

**5**

**TRES MODELOS GRAMATICALES  
DE ABORDAJE ESPACIAL, TEMPORAL  
Y DISCURSIVO EN CASOS DE LA CAMPAÑA  
PRESIDENCIAL 2011 EN ARGENTINA:**

**CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER,  
HERMES BINNER Y ALBERTO RODRÍGUEZ SAÁ**

*Ivana Galetti*

## RESUMEN

Esta investigación propone una de la/s lectura/s posible/s de materialidades del discurso político (tres spots con similares coordenadas espaciotemporales de circulación). Se construyen dispositivos de análisis que permiten releer en profundidad lugares comunes: extraños, definidos–indefinidos, dentro–fuera del discurso, etc. En el primer caso desde la jerarquización y paternalización del sujeto candidato, para el segundo el desplazamiento lateral del sujeto en el mismo nivel con otros elementos similares y, por último, desde la indefinición del posicionamiento concreto de los elementos del texto. Esto problematiza las instancias de producción, circulación y recepción del texto, y es necesaria como herramienta de trabajo la vinculación a la tríada peirceana que recupera Verón en sus investigaciones. Se instrumentalizan categorías de la gramática fílmica, como así también herramientas de las propuestas semióticas de Verón y Greimas.

La idea central del análisis radica en la construcción de aparatos de lectura textual que posibiliten o vehiculicen la intelección de las materialidades político publicitarias observadas.

## PALABRAS CLAVE

- > materialidad audiovisual
- > dispositivos mediáticos
- > espacios de circulación
- > gramática fílmica
- > espacialidad
- > temporalidad

**ABSTRACT**

This paper proposes a potential reading of political speech materiality (three spots with similar temporary space axes). Some devices of analysis have been constructed to reread in profundity certain commonplaces: strange, defined–not defined, inside–outside of speech, etc.

The strategy focuses on the different text instances —production, circulation and reception—. Semiotic proposals from Greimas and Verón and filmic grammar categories are considered to develop this research.

The purpose of this work is the construction of text reading devices that enable us to study political and advertising materiality observed.

**KEY WORDS**

- > audiovisual materiality
- > media devices
- > circulation spaces
- > filmic grammar
- > spatiality
- > temporality

*“La entrada del discurso político en la era audiovisual ha significado un enriquecimiento de la discursividad política, por la incorporación de nuevos registros sensoriales (en particular de lo indicial) y por la complejización de las estrategias que resultan de ello.”*

**Eliseo Verón**

*El cuerpo de las Imágenes, 2001*

## 1. LECTURAS EXPLORATORIAS

Este texto esquematizará una lectura de tres spots de candidaturas políticas del año 2011, localizados en iguales coordenadas espacio temporales: la campaña electoral presidencial en Argentina. Sobre la base de esta lectura se espera bosquejar una serie de conclusiones vinculadas a *cómo* y *para qué* un determinado tejido de discursos construye un espacio y tiempo, pero también un lugar de recepción.

El objeto central de este análisis es indagar en la materialidad audiovisual de los spots televisivos desde los tres órdenes de producción de sentido fundados en la semiótica peirceana (Verón, 2001). Se recuperan también modelos descriptivos de la gramática fílmica (Cassetti, 1991), que atienden a la interrelación de espacio–tiempo–objetos,<sup>1</sup> como así también las definiciones de espacialidad propuestas en el proyecto semiótico de Greimas, el cual opera como organizador o estructurador del dispositivo planteado (Greimas, 1983). También se requerirá el aporte de otro texto de Verón (1987), vinculado con el espacio de recepción condicionado a un discurso político, a una identificación del espacio de enunciación política, otra instancia a retomar en el análisis.

