Elections. Within the framework of contemporary visual culture, the paper analyzes the technical procedures for depicting the corporeality of Javier Milei —as a support for meaning and in a subsidiary relationship to cinematic *mise-en-scène* and enunciation— who was then a candidate for a seat in the National Congress representing the Autonomous City of Buenos Aires. We created a corpus of work that includes 41 audiovisual productions disseminated within the legally established timeframes established by the National Electoral Chamber for the promotion of candidates. We conclude that the design of its aesthetics constructed Milei's corporeality under a physical dimension, which brings him closer to a segment of the electorate, and another dimension of symbolic characteristics, linked to the characteristics of the leadership of the public office in dispute.

Keywords: La Libertad Avanza, electoral campaign, audiovisual productions, image band, corporeality

635

1. Introducción

La campaña electoral legislativa perteneciente al año 2021 tuvo una repercusión acaso inédita en el mapa de las compulsas argentinas. La postulación del actual presidente Javier Milei a la obtención de una banca en el Congreso Nacional, en representación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ha sido un hecho inédito en el ámbito de la incorporación político/partidaria de una candidatura de origen completamente *outsider*¹. Su ascenso no ha sido sólo vertiginoso y acaso

¹ La incorporación a la política partidaria de Mauricio Macri, rubricada en las Elecciones 2003 pertenecientes a la Jefatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, constituye el antecedente inmediato mayormente semejante al caso objeto de nuestra investigación. Aun así, su dirigencia en el Club Atlético Boca Juniors fue instalando su figura en el orden público de modo paulatino, hecho no sucedido con el ascenso político prácticamente inmediato de Milei.

sorpresivo en relación con los resultados logrados en la siguiente campaña. Desde un marco analítico vinculado a la cultura visual contemporánea (Mirzoeff, 2003; Mitchell, 2019), el cual incluye a la proliferación de imágenes técnicas subsidiarias de una elección, el posicionamiento estético (Groys, 2014) de la candidatura de Milei también constituyó una dimensión de observación novedosa.

En este sentido, mucho se ha escrito acerca de sus intervenciones en medios digitales y televisivos —estas últimas bajo la modalidad en directo— subsidiarias de la campaña 2021, por lo que no es necesario recuperar aquí esta dimensión. Menor ha sido entonces el tratamiento analítico acerca del diseño de sus producciones audiovisuales cuya circulación remite al régimen de grabado, ya sea en las vertientes de videos cortos y/o *spots* de uso electoral². Este desplazamiento con respecto al tradicional, y por supuesto pertinente, examen de la discursividad verbal de las personas candidatas, remite a la prevalencia adquirida en Argentina de la imagen política técnicamente elaborada hacia comienzos del siglo XXI. Vale subrayar entonces que en esta investigación se expande la noción tradicional de discurso político hacia otra clase de discursividad, ésta última de características cinematográficas (Xavier, 2008). De manera similar, hacia mediados de la década del '90 del siglo pasado, Bernard Manin (1998) anunciaba que, en el marco de lo que definió como Democracia de audiencia, “votar a partir de la imagen se suele contrastar con votar sobre la base de propuestas políticas detalladas” (p. 277). Al contextualizar esta definición bajo el paradigma de la cultura visual contemporánea, comprendemos entonces que el autor de *Los principios del gobierno representativo* hace referencia a la imagen en tanto entidad inmaterial, la cual se plasma luego en un soporte físico tangible al tacto o la visión. En este sentido, recordemos que la imagen “es lo que aparece en la *picture* [o imagen material], y lo que sobrevive a la destrucción —en la memoria, en la narrativa, en copias y vestigios de otros tiempos—” (Mitchell, 2019, p. 26. La letra itálica y texto entre corchetes pertenecen al texto original).

² En este trabajo, estableceremos una diferenciación entre ambas clases de registro audiovisual, en razón de sus respectivos canales de comunicación. En el apartado metodológico volveremos sobre esta clasificación.

Esta propuesta conceptual permite examinar a las distintas *pictures* audiovisuales —en tanto son soportes físicos de imágenes inmateriales— que La Libertad Avanza difundió en la campaña legislativa 2021, desde una perspectiva de análisis vinculada a la estética audiovisual, debido a que constituye una dimensión de observación que gravita con insistencia en el armado de las actuales contiendas electorales argentinas.

Desde esta perspectiva, el nivel de anclaje (Samaja, 2003) de la investigación resulta subsidiario de dos niveles supra unitarios de observación. Uno comprende a la mencionada cultura visual que rige en la contemporaneidad en las sociedades industrializadas, la cual abarca los aspectos más diversos de la vida cotidiana, a tal extremo de que el uso de las imágenes estaría sustituyendo al régimen simbólico del lenguaje verbal como vector esencial de las ciencias del conocimiento. En este sentido se expresa *William John Thomas Mitchell* (2019), cuando afirma:

Sugiero que la imagen (y no sólo las imágenes visuales sino también las metáforas verbales) se ha convertido en un tema de especial urgencia en nuestro tiempo, no sólo para la política y la cultura de masas (ya familiarizada con esta cuestión) sino también para las reflexiones más generales de la psicología humana y el comportamiento social, así como para la estructura del conocimiento mismo (p. 25).

El segundo nivel supra unitario incluye a la crisis de representación de los partidos políticos (Manin, 1998; Rosanvallon, 2009) la cual, para el caso argentino (Pousadela, 2006) desarrollado en esta investigación, habría que considerar bajo la categoría de metamorfosis de la representación, o bien, como veremos luego, una interrelación entre ambas clasificaciones. En cualquier caso, hacia el año 2021 buena parte los partidos políticos compartían “la triste característica de estar ubicados siempre en los últimos lugares de la confianza popular” (Abal Medina, 2004, p. 10).

Nuestra investigación entonces se desagrega en los siguientes apartados: la sección metodológica, en la que se desarrollan en mayor medida las características del corpus de trabajo, al tiempo que se explicita una matriz de datos acerca de los

niveles de observación vinculados a las imágenes en movimiento; una sección acerca de la incorporación formal de Milei a la política partidaria, sucedida en el año 2020; el apartado de resultados, en el que se examina una serie de fotogramas representativos de la campaña audiovisual llevada adelante por La Libertad Avanza en 2021; un apartado de discusión, en el que interpretamos los resultados obtenidos, y finalmente la sección de conclusiones, en la que se resumen los hallazgos de nuestra investigación.

2. Metodología

En el trabajo de campo, hemos seleccionado un corpus que incluye 41 *spots* y videos cortos³ difundidos por Avanza Libertad, el Partido Libertario y la coalición La Libertad Avanza⁴ entre el período 26/10/2020 —fecha en la que Milei oficializó su incorporación a la política partidaria— y 12/11/2021 —es decir, 48 horas antes de la realización de los comicios legislativos—. El conjunto del corpus fue recogido de las cuentas oficiales de Facebook e Instagram de Milei, debido a que allí se encuentra el material requerido para realizar esta investigación.

El período temporal que abarca la investigación comprende los plazos legalmente establecidos por la Cámara Nacional Electoral (CNE), en su Acordada N° 59/2021⁵

³ La diferenciación entre *spot* y video corto se encuentra en el medio de comunicación elegido para su difusión. En este trabajo hablaremos entonces de spot en los casos en que el fotograma seleccionado pertenezca a una producción difundida en televisión, al tiempo que utilizaremos el término video corto para dar cuenta de aquellas otras producciones cuya circulación haya remitido, de manera exclusiva, a los medios digitales de comunicación. En ambos casos, los spots y videos cortos que aquí se analizan no constituyen productos “mediatizados por los medios de comunicación” (García Beaudoux y D’adamo, 2006, p. 87), con lo cual su producción integral corresponde, en este caso, a La Libertad Avanza. Vale recordar al respecto que los spots televisivos son también divulgados, por caso, en las redes sociales de las personas candidatas, pero que la situación inversa no sucede: los videos originalmente emitidos en las redes sociales no se transmiten luego en los espacios televisivos legalmente asignados por la Cámara Nacional Electoral (CNE).

