

El diseño corporal de Javier Milei en la campaña presidencial 2023

Mariano Cicowiez

Resumen

En las elecciones presidenciales argentinas celebradas en 2023, La Libertad Avanza difundió una serie de *spots* y videos cortos de su líder y actual mandatario, Javier Milei, subsidiarios de una doble figuración de su corporeidad. En este trabajo se examinan, desde una perspectiva estética y visual, los procedimientos de modulación del cuerpo signifiicante (Verón, 2001) del candidato, Se concluye que su figuración recreó una corporeidad física y otra de orden simbólico que la trasciende, las cuales convivieron en las producciones audiovisuales.

Palabras clave: campaña electoral, Javier Milei, *spot* audiovisual, imágenes técnicas, cuerpo signifiicante

Abstract

Javier Milei's body design in the 2023 presidential campaign

In the 2023 Argentine presidential elections, La Libertad Avanza broadcast a series of spots and short videos featuring its leader and current president, Javier Milei, which represented a double representation of his corporeality. This paper examines, from an aesthetic and visual perspective, the candidate's procedures for modulating the signifying body (Verón, 2001). It is concluded that his representation recreated a physical corporeality and a symbolic one that transcends it, both of which coexisted in the audiovisual productions.

Keywords: electoral campaign, Javier Milei, audiovisual spot, technical images, signifying body

Resumo

O design corporal de Javier Milei na campanha presidencial de 2023

Nas eleições presidenciais argentinas de 2023, La Libertad Avanza exibiu uma série de spots e vídeos curtos com seu líder e atual presidente, Javier Milei, que representavam uma dupla representação de sua corporalidade. Este artigo examina, a partir de uma perspectiva estética e visual, os procedimentos do candidato para modular o corpo significativo (Verón, 2001). Conclui-se que sua representação recriou uma corporalidade física e uma simbólica que a transcende, ambas coexistindo nas produções audiovisuais.

Palavras-chave: campanha eleitoral, Javier Milei, spot audiovisual, imagens técnicas, corpo significativo

Mariano Cicowiez: Doctor en Artes. Becario posdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet), con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, perteneciente a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ORCID: 0000-0002-1251-0927

Email: marianocicowiez@yahoo.com.ar

Recibido: 5/5/2025

Aceptado: 26/8/2025

Introducción

Durante las elecciones presidenciales argentinas celebradas en 2023, el por entonces candidato¹ Javier Milei, líder y fundador de La Libertad Avanza, protagonizó una serie de *spots* y videos cortos que remiten a la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009), cuyo estilo predomina en la política local contemporánea. Esta serie de producciones fue saturada por la presencia de un cuerpo significativo (Verón, 2001) inmediato a la ciudadanía, cercano a sus sitios de tránsito cotidiano y atento a sus demandas con respecto a los deberes de sus gobernantes. También, y a un mismo tiempo, circuló otra serie de imágenes cuyo argumento transitó alrededor de una figura presidencial en calidad de estadista, acreedor de un saber y planificación proyectual necesarios para conducir los destinos de la Nación. Esta distinción entre ambos subconjuntos estuvo fehacientemente demarcada por la utilización de dos modalidades de puesta en escena cinematográfica (Aumont, 2018), en la cual su espacialidad y los códigos narrativos fílmicos desempeñaron una función activa en el marco de su plano enunciativo. Al mismo tiempo, ambos subconjuntos de imágenes reenvían a los estudios que Regis Debray (1995) elaboró acerca del uso del signo indicial por parte de los hombres con funciones de Estado².

En este trabajo examinamos el relato (Aumont *et al.*, 1995) de los *spots* y videos cortos de La Libertad Avanza, difundidos durante las elecciones 2023, en el marco de la cultura visual contemporánea (Mirzoeff, 2003; Mitchell, 2019). Este desplazamiento analítico, con respecto al tradicional, y por supuesto pertinente, examen de la discursividad verbal que pronuncian las personas candidatas, se debe a que las imágenes técnicamente elaboradas también comportan un discurso que les es propio, vinculado a su indicialidad (Peirce, 1974), a partir de la cual se obtiene una mayor cuota de realismo (Bazin, 2008). En el mismo sentido, el diseño estético que asume la clase política la define ante su electorado en igual

1 En este trabajo, el líder de La Libertad Avanza será designado como candidato, con independencia de la existencia en Argentina de un sistema de elección en tres etapas. Dicho sistema se compone de: 1) una instancia de selección de candidaturas, denominada PASO (Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias), en la cual cada partido define a sus representantes; 2) las Elecciones Generales y, eventualmente, 3) un balotaje entre las dos fuerzas más votadas. El balotaje se realiza en el caso de que el partido vencedor no haya obtenido un porcentaje mayor al 40% y una diferencia de 10% con respecto a su más inmediato competidor. En este sentido, recordemos que Milei no debió competir en las elecciones PASO por la candidatura presidencial dentro de su espacio político, por lo que no es necesario mencionarlo aquí bajo la denominación de precandidato presidencial.

2 Es preciso reseñar que Regis Debray (1995) actualiza una fracción de la doble corporeidad de la autoridad real estudiada por Ernst Kantorowicz (2012), de modo que no examina el conjunto de sus alcances. En este sentido, nosotros seguimos en este trabajo al autor de *El estado Seductor. Las revoluciones mediológicas del poder* el cual sostiene que la visualidad que da cuenta del Estado-Nación anula y/o trasciende a la singularidad de los individuos que lo componen. A lo largo de esta investigación se amplía esta concepción.

proporción que sus posicionamientos partidarios o ideológicos, vinculados a las diversas temáticas que componen la agenda de minutas (Groys, 2014).

En este sentido, las acciones proselitistas del líder de La Libertad Avanza estuvieron fuertemente marcadas por el uso intensivo de las redes sociales de internet, bajo caracteres inéditos en la historia reciente de las compulsas electorales argentinas. En efecto, su origen completamente *outsider* (apartado-forastero) con respecto a los tradicionales partidos políticos fue acompañado por una gestualidad corporal también innovadora³, al mismo tiempo que la representación tradicional de la investidura del cargo presidencial ha sido incorporada a la construcción visual de su candidatura.