Desde el modelo de Greimas, se puede apelar a cuatro categorías que se construyen a partir de la materialidad antes mencionada. Dichas categorías posibilitan estructurar variables dentro de los textos, de verticalidad, horizontalidad

<sup>1</sup> Se considerarán las siguientes categorías para la estructuración de un primer análisis parcial: desde la gramática fílmica, *Voz en off*, *Voz en over*, *Voz en in*, *Dolly-in*; *panning* (o *travel*), objeto profílmico.

e indefinición. El espacio enunciado en dichos textos (ya sea tópico, utópico, paratópico y heterotópico), permite a la vez una relectura en profundidad de “lugares” comunes–extraños, definidos–indefinidos, dentro–fuera del discurso, etc., lo cual problematiza otro aspecto del texto, la materialidad que se enuncia y se reconoce superficialmente desde lo fónico/visual, vinculado al discurso.

## 2. CORPUS

Los registros para el análisis de los spots se realizaron sobre soportes digitales. Los primeros dos spots circularon, en primera instancia, por el canal televisivo perteneciente a las redes de distribución de la República Argentina. Telefé (Canal 13 en la ciudad de Santa Fe, Argentina), Canal 9, América, son aquellos medios comunicativos por los cuales han sido vinculados luego a las esferas o redes sociales. En cuanto a los dos primeros spots y, al tercer caso en particular, se tomaron muestras de las redifusiones en otros soportes (sitios oficiales de acceso autorizado y gratuito en la web, en este caso Youtube). Se tuvieron en cuenta las posibilidades de manipulación que ofrecen los medios de reproducción como programas informáticos (*Windows live Movie maker*, por ejemplo) sobre los cuales se pueden copiar, modificar, ensamblar y distribuir directamente en redes virtuales.<sup>2</sup>

Para el caso de la propuesta de la candidata Cristina Fernández de Kirchner, la investigación derivó en tres spots puntuales con elementos formales de similares características, a cargo del publicista Fernando Braga Menéndez, de Braga Publicidad (“La fuerza de la inclusión” analizado en esta investigación; “La fuerza de un pueblo”; “La fuerza de la alegría”). Los mismos fueron producidos y puestos en circulación durante la campaña del año 2011, desde el mes de julio de ese año, al confirmarse públicamente su postulación, hasta las elecciones presidenciales llevadas a cabo en octubre.

En el caso del candidato Hermes Binner, se consideró la propuesta de spot publicitario desarrollada por Rubén Galassi y Daniel Canabal, en la cual se

<sup>2</sup> Se hace referencia en particular al tercer caso del corpus, el cual presenta ese tipo de tratamiento mencionado.

trabajaron elementos narrativos que difieren de las características trabajadas por el equipo publicitario del primer candidato. Dicha propuesta fue puesta en circulación desde setiembre de 2011 hasta el momento de la veda electoral.

Por último, es el caso de un spot virtual atribuible a la campaña de Alberto Rodríguez Saá, donde se reconoce el vínculo directo con un grupo musical incipiente (principios de 2011), del género “cumbia villera”, denominado (al margen inferior izquierdo) por la autoría, “Wachiturros”. Este grupo y este “espacio” concreto de reconocimiento virtual (y las disposiciones de las materialidades visuales) tienen una importancia clave en la construcción del spot, dado que permiten articular las posturas partidarias del candidato con un espacio de recepción por identificación. Para este ejemplo, se recurrió específicamente a la circulación online (sólo la plataforma virtual Youtube) y se atendió a las características diferenciales del mismo, ubicándolo en otra posición respecto a los anteriores. El acceso a esta información libre, gratuita y de un “anonimato fluctuante”<sup>3</sup> configura una nueva variable en la construcción de un spot, adaptado a las demandas tecnológicas de un espacio y tiempo concretos.

### **3. GRAMÁTICAS DELIMITADAS. NIVELES A TRABAJAR SOBRE LA MATERIA DISCURSIVA**

En los tres casos es posible el reconocimiento de una espacialidad imaginaria, como una construcción colectiva instaurada “sobre la grilla evanescente de las líneas de la pantalla catódica” (Verón, 2001). Por lo tanto ese imaginario deberá abordarse, con ciertas salvedades para cada caso, en función de dispositivos contruidos a partir de los órdenes de significación que están en juego.