⁴ Recordemos que Avanza Libertad constituye el partido político liderado por José Luís Espert, actual Diputado Nacional y excandidato a presidente de la Nación en 2019. La Libertad Avanza fue inscripta como fuerza política el día 14/07/21, es decir, 10 días antes del inicio legalmente establecido para la difusión de candidaturas en medios tradicionales de comunicación.

⁵ Ver Acordada CNE N° 59/2021 [Cámara Nacional Electoral]. Cronograma electoral actualizado. 8 de junio de 2021. https://www.electoral.gov.ar/nuevo_legislacion/pdf/Ac_59_21.pdf

(Acordada CNE, 2021), para la difusión de candidaturas en medios tradicionales de comunicación. De esta manera, las 41 unidades de observación que integran este trabajo han sido divulgadas entre los días 24/07/21 y 10/09/21 —período correspondiente a las Elecciones Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO)⁶—; y entre los días 30/09/21 y 12/11/21 —etapa perteneciente a la Elección General de candidaturas. El motivo que subyace a esta decisión concierne a la construcción del objeto de estudio en términos precisos y diferenciados con respecto 1) al tiempo electoral, muchas veces indeterminado y al mismo tiempo lábil en relación con sus comienzos informales y 2) a la multiplicidad de imágenes técnicas que circulan durante una contienda electoral —*spots*, videos cortos, fotografías en medios de prensa, cartelería y folletería emplazada y/o repartida en la vía pública, entre otras. De manera que nosotros hemos examinado exclusivamente una clase de dispositivo de comunicación audiovisual, tal como son las imágenes en movimiento difundidas en un período de tiempo acotado a la normativa establecida por la CNE.

La estrategia muestral ha sido de carácter aleatorio estratificado (Ynoub, 2023), debido a conocer con exhaustividad el universo del cual los fotogramas han sido extraídos. De este modo, las unidades de observación preservan las regularidades del conjunto, al tiempo que son representativas de aquel universo mayor. Dichas regularidades, por ejemplo, son del orden de la técnica y de la trama argumental⁷. Las unidades han sido desagregadas en tres niveles de observación: 1) el citado nivel supra unitario, referente a la comunicación electoral en el marco de la cultura visual y la crisis/metamorfosis de representación partidaria; 2) el nivel unitario integrado por los *spots* y videos cortos divulgados en 2021 por La Libertad Avanza

⁶ Debido a que la lista de Milei no debió competir por la representación de su espacio, en este trabajo será designado, en todo momento, como candidato a Diputado, incluso en la instancia de preselección de candidaturas. Por otro lado, vale mencionar que para la realización de las elecciones legislativas a celebrarse en el año 2025, las PASO nacionales han sido suspendidas luego de un acuerdo entre las distintas fuerzas de representación política.

⁷ Sólo adelantemos aquí que el plano de ubicación que conforma la figura 1 se reitera en la serie de producciones, al tiempo que la trama establece un modelo de igualdad y cercanía entre el candidato y las personas ciudadanas que conforman las caminatas electorales.

y 3) el nivel sub unitario, compuesto por la banda visual de las producciones, en relación subsidiaria a la figuración del cuerpo presidencial y a la puesta en escena cinematográfica.

El instrumento de análisis escogido para examinar las muestras de observación se trata de la parada de imagen (Aumont y Marie, 1993), aun cuando su implementación constituye la negación de su movimiento. En este sentido, inclusive esta limitación continúa afirmándose como el instrumento preferencial del campo de la filmología para el examen de las imágenes técnicamente elaboradas. Recordemos que la polisemia de las imágenes (Metz, 1972) naturalmente conspira contra el intento de adjudicación de una interpretación y sentidos unívocos. En este sentido, nuestra perspectiva de análisis recupera la estética audiovisual y el reconocimiento de los recursos técnicos de composición impresos sobre la banda visual de las producciones. En otros términos, distintos anclajes teóricos habilitan la escritura de trabajos de investigación que tomen, como objetos de estudio, a las imágenes de uso electoral en Argentina.

Para analizar el nivel sub unitario, hemos elaborado una matriz de datos (Samaja, 1993; Ynoub, 2023), la cual explicita las dimensiones de observación y sus respectivos valores, y sus correspondientes indicadores y valores asignados (Tabla 1). De esta manera estaremos desagregando en dos dimensiones el estudio de la configuración integral de la banda de imagen de los *spots* y videos cortos, atendiendo a la plasticidad natural de esta clase de producciones.

Tabla 1. Matriz de datos.

<i>Dimensión</i>	<i>Valores de la dimensión</i>	<i>Indicador</i>	<i>Valores del indicador</i>
1. Cuerpo presidencial	2. Cuerpo simbólico	4. Recursos de composición	5. Códigos narrativos
	3. Cuerpo físico		6. Enunciación fílmica
7. Puesta en escena	8. Teatral	10. Espacialidad	11. Cubica
	9. Cine de posguerra		12. Exteriores

En la primera dimensión examinamos el cuerpo significativo (Verón, 2001) de Milei, ilustrado visualmente a la luz de su corporeidad tanto física como simbólica (Debray, 1995). Los valores de las dimensiones comprenden entonces la división entre una corporeidad individual y otra normativa que la trasciende. El indicador para medir ambas figuraciones del cuerpo presidencial son los recursos de composición audiovisuales, entre ellos sus códigos narrativos fílmicos y la disposición de la cámara, en tanto en éste se reconoce la presencia de un sujeto enunciator de carácter impersonal (Metz, 2003).

La segunda dimensión focaliza su estudio en las distintas modalidades de la puesta en escena. Sus valores comprenden dos vectorizaciones subsidiarias de sus orígenes teatrales o bien bajo condiciones de producción sucedáneas del cine de la segunda mitad de la década de 1940 (Aumont, 2018). El indicador se trata de la espacialidad en la que acontecen las distintas representaciones, tanto en su modalidad cúbica, es decir cerrada y completamente bajo el imperio del dominio de su sujeto enunciator, o bien en situación de exteriores, en la cual *se inmiscuye* y luego se incorpora una cuota de rasgos azar⁸.

⁸ Volveremos sobre este punto en el apartado de Resultados.

El tipo de estudio que realizamos presenta entonces características descriptivas e interpretativas. En tanto esquema descriptivo, partimos de una hipótesis de atribución que indica que La Libertad Avanza realizó distintas figuraciones visuales de la corporeidad de Milei en relación solidaria con la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009) en el marco de la crisis/metamorfosis de representación política (Manin, 1998; Pousadela, 2006). Al mismo tiempo, en tanto esquema interpretativo, elaboramos una hipótesis hermenéutica que sostiene que aquellas figuraciones reenvían a la clasificación de la doble corporeidad de la autoridad, que Régis Debray (1995) realiza a la luz de *Los dos cuerpos del rey. Un estudio de teología política medieval* (Kantorowicz, 2012)⁹.

Finalmente, es necesario remarcar que esta investigación se focaliza en la gramática de producción (Verón, 1993) de los *spotsy* videos cortos elaborados por La Libertad Avanza. El estudio del impacto de estas producciones audiovisuales en la función espectral, por ejemplo vinculado a la percepción de la imagen pública de Milei, comprende un trabajo complementario, y por supuesto pertinente, al desarrollado en el apartado de Resultados.

642

3. Breve contextualización

Debido a que resulta ciertamente dificultoso establecer el inicio de una campaña electoral, a tal extremo que la finalización de una contienda es asumida como el inicio aún no reglado e informal de la siguiente (Vowe y Wolling, 2002), será preciso entonces establecer una temporalidad que sirva como antecedente de nuestro período de observación. En este sentido, el día 26/10/2020, Milei y José Luis Espert realizaron una sesión en directo en la red social Instagram, en la cual el actual mandatario explicitó su intención de ingresar a la política partidaria, justamente en el armado electoral perteneciente a su interlocutor. En efecto, transcurridos casi 30 minutos de diálogo, sucedió la siguiente interpelación de Espert y su consecuente respuesta del economista libertario:

⁹ Esta interpretación resulta posible debido a que los estudios de Ernst Kantorowicz han sido trasladados a los actuales sistemas presidencialistas por autores como, por ejemplo, Giorgio Agamben (2010).

