

Estudio actancial de los *spots* y videos de campaña de Javier Milei (2023)

Actantial study of Javier Milei's campaign spots and videos (2023)

Fecha recepción: marzo 2025 / Fecha aceptación: mayo 2025

DOI: <https://doi.org/10.51188/rrts.num36.02>

ISSN en línea 0719-7721 / Licencia CC BY 4.0.

RUMBOS TS, año XXI, N° 36, 2026. pp. 35-59

rumbos TS

Mariano Cicowiez

Doctor en Artes, Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Becario Posdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires.

Autor para correspondencia.

Presidente J. E. Uriburu 950, 6º piso. CABA, Argentina. Código postal: 1900 (C1114AAD).

 marianocicowiez@yahoo.com.ar  <https://orcid.org/0000-0002-1251-0927>

Resumen

La campaña electoral de 2023 de Javier Milei, actual presidente de la Argentina, constituyó el ungimiento de un candidato outsider con respecto a los partidos políticos tradicionales. Aquí se examina su relato audiovisual plasmado en spots y videos cortos, desde una perspectiva de análisis subsidiaria del modelo actancial de Algirdas J. Greimas (1971). Se reconocieron los tres pares de binomios que lo conforman, los cuales se desarrollaron visualmente alrededor de la candidatura de Milei.

Palabras clave

Campaña electoral; Javier Milei; imágenes en movimiento; banda visual; modelo actancial

Abstract

The 2023 electoral campaign of Javier Milei, current president of Argentina, constituted the anointing of an outsider candidate in relation to traditional political parties. Here, his audiovisual narrative captured in spots and short videos is examined from an analytical perspective based on Algirdas J. Greimas's (1971) actantial model. The three pairs of binomials that compose it were identified, and they visually developed around Milei's candidacy.

Keywords

Electoral campaign; Javier Milei; moving images; visual band; actantial model

Introducción

El ingreso al campo político de Javier Milei, actual presidente de la Argentina, fue formalizado a través de una sesión en directo en la red social Instagram. El 26 de octubre de 2020, el por entonces economista proveniente del sector privado y asiduo concurrente a diversos programas de televisión, mantuvo el diálogo siguiente con José Luis Espert,¹ actual diputado de la Nación en representación de la provincia de Buenos Aires:

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

Milei: Ese rumor es una certeza. Definitivamente me voy a meter en la política. Me voy a meter y voy a ir a militar con vos. Porque como hemos pedido que se vayan todos y no se fue ninguno, entonces que se queden todos porque los vamos a meter a todos y los vamos a sacar a patadas en el culo, ¿sí? para volver a reconstruir la Argentina, la Argentina próspera. Una Argentina Liberal, una Argentina pujante. Una Argentina ¿sí? que vuelva a abrazar los valores de Alberdi y así, en 35 años, volver a ser la primer[a] potencia mundial. (Milei, 2020, 00:29:32).

Desde entonces, Milei desarrolló una campaña electoral para instalar y luego posicionar su candidatura, en el año 2021, a una banca como diputado nacional en representación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Luego de su ingreso a la Cámara Legislativa, Milei se postuló, al frente de su partido político llamado La Libertad Avanza, al cargo de presidente de la Argentina, que asumió el 10 de diciembre de 2023.

De manera que su trayecto electoral para obtener la máxima jefatura se extendió poco más de tres años, y estuvo marcado por una serie de consignas sin duda innovadoras en el marco de las campañas políticas contemporáneas argentinas. Entre estas, en relación al diálogo transcrito en este trabajo, sobresalió el entendimiento que de la oposición realizó Milei, agrupándola bajo la categoría de *la casta política*. Tan breve enunciado supo atravesar buena parte de su discursividad verbal, la cual daba cuenta de una serie de condiciones contrarias a las posiciones adoptadas por el líder de La