<sup>3</sup> *Anonimato fluctuante* en el sentido de ser plausible de modificaciones por aportes constantes de la red social (comentarios, linkeos a otras páginas, calificación con clicks positivos o negativos) que delimitan un “estilo” de escritura y relectura de materialidades y a la vez, en palabras de Sarlo (2011) “juego de máscaras, para empezar por la existencia de nicks (seudónimos) improbables”.

El análisis requiere aquí incorporar una relación entre dichos órdenes (manteniendo prioritariamente la situación de los mismos como *enjuegos*) y los niveles en que se pueden organizar metodológicamente las observaciones de los textos. Esto se plantea al momento de incluir en el análisis la propuesta teórica de Greimas, en la cual se destacan como niveles del discurso, la espacialidad y la temporalidad. Dichos niveles del discurso se instrumentalizan al reconocer elementos concretos que tienen un valor en el texto. La marca tanto espacial como temporal en el discurso, permite ubicar los objetos o elementos que se encuentran allí por algún motivo, y constituir un abordaje o lectura de esa coordinada en la que se localizan.

Para constituir un dispositivo de lectura adecuado para el análisis que se propone desarrollar, es imprescindible determinar la vinculación del primer proyecto teórico al espacio del enunciado, y en segundo lugar, al de la enunciación. Por lo tanto, en este trabajo que estudia el medio televisivo como el soporte textual que construye y pone a circular determinados textos no sólo se sitúa desde una perspectiva extratextual-contextual, sino que además se incorporan mecanismos propios de una lectura intratextual como despiece de los elementos constitutivos de un objeto signifiante. Se logra una observación interna (materialidad funcionando en el texto) y externa (materialidad en relación con otras de sus mismas características de circulación).

#### **4. RELEVAMIENTO DE CASOS. DISPOSITIVOS PROPUESTOS**

##### **4.1.1. PRIMER DISPOSITIVO: “LA FUERZA DE LA INCLUSIÓN”. SUBSISTEMA ESPACIAL**

La materialidad audiovisual seleccionada para el primer caso tiene un tiempo enunciado de 00.00.34 segundos. Del primer spot se considera como clave la escena representada en el segundo 00.06.00 y el *panning* entre el segundo 00.21.00 al 00.24.00. En ambos segmentos se construye un espacio tópico dado que se manifiesta en el relato una transformación entre un aquí (el espacio utópico, del candidato) y un allí (el lugar de lo público, paratópico) (Greimas, 1983: 111). (Fig.1)

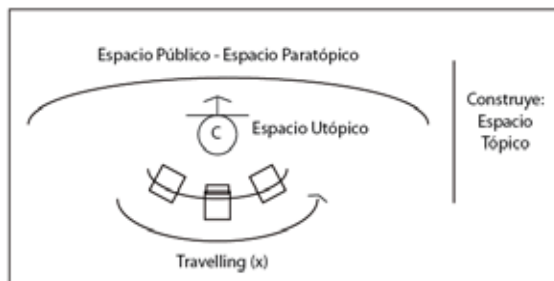


Figura 1.

El gráfico de la figura 1 permite delimitar el dispositivo a partir de la instrumentalización de los modelos semióticos de Greimas y la propuesta veroniana que se realiza en *El cuerpo de las imágenes*.<sup>4</sup>

El texto habilita la construcción de espacios de producción de sentido, y entre esos espacios existe un punto significativo para este análisis: el candidato. Ese objeto de interés se reconoce, en este caso, como dentro de un espacio del *aquí*, puesto en relación con un *allí*.

Si se observan estos segmentos en relación con el eje de la *verticalidad*, el espacio paratópico puede detectarse en una relación de dependencia respecto al utópico, es decir, por debajo del mismo. Los objetos de interés (concretamente los sujetos electores del candidato) se incorporan en el cuadro bajo el nivel del sujeto candidato representado.

Respecto a la materia discursiva en el texto, la misma está dotada de una serie de elementos a tener en cuenta que, vinculados al subsistema previamente desarrollado, permiten establecer ciertas estructuras de significación.