Espert: ¿Qué hay de cierto sobre el rumor que he leído por ahí que estás pensando seriamente en meterte en política?

Milei: Ese rumor es una certeza. Definitivamente me voy a meter en la política. Me voy a meter y voy a ir a militar con vos. Porque como 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? para volver a reconstruir la Argentina, la Argentina próspera. Una Argentina Liberal, una Argentina pujante. Una Argentina ¿sí? que vuelva a abrazar los valores de Alberdi y así, en 35 años, volver a ser la primer[a] potencia mundial. Javier Milei (26/10/2020) [Tiempo 00.29:32].

Debe recordarse que, con anterioridad a esta sesión de *Instagram*, Milei se desempeñó como panelista e invitado frecuente a los más variados géneros de programas televisivos. Por caso, en el año 2018 ha sido el economista con mayor cantidad de minutos en televisión, brindando 235 entrevistas, las cuales representan 193.547 segundos en la pantalla (Becerra, 2023). Desde su primera incursión en los medios de comunicación audiovisuales tradicionales, sucedida, tal como Milei lo afirma, en el programa *Hora Clave*, conducido por Mariano Grondona, en el año 2015 (Di Croce, 2024; Márquez y Duclos, 2024), mucho se ha escrito acerca de las causas de su irrupción en el mapa político contemporáneo (De Riz, 2025), por lo que no es necesario recuperar aquí esta dimensión. Nosotros, en el siguiente apartado, examinaremos la materialización visual de una candidatura sin dudas disruptiva en el plano de su posicionamiento estético tanto como lo ha sido su proclama de libre mercado. En este sentido, las formas visuales de su irrupción en la política partidaria, y no su contenido programático, constituyen el objeto de la investigación.

4. Resultados

4.1. La corporeidad física de una candidatura

La primera muestra de observación pertenece a un video titulado *Caminata por el barrio de Mataderos*, posteo el día 17 de agosto, con motivo de las elecciones PASO. Se trata, como primera medida, de un plano de ubicación, cuya gran angular amplía la información que contiene su cuadro (Figura 1), en el que se añade una

melodía en posición *over*, es decir, que no pertenece al mundo narrado y por tanto dramatiza la escena.

Figura 1. Plano de ubicación (Tiempo: 00.02)



Fuente: Milei, 17 de agosto de 2021.

En su franja inferior lleva sobreimpreso un paratexto lingüístico que ancla la espacialidad en la cual se desarrolla el relato audiovisual (Aumont, *et al.*, 1995). Se observa a Milei ubicado en la posición axial (Péninou, 1972), luciendo una vestimenta de carácter informal, debido a que “sus atuendos [de quienes integran los partidos políticos] también forman parte de la manera como se relacionan con los ciudadanos” (Rial, 2017, p. 23). La ubicación de la cámara comprende una ocularización cero (Jost, 2002), es decir que su visión no corresponde a una persona ubicada allí en la concentración. De esta manera, captura un fragmento de la presencia de Milei en el barrio de Mataderos, la cual “está en camino de convertirse en una verdadera *forma* política [al tiempo que] redefine las relaciones entre gobernantes y gobernados” (Rosanvallon, 2009, pp. 286-287. La letra itálica pertenece al texto original). Vestimenta informal y presencia corporal en la localidad comprenden regularidades que sustentan las distintas recorridas efectuadas por La Libertad Avanza, subsidiarias de la cercanía entre el candidato y los electores. En este sentido, los actos partidarios comportan índices de realismo,

entre los cuales la profundidad de campo constituye una de las normas más celebradas por autores como André Bazin (2008a)¹⁰.

La puesta en escena de esta imagen oculta entonces su trabajo de escritura, y es presentada a la función espectral a manera de un gesto autónomo (Aumont, 2018) con respecto a la instancia de su producción. No obstante, se reconoce la ausencia de cualquier clase de intermediación o movimiento que obstaculice el espacio de campo existente entre la presencia axial de Milei y la cámara de filmación¹¹.

Un trabajo similar de ocultamiento de las marcas del sujeto impersonal de enunciación (Metz, 2003; Bettetini, 1996) se reconoce en las dos siguientes muestras de observación, las cuales conforman una única escenificación. Ambas pertenecen a un video titulado *Recorrida por Chacarita*, posteo el día 16 de agosto. Con una diferencia temporal de un segundo, muestran el ingreso de Milei a una tienda de venta de frutas y verduras, a las que se añade música en posición *over*. Aquí interesa destacar, en primer lugar, el proceso de focalización interna (Jost, 2002) que se ajusta a la posición cognitiva de la mujer que saluda al candidato (Figuras 1 y 2).

645

¹⁰ La presunta neutralidad de la profundidad de campo sería luego recusada, entre otros, por la corriente de Cahiers du Cinéma. Al respecto, Jean-Luis Comolli (2010) señala que también es este recurso objeto de trabajo de escritura por parte de su realizador.

¹¹ En este sentido, resalta la apertura espacial que realizan los hombres que encabezan la marcha, ubicados hacia los laterales del cuerpo de Milei. Tanto quien lleva una campera color azul (franja derecha de la imagen) como quien luce bufanda y saco color negro (franja izquierda de la imagen), se disponen obligadamente en sus respectivos márgenes, habilitando una mejor visualización del candidato.

Figura 2. Focalización interna (Tiempo: 01.18)



Fuente: Milei, 16 de agosto de 2021.

Figura 3. Focalización interna (Tiempo: 01.19)



Fuente: Milei, 16 de agosto de 2021.

En efecto, la Figura 2 muestra el ingreso a Milei a la tienda comercial, mediante un diseño estético que, previamente al actual estilo de composición de candidaturas subsidiario de la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009), podría ser definido como amparado a un proceso de adjunción (Vilches, 1983). En este sentido, la presencia de una persona candidata en una verdulería, cuyos productos de venta añadirían un nuevo sentido a una candidatura expuesta en sitios no tradicionales de representación del poder (Waisbord, 1995), actualmente no constituyen una excepción a la norma de composición general de la puesta en escena electoral. Antes bien, la política partidaria se ha trasladado hacia los sitios de tránsito cotidiano de la ciudadanía, al tiempo que la estética audiovisual alcanza

a replicar incluso su punto de vista cognitivo acerca de aquel traslado. En este sentido, en la década de 1980, los actos partidarios comenzaron a trasladarse hacia barrios seculares, con el objeto de que “el candidato «baje» a los votantes sin la mediación (...) de los aparatos partidarios” (Waisbord, 1995, p. 184), en sitios “más ligados a la vida privada” (p. 185) de la ciudadanía. Esta premisa ha sido recuperada en la campaña libertaria, la cual se materializa en la composición de las imágenes examinadas.

En otros términos, la Figura 2 constituye la mencionada focalización sobre el cuerpo de la mujer ubicada sobre la franja derecha del cuadro fílmico. De esta manera, la función espectral posee una posición cognitiva similar a la mujer que, en la Figura 3, lo recibe con un saludo afectuoso. Entre ambas imágenes se captura el instante esencial, que consiste en el encuentro entre Milei y quizás la dueña del emprendimiento,¹² predicado por los alimentos ubicados, en mayor medida, sobre la franja izquierda de la representación. En este sentido, recordemos que un objeto encuadrado ilustra el conjunto de la materialización que conforma la escena (Mitry, 2006), el cual aporta informaciones que construyen su significación integral. De manera que el encuentro entre el candidato y la ciudadana se sustancia en una espacialidad ajena a las pasadas tradiciones de representación partidaria y electoral, fechadas con anterioridad al inicio de la recuperación del último período democrático en Argentina¹³.

