



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Realismo Revelador en la campaña 2015
Mariano Cicowiez
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

Realismo Revelador en la campaña 2015

Mariano Cicowiez

marianocicowiez@yahoo.com.ar

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
Instituto de Historia del Arte Argentino y Americano
Facultad de Artes
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

El estudio del estilo de composición de las imágenes técnicas, fijas y móviles, que la alianza Cambiemos divulgó durante la campaña electoral 2015 puede realizarse en relación a una serie de proposiciones examinadas, sobre los decenios de 1940 y 1950, por André Bazin, máximo exponente de la corriente denominada Realismo Revelador. En este sentido, las técnicas de registro fílmico implementadas en las producciones indiciales de Cambiemos remiten a la exposición de la realidad, para lo cual se ha ocultado a la presencia del sujeto impersonal de la enunciación.

En efecto, creemos reconocer una línea de continuidad entre los principales postulados de Bazin y los avisos de uso electoral de la citada fuerza, por lo cual resulta oportuno repasar una serie de anuncios difundidos durante el período oficial de la campaña, con objeto de reconocer su gramática de producción audiovisual. Veremos luego que los esfuerzos por exponer lo real en spots televisivos, en verdad, fracasan en su intento. Es en este sentido que nuestra ponencia consiste en la detección de las marcas que el sujeto enunciador ha dejado sobre la superficie textual de los avisos.

Palabras clave

Cambiemos, André Bazin, realismo revelador, campaña electoral, superficie textual.

Desarrollo de la ponencia

El objeto de nuestra ponencia consiste en el estudio de las imágenes en movimiento difundidas por la alianza Cambiemos, en el marco de la campaña nacional 2015, que condujo a Mauricio Macri a la presidencia de la Nación. Mucho se ha escrito acerca de las promesas que el candidato enunció durante su realización, por lo que no es necesario reproducir aquí esta cuestión. En efecto, la campaña de Cambiemos ha sido recordada, por un amplio sector social, debido a promesas como la reducción de la pobreza hasta alcanzar un índice igual a cero, el cese del pago del impuesto a las ganancias, entre otras. En dichos términos, y en relación a la naturaleza de las imágenes técnicas, las propagandas de Cambiemos han estado sujetas a un examen de su banda sonora -la cual se compuso, en nuestras unidades de observación, por voces, ruidos y música- por encima del estudio de la banda visual de los *spots* y las fotografías.

En esta presentación hemos elegido examinar la gramática de producción de una serie de avisos difundidos en televisión, en los espacios cedidos por la Dirección Nacional Electoral para la circulación de propagandas. Las unidades de observación, entonces, han sido las bandas visuales de una serie de *spots*, mientras que el nivel supraunitario se trata, como dijimos, de la campaña oficialmente realizada por Cambiemos en medios tradicionales de comunicación. El nivel subunitario le corresponde, por un lado, a la relación que establecen los cuerpos del candidato de Cambiemos y de los ciudadanos, y asimismo a los objetos y a los espacios en los cuales acontecen las representaciones. Pero también, y aquí se establece el aporte que hoy queremos presentar, se analizó más que un contenido, una técnica de registro fílmico que creemos haya su cifra perfecta en la teoría del Realismo Revelador que André Bazin, hacia los decenios de 1940 y 1950, examinó a la luz de una serie de artículos que, en la actualidad, constituyen textos verdaderamente clásicos. Nos referimos, por supuesto, a *Montaje prohibido* (1953 /1954) (2008a) y a *La evolución del lenguaje cinematográfico* (1950 /1952 /1955) (2008b), los cuales quizás concentren una parte considerable de la obra del teórico francés.

Como primera medida, queremos señalar que la nuestra es una indagación que se inició en los datos y culminó luego en la teoría de Bazin, por lo que no es posible asumir nuestra presentación como determinista. Por el contrario, a través del estudio de las propagandas de Cambiemos hemos reconocido luego una serie de procesos de composición cinematográficos naturales a la concepción de Bazin acerca de la naturaleza del artefacto tecnológico.