Para la observación de este subsistema será necesario puntualizar la mirada en la construcción de un discurso en el cual no consideramos pura y exclusivamente un único orden de análisis, dejando de lado la premisa fundamental de que todos los órdenes tienen un predominio relativo (o a la inversa, que es posible relativizar la predominancia de uno u otro orden). En este primer spot, se recuperarán

<sup>4</sup> Sólo se esquematizó el primer caso del dispositivo dado que en los tres casos la estructura espacial se construye bajo este mismo modelo.



(teniendo en cuenta los momentos seleccionados en el subsistema espacial), el siguiente fragmento de la materialidad lingüística desde el inicio del spot:

“[La brecha de desigualdad en la República Argentina],<sup>5</sup> que hace que *los papás* no puedan comprarle como correspondería, a cada *hijo*, una *netbook*.”

Por otra parte, si bien no se focaliza en ella, es conveniente incorporar a la materia a analizar la cortina musical que está inscripta durante el segmento del *panning* o movimiento de cámara, ya que forma parte de ese constructo global de significados.

Ambos elementos funcionan en relación con la representación de un cuerpo, el cuerpo del candidato. Dicho cuerpo se posiciona, como previamente se menciona, a partir de condiciones de producción tendientes a una jerarquización (la verticalidad). Además, al incorporar las coordenadas discursivas, se visualiza una elisión de la figura jerárquica del cuerpo. El orden de contacto, la contigüidad se establece al vincular dicha verticalidad por inferencia del espacio receptor.

El candidato, si bien está elidido en la materialidad sonora, se recupera por iconicidad. El tópico de interés se desplaza y la figura de “los papás” es desplazada por el candidato. Otro tópico de interés se vincula directamente al tópico “hijo”. Queda así esquematizada la siguiente modelización del proceso de significación que se reconstruye a partir del sistema de significados.

Se altera la estructura parental, al proponerse un nuevo elemento que cumple con las condiciones necesarias para funcionar. El candidato puede cumplir con la suplantación parental porque sabe cómo hacerlo, pero ese poder/saber se remite a la posibilidad de vincular el objeto con el sujeto hijo. Este momento de vinculación se confirma al incorporar al desarrollo de la diégesis, el siguiente fragmento:

“y es el Estado el que va a cubrir eso que falta”

<sup>5</sup> Se reconocen superficialmente las coordenadas espaciales: “En la *República Argentina*”, las cuales vinculan directamente el texto a un modelo específico de recepción y un espacio de circulación.

#### 4.1.2. TEMPORALIDAD

Respecto a la instanciación temporal, es posible determinar un posicionamiento del texto en coordenadas concretas, a partir de los elementos que se incorporan en la estructura final del relato, a saber:

*“CRISTINA 2011”*

El símbolo (2011) refuerza y delimita el spot, al finalizar el proceso de inferencia de la diégesis, en el segundo 00.00.22. El discurso intradieгético refiere así a un tiempo presente respecto a un hecho concreto (“hace”, “es”) y futuro respecto a la suplantación parental (“va”).

#### 4.1.3. CONCLUSIÓN PARCIAL DEL PRIMER DISPOSITIVO

Se detecta una jerarquización de objetos y sujetos en el texto, lo que permite lograr redes anafóricas en el discurso, y a la vez una permanencia de los tópicos de interés. Sobre la base del análisis previamente realizado, aquellos tópicos que mantienen un hilo conductor dentro del discurso, refieren puntualmente a condiciones sociales de desigualdad, objetos concretos y prioritariamente la figura del candidato. Se dan condiciones de isotopía espacial, temporal y discursiva que posibilitan una permanencia del/ los temas tópicos en el texto.