Estado del arte

El área de trabajo ha sido abordada en nuestro país por distintos científicos sociales (Becerra y Mastrini, 2021; Borrini, 2003; Landi, 1992; Pousadela y Cheresky, 2004), al tiempo que, a partir de la mediatización de las campañas electorales, coincidente con la última recuperación democrática en el año 1983, se examinó el traspaso de la política hacia el nuevo ágora que constituyó la televisión (Mangone y Warley, 1994; Schmucler y Mata, 1992).

En los últimos años, las imágenes electorales fueron examinadas en Argentina por distintos investigadores (Aruguete y Riorda, 2016; García Beaudoux y D'Adamo, 2006). Los discursos lingüísticos y el uso de las redes digitales sociales que realizan expresidentes/as (Slimovich, 2017), como además los encuadres mediáticos en períodos electorales también han sido objeto de estudio (Califano y Koziner, 2021). Al mismo tiempo, el liderazgo político (Rincón, 2008), vinculado a la actualmente denominada legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009), ha sido examinado desde la década de 1990 (Mora y Araujo, 1991; Waisbord, 1995) hasta la actualidad (Annunziata, 2018; Dagatti y Onofrio, 2019).

Metodología

Para realizar nuestro trabajo hemos elaborado un corpus de trabajo el cual incluye 86 *spots* y videos cortos, los cuales han sido recogidos de las redes sociales de *Instagram* y *Facebook* de Milei, debido a que allí se encuentra el conjunto del material necesario para realizar una investigación de las presentes características. De esta manera, estaremos trabajando sobre fuentes primarias, las cuales fueron desagregadas en tres niveles de observación: 1) un nivel supraunitario,

³ Sin embargo, la inclusión de una candidatura de origen *outsider* en la política argentina no constituye un fenómeno verdaderamente novedoso. Seguramente el caso de mayor notoriedad corresponda con Mauricio Macri (2015-2019), cuyo origen empresarial tanto como su filiación ideológica inmediatamente próxima a La Libertad Avanza, presentan ciertas similitudes con el ascenso de Milei.

conformado por la comunicación política de orden electoral; 2) un nivel unitario, naturalmente compuesto por los *spots* y videos cortos difundidos en 2023 por La Libertad Avanza y 3) un nivel subunitario, integrado por la banda visual de las producciones⁴. El nuestro se corresponde con un tipo de estudio descriptivo e interpretativo: por un lado, daremos cuenta de una serie de recursos de composición, al tiempo que, por otro, presentaremos una interpretación del resultado obtenido a partir de la instrumentación de dichos recursos.

La elección de muestras ha sido de carácter aleatorio estratificado (Ynoub, 2023), debido a conocer con exhaustividad el universo sobre el cual se desarrolla nuestra investigación. Esta clasificación consiste en distinguir «subgrupos o estratos al interior del universo total, según criterios basados en sus conocimientos [de la persona investigadora] sobre dicho universo» (Ynoub, 2023, p. 265). Luego de realizarse esta distinción, se seleccionan por azar los casos representativos de cada subgrupo. De esta manera, «se combinan criterios aleatorios con criterios sustantivos» (p. 266). En este sentido, las muestras de observación representan al conjunto del cual fueron extraídas, a la vez que preservan sus regularidades en el orden de la técnica de composición visual y de la enunciación fílmica. El instrumento de análisis se corresponde con la parada de la imagen (Aumont y Marie, 1993), aun cuando su aplicación constituye la negación de su movimiento. Por tal motivo, cuando debimos recuperar el acercamiento óptico de la cámara de filmación, hemos seleccionado dos imágenes (Figuras 5 y 6) ilustrativas de este procedimiento. En el mismo sentido, señalamos que no hemos examinado procedimientos técnicos como el *decoupage* y las distintas nociones de montaje (Véase Tabla 1, columna 4). A pesar de esta limitación, dicho instrumento continúa siendo, como afirman los autores, el predilecto por el campo de la filmología. Vale resaltar que la parada de imagen constituye un método de cita directo de los *spots* y videos cortos, al tiempo que, con fines ilustrativos, se seleccionan «en función de su legibilidad» (Aumont y Marie, 1993, p. 86). Los fragmentos seleccionados han resultado representativos del tipo de aproximamiento teórico que hemos realizado.

La banda visual de las imágenes ha sido examinada de acuerdo a dos dimensiones de observación, a las cuales les corresponden sus respectivos valores, conjuntamente con sus indicadores y valores. Las dimensiones de análisis comprenden los aspectos que examinamos acerca de las imágenes. Los valores hacen referencia a los estados posibles (Ynoub, 2023) que pueden asumir dichos aspectos. Los indicadores materializan los aspectos de las muestras de análisis que serán

4 El primer nivel comprende al enfoque general de nuestro trabajo, y por tal motivo lo enmarca en una extensa tradición de análisis, cuyos últimos resultados se explicitan en el estado del arte de nuestro trabajo. El nivel unitario refleja la materialidad examinada, al tiempo que el nivel subunitario es aquel efectivamente analizado. A su vez, la banda de sonido, compuesta por voces, música y ruidos, no será examinada en este trabajo. Un análisis de estas dimensiones comprende un estudio de distinta naturaleza al que ahora se presenta.

examinados, con objeto de asignarles su valor correspondiente. Los valores del indicador, finalmente, presentan en términos concretos los recursos de composición que hemos analizado. En la siguiente matriz de datos (Samaja, 2003) se detalla entonces el abordaje acerca de nuestras muestras de observación (Tabla 1).