Las propagandas que analizaremos se titulan *Con total sinceridad* (2015a), *Una y mil veces, gracias por invitarme* (2015b), *Con Mercedes en Jujuy* (2015c) y *El camino*

del cambio empezó hace tiempo (2915d). De ellas, hemos seleccionado una serie de fotogramas, los cuales presentan regularidades no sólo entre sí, sino además, y más importante aun, con el conjunto de unidades del cual han sido escogidas.

De la obra de Bazin, reunida una considerable cantidad de sus artículos en el libro que sirve de guía a nuestro trabajo titulado *¿Qué es el cine?* (2008), recuperaremos las categorías de montaje interdicho, profundidad de campo como elemento que restituye, en términos de la clásica expresión del autor, la *ambigüedad de lo real*, y la reproducción de aquellas imperfecciones de la cámara que manifiestan indicios de realidad. Nuestro corpus teórico entonces permite entrever el tratamiento que haremos de los datos, o mejor aún, hacia qué corriente teórica nos condujo su visionado. Creemos que la alianza Cambiemos presentó, a lo largo de su campaña electoral, imágenes indiciales cuya técnica de registro fílmico estuvo abocada a la duplicación, por demás imposible, de *la realidad*. A continuación veremos ejemplos de la reproducción audiovisual de las visitas que Macri realizó a los domicilios de los ciudadanos, como asimismo de los encuentros llevados a cabo en espacios de acceso público. En todos los casos, indagaremos el uso de la cámara efectuado por Cambiemos, la cual nos reenvía a la obra de nuestro autor.

Breve reseña teórica

Bazin entiende que, entre las artes, el cine es la que mejor registra *la realidad*, debido a las condiciones técnicas que le son naturales. Como primera medida, la afectación que el hecho referencial produce sobre las imágenes en movimiento distingue al cine de las artes icónicas, tales como, por caso, la pintura. Es lo que el autor denomina un procedimiento de algún modo automático, el cual incluye, también, a la fotografía. Indiquemos al respecto que estudios posteriores de diversos autores, con los cuales concordamos, sostendrán que el *disparo automático* corresponde sólo al instante en que se acciona el percutor, en el caso de la fotografía, o en el cual se enciende la cámara, en el caso del cine, debido a que la puesta en escena es trabajada dramáticamente y luego su proceso de edición, montaje y circulación adhieren sentidos no presenten en el instante del registro tecnológico.

De modo que la reproducción de *lo real* que se efectúa mediante las imágenes en movimiento debiera respetar, de alguna manera, ciertos procedimientos de composición al tiempo que la aplicación de otros estaría inhabilitada, en ciertas situaciones, tal como acontece con el montaje. Dirá Bazin (2008a) que cuando lo esencial de un suceso depende de dos o más acciones que se impliquen entre sí, la técnica del montaje, -la cual consiste en desagregar en varios planos un hecho o

situación- estará prohibida, debido a que el corte entre dichos planos afecta la percepción de continuidad que efectúa el espectador. Al respecto, el autor señala que "hace falta que lo imaginario tenga sobre la pantalla la densidad espacial de lo real. El montaje no puede utilizarse más que dentro de límites precisos, bajo pena de atentar contra la ontología misma de la fábula cinematográfica" (pp. 74,76), de manera que "para que la narración reencuentre la realidad, basta con que uno solo de sus planos, convenientemente escogido, reúna los elementos previamente separados por el montaje" (p.78).

En un sentido similar, la profundidad del campo fílmico ofrece una suerte de *añadido de realidad*, debido a que la cámara no haría sino captar aquella porción espacial ubicada por detrás de las acciones protagónicas:

la profundidad de campo no es una moda de operador como el uso de filtros, o de un determinado estilo en la iluminación, sino una adquisición capital de la puesta en escena: un progreso dialéctico en la historia del lenguaje cinematográfico. Y esto no es sólo un progreso formal. La profundidad de campo bien utilizada no es sólo una manera más económica, más simple y más sutil a la vez, de hacer resaltar una escena; sino que afecta, junto con las estructuras del lenguaje cinematográfico, a las relaciones intelectuales del espectador con la imagen y modifica por tanto el sentido del espectáculo (Bazin, 2008b, p. 94).

Mencionemos simplemente que una serie de autores reunidos en la revista *Cahiers du cinéma* debatieron acerca de la supuesta neutralidad de la técnica del dispositivo, afirmando el elemento ideológico que la determina.