#### 4.2.1. SEGUNDO DISPOSITIVO: “SOPLAN AIRES DE CAMBIO”.

##### SUBSISTEMA ESPACIAL

En este tramo del análisis se consideran dos momentos dentro del segundo dispositivo, cuyo tiempo de enunciado es de 00.01.47. El primero, la representación de un fondo fijo sobre el cual se “inserta” un nuevo elemento, se detecta cinco veces mediante tomas *Dolly-In*<sup>6</sup> en las cuales el espacio que es atribuido al Sujeto de interés no está siempre determinado como paratópico o

<sup>6</sup> Desde la gramática fílmica de Cassetti (1991), la toma *Dolly In* se reconoce como herramienta para otorgar profundidad en dos dimensiones.

heterotópico. De esas cinco tomas (cuya estructura es la misma) en la primera, segunda, tercera y cuarta toma, se categoriza al espacio que se encuentra en segundo plano como heterotópico, posicionándose por fuera de la diégesis a modo de fondo, como parte de un relato desdoblado, por lo tanto “*en otra parte*” (Greimas, 1983: 112). Para el último ejemplo de *Dolly-In*, el espacio atribuido se modifica, y la toma se realiza a partir de un fundido entre espacios. Se considera al fondo de sujetos desplazándose en un eje paralelo al del cuerpo del Sujeto de interés (horizontalidad, desplazamiento direccionado hacia la cámara, frontal). Se construye un “Allí” en la medida que ingresa el Sujeto de interés a la estructura narrativa, la diégesis desplaza ese espacio que inicialmente la constituye para incorporar así el Sujeto mediante la toma en profundidad.

Otro momento seleccionado se reconoce en la construcción del espacio político, el espacio que se construye alrededor del Sujeto de interés en sí.

En primer lugar el espacio paratópico, vinculado al “allí”, incluye al candidato, se le atribuye un lugar dentro del mismo. Por otra parte, el espacio utópico, el “aquí” se está vinculando puntualmente al espacio social de la militancia, el cual se detecta en el texto mediante la utilización desde un ángulo superior del *Dolly Out* o movimiento de cámara (hacia fuera, alejándose) del Sujeto de interés.

Al observar este subsistema en relación directa con el anterior, es interesante tener en cuenta, en primer lugar, las esferas que vertebran el discurso o, en otras palabras, los tópicos sobre los cuales se trabaja la materia discursiva.

El discurso aquí se construye desde la superficialidad en base al tópico de la medicina (“Hermes Binner es médico”) y la política (“y político”) y a continuación se implementan una serie de vinculaciones directas entre ambas esferas:

“Sabe por experiencia que no hay *remedio* más efectivo que la solidaridad”

Y desde ese momento ingresan aquellas particularidades relativas a la labor del candidato dentro de su espacio de trabajo, cualidades del espacio adonde realiza su gestión actual y aquellas gestiones previas.

El espacio juega un rol clave en la construcción del discurso porque habilita una serie de relaciones con lo social, lo público, lo privado. Contornea un modelo de receptor, que reconoce puntualmente el espacio de producción, reconoce al sujeto candidato.

Respecto al lugar del candidato, es explícito, se menciona el nombre (“*Hermes Binner*”) que se corresponde con el cuerpo del candidato. Para este spot el cuerpo sólo se jerarquiza desde la horizontalidad, esto es, por profundidad y superposición de planos. El orden de contacto, la contigüidad en este caso se establece a partir de la inferencia al vincular la mirada del candidato y los atributos que el discurso determina. El sujeto candidato se reconoce pero a partir de un área puntualizada, a partir del área de los ojos. La mirada en profundidad otorga a este dispositivo la particularidad en el trabajo sobre el cuerpo del candidato y la diferenciación en relación a los otros spots.

#### **4.2.2. CONCLUSIÓN PARCIAL DEL SEGUNDO DISPOSITIVO**

En este punto es posible determinar la instanciación temporal a partir de elementos tanto simbólicos como icónicos, sin dejar de lado la aclaración de “vincular” entre sí los mismos, necesaria al construir materialidad significante en su globalidad (Verón, 2001). El juego que se realiza con los tiempos verbales constituye una forma de determinar en el texto lo “realizado/por realizar” en el texto, como así también el lazo directo entre los mismos a aquellas imágenes del espacio sobre el cual se trabaja. La temporalidad está implícita en el texto y sale a flote a partir de la inferencia entre las tramas, entre los órdenes que entran en juego.