Tabla 1. Matriz de datos

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

Fuente: elaboración propia (2025)

En la primera dimensión (1-6) se examina la construcción de la visualidad corporal de Milei, debido a que el posicionamiento estético de las candidaturas también comporta un discurso de carácter visual. Dicho discurso se enmarca en la prevalencia que adquieren las imágenes técnicas en la cultura visual contemporánea. Los valores que le hemos asignados reflejan los estudios que Regis Debray (1995) desarrolló acerca de la doble condición de la corporeidad de la autoridad política, en razón de la mediatización de los funcionarios que integran un Estado. De manera que el cuerpo físico y el cuerpo simbólico, los cuales conviven ambos en una misma persona, constituyen los valores de la dimensión. El indicador que hemos elaborado se satura por los recursos de composición visuales a través de los cuales se construyen ambas clases de corporeidades, al tiempo que sus respectivos valores fueron desagregados en los códigos narrativos y en los puntos de vista adoptados por la cámara, subsidiarios de su enunciación. Mientras que los códigos narrativos fílmicos comprenden a la tipológica de planos, la enunciación fílmica incluye distintos sujetos encuadrados, al tiempo que también hace referencia a la instancia incorpórea que, fuera de cuadro, crea las imágenes e incluso se inviste en su interior (Metz, 1991).

En la segunda dimensión (7-12) se analiza la puesta en escena, debido a que, por ejemplo, el decorado a menudo actúa como una fuente de materialización de significación (Bordwell y Thompson, 1993). Sus valores fueron determinados por una puesta en escena que, por un lado, preserva sus orígenes teatrales. En este sentido, recordemos que sus características principales son el estatismo y frontalidad de la cámara, como también la inexistencia de variaciones en el punto de vista adoptado por el sujeto enunciador dispuesto fuera de cuadro. Por otro lado, los valores o estados posibles refieren a las múltiples posibilidades plásticas que habilita el trabajo de escritura sobre las imágenes, puestas en juego en mayor medida a partir del cine realizado luego de la finalización de la Segunda Guerra Mundial (Aumont, 2018). Este autor señala que a partir de la década de 1940, el cine incluyó una serie de recursos de composición, entre los cuales se encuentra el uso de la espacialidad de exteriores y la adopción de diversos emplazamientos de la cámara de filmación. Su indicador es la espacialidad de las imágenes que conforman los *spots* y videos cortos, la cual se reparte en modalidades cúbicas, es decir cerradas, preservando el origen de las formas teatrales, y abiertas, posibles de desarrollar, por caso, a través de los múltiples usos que habilita la movilidad de los puntos de vista adoptados por la cámara.

Hemos trabajado con una hipótesis hermenéutica (Ynoub, 2023), la cual sostiene que han sido utilizados distintos recursos técnicos de composición, vinculados al uso de una puesta en escena en exteriores y también teatral, con objeto de presentar dos figuraciones de la corporeidad de Milei.

Finalmente, vale señalar que esta investigación se focaliza en la gramática de producción de los *spots* y videos cortos, y no en su gramática de reconocimiento (Verón, 1993). De manera que el tipo de recepción que realiza la función espectacular, o bien su eficacia electoral medida en términos de impacto positivo o negativo, no son dimensiones que han sido incorporadas al estudio presente.

Resultados

La corporeidad física presidencial

La primera muestra de observación comprende una imagen que captura el instante esencial (Landi, 1992) que subraya la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009) entre los candidatos y los electores. La escena presenta el encuentro entre Milei y un joven feriante de venta de productos tradicionales, entre los que se encuentran equipos para beber la infusión de mate (Figura 1)⁵. La posición cognitiva

5 Es pertinente recordar que en Argentina existe una tradición vinculada a las ferias de productos artesanales o manufacturados, usualmente localizadas en las plazas de los distintos barrios que componen una ciudad. En este sentido, veremos luego que, en el orden de la espacialidad en la que sucede el relato, este dato adquiere relevancia analítica.

adoptada por la cámara de filmación es la del candidato, de manera que la función espectacular obtiene un saber similar al de su protagonista.

Figura 1. Focalización interna



Fuente: La Libertad Avanza (2023a, 01.17)

En este sentido, la focalización interna (Jost, 2002) que realiza la cámara recae entonces sobre Milei, de modo que la materialidad que conforma la puesta en escena es descubierta por él, tanto como por las personas observadoras del video, bajo una misma condición de saber.

La espacialidad donde sucede el encuentro se aleja sustancialmente de los espacios consuetudinarios de representación del poder (Waisbord, 1995). En este sentido, ella adquiere una función activa en el proceso de connotación del encuentro entre una persona candidata y un representante de la sociedad civil. La personalización de la política electoral (Castells, 2009) se reconoce también, en estas y en las siguientes producciones, tanto en su vestimenta o elementos que componen el cuadro de la imagen. Al respecto, es necesario recordar que «el sistema de los objetos permite realizar el discurso, sacarlo del plano simbólico al corporizarlo en prendas, liturgias, escenificaciones, que provocan emociones perdurables» (Amado, 2016, p. 188). Esto sucede debido a que los operadores de superficie actúan como materias de significación que, como acontece en la Figura 1, predicán al conjunto de la representación (Mitry, 2006).

La composición de la imagen conduce hacia una presentación de Milei de manera asociada a su origen *outsider*⁶, y estéticamente cercano a la ciudadanía. La

6 Recordemos que Milei incursionó en la política partidaria en las elecciones legislativas nacionales celebradas en 2021, al postularse como candidato a la obtención de una banca como Diputado Nacional, en representación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Con anterioridad a dicha postulación, Milei trabajó en el sector privado para luego desempeñarse como colum-

vestimenta informal que luce el candidato, tanto como el espacio representado, configuran visualmente un posicionamiento político de características estéticas (Groys, 2014). En el marco de la cultura visual contemporánea, este posicionamiento es elaborado a través de los múltiples recursos de composición naturales a las imágenes técnicas. Y entre estos, el desplazamiento espacial de la cámara hacia sitios de tránsito cotidiano por la ciudadanía constituye un recurso gravitacional.