A su vez, en otro artículo Bazin (2008c) señala que, en determinados géneros cinematográficos, los errores de la cámara, sus movimientos acaso imprecisos en relación al curso habitual de una película, constituyen operadores de autenticidad. En otros términos, aquello que la cámara aprehende es, de alguna manera, *demasiado real* para que el camarógrafo la registre sin verse afectada también su posición y el propio artefacto tecnológico.

Veremos a continuación algunos casos tomados de la campaña de Cambiemos 2015. Una vez más, señalemos que el visionado de los *spots* nos condujo luego a la recuperación de la obra de Bazin.

Ejemplo 1: Montaje prohibido

La primera muestra de observación corresponde a un *spot* titulado *Con total sinceridad* (Prensa PRO/Cambiemos, 2015a) rodado en la zona portuaria de la ciudad de Mar del Plata, provincia de Buenos Aires. En la primera parte del anuncio Omar,

un trabajador de sector pesquero, asegura que luego de conocer personalmente a Macri, ha decidido votar por su candidatura. En la segunda parte, se observa el instante en que se formalizó el encuentro que ambos mantuvieron en una calle lateral al puerto marplatense. Lo interesante aquí es que dicho encuentro ha sido registrado en un único plano, el cual muestra el acercamiento de Macri hacia el sector de trabajo de Omar [Figura 1]. En línea a la argumentación de Bazin, el sujeto de la enunciación desestimó la implementación del montaje (*Plano A*: llegada de Macri; *Plano B*: Omar, en situación de espera; *Plano C*: reunión de los protagonistas) debido a que creemos que, a través de un único plano y mediante la angulación implementada, la llegada de Macri simula naturalidad y sencillez. Observemos que la llegada del candidato aparenta soledad, es decir, se lo presume despojado de las prácticas acaso más tradicionales de la política electoral argentina -asistentes de campaña, publicistas, entre otros-.



Figura 1. Prensa PRO/Cambiamos, *Con total sinceridad* [Fotograma] (2015a)

Esta modalidad de registro ha sido replicada en otros anuncios, entre los cuales citamos *Una y mil veces, gracias por invitarme* (2015b), debido a que su estructura se sustancia en la inexistencia de montaje en cada una de las escenas que recrean

la llegada del candidato de Cambiemos a las viviendas o sitios de trabajo de los ciudadanos que lo reciben con muestras de agrado.

Ejemplo 2: Profundidad de campo

La imagen siguiente pertenece a un aviso llamado *Con Mercedes en Jujuy*

(Prensa PRO/Cambiemos, 2015c), en la cual se muestra a Macri conversando con una mujer en un espacio abierto libre, también, de la presencia de trabajadores de su campaña. El elemento que nos interesa destacar consiste en que, sobre la profundidad del campo fílmico, se observa a un grupo de jóvenes jugando al fútbol, como además una fracción de un juego de hamacas [Figura 2]. De esta manera, el espacio dispuesto tras los cuerpos de los protagonistas connota al ambiente en el que se desarrolla el encuentro, que Cambiemos aparenta no intervenir, lo cual forma sistema con las argumentaciones de Bazin.



Figura 2. Prensa PRO/Cambiemos, *Con Mercedes en Jujuy* [Fotograma] (2015c)

La connotación consiste en la exposición de un candidato próximo a las demandas de las múltiples particularidades ciudadanas (Rosanvallon, 2009), el cual, en este caso, se acerca hacia sus sitios de referencia de uso frecuente, los cuales contrastan con

los tradicionales espacios históricos en los que se concentraron, por ejemplo en los decenios de 1980 y 1990, las principales movilizaciones electorales argentinas -Plaza de Mayo, por caso-. Los elementos y situaciones que muestra la profundidad de campo remiten entonces a que, entiende Cambiemos, constituyen operadores que reenvían a la conversación que mantienen Macri y Mercedes, en virtud de la cercanía que intermedia entre el candidato y los electores.

Nosotros creemos, sin embargo, que la profundidad de campo ha sido trabajada dramáticamente, por lo que la plasticidad de la imagen ha permitido configurar las características citadas acerca del referente de la coalición política.