647

Las siguientes muestras de observación pertenecen a otro acto partidario realizado en una localidad de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El video lleva por título *Caminata por el Barrio de Belgrano*, y fue posteo el día 22 de agosto. Las imágenes seleccionadas exhiben a una parcialidad del conjunto de los asistentes a la recorrida —la cual exclama *Viva viva viva* [la libertad] y de este modo, al preservar el sonido original, se imprime una mayor cuota de veracidad—

¹² No es posible determinar si la mujer es efectivamente la dueña del emprendimiento o bien una de sus clientas. En cualquier caso, se desempeña como un actante (Greimas, 1971) subsidiario de la proximidad que intermedia entre el candidato y la ciudadanía.

¹³ Este fenómeno ha sido tempranamente señalado por Silvio Waisbord (1995), en relación a las campañas presidenciales de los años 1983 y 1989.

y establecen una fracción de un mismo movimiento de paneo, preservando la contigüidad visual del ojo humano (Bazin, 2008a). Ambos recortes son temporalmente inmediatos, cuyo movimiento se desplaza desde la franja derecha hacia el margen izquierdo.

Figura 4. Paneo (Tiempo: 01.05)



Fuente: Milei, 22 de agosto de 2021.

Figura 5. Paneo (Tiempo: 01.06)



Fuente: Milei, 22 de agosto de 2021.

El desplazamiento lateral de la cámara se efectúa sin interrupciones, es decir ausente de procedimientos de recorte. En este caso, se produce un desplazamiento

óptico de la lente¹⁴, la cual muestra a una fracción de la concurrencia a la caminata, por lo que resulta pertinente examinar la espacialidad en la que se desarrolla.

Como primera medida, el plano utilizado se encuentra siempre saturado de asistentes, lo cual refuerza la sensación de que la convocatoria ha sido satisfactoria o mayoritaria. Al mismo tiempo, la inexistencia de recortes reflejaría, de acuerdo a la norma que fija el realismo revelador (Bazin, 2008b) una mayor proporción de realidad, la cual la cámara alcanzaría a registrar sin el peso de “la hipoteca de la libertad de interpretación” (p. 37) de un sujeto enunciador. Recordemos que para el autor de *La evolución del lenguaje cinematográfico* el montaje representa la negación del realismo, debido a que interrumpe “la bella fluidez espacial” (Bazin, 2008b, p. 76) en la que acontece la acción. En este caso, la escena se sustenta en la exposición continua de adherentes a La Libertad Avanza, quienes celebran la presencia y el discurso pronunciado por Milei, al tiempo que efectúan sus propias fotografías con sus teléfonos móviles.

El paneo de la cámara permite establecer una distinción acerca del registro de la espacialidad. En este sentido, aquella se expande a través de sus modalidades de espacio imaginable y espacio definido (Casetti y Di Chio, 2014)¹⁵, lo cual construye una escena saturada de asistentes incluso cuando la convocatoria al barrio de Belgrano no hubiera resultado satisfactoria. En otros términos, la constante evocación de un espacio imaginable también ocupado por asistentes —ubicado en mayor medida sobre la franja izquierda de la cámara, la cual, a través de su movimiento, lo incluye dentro de su cuadro para luego confinarlo a un espacio definido y quitarlo del cuadro por el lateral opuesto— acentúa su presencia en el acto partidario. Por caso, la Figura 4 muestra en la franja inferior el recorte de la cabeza de un asistente, lo cual produce una sinécdoque cinematográfica (Gubern,

¹⁴ Dicho desplazamiento se observa, por ejemplo, en la ubicación de la mujer que lleva barbijo (franja izquierda) y el hombre que lleva una gorra (centro). El corrimiento de ambas personas hacia la franja derecha se materializa en la Figura 5.

¹⁵ El espacio imaginable es aquel que, permaneciendo fuera de cuadro, es evocado desde el interior del cuadro fílmico, mientras que el espacio definido corresponde con aquel que, siendo invisible, ha sido previamente mostrado.

1987), a través de la que *la parte por el todo* indica que la asistencia continúa por fuera de los límites del encuadre. El artificio de filmación, entonces, construye una puesta en escena presumiblemente saturada de seguidores de La Libertad Avanza, al tiempo que procura borrar las marcas de sus operatorias dispuestas en la superficie de las imágenes.

Las siguientes muestras de observación exponen sobre el cuerpo de Milei el proceso de focalización interna (Jost, 2002), lo cual invierte —con relación a las imágenes 3 y 4— el sujeto sobre el que se aplica¹⁶. En ambos casos, la cámara vuelve a colocarse detrás del candidato, quien descubre la espacialidad al mismo tiempo que la función espectral. En el plano del movimiento de cámara, es necesario precisar que la Figura 6 constituye una fracción de un *travelling* de avance, el cual registra el paso de Milei a través de un pasillo perteneciente a una Villa Miseria (Figura 6), al que se inserta melodía en posición *over*, interviniendo de este modo el registro visual.

Figura 6. Travelling de avance (Tiempo: 01.31)



Fuente: Milei, 1 de septiembre de 2021.

La imagen pertenece a un video que lleva por título Recorrida por la Villa 31 bis, subido a las redes el día 1 de septiembre. La recorrida de Milei por sus pasillos fue registrada a través del citado recurso de travelling, el cual acompaña el paso del

¹⁶ En las Figuras 3 y 4 la focalización subrayó la posición cognitiva de una ciudadana, mientras que ahora lo hace sobre la figura del cuerpo político.

candidato, trasladando a la función espectador una posición cognitiva semejante a quien descubre allí la arquitectura del asentamiento. Nuevamente Milei se traslada a una espacialidad ajena al ámbito de representación tradicional de los eventos memorables de la Historia (Waisbord, 1995) e inserta su corporeidad en el marco de la personalización de la política (Castells, 2009), en una barriada de carácter secular.

La Figura 7 pertenece a un video sin titulación, posteo el día 11 de agosto, que contiene imágenes, tal como lo es nuestra unidad de observación, tomadas en el acto de lanzamiento de campaña de La Libertad Avanza realizado el día 7 de agosto en Plaza Holanda, ubicada en el barrio de Palermo (Figura 7). La banda de sonido añade el siguiente fragmento del discurso verbal allí pronunciado: “la mierda [sic] de la casta política”.

Figura 7. Focalización interna (Tiempo: 00.30)



Fuente: Milei, 11 de agosto de 2021.

La imagen afirma la presencia de Milei en un acto partidario de carácter tradicional (Abélès, 1998), en el que destaca, en el plano de la puesta en escena, la fragmentación del espacio (Casetti y Di Chio, 2014), subrayando un área superior, ocupada por el candidato, y un área inferior, dominada por los asistentes. Aquí se reconoce una construcción visual subsidiaria de la complementariedad (Watzlawick, Beavin Bavelas y Jackson, 1997) que intermedia entre Milei y su audiencia, en la cual sólo el primero pone a su cuerpo una voz, mientras que ésta

ofrece una corporeidad visible (Rancière, 2012) en términos de escucha. El gran angular con el que se registra esta escena contrasta con el plano medio concerniente a las Figuras 4 y 5. En efecto, cuando en este último caso se construye visualmente a la concurrencia a partir de la plasticidad de las imágenes, subrayando su presencia aun cuando numéricamente haya sido sensiblemente menor a la expuesta en la Figura 7, en esta producción cobra relevancia una profundidad de campo saturada de seguidores a la prédica libertaria. En otros términos, el trabajo de escritura —que sin dudas existe, por ejemplo, en la ubicación de la cámara— sin embargo, resulta en la Figura 7 sensiblemente menor al ilustrado en las Figuras 4 y 5.

En el plano de la diégesis de las Figuras 6 y 7 se modifica entonces la espacialidad en la que se produce el contacto entre Milei y la ciudadanía —en el primer caso paradesinataria y en el segundo, prodesinataria (Verón, 1987)—. Es decir que mientras que en la Villa 31 el espacio es compartido por el conjunto de personas que integran el plano —de igual modo por personas candidatas como de habitantes del asentamiento—, el espacio mostrado en el acto de Plaza Holanda es fragmentado en dos segmentos, uno íntegramente ocupado por Milei y otro por el conjunto de adherentes. En ambos casos, sin embargo, prevalece el recurso de focalizar la posición cognitiva del líder de La Libertad Avanza.