La segunda muestra de observación exhibe a Milei en el curso de otra de las paradas del denominado *Tour de la Libertad*⁷. Presenta un paratexto lingüístico en el cual se explicita la provincia en la que se desarrolló la recorrida de campaña⁸. La estructura de la imagen se compone por la presencia del candidato en posición axial (Péninou, 1972) rodeado de sus adherentes, quienes llevan consigo teléfonos móviles con los cuales realizan sus propias capturas (Figura 2). Al respecto, vale recordar que «en las apariciones locales de los candidatos el discurso público es apenas un aspecto. Más atención se presta a (...) generar situaciones que signifiquen una adecuada puesta en escena» (Brunner, 2002, p. 185). A partir de estos elementos, es preciso detenernos en la franja inferior de la muestra.

nista invitado y panelista televisivo, en cuyas presentaciones abogó por la instalación de un gobierno de prédica económicamente liberal.

7 Bajo esta denominación, el por entonces candidato presidencial recorrió los principales centros urbanos de la Argentina. Durante estos encuentros, Milei conversó con los asistentes al tiempo que también realizó grandes actos partidarios.

8 La estructura de los videos referentes al *Tour de la Libertad* resulta iterativa para cada una de sus paradas: un paratexto es impreso en los primeros segundos durante los cuales prevalece un plano medio o largo, para dar luego comienzo a la exposición conjunta entre el candidato y sus adherentes.

Figura 2. *Espacio imaginable*



Fuente: La Libertad Avanza (2023b, 00.06)

Se observa, como primera medida, la utilización del recurso de expansión del espacio encuadrado, a través de la inclusión de la serie de teléfonos móviles ubicados sobre la franja inferior. En efecto, por medio de esta sinécdoque cinematográfica (Gubern, 1987) se presenta *la parte por el todo* de los asistentes, de modo que los artefactos sustituyen a las personas que los llevan consigo, las cuales se ubican por fuera del cuadro de la imagen. El espacio enmarcado se expande entonces hacia un nuevo espacio de caracteres imaginables (Casetti y di Chio, 2014), en el cual se asienta el cuerpo de nuevos asistentes al acto partidario.

En efecto, la puesta en escena recurre entonces a la expansión del espacio encuadrado y amplía los bordes de sus límites. La materialidad que conforma el plano medio reenvía hacia una espacialidad presuntamente también saturada por los asistentes al acto partidario. La plasticidad de las imágenes técnicas permite establecer este juego de señalamiento hacia un espacio *off*, vinculado en este caso al tipo de fotografía de tipo *selfie*. En este sentido, el asistente que sostiene en alto su teléfono y obtiene así una instantánea junto al candidato, constituye una representación de que «todos queremos no solo mirar, sino formar parte» (Sarlo, 2018, p. 121).

La siguiente muestra de observación exhibe a Milei, en el marco de una parada del *Tour de la Libertad* en un centro de veraneo. La imagen captura el instante en el que el candidato juega con una pelota de fútbol, la cual predica al conjunto de la representación (Figura 3).

Figura 3. *Empatía*



Fuente: La Libertad Avanza (2023c, 00.02)

Su puesta en escena borra el trabajo de escritura que realiza el artificio de filmación, al tiempo que éste sugiere capturar la situación referencial cual si fuera un de gesto independiente de cualquier ejercicio de representación. Ahora bien, si el juego con la pelota fue una acción premeditada o bien surgió como una respuesta espontánea, lo cierto es que su registro en posición frontal y desde un punto de vista similar a la ocularización cero (Jost, 2002), constituyen operaciones que refrendan su puesta en escena. En el mismo sentido, la objetividad asumida por la cámara a través de dicha ocularización —su ojo no corresponde con un asistente a la recorrida de campaña, sino que lo capta desde una posición de exterioridad— pierde verosimilitud 1) cuando ubica a Milei en una posición debidamente central y 2) al suprimir toda clase de objeto u elemento ubicado en el espacio de campo que intermedia entre la acción referencial y la cámara que lo registra.

El cuerpo físico del candidato es expuesto a través de caracteres que remiten a la empatía con respecto al deporte más popular en Argentina, compartido por el conjunto de clases sociales que la componen. En este sentido, la puesta en escena de las imágenes concernientes a los videos incluyó también una cuota de esparcimiento, humor y empatía, a través de una serie de operadores como el expuesto en la Figura 3⁹. En este caso, la pelota de fútbol predica a la persona que juega con ella, de manera que el posicionamiento estético (Groys, 2014) asumido por Milei guarda relación con una estrategia de construcción de cercanía y credibilidad. Al respecto, recordemos que «la manera más sencilla de conseguir

9 Otros operadores presentes en las recorridas del *Tour de la Libertad*, a partir de los cuales interactuó Milei con la concurrencia, han sido pelotas de básquet, guantes de boxeo o tortas de cumpleaños.

información sobre un candidato es formarse una opinión a partir de su aspecto y rasgos de personalidad» (Castells, 2009, p. 314).

El apego a dicha personalidad es registrado, en plano detalle, en la siguiente muestra de observación. La imagen presenta el saludo que, con sus manos, los asistentes a una recorrida brindan a Milei, quien responde de igual manera a sus muestras de afecto (Figura 4).

Figura 4. Plano detalle



Fuente: La Libertad Avanza (2023d, 00.30)

A la exposición de adhesión se añade la inclusión de un teléfono móvil con el cual se registra la presencia de Milei en la vía pública¹⁰. El plano detalle determina una modalidad de hipérbole visual, debido a que resalta con vehemencia la aceptación a la candidatura del conductor de La Libertad Avanza. La fuerza expresiva de esta clase de registro se reiteró a lo largo de la campaña 2023, constituyendo otra muestra de la proximidad que lo acerca a la ciudadanía. En el marco de la primacía del signo indicial, natural a la cultura visual contemporánea¹¹, la comunicación política o estatal «procura fascinar por el acercamiento y ya no por la distancia (...). El Ostensorio del Símbolo se borra ante la ostentación del Individuo. Como si, ahora, ver bien fuera tocar [el cuerpo del hombre político] con los dedos» (Debray, 1995, p. 19).