#### **4.2.3. CONCLUSIÓN PARCIAL DEL SEGUNDO DISPOSITIVO**

Se constituye una estructura del relato que posibilita vincular desde dos tópicos definidos una serie de redes de significación que generan un texto en su globalidad coherente y concretamente un modelo de candidato a partir de sus atributos como Sujeto, como ser humano. Se detecta isotopía fundamentalmente en el subsistema espacial en aquellos casos en que el Sujeto se vincula a otros sujetos, exceptuando el último caso de *Dolly-In*. Se jerarquiza al Sujeto Candidato sobre el plano perpendicular a la toma de cámara, esto es, el orden de contacto se vuelve explícito y jerárquico en la estructura del relato.

### 4.3.1. TERCER DISPOSITIVO: “ALBERTO ES UNA MASA”.

#### SUBSISTEMA ESPACIAL

Por último, el tercer spot funciona como problemático dentro de la selección del corpus. El tiempo de enunciado es de 00.02.54. En este caso se trabaja con una serie de elementos dispuestos en el plano, operando de un modo indeterminado para su detección precisa.

En la fig. 6 se observa un fondo aleatorio sobre el cual se distribuyen de manera desestructurada y adimensional una serie de elementos puntuales, sujetos y objetos que están incrustados en otro plano que se encuentra por detrás. Al recorrer la estructura narrativa que se construye en la materialidad audiovisual del último spot, no es posible determinar un vínculo completo entre los subsistemas espacio-temporales y la discursividad. Se genera así un texto que no define coordenadas de tiempo, ni ejes de jerarquía por verticalidad u horizontalidad.

Como se reconoce en el análisis del subsistema espacial, la materia audiovisual de análisis presenta dificultades para su estudio en relación con una estructura posible.

La cortina musical, en cambio, modeliza el ritmo del discurso que aquí se define al otorgarle pausas y entonaciones de los enunciados. El tópico central dentro del relato se construye desde la posesión de bienes puntuales. Se reconoce un movimiento unidireccional desde el Sujeto Candidato (el cual se infiere a partir de elementos dispuestos sobre el fondo aleatorio), hacia el receptor enunciado en el texto:

“porque Alberto es una masa, el te *da*, te *da* una casa...”

Si se observa el modo en que se incluye el tópico de la dádiva en el texto, es posible apreciar que los atributos positivos (el ser una masa, ser buen candidato) se construyen a partir de esa entrega de bienes y servicios:

“Mirá como lo pinto, Alberto es distinto, casa agua cloaca y gas, mirá como lo pinto Alberto es distinto, el wi fi no lo garpás...”

También se plantea el atributo de la distinción u originalidad del Sujeto, en el ejemplo arriba mencionado, al incorporar servicios.

El espacio de recepción está dado desde el inicio del texto, por un léxico específico, que habilita lectores con un manejo de determinadas competencias lingüísticas. El reconocimiento de estas características previas se construye por inferencia, a partir de la identificación del espacio de recepción con el discurso.

#### **4.3.2. CONCLUSIÓN PARCIAL DEL SEGUNDO DISPOSITIVO**

Todas estas observaciones configuran fundamentalmente un estilo de texto distinto, con formato de videoclip musical. Al mismo tiempo, estructura un nuevo modo de enunciar, apelando al reconocimiento de sujetos simpatizantes con los cuales se habla del candidato. El cuerpo se reposiciona así como mediador entre el candidato real y aquel que construye el receptor, a partir de la inferencia con elementos desarticulados en el espacio y desde lo atemporal. Las vinculaciones entre los órdenes de producción de sentido sólo se determinan puntualmente en la marca del slogan “Rodríguez Saá” y al incorporar los bienes, servicios e imagen del candidato a modo de íconos. Estos se relacionan con el discurso imperante y lo reafirman, pero si se eliden el discurso por sí mismo (por ejemplo, sólo con una imagen estática de fondo) tiene la capacidad de funcionar para la construcción de significaciones específicas. Este último caso se complejiza en ese funcionamiento ya que desvincula el rol presencial del cuerpo del candidato al texto.