Las siguientes muestras de observación comprenden ejemplos de la personalización de la política, la cual demanda un “tipo de intimidad mediada, por la cual los políticos podían presentarse a sí mismos como seres humanos corrientes y dirigirse a los ciudadanos no como súbditos, sino como compatriotas” (Amado, 2016, pp. 128-129). En este sentido, las imágenes 8 y 9 exponen a un candidato inmediatamente cercano a dos prácticas arraigadas en las preferencias de buena parte de la ciudadanía. En efecto, la imagen 8 —extraída de un video que lleva por nombre *Algunos de los testimonios que dejó nuestro paso por el barrio 31 bis*, difundido el día 11 noviembre— exhibe a Milei jugando con una pequeña

pelota de fútbol, la cual preserva el ruido concerniente del mundo narrado¹⁷. La imagen 9 —perteneciente a otro video también difundido con motivo de las Elecciones Generales, titulado *Cada día somos más* y posteo el día 12 de octubre— muestra al candidato, en plano picado, acariciando a una mascota perteneciente a una mujer adherente a su fuerza política, al tiempo que la banda de sonido incluye el siguiente enunciado de Milei: “gracias a todos ustedes” (Figuras 8 y 9).

Figura 8. Legitimidad de proximidad (Tiempo: 00.43)



Fuente: Milei, 11 de noviembre de 2021.

Figura 9. Intimidad develada (Tiempo: 00.27)



Fuente: Milei, 12 de octubre de 2021.

¹⁷ Vale recordar que este deporte constituye una de las prácticas que atraviesa al conjunto de las segmentaciones poblacionales, independientemente de la variable que se utilice para su clasificación.

La primera muestra de este subconjunto temático expone una historia, tal como acontece con toda imagen (Guerrini, 2017), que vincula al candidato a la práctica deportiva. El plano general lo ubica en la posición central, y detrás de su cuerpo se dispone la información que predica al conjunto de la representación. En efecto, Milei no se encuentra en una espacialidad debidamente adecuada para practicar este deporte, al tiempo que los asistentes tampoco constituyen actantes subsidiarios de su profesionalismo¹⁸. Esta producción se vincula también a que “la capacidad del candidato para sintonizar con los votantes es fundamental y a menudo conduce a relatos biográficos en los que se destacan un origen humilde o, si esto falla, unas maneras campechanas” (Castells, 2009, p. 315). Y dado que, en reiteradas oportunidades, Milei recuerda su pasado como deportista amateur, en esta producción se reactualiza aquella práctica deportiva, a través de la que se procura aproximarlos a la función espectral en razón de esta práctica seguramente compartida por un importante segmento¹⁹. Al respecto, cuando se instrumenta una política electoral a partir de “las estéticas y gusto popular como estrategia de legitimación de los gobernantes” (Rincón, 2008, p. 9), se obtiene una imagen visual que subraya atributos individuales en mayor medida que una capacidad de gestión de gobierno.

654

La imagen 9 muestra a Milei bajo un aspecto argumental que lo aproxima a su afecto por las mascotas²⁰. En este sentido, visualmente se construye una corporeidad significativa (Verón, 2001) vinculada menos a atributos tradicionales de conducción partidaria que a la figuración de un hombre común (Annunziata,

¹⁸ El cemento que conforma el suelo naturalmente constituye un elemento de menor valía que el parquet o césped sintético, al tiempo que la remera color verde que luce un asistente pertenece a un equipo de básquet de la liga NBA.

¹⁹ Recordemos que en este trabajo se examina la instancia de producción de las propagandas, y no así su instancia de reconocimiento.

²⁰ Al respecto, Milei suele denominar a sus mascotas como “hijos de cuatro patas”. En este sentido, abundan entonces las imágenes en las cuales el candidato acaricia a las distintas razas de perros cuyos dueños se acercan a sus actos partidarios.

2013), quien protege y acaricia una mascota de modo similar a como puede hacerlo un ciudadano apartidario. La imagen lo ubica en posición axial (Péninou, 1972), y lo muestra por intermedio de un plano contrapicado a través del cual se disminuye su figuración política y se acrecienta su condición sensiblemente humana. Al respecto, recordemos que “un plano medio lejano podría denotar una cierta exterioridad (o distanciamiento), mientras que el plano medio cercano podría denotar una cierta interioridad (o subjetividad)” (Vilches, 1983, p. 54). En este sentido, la plasticidad de las imágenes técnicas permitió diseñar una producción que tematiza atributos individuales de Milei, los cuales se materializan en “una *convención*” (Vilches, 1983, p. 209. La letra itálica pertenece al texto original). En otros términos, el gesto de acariciar un animal ancla la polisemia natural de las imágenes (Metz, 1972), al tiempo que construye una candidatura sustanciada en la personalidad del líder de La Libertad Avanza.

4.2. La corporeidad simbólica de una candidatura

El segundo subconjunto de imágenes expone una corporeidad del candidato sustancialmente contraria a la examinada en el apartado anterior. En este segmento, se advierte una puesta en escena que recupera sus orígenes teatrales, al tiempo que la corporeidad de Milei también adquiere una nueva significación. En efecto, aquí se observa la estética de un candidato más formal que disruptivo, en línea a la tradicional representación visual de una candidatura partidaria.

Las Figuras 10 y 11 muestran en planos cortos el cuerpo de Milei, ubicado en un “espacio simbólico impreciso” (Vilches, 1983, p. 123). En efecto, la espacialidad indefinida comprende un recurso visual que destaca a la figura política²¹ cuando asegura “podemos tener un país distinto” (Figura 10) y “en esta campaña los mismos de siempre te prometieron cosas que nunca cumplieron” (Figura 11).

²¹ En este sentido, el atrezo puede desempeñarse de manera activa y similar a como sucede con un personaje (Bordwell y Thompson, 1993).

Figura 10. Espacio indefinido (Tiempo: 00.16)



Fuente: Milei, 3 de septiembre de 2021.

Figura 11. *Espacio indefinido* (Tiempo: 00.05)



Fuente: La Libertad Avanza Difusión, 9 de noviembre de 2021

En primer lugar, se observa la mirada a cámara (Eco, 1986), el estatismo y posición frontal del artefacto y la ausencia de movimientos hacia el interior del encuadre. El fondo gris que sirve de decorado se encuentra desenfocado, a la vez que acrecienta la centralidad del rostro que satura la composición de la imagen. En estas producciones, el candidato establece un contacto directo (Verón, 2003) con la función espectral. Se destaca también la vestimenta formal que luce Milei, la cual —en el plano de la tradición y/o investidura— resalta a la persona que la lleva consigo (Tassara, 2001). Al mismo tiempo, la composición integral de ambos

planos no presenta otros objetos que prediquen la representación, por lo que es el cuerpo de Milei el operador de significación de las propagandas.

Los fotogramas pertenecen a dos *spots* televisivos titulados *La clase política se pone siempre por delante tuyo*, posteo el día 3 de septiembre (Figura 10), y *Este domingo hacete escuchar*, difundido el día 9 noviembre (Figura 11) con motivo de las Elecciones Generales. En los avisos pertenecientes a este medio de difusión se encuentra entonces el diseño de esta corporeidad menos disruptiva que tradicional, más próxima a la representación visual acostumbrada de una candidatura partidaria. Milei ocupa entonces la centralidad de la banda de imagen, la cual recrea un espacio cerrado, ausente de fragmentación y apelaciones a una espacialidad fuera de cuadro. El estatismo tanto de la cámara como la ausencia de movimientos interiores refuerza, en este caso, la corporeidad del candidato, la cual sí se expande —a través de la inclusión de un conjunto de actantes— en la siguiente muestra de observación.