¹⁰ El candidato se encuentra en la caja trasera de una camioneta, en la que realiza su recorrida de campaña.

¹¹ Acerca de la cultura visual, es preciso señalar que distintos autores indican que la vida del hombre se encuentra visualizada (Mirzoeff, 2003) como nunca sucedió en períodos anteriores. La proliferación de múltiples dispositivos, pero más aún la recurrencia a las imágenes ya no como herramientas útiles al servicio del conocimiento sino como objeto de análisis, son dimensiones que afirman la necesidad de establecer una ciencia acerca de ellas (Mitchell, 2019).

Las imágenes hasta aquí examinadas dan cuenta de la corporeidad física de Milei, inmediata y de caracteres similares a los de la sociedad civil. Este mismo relato se observa también en las dos siguientes muestras de observación, las cuales constituyen imágenes sucesivas de un mismo video proselitista.

En efecto, las imágenes muestran en plano general la presencia de Milei en la ciudad turística de San Martín de los Andes, ubicada en la provincia de Neuquén. La corporeidad física del candidato se exhibe conjunta a otras tantas corporeidades similares, de modo que, por ejemplo, quien no conozca el rostro de Milei deberá realizar un breve ejercicio de reconocimiento (Figuras 5 y 6). La solución se encuentra en que se ubica en la primera línea de personas que conducen su mirada hacia el margen izquierdo de la imagen, en oposición a quienes, desde la franja opuesta, buscan la tan deseada fotografía del líder de La Libertad Avanza¹².

Figura 5. Zoom in



Fuente: La Libertad Avanza (2023e, 01.03)

¹² Valeria Di Croce (2024), en su libro en el cual repasa el ascenso en la política electoral de Milei, señala la presencia constante de teléfonos celulares en cada una de las estaciones del *Tour de la Libertad*.

Figura 6. Zoom in

Fuente: La Libertad Avanza (2023e, 01.04)

Observamos entonces una nueva parada del *Tour de la Libertad*, en la que el candidato se confunde junto a sus seguidores. Al respecto, sus biógrafos Nicolás Márquez y Marcelo Duclos (2024) han afirmado que «él [Milei] porta una visceral autenticidad verbal y corporal, absolutamente extraña en un país donde el *coaching*, el libreto prefabricado y el palabrerío ensayado constituyen la norma. He aquí un importante rasgo, sumamente distintivo respecto de sus pares» (p. 131, la itálica pertenece al texto original). Esta autenticidad también es resaltada a través del dispositivo de filmación, como acontece con las dos muestras de observación precedentes.

En efecto, la instrumentación de un *zoom in* —recurso de acercamiento de la lente de la cámara, la cual permanece en posición estática— permite reforzar visualmente la materialidad ubicada en la centralidad del cuadro de la imagen. De esta manera, la disminución técnica de sus laterales concentra la información que se resalta a través de este recurso¹³. En relación entonces con la puesta en escena, el sujeto enunciador impersonal, naturalmente ubicado fuera de cuadro y sin embargo, posibilitado para realizar sus proyecciones hacia el interior mediante el proceso de *desembrague* cinematográfico (Gaudreault y Jost, 1995), interviene activamente en su espacialidad, recortando sus bordes y acentuando asimismo la información que aún contiene.

En el orden argumental, este primer subconjunto de imágenes, referidas al acercamiento entre Milei y la sociedad civil, se instrumenta a partir de la multiplicidad de recursos de composición que habilita el trabajo de escritura de las imágenes

¹³ El *zoom in* se observa con mayor claridad en el borde inferior izquierdo. La imagen 5 muestra la cabeza de un asistente al acto, quien porta su par de anteojos. En la imagen 6 aquella se ubica en mayor medida fuera de cuadro, como consecuencia del acercamiento óptico de la lente.

técnicas. Es decir que su diseño constituye una producción que habilita la diversidad de puntos de vista fílmicos, la variación de su tipología de planos y el encadenamiento razonado (Aumont, 2018) de las distintas imágenes que componen los *spots* y videos cortos.

La corporeidad simbólica presidencial

Así también, la figuración corporal de Milei fue objeto de un tratamiento expresivo sustancialmente contrario al desarrollado en las imágenes precedentes. En este nuevo subconjunto de muestras de observación, se modificaron tanto el argumento como también su puesta en escena y las técnicas de su registro.

La norma general de composición de este subconjunto reviste una actualización de los orígenes teatrales de la puesta en escena. En este sentido, las distintas escenificaciones se desarrollan hacia el interior de un espacio cúbico, cerrado y ausente de movimientos y variaciones con respecto a los distintos puntos de vista que puede adoptar la cámara de filmación. Otra diferenciación consiste en la mirada que el candidato realiza hacia la lente, ubicada obligadamente en posición objetiva-frontal, con lo cual se devela la presencia del artificio (Eco, 1986). A partir de estas decisiones operativas, el estilo de composición de este segundo subconjunto conforma un cuerpo de caracteres más simbólicos que carnales, más próximo a su transcendencia que a su destino naturalmente mortal (Kantorowicz, 2012).

En las dos siguientes muestras de observación se ubica a Milei, ya sea en posición de pie o detrás de un atril, bajo una ubicación axial (Péninou, 1972) del encuadre, y registrado en plano medio (Figuras 7 y 8). El atrezo presenta una estructura minimalista, con lo cual el plano destaca la corporeidad formalizada del candidato.