### **5. CONCLUSIONES**

A partir de una lectura secuenciada y seccionada en instancias específicas de análisis, es posible recapitular las siguientes conclusiones globales sobre la base de la generación de tres dispositivos de análisis:

Respecto al primer caso, se otorga un significado concreto a objeto/s específico/s (reconocidos a partir de la materialidad audio–visual), y se presenta un modo de apropiación de los mismos a partir de la aparición del candidato. En simultáneo, esa aparición del sujeto candidato no es lineal, sino que está jerarquizada en el eje (y).

El segundo spot tiene momentos puntuales que resultan interesantes en comparación al primero. El discurso se plantea a partir de lo reconocido, a partir de las esferas en las cuales el sujeto candidato se constituye como tal. Respecto a la estructura formal del texto, se observa la jerarquización de un área específica, la mirada, sobre el eje (x). De ese modo no sólo se distancia de la primera propuesta de spots, sino que además permite una lectura espacial diferencial.

Para el tercer caso se estructura un nuevo dispositivo. La materialidad significativa no construye coordenadas temporales ni espaciales, por lo tanto no jerarquiza o vuelve más productivo el aspecto "visual" del texto. Lo que sí genera jerarquías en este caso es el discurso imperante. El texto puede separarse, en tanto que la significación que se construye a nivel enunciado funciona independientemente de la disposición de lo visual.

Este último caso posiciona la investigación desde una nueva perspectiva, ya que rompe la estructura previa y no tiene una denominación única (puede referirse a dicho spot como videoclip o como publicidad para elecciones abiertas).

Los dispositivos propuestos para estos tres spots, configuran modos de establecer un contacto con el receptor–destinatario. Las características de la materialidad presente, repositionan el lugar del discurso político y la recepción del mismo. Esto posibilita pensar que el campo de funcionamiento discursivo de lo político no está en su globalidad delimitado por simetrías. El intercambio en estos nuevos dispositivos se constituye a partir del tipo de relación que se establece entre el "qué" se dice y "cómo" se dice. Se reconoce aquí una diversidad de elementos sobre los que se hace puntuales y diferentes los discursos (ejemplos: notebook, corporalidad destacada de un candidato, íconos–índices en disposición asimétrica). Al retomar el análisis que propone Verón en *El cuerpo de las imágenes*:

"De golpe, los políticos empiezan a mirarme a los ojos durante largos minutos. Yo sé, que él no está allí para informarme, ni para entretenerme, sino para intentar persuadirme de votar por él. Yo sé que él sabe que yo lo sé" (Verón, 2001)

Se observa un distanciamiento entre la disposición del candidato *in praesentia* por una nueva disposición a favor de las demandas tecnológicas. La propuesta investigativa, así, aborda otros dispositivos, e incluye nuevos espacios de circulación además del televisivo. Todo ello culmina en una diferenciación

de la propuesta observada para determinar ese distanciamiento en la relación candidato–receptor. El espacio de reconocimiento del candidato ahora se ocupa con otros elementos significativos, (como la priorización de la indicialidad: notebook, un cuerpo puntualmente observado, casa, cloacas, agua, Wi-Fi, entre otros) que conforman una nueva estrategia, que complejiza el dispositivo a favor de un enriquecimiento discursivo.

Y finalmente, en relación con el discurso audiovisual proyectado al discurso político, retomado de las investigaciones veronianas (Verón, 1987: 13), se introduce un interrogante al respecto:

¿Es posible actualmente reconocer una tipología de discursos sociales?

En relación con este interrogante, se reconocen construcciones discursivas que operan por entrecruzamiento con el discurso político instaurado y se observa la permanencia de otras construcciones dentro de la esfera de lo político. La necesidad de actualizar el discurso ante las demandas sociales, implica incorporar a lo ya conocido nuevas estrategias funcionales. Dichas estrategias contienen componentes (descriptivos, didácticos, prescriptivos, programáticos) actualizados ante nuevas necesidades sociales. El valor agregado del estilo de video clip (tercer caso) opera así instalando un esquema de la indeterminación que incluye elementos significativos en constante movimiento. El movimiento y claridad en la exposición de los tópicos de interés está mediada por el factor de la velocidad, como también en la permanencia de la corporalidad del candidato y la prioridad que implica la mirada (en el caso de Hermes Binner) o la jerarquización del cuerpo paternal (Cristina Fernández de Kirchner) como rasgo o estrategias propias distintivas.