En efecto, la última unidad comprende una imagen perteneciente a un *spot* televisivo divulgado el día 11 de octubre, en la que el cuerpo del candidato se halla adjunto a la corporeidad de sus principales asistentes y equipos de trabajo (Figura 12), cuando afirma “pero en nuestro país, donde los políticos tienen todos los privilegios”. La utilización de un plano general habilita la incorporación de dichos actantes²², al tiempo que refuerza la posición de estadista subsidiario de la conducción de un cuerpo de profesionales que lo acompañan. En este sentido, quienes se ubican por detrás de Milei configuran el fondo de la representación, íntegramente saturado por diversas segmentaciones de personas políticas presuntamente contrarias a aquellas que sí detentan los privilegios indicados en el enunciado.

²² Con independencia de Ramiro Marra y Victoria Villarruel, ubicados hacia los laterales de Milei, difícilmente la función espectral alcanzase a reconocer a las personas que se ubican por detrás del candidato. Es en este sentido que podemos definirlos como actantes, y no como individuos que asumen una función visual específica e intransferible.

Figura 12. Fondo y figura (Tiempo: 00.21)



Fuente: Milei, 11 de octubre de 2021.

Esta segunda naturaleza del cuerpo presidencial reenvía a una investidura tradicional, secundada por una estética audiovisual ausente de movimientos interiores al encuadre y exteriores a él —a través, por ejemplo, del barrido de la cámara frecuentemente utilizado para registrar grandes concentraciones—, lo cual refuerza la atención espectral exclusivamente en la figura de Milei. En efecto, debido a que “cada género presidencial deviene una puesta en escena de un modo de gobernar” (Amado, 2016, p. 204), la figuración corporal expuesta en este subconjunto reenvía a un ejercicio moderado en la función política legislativa. El diseño estético de estas imágenes expresa visualmente la profesionalización de la política (Cabezas Rincón, 2011), la cual consiste en la participación de una persona “que posee un conocimiento especializado que le brinda herramientas para el desarrollo de su labor” (p. 231).

5. Discusión

En su análisis sobre el comportamiento político en las elecciones legislativas argentinas, Julio Burdman (2010) establece una distinción entre quienes aspiran a la obtención de una banca en el Congreso Nacional, de aquellos que luego de alcanzar dicha banca renuncian a esta para competir por un cargo en el Poder Ejecutivo. Mientras que a los segundos los denomina ranas —en razón de su salto entre un cargo y el siguiente—, a los primeros los designa como alfas, con motivo de que “es el protagonista central de la oferta partidaria. La identificación entre la

lista y quien la lidera es tan fuerte que lo habitual en el lenguaje cotidiano es decir «voy a votar por tal candidato» (Burdman, 2010, p. 38), como sustituto de la alianza o partido al que pertenece.

Este proceso ha sido el que mejor ilustró la inclusión de La Libertad Avanza en las elecciones legislativas de 2021, en relación con la participación partidaria de Javier Milei. Con independencia de su posterior salto de rana a la Presidencia de la Nación, durante las elecciones 2021 Milei constituyó la figura alfa de su boleta de representación. Al mismo tiempo, su traspaso a la política electoral, formalizada en 2020 en la sesión en vivo de Instagram con Espert, dio origen, antes que a una renovación, a un proceso de incorporación de una nueva gestualidad corporal sustancialmente contraria a la expuesta en sus anteriores presentaciones televisivas. En otros términos, bajo el régimen grabado, en oposición al régimen en vivo, distintas texturas de la figuración de su candidatura convivieron por igual durante el período que abarca nuestra investigación.

Las figuraciones examinadas en este trabajo fueron expuestas en sus respectivos cuadros fílmicos, en línea a la tesis que afirma que la corporeidad física obtura el surgimiento de la corporeidad simbólica presidencial (Debray, 1995), debido a que “por introducirse demasiado [el cuerpo físico] en el torrente de imágenes, la autoridad [del cuerpo simbólico] se licua y la estatua del Comendador audiovisual se ahoga en sus reflejos, parodias e irrisiones en cascada” (p. 24). Esto sucede, como primera medida, en razón de la estrecha distancia que intermedia entre el significativo cinematográfico y su significación (Metz, 2002; Mitry, 1998). En el caso de nuestra investigación, la presencia en pantalla de un candidato que se define como “alguien al que le pasa lo mismo que a ellos” (Márquez y Duclos, 2024, p. 106), impediría entonces el surgimiento de una segunda corporeidad, subsidiaria de la simbología que conlleva la autoridad política o partidaria. En el marco de la mediatización de las campañas electorales, ambas corporeidades, no obstante convivir en una única persona (Kantorowicz, 2012), se auto excluyen entre sí, con lo cual su diseño visual reclama a sus respectivos cuadros fílmicos, incluso si conforman una misma producción audiovisual.

El primer subconjunto de imágenes puede examinarse a la luz del performance, en tanto también constituye, asegura Diana Taylor (2012) un estilo “que determina el éxito electoral [debido a que] el público puede reaccionar más intensamente a lo que el candidato hace que a lo que dice” (p. 89. La letra cursiva pertenece al texto original). En este sentido, el performance político ensalza la mostración de las emociones para reducir la distancia con la ciudadanía, y escapar así a una condición humana distante y ajena a sus usos y costumbres.

Al mismo tiempo, las caminatas electorales componen performances que permiten “generar y transmitir conocimiento a través del cuerpo” (Taylor, 2012, p. 31), en nuestro caso de estudio, del candidato libertario. En efecto, la corporeidad de Milei expuesta en las recorridas de campaña asume la condición de una puesta en escena, en la cual sus gestos —practicar un deporte popular (Figura 8) o acariciar una mascota (Figura 9)— materializan rasgos de su intimidad. Sobre el cuerpo, operador de sentido privilegiado en el performance, se imprime una visualidad que le permite, por ejemplo, entremezclarse con las personas que atraviesan los mayores índices de pobreza económica (Figura 6), como también, en un espacialidad cerrada, modificar íntegramente su corporeidad performativa (Figura 11) mediante la incorporación de una vestimenta tradicional.

En relación con la dicotomía que oscila entre las clasificaciones de crisis de representación o bien su declinación hacia una metamorfosis (Manin, 1998), el surgimiento partidario de Milei reenvía a la segunda categorización, como consecuencia de que ésta “remite, en suma, a un conjunto de transformaciones de los partidos políticos, de las relaciones entre partidos y liderazgos, y de los vínculos entre éstos, aquellos y la ciudadanía” (Pousadela, 2006, p. 53). Esta declinación se produce, en mayor medida, a partir de la irrupción de los medios masivos de comunicación, entre los cuales la televisión y, en la actualidad también las redes sociales, reafirman este fenómeno.

Aun cuando la representación partidaria en el año 2021 no se hallaba en situación de crisis, debido a que la Democracia de audiencia (Manin, 1998) preservaba sus principios constituyentes —elección y autonomía de representantes, libertad de

emitir opinión y libre deliberación— cierta discursividad verbal de Milei tuvo como objeto reflejar ya no una metamorfosis sino un estado de crisis de representación inexistente en Argentina. Por caso, en el acto de lanzamiento oficial de la campaña objeto de esta investigación (Figura 7), sucedido el día 7 de agosto de 2021 en Plaza Holanda, Milei aseguró que

esta no es una tarea para tibios, esta no es una tarea para cobardes; esta no es una tarea para los políticamente correctos. Yo no me metí acá para guiar corderos; yo me metí acá para despertar leones. Y quiero escucharlos rugir. Viva la libertad, carajo (Márquez y Duclos, 2024, pp. 128-129).

La tarea a la que alude en su discurso remite a una situación de crisis integral de sistema, la cual sería asumida por la corporeidad expuesta en el segundo subconjunto de imágenes. En efecto, la frontalidad con respecto al tipo de contacto con el electorado, la ausencia de movimientos intempestivos y no planificados que obstaculicen su labor, la posición erguida de su cuerpo y la ausencia de una espacialidad que remita a la tradición de la política partidaria²³ —todas estas condiciones se observan en las imágenes 10, 11 y 12—, constituyen dimensiones que reenvían a una corporeidad dispuesta a emprender la conducción de la Argentina.