Figura 7. Cuerpo *significante*: *autoridad*



Fuente: La Libertad Avanza (2023f, 00.05)

Figura 8. *Cuerpo significativo: competencia*



Fuente: La Libertad Avanza (2023g, 00.48)

Como primera medida, Milei luce una vestimenta formal, la cual constituye un operador de superficie que realza su figura (Tassara, 2001). Esta medida guarda correspondencia con respecto a que «la investidura presidencial se resignifica como sacralidad de la figura del presidente, cuyo respeto debido requiere excluir a la persona que la ejerce de bromas, ironías, ficciones, caricaturas» (Amado, 2016, p. 161). En otros términos, las cuotas de humor o signos de alegría que expone la imagen 3, o bien la informalidad que se aprecia a través de la vestimenta o gestualidad manifiesta en la imagen 1, ceden aquí su primacía hacia otra clase de composición en el registro visual.

La imagen 7 muestra a Milei en un espacio en cuyos laterales se alcanza a reconocer sendas banderas de la Argentina. En el marco de la composición de esta imagen, operan como signos simbólicos (Peirce, 1974) de la Nación, hacia cuya conducción el candidato realiza su trayecto electoral. Se establece un juego de connotación entre el fondo y la figura, en el que el primero predica a la corporeidad visualmente expuesta de la segunda. En este caso —y como veremos luego, debido a que también acontece en la próxima muestra de observación—, las banderas materializan la historia que atraviesa a la imagen (Guerrini, 2017). La incorporación de un objeto en el cuadro de las imágenes siempre constituye un operador de asignación de sentido, el cual predica a la totalidad del conjunto (Mitry, 2006).

Este estilo de composición se replica en la imagen 8, en la que se sustituyen ciertos operadores pero que, sin embargo, actúan en la misma dirección que los hasta aquí examinados. En este caso, Milei emite un discurso ubicado detrás de un atril, sobre el cual se ubican un micrófono y un vaso con agua, ambos elementos frecuentes en todo tipo de disertación de características académicas. La posición de

la cámara es frontal, en posición objetiva, la cual registra también una fracción del decorado, el cual consiste en una gigantografía de la marca visual de La Libertad Avanza.

El relato que se materializa en esta imagen consiste en la exposición de las competencias del candidato para conducir a la Nación, marcadas tanto en los elementos mencionados —en mayor medida atril y micrófono— como también en la fragmentación del espacio representado (Casetti y di Chio, 2014). En efecto, la espacialidad se divide entre un área superior y otra área inferior, saturadas, cada una de ellas, por Milei con respecto a la primera, y los asistentes a la disertación con relación a la segunda¹⁴. En esta imagen se explicita una distancia entre el candidato y los electores, con los cuales el candidato funda una relación de complementariedad (Watzlawick, Beavin Bavelas y Jackson, 1997), sustancialmente contraria a la visualmente diseñada en las imágenes 1 a 6 de nuestro trabajo. Si en este subconjunto predominó una relación de simetría y proximidad (Rosanvallon, 2009), la imagen 8 modifica sustancialmente la corporeidad de Milei, ungido aquí como un candidato formalmente instalado para disputar la conducción del Estado Nacional.

La siguiente y última muestra de observación confirma las cualidades de Milei marcadas en la imagen anterior. En esta producción, el candidato presenta en primera fila a su equipo más estrecho de colaboradores¹⁵, todos ellos ubicados de pie alrededor de la figura del líder partidario (Figura 9).

14 De los asistentes se registra únicamente sus cabezas ubicadas en la franja inferior de la imagen. A partir de esta sinécdoque, el espacio representado constituye una fracción del espacio de representación, el cual es aludido mediante aquel recurso aun permaneciendo fuera de cuadro.

15 Entre estos, se encuentran su compañera de fórmula en el binomio presidencial, la actual vicepresidenta Victoria Villarruel —dos cuerpos a la izquierda de Milei—, y junto a él, a su derecha, su hermana y actual secretaria general de la Presidencia de la Nación, Karina Milei.

Figura 9. Cuerpo significativo: preparación



Fuente: La Libertad Avanza (2023h, 01.16)

Acerca de esta imagen, resulta pertinente destacar dos consideraciones. El candidato lleva consigo, de igual modo a como realizó en buena parte de sus presentaciones televisivas, una carpeta que predica a su propia candidatura con relación de solidaridad hacia su formación académica¹⁶. Asimismo, mediante el recurso de *zoom*, durante el *spot* la cámara comienza a ampliar el campo registrado por su lente, aumentando de este modo el número de acompañantes de Milei. De esta manera, se produce un efecto de descubrimiento de las personas que abandonan una posición de invisibilidad y adquieren su ubicación dentro del cuadro de la imagen. Durante todo este trayecto, Milei permanece en la posición central del *spot*, hasta finalmente culminar en la imagen que sirve de muestra de observación.

Discusión

La incorporación formal de Javier Milei a la política partidaria se dio a conocer el día 26 de septiembre de 2020, a través de una sesión en vivo en la red social de *Instagram*¹⁷. Con anterioridad a dicha incorporación, el actual presidente se desenvolvió, por ejemplo, como panelista de *Intratables* —programa de periodismo y

¹⁶ Este recurso es implementado en la placa de cierre del conjunto de *spots* oficialmente elaborados por La Libertad Avanza difundidos en la instancia de las PASO. Véase como ejemplo: <https://www.facebook.com/JavierMileiEconomista/videos/1069834081058588> (La Libertad Avanza, 2023i).

¹⁷ En esta oportunidad, Milei dialogó con el actual diputado nacional y ex candidato presidencial José Luís Espert. Allí confirmó que ingresaría a las filas partidarias de Avanza Libertad, partido conducido por Espert. Al año siguiente, fue electo diputado nacional en representación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dos años después, resultó electo presidente de la Nación, luego de vencer en un balotaje a Sergio Massa, candidato de una alianza de filiación peronista denominada Unión por la Patria.

actualidad emitido por la televisión de aire—, al tiempo que también ha sido un concurrente asiduo a programas de género periodístico. Al respecto, vale recordar que Milei se desempeñó en calidad de economista en distintos emprendimientos pertenecientes al sector privado, por lo que su incursión en la política partidaria constituyó en aquella campaña una novedad electoral.