A modo de cierre (o apertura a nuevos interrogantes) la televisión es así el espacio de la *negociación* actual del líder político del que habla Verón, aquel que se ve obligado a “negociar la construcción de su imagen” (Verón, 1987: 11) en relación a muchas otras figuras y en relación a su propia representación (si se es *celebrity*, en palabras de Sarlo (2011: 13–14) o se es otra cosa) al ocupar la pantalla y la atención del receptor durante, como máximo, dos minutos. Estas coordenadas espacio–tiempo obligan a potenciar el rendimiento publicitario. El líder mediatizado (o más precisamente, el equipo de trabajo publicitario que



trabaja para ése líder) evidencia así conocimientos acerca de los códigos de contacto, tiempos y espacios actuales que demanda el soporte televisivo de lo público, y es lo que, a lo largo de todo el trayecto expositivo, se delimitó.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Casetti, F y Di Chio, F. (1991) *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Greimas, A. (1983) "El espacio enunciado" en *La semiótica del Texto*. Barcelona: Paidós.
- Sarlo, Beatriz (2011) *La audacia y el cálculo, Kirchner 2003–2010*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Verón, Eliseo (1998) *La semiosis social. Fragmento de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.
- (1971) "Ideología y Comunicación de masas: La semantización de la violencia política" en VV.AA, *Lenguaje y comunicación social*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- (2001) *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá: Ed. Norma.
- (1987) "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política" en VV.AA, *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette.
- (2004) "Diccionario de lugares no comunes" en *Fragmentos de un tejido*, Buenos Aires: Ed. Gedisa.

### 6.1. OTRAS FUENTES DE ACCESO VIRTUAL

Diario "La Nación", *Cristina demoró sus spots: no le gustó como quedaron*, artículo sobre link: <http://www.lanacion.com.ar/1392727-cristina-demoro-sus-spots-no-le-gusto-como-quedaron>. Con vigencia al 30/08/2012.

Diario "La Voz del Interior", *Hincapié en la gestión santafesina*, artículo de Horacio Aizpeolea. Corresponsalía Buenos Aires, 02/10/2011. Link: <http://www.lavoz.com.ar/noticias/politica/hincapie-gestion-santafesina>. Con vigencia al 30/08/2012.

Diario "La Noticia", *Rodríguez Saá sumó a Los Wachiturros para la campaña*. 14/09/2011. Link: <http://www.lanoticia1.com/noticia/rodriguez-saa-sumo-a-los-wachiturros-para-la-campana-20426.html>. Con vigencia al 30/08/2012

## 6.2. CORPUS DE TRAILERS ANALIZADOS

Cristina Fernández de Kirchner – "La fuerza de la inclusión" – 2011. Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=AUGoOZbSKHE>. Última visita en fecha 28/08/2012.

Hermes Binner – "Soplan aires de cambio" – 2011. Fuente: [http://www.youtube.com/watch?v=Wriqut\\_dnzc](http://www.youtube.com/watch?v=Wriqut_dnzc). Última visita en fecha 28/08/2012.

Alberto Rodríguez Saá – "Alberto es una masa" – 2011. Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=k7AOM4JhjaY>. Última visita en fecha 28/08/2012.

### GALETTI, IVANA

"Tres modelos gramaticales de abordaje espacial, temporal y discursivo en casos de la campaña presidencial 2011 en Argentina: Cristina Fernández de Kirchner, Hermes Binner y Alberto Rodríguez Saá", en: *DE SIGNOS Y SENTIDOS / 14*. Santa Fe, Argentina: ediciones UNL. Año 2013, pp. 89-106.