El primer subconjunto de imágenes es aquel que mejor refrenda la metamorfosis de representación, en la que la personalización de la política asume una función capital. En este sentido, “la actual representación política parece aproximarse a la noción de «popularidad», tendiendo a reconocer a un dirigente o a un partido como representativo cuando despierta una «imagen positiva» en el electorado” (Abal Medina, 2004, pp.43-44), de modo que estas imágenes dieron cuenta de cierta popularidad –por caso, en el ámbito de las redes sociales– o aceptación de la inclusión de Milei en la política partidaria.

²³ En este sentido, Waisbord (1995) señala una serie de espacios representativos de la nacionalidad y/o custodios de la memoria histórica.

En definitiva, aun cuando el sistema de representación como tal no estuvo en discusión por parte del arco por entonces oficialista y en una amplia mayoría del elenco opositor, durante las elecciones legislativas 2021, un estudio que se abocase a la discursividad lingüística plasmada sobre la banda de sonido de los videos cortos y *spots* televisivos de La Libertad Avanza, daría cuenta de su constante apelación.²⁴

6. Conclusiones

Las elecciones legislativas nacionales 2021 confirmaron la utilización instrumental de la banda de imagen de los videos cortos y *spots* televisivos. En este sentido, la votación de una candidatura “inducida por imágenes” (Manin, 1998, p. 287), natural a la Democracia de audiencia, resultó subsidiaria de la instalación de la figura de Javier Milei bajo dos modulaciones. Por un lado, La Libertad Avanza diseñó su corporeidad inmediata a la ciudadanía, con la que comparte, por caso, sus espacios de tránsito cotidiano, vestimenta y tenencia y afecto hacia las mascotas. Al mismo tiempo, una segunda corporeidad expuso una candidatura vinculada a la representación de las capacidades competentes para asumir el cargo público en disputa. La primera corporeidad es aquella que expone sus rasgos físicos, visibles y adjuntos a la propia figura de Milei. La segunda, por el contrario, la trasciende y remite a las capacidades de gestión que se invisten en la primera corporeidad. En ambos casos, se observa un cuidado proceso de edición que procura borrar las marcas de sus pasos sobre la superficie textual de las producciones preservando, por ejemplo, el sonido ambiente o fragmentos del discurso verbal. De cualquier forma, se reconoce el trabajo de escritura a partir del reconocimiento de la ausencia de movimientos interiores al cuadro filmicos que obstaculizasen la corporeidad, tanto física como simbólica, del candidato libertario. Al fin de cuentas, la puesta en escena constituye un “*señuelo para la mirada*”

662

²⁴ Recordemos que la banda de sonido incluye a las siguientes dimensiones: música, ruidos y voces humanas, las cuales forman sistema con la banda de imagen. El estudio de los pronunciamentos verbales de las personas candidatas se ubica, entonces, en la primera de las bandas, los cuales nosotros recuperamos con el objeto de robustecer el estudio de la banda visual. Su estudio exhaustivo comprende un trabajo específico, ajeno a los objetivos de la presente investigación.

(Russo, 2012, p. 56. La letra cursiva pertenece al texto original) elaborado en la fase de registro y de edición.

Las Figuras 1, 2 y 3 presentan una espacialidad que se desempeña activamente en el curso de sus relatos (Aumont, et al., 1995). La presencia del candidato en la vía pública, en este caso en el barrio de Mataderos,²⁵ refrenda la composición del cuerpo físico de Milei en “un espacio material preciso” (Vilches, 1983, p.123). Los comestibles ubicados en los laterales de las Figuras 2 y 3 predicen el espacio compartido por el candidato y la mujer que lo saluda, dando cuenta de la posición cognitiva de la ciudadana. A partir de este recurso de focalización interna (Jost, 2002), la función espectacular asume un saber similar a dicha mujer, y advierte de este modo la presencia de Milei en un espacio de uso cotidiano, ausente de indicios de sacralidad (Waisbord, 1995). Las Figuras 4 y 5 saturan su espacialidad a través de la inclusión, dentro de cuadro y también en el espacio imaginable (Casetti y Di Chio, 2014), de asistentes a un acto partidario, los cuales revalidan la presencia física de Milei. La posición cognitiva del candidato también es objeto de exposición (Figuras 6 y 7), tanto como lo es su entusiasmo por la práctica del deporte (Figura 8) y los animales domésticos (Figura 9).

663

El segundo subconjunto de imágenes contrasta con la imagen inmaterial (Mitchell, 2019) más desenfundada que en reiteradas ocasiones Milei expuso sobre sí mismo en sus presentaciones en televisión bajo la modalidad *de directo*. Aquí se lo exhibe mediante un tratamiento visual que establece un contacto directo con la función espectacular, por intermedio de la focalización de la mirada a cámara (Figuras 10 y 11), al tiempo que se lo realiza a través del equipo político que dirige y la vestimenta que luce (Figura 12).

Las figuras pertenecientes al primer subconjunto muestran a un candidato más próximo a su condición *outsider*, en sintonía con el segmento prodestinatario

²⁵ La utilización de un plano general, cuya posición central es ocupada por Milei, al cual se superpone un paratexto verbal, constituye un diseño habitual en los videos cortos de La Libertad Avanza que relatan las distintas caminatas de campaña. Este paratexto fija la espacialidad en la cual se desarrollan los distintos eventos, cuya estética audiovisual se replica en las diversas producciones.

(Verón, 1987) de la clase de enunciados transcritos, como ejemplo, en el estudio de la Figura 7. El segundo subconjunto presenta una candidatura que atenúa esta condición y sitúa su producción en línea a un segmento paradestinario (Verón, 1987) al cual se dirige en términos estéticos sustancialmente opuestos, materializando una condición de aptitud y competencia para asumir el cargo legislativo.

En ambos casos, la doble figuración visual de la corporeidad de Milei ha sido el vector que atravesó a la banda de imagen de ambos subconjuntos, la primera vinculada a su individualidad, y la segunda a una simbología que lo trasciende (Debray, 1995). Se han constatado entonces nuestras hipótesis de atribución y hermenéutica, ambas subsidiarias de la Democracia de audiencias (Manin, 1998) que rige en la actualidad electoral en Argentina.

¿Cómo se cita este artículo?

CICOWIEZ, M. (2026). La estética audiovisual de La Libertad Avanza en la campaña por las elecciones legislativas 2021 (Buenos Aires, Argentina). Estudio de la corporeidad de Javier Milei. *Argumentos. Revista de crítica social*, (33), 634-670. [link]

664

Bibliografía

- Abal Medina, J. (2004). *Los partidos políticos. ¿Un mal necesario?* Capital Intelectual.
- Abélès, M. (1998). Rituales y comunicación política moderna. En J.-M. Ferry y D. Wolton, *El nuevo espacio público* (pp. 140-157). Gedisa.
- Agamben, G. (2010). *Homo Sacer I. El poder soberano y la nuda vida*. Pre-Textos.
- Amado, A. (2016). *Política Pop. De líderes populistas a telepresidentes*. Ariel.
- Annunziata, R. (2013). La figura del 'hombre común' en el marco de la legitimidad de proximidad: ¿un nuevo sujeto político? *Astrolabio, Nueva Época*, (10), 127-155. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/astrolabio/article/view/3597/4500>