El propio Milei recuerda que su primera presentación televisiva sucedió en 2015 (Di Croce, 2024). Desde entonces, sus apariciones en medios tradicionales y digitales de comunicación no han estado exentas de una gestualidad corporal, y por supuesto que también su prédica discursiva¹⁸, hasta entonces inédita en el ecosistema de medios de comunicación¹⁹. En este sentido, Milei debió contrarrestar una imagen que lo asociaba al desenfreno y a ciertos rasgos intempestivos, vinculados a sus formas de expresión. Así lo expresó el propio candidato en uno de los *spots* de campaña: «sé que a veces parezco demasiado apasionado. Sé que a muchos de ustedes no les gusta eso. Pero esta elección no se trata de mí. Se trata de vos» (La Libertad Avanza, 2023j). En este sentido, su condición de candidato *outsider*, refrendada en sus presentaciones bajo el *directo televisivo*, sin embargo recurrió, en las producciones *de grabado*, a un discurso visual previamente aplicado por las fuerzas políticas que precedieron al surgimiento de su partido de representación.

Quizás por ello, la gramática de producción de los avisos de propaganda de La Libertad Avanza debió establecer una doble figuración del cuerpo presidencial. En otros términos, la corporeidad simbólica debía *anular* o reducir el impacto de aquel universo gestual que podría afectar a aquel segmento de votantes a los cuales Milei aludía en su enunciado. Al respecto, Manuel Castells (2009) ha afirmado que los electores «actúan en dos fases: en primer lugar, evalúan la honradez y las cualidades humanas del candidato: en segundo lugar, analizan su determinación, competencia y eficacia» (pp. 314–315). En este sentido, si las cualidades humanas han sido visualmente expuestas en el primer subconjunto de imágenes, en relación solidaria al cuerpo físico de Milei, las condiciones de liderazgo fueron exhibidas bajo el imperio de la puesta en escena perteneciente al segundo subconjunto de muestras de observación.

De esta manera, la construcción de la doble corporeidad de Milei resulta subsidiaria de los procedimientos de composición analizados en este trabajo. De modo particular, vale reseñar que la exposición de la corporeidad simbólica se ha nutrido de una puesta en escena que se halló «destinada a fijar sin ambigüedades

18 No obstante que el expresidente Macri y el excandidato presidencial Espert también abogaron por una prédica económicamente liberal, lo cierto es que fue Milei quien ubicó en la agenda política electoral una serie de elementos hasta entonces ausentes, tales como el equilibrio fiscal y los deberes u obligaciones del Estado Nación. Vale mencionar que no es objeto de este trabajo examinar tales discusiones.

19 A modo de ejemplo, véase <https://www.youtube.com/watch?v=b26BbeOV6f4> (El País, 2023).

las situaciones y sus desarrollos; apoyándose en una lógica escénica probada, con sus vectorizaciones (delante-detrás, izquierda-derecha, alto-bajo) y sus convenciones bien establecidas (figura-fondo, perspectiva)» (Aumont, 2018, p. 45). A través de la configuración de estos elementos de composición, La Libertad Avanza trazó un cuerpo presidencial atento a las demandas de un candidato que exponga también sus condiciones de estadista.

Conclusiones

La campaña visual de La Libertad Avanza realizada en 2023 difundió una doble figuración corporal de su líder y candidato presidencial. Por un lado, la corporeidad física de Milei fue expuesta en relación con la legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009). En esta modalidad, la cercanía y rasgos de igualdad entre el actual Presidente y sus electores atravesó a la historia del primer subconjunto de imágenes (Figuras 1 a 6). Y al mismo tiempo, la exposición visual de la corporeidad simbólica fue secundada por una puesta en escena que recrea sus orígenes teatrales, focalizando en la figura de Milei el conjunto de recursos de composición examinados en el segundo subconjunto de muestras de observación (Figuras 7 a 9).

Ambas clases de registro fueron puestas en circulación incluso en un mismo *spot*, con lo cual la función espectral tuvo a su alcance dos presentaciones estéticas divergentes acerca de una misma candidatura. En este sentido, la gramática de producción (Verón, 1993) de los *spots* convalidó la tesis de Regis Debray (1995) acerca de la imposibilidad de la exposición visualmente simultánea de ambas corporeidades. En efecto, el autor de *El Estado seductor* afirma que, en las sociedades mediatizadas, la propia naturaleza de las imágenes técnicas impide el reconocimiento de la corporeidad simbólica, debido a la estrecha distancia que intermedia entre el referente *humano y carnal* y su signo visual. Esta relación imposibilitaría el surgimiento de una segunda corporeidad que trascienda a la primera, por lo cual las producciones audiovisuales configuraron ambas modulaciones del cuerpo de Milei en sus respectivos cuadros fílmicos.

Si la exhibición visual de la corporeidad de caracteres más íntimos y personales conforma un estilo de época que atraviesa, desde la década de 1990 hasta la actualidad, a la oferta electoral argentina —tal han sido los casos, por ejemplo, de las alianzas Cambiemos en 2015 y Unión por la Patria en 2019—, no sucede otro tanto con la corporeidad simbólica, ésta ausente de las campañas que llevaron a la presidencia a sus máximos referentes (Mauricio Macri, 2015-2019, y Alberto Fernández, 2019-2023).

Un trabajo complementario al que nosotros presentamos consistiría en examinar el impacto en la instancia de reconocimiento, operado por la función espectral, acerca de la convivencia de la doble figuración corporal (Debray, 1995) expuesta en la candidatura del actual presidente argentino.