Ejemplo 3: Desperfectos de la imagen

Nuestra última muestra de observación remite a las imperfecciones que autentifican, asegura Bazin (2008c), aquello que la cámara registra. Vemos entonces, en la imagen del anuncio *El camino del cambio empezó hace tiempo*, el instante en que Macri acciona el timbre de un domicilio al cual visita, bajo la modalidad denominada, justamente, timbreo. Se observa que la imagen se haya fuera de foco, es decir, sin grados de nitidez necesarios para fijar la información visual que contiene [Figura 3]. En el *spot*, a continuación de este plano, le sucede otro cuya estructura es similar, aunque el desperfecto ha sido corregido.



Figura 3. Prensa PRO/Cambiemos, *El camino del cambio empezó hace tiempo* [Fotograma] (2015d)

En este sentido, la inclusión de un plano usualmente recortado de las producciones audiovisuales tiene como objeto indicar al espectador que las visitas de Macri a los domicilios de los ciudadanos son sumamente auténticas, por lo que el dispositivo de

filmación no hace otra cosa que seguir el curso de los timbreos, simulando no intervenir en su desarrollo, y tampoco ocultando las imprecisiones de un registro que finge no estar sujeto a los lineamientos de un guión.

Consideraciones

Hemos afirmado, en otro lugar, que las propagandas televisivas de *Cambiamos* estuvieron abocadas a la reconstrucción verosímil (Metz, [1967] 2002) de una serie de encuentros llevados adelante entre Macri y los ciudadanos, para lo cual se estableció un estilo de comunicación tributario, quizás de modo involuntario, de los estudios de Bazin. En cualquier caso, y a pesar de la posible motivación o desconocimiento de la obra del autor francés, lo cierto es que hemos podido establecer una asociación entre los distintos usos de la cámara fílmica realizados por *Cambiamos*, en muchos aspectos tributarios del Realismo Revelador, y el producto audiovisual finalmente expuesto en las pantallas.

La semiótica fundada por Charles S. Peirce (1974) ya se ha encargado de exponer la imposibilidad de sustitución del objeto por parte de su signo, por lo que no es necesario reproducir aquí su segunda tricotomía. Sin embargo, lo cierto es que la fuerza liderada por Macri ha procurado establecer un estilo de comunicación que simule una duplicación, por demás imposible, acerca de los timbreos -que efectivamente han acontecido- que ha sido incorporados en un conjunto de registros audiovisuales.

El objetivo de esta ponencia ha sido examinar, por sobre los contenidos, las formas de composición de los mensajes partidarios, insistiendo en las técnicas de registro fílmicas cuando estas operan al servicio de una campaña de elección presidencial.

Referencias

Bazin, A. [1953 /1954] (2008a). Montaje prohibido. En: *¿Qué es el cine?* (pp. 67-80). Madrid, España: Ediciones RIALP.

Bazin, A. [1950 /1952 /1955] (2008b). La evolución del lenguaje cinematográfico. En: *¿Qué es el cine?* (pp. 81-100). Madrid, España: Ediciones RIALP.

Bazin, A. [1953/1957] (2008c). El cine y la exploración. En: *¿Qué es el cine?* (pp. 41-51). Madrid, España: Ediciones RIALP.

Metz, C. [1967] (2002). El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia el declive de lo verosímil? En: *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968). Volumen 1* (pp. 251-265). Barcelona, España: Paidós.

Peirce, C. S. [¿1897-1903?] (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

Prensa PRO/Cambiamos (2015a). *Con total sinceridad* [Archivo de video], disponible en <https://youtu.be/EsrauUsZMyQ?list=PLAr8GMNsEX37bqm1Y8TMFpt-xrqLZ8kTo>

Prensa PRO/Cambiamos (2015b). *Una y mil veces, gracias por invitarme* [Archivo de video], disponible en https://youtu.be/JgL_Wo2eCu4

Prensa PRO/Cambiamos (2015c). *Con Mercedes en Jujuy* [Archivo de video]. Disponible en <https://youtu.be/30KlyKljNxY>

Prensa PRO/Cambiamos (2015d). *El camino del cambio empezó hace tiempo* [Archivo de video], disponible en <https://youtu.be/oO0gfk1LeXc>

Rosanvallon, P. (2009). *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.