- Aumont, J. (2018). *El cine y la puesta en escena*. Colihue.
- Aumont, J. y Marie, M. (1993). *Análisis del film*. Paidós.
- Aumont, J., Bergala, A., Marie, M. y Vernet, M. (1995). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Paidós.
- Bazin, A. (2008a). La evolución del lenguaje cinematográfico. En *¿Qué es el cine?* (pp. 81-100). Rialp.
- Bazin, A. (2008b). Montaje prohibido. En *¿Qué es el cine?* (pp. 67-80). Rialp.
- Becerra, M. (15 de octubre de 2023). Milei, las palabras sin las cosas. *Acción, en defensa del cooperativismo y el país*. <https://accion.coop/opinion/milei-las-palabras-sin-las-cosas/>
- Bettetini, G. (1996). *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva*. Cátedra.
- Bordwell, D. y Thompson, K. (1993). *El arte cinematográfico. Una introducción*. Paidós.
- Burdman, J. (2010). Alfas, ranas y testimoniales: la cultura política de las elecciones legislativas de medio término en Argentina. *POSTdata*, 15(1), 33-74. <https://revistapostdata.com.ar/index.php/postdata/es/article/view/378/354>
- Cabezas Rincón, L. M. (2011). Profesionalización de las elites parlamentarias en Bolivia, Colombia y Perú. *POSTdata*, 16(2), pp. 223-258. <https://revistapostdata.com.ar/index.php/postdata/es/article/view/337/316>
- Casetti, F. y Di Chio, F. (2014). *Cómo analizar un film*. Paidós.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Comolli, J.-L. (2010). *Cine contra espectáculo seguido de Técnica e ideología*. Manantial.

Debray, R. (1995). *El Estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. Manantial.

Di Croce, V. (2024). *El arca de Milei. ¿Cómo y con quién construyó su poder?* Futurock.

De Riz, L. (2025). *Laboratorio político Milei. El primer año en el sillón de Rivadavia*. Ariel.

Eco, U. (1986). "TV: La transparencia perdida". En *La estrategia de la ilusión* (pp. 200-223). Lumen.

García Beaudoux, V. y D'adamo, O. (2006). Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo. *Polis. Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 2(2), 81-111.
<https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/331>

Greimas, A. J. (1971). *Semántica estructural. Investigación metodológica*. Gredos.

Groys, B. (2014). La obligación del diseño de sí. En *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (pp. 21-35). Caja Negra.

Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconósfera contemporánea*. Gustavo Gili.

Guerrini, S. (2017). *Los poderes del diseño. La construcción de imágenes y marcas entre culturas, políticas y negocios. Teoría, metodología y práctica*. Troupe Comunicación.

Jost, F. (2002). *El ojo-cámara. Entre film y novela*. Catálogos.

Kantorowicz, E. (2012). *Los dos cuerpos del rey. Un estudio de teología política medieval*. Akal.

Manin, B. (1998). Metamorfosis del gobierno representativo. En *Los principios del gobierno representativo* (237-287). Alianza.

Márquez, N. y Duclos, M. (2024). *Milei. La revolución que no vieron venir*. Hojas del Sur.

Martínez Abadía, J. (1997). *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video, radio*. Paidós.

Metz, C. (1972). Más allá de la analogía, la imagen. En C. Metz y U. Eco, *Análisis de las imágenes* (pp. 9-22). Tiempo Contemporáneo.

Metz, C. (2002). El cine: ¿lengua o lenguaje? En *Ensayos sobre significación en el cine* (1964-1968). Volumen 1 (pp.57-114). Paidós.

Metz, C. (2003). *Cuatro pasos en las nubes (vuelo teórico)*.
<https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2024/03/Metz-4-pasos-en-las-nubes.pdf>

Milei, J. [@javiermilei]. (26 de octubre de 2020). *Sin título. Sesión en directo con José Luis Espert* [Video]. Instagram.
<https://www.instagram.com/reel/CFnmdBHFduO/>

667

Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Paidós.

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). Akal.

Mitry, J. (1998). *Estética y psicología del cine 2. Las formas*. Siglo XXI.

Mitry, J. (2006). *Estética y psicología del cine 1 Las estructuras*. Siglo XXI.

Péninou, G. (1972). Física y metafísica de la imagen publicitaria. En C. Metz y U. Eco, *Análisis de las imágenes* (pp. 116-135). Tiempo Contemporáneo.

Pousadela, I. (2006). *Que se vayan todos. Enigmas de la representación política*. Capital Intelectual.

Rancière, J. (2012). El cuerpo del filósofo: los filmes filosóficos de Rossellini. En *Las distancias del cine* (pp. 87-101). Manantial.

Rial, J. (2017). Prólogo. En Durán Barba, J. y S. Nieto, *El arte de ganar. Cómo usar el ataque en campañas electorales exitosas* (pp.19-26). Debate.

Rincón, O. (2008). ¿La comunicación no tiene ideología? En O. Rincón (Ed.), *Los tele- presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia (crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar)* (pp. 5-13). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina-Friedrich Ebert Stiftung.

Rosanvallon, P. (2009). *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Manantial.

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). Librería.

Samaja, J. (2003). *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. 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). Atuel.

Taylor, D. (2012). *Perfomance*. Asunto Impreso Ediciones.

Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En E. Verón, L. Arfuch, M. M. Chirico, E. de ípola, N. Goldman, M. I. González Bombal y O. Landi, *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11-26). Hachette.

Verón, E. (1993). El tercer término (1976-1980). En *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (pp. 87-155). Gedisa.

Verón, E. (2001). El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica. En *El cuerpo de las imágenes* (pp. 13-40). Norma.

Verón, E. (2003). *Está allí, lo veo, me habla*. [Apunte de cátedra. Materia Comunicación y Cultura de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social,

Universidad Nacional de La Plata. Texto original publicado en *Communications*, (38), Enonciation et cinéma, 1983]. <https://studylib.es/doc/915269/est%C3%A1-all%C3%AD-lo-veo-me-habla-comunicaci%C3%B3n-y-cultura-c%C3%A1t...>

Vilches, L. (1983). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Paidós.

Vowe, G. y Wolling, J. (2002). ¿Americanización de la campaña electoral o marketing político? La evolución de la comunicación política. En F. Priess (Ed.), *Relación entre política y medios. Propuestas alemanas en una perspectiva comparada* (pp. 51-91). Temas. Fundación Konrad Adenauer.

Waisbord, S. (1995). *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en la Argentina*. 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). Herder.

Xavier, I. (2008). *El Discurso cinematográfico: la opacidad y la transparencia*. Manantial.

Ynoub, R. (2023). *Cuestión de Método. Aportes para una metodología crítica* (Tomo II). Lugar.

669

Material Audiovisual

La Libertad Avanza Difusión. (9 de noviembre de 2021). Este domingo hacete escuchar. [Video]. Facebook.
<https://www.facebook.com/watch/?v=616158866410537>

Milei, J. [@javiermilei]. (11 de agosto de 2021). *La Libertad Avanza. Viva la libertad carajo*. [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CScsQqulSXR/>

Milei, J. [@javiermilei]. (16 de agosto de 2021). *Recorrida por Chacarita* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CSp8iVijx9o/>

Milei, J. [@javiermilei]. (17 de agosto de 2021). *Caminata por el barrio de Mataderos*[Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CSrnRZcg5q2/>

Milei, J. [@javiermilei]. (22 de agosto de 2021). *Caminata por el barrio de Belgrano*. [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CS4pmJSj-QB/>

Milei, J. [@javiermilei]. (1 de septiembre de 2021). *Recorrida por la Villa 31 bis*. [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CTSpu8CF5Ku/>

Milei, J. (3 de septiembre de 2021). *La clase política se pone siempre por delante tuyo...Hoy nosotros venimos a proponerte una nueva consiga: ¡Primero estás vos!*[Video]. Facebook.

<https://www.facebook.com/JavierMileiEconomista/videos/4332048530218377>

Milei, J. (11 de octubre de 2021). Spot de campaña. [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/JavierMileiEconomista/videos/832093034147927>

Milei, J. [@javiermilei]. (12 de octubre de 2021). *Cada día somos másy ahora vamos por dejar a los K terceros*. [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CU8kAP7g2NU/>

Milei, J. [@javiermilei]. (11 de noviembre de 2021). *Algunos de los testimonios que dejó nuestro paso por el barrio 31 bis*[Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CWJeWY7FolT/>