Referencias bibliográficas

- Amado, A. (2016). *Política Pop. De líderes populistas a telepresidentes*. Ariel.
- Annunziata, R. (2018). Si viene, yo lo voto: la proximidad en timbreos y visitas de Mauricio Macri durante la campaña electoral y su primer año de gobierno (2015-2016). *Austral Comunicación*, 7(1), 57-90. <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/222>
- Aruguete, N. y Riorda, M. (2016). Una imagen vale más que mil palabras: la estrategia discursiva de las campañas electorales de los candidatos ganadores en América Latina. *Communication & Society*, 29(2), 173-192. <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35928>
- 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. (2008). ¿Qué es el cine? RIALP.
- Becerra, M., y Mastrini, G. (Comps.). (2021). *Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)*. Sipleba-ICEP.
- Bordwell, D. y Thompson, K. (1993). *El arte cinematográfico. Una introducción*. Paidós.
- Borrini, A. (2003). *Cómo se vende un candidato. Un siglo de campañas políticas en la Argentina*. La Crujía.
- Brunner, W. (2002). La Campaña electoral en los Estados Unidos. En F. Priess (Ed.), *Relación entre política y medios. Propuestas alemanas en una perspectiva comparada* (pp. 129-205). Temas. Fundación Konrad Adenauer.
- Califano, B. y Koziner, N. S. (2021). Alianza de necesidad y urgencia. Las políticas de comunicación en la prensa argentina (diciembre 2015-enero 2016). *Dixit*, (35), 17-33. <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/2591>
- Casetti, F. y di Chio, F. (2014). *Cómo analizar un film*. Paidós.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Dagatti, M. y Onofrio, M. P. (2019). Visiones políticas. El sistema imaginario de Cambiemos (Argentina, 2015-2018). *Cuadernos.info*, (44), 79-98. <https://cuadernos.info/index.php/cdi/%20article/view/18381>
- 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.
- Eco, U. (1986). TV: La transparencia perdida. En *La estrategia de la ilusión* (pp. 200-223). Lumen.

- El País. (2023). Argentina. 5 momentos polémicos de Javier Milei, el nuevo presidente. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=b26BbeOV6f4>
- 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>
- Gaudreault, A. y Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Paidós.
- 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 iconosfera 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.
- La Libertad Avanza. (2023a). Tour de la Libertad (Video). *Instagram*. <https://www.instagram.com/reel/CvHwHNFADjK/>
- La Libertad Avanza. (2023b). Tour de la Libertad: Mendoza (Video). *Instagram*. <https://www.instagram.com/reel/Cvnu1H4gYEA/>
- La Libertad Avanza. (2023c). Esto fue el paso de Javier Milei por la costa Parada 1 Pinamar (Video). *Facebook*. <https://www.facebook.com/LibertadAvanzaOficial/videos/499480239032899>
- La Libertad Avanza. (2023d). Cierre de campaña (Video). *Instagram*. <https://www.instagram.com/reel/Cyei439A-b9/>
- La Libertad Avanza. (2023e). Bariloche y San Martín de los Andes (Video). *Instagram*. <https://www.instagram.com/reel/CpU3R-BA4On/>
- La Libertad Avanza. (2023f). La esperanza vence al miedo (Video). *Facebook*. <https://www.facebook.com/LibertadAvanzaOficial/videos/800454038437678>
- La Libertad Avanza. (2023g). Defendé tu libertad cuidando los votos (Video). *Instagram*. https://www.instagram.com/reel/CrQqGgDAk8_/
- La Libertad Avanza. (2023h). Una argentina distinta es imposible con los mismos de siempre #Fiscalizá (Video). *Instagram*. <https://www.instagram.com/reel/CqS5GgLAM6Y/>
- La Libertad Avanza. (2023i). Una Argentina distinta (Video). *Facebook*. <https://www.facebook.com/JavierMileiEconomista/videos/1069834081058588>

- La Libertad Avanza. (2023j). Estavez, no te quedes en casa (Video). Facebook. <https://www.facebook.com/JavierMileiEconomista/videos/2189420751447653>
- Landi, O. (1992). *Devórame otra vez. ¿Qué hizo la televisión con la gente? ¿Qué hace la gente con la televisión?* Planeta.
- Mangone, C. y Warley, J. (1994). El discurso político. En C. Mangone y J. Warley (Eds.), *El discurso político: del foro a la televisión* (pp. 13-56). Biblos.
- Márquez, N. y Duclos, M. (2024). *Milei. La revolución que no vieron venir*. Hojas del Sur.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Paidós.
- Mitchell, W. J. T. (2019). *La ciencia de la imagen. Iconología, cultura visual y estética de los medios*. Akal.
- Mitry, J. (2006). *Estética y psicología del cine. 1. Las estructuras*. Siglo XXI.
- Mora y Araujo, M. (1991). *Ensayo y error. La nueva clase política que exige el ciudadano argentino*. Planeta.
- Peirce, C. S. (1974). Ícono, Índice y Símbolo. En: *La ciencia de la semiótica* (pp. 45-62). Nueva Visión.
- Péninou, G. (1972). Física y metafísica de la imagen publicitaria. En AA. VV., *Análisis de las imágenes* (pp. 116-135). Tiempo Contemporáneo.
- Pousadela, I. y Cheresky, I. (2004). La incertidumbre organizada. Elecciones y competencia política en Argentina (1983-2003). En I. Pousadela e I. Cheresky (Eds.), *El voto liberado. Elecciones 2003: perspectiva histórica y estudio de casos* (pp. 13-33). Biblos.
- Rincón, O. (Ed.) (2008). *Los telepresidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia [crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar]*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina-Friedrich Ebert Stiftung.
- Rosanvallon, P. (2009). *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Manantial.
- Samaja, J. (2003). *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. Eudeba.
- Sarlo, B. (2018). El aura subjetiva. En: *La intimidad pública* (pp. 95-121). Seix Barral.
- Schmucler, H. y Mata, M. C. (Coords.) (1992). *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* Catálogo.
- Slimovich, A. (2017). La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. *Dixit*, (26), 2443. <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1321>

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

Contribución de autoría

Este trabajo fue realizado en su totalidad por Mariano Cicowiez.

Disponibilidad de datos

El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentra disponible.

Nota

Aprobado por Joaquín Cardeillac (editor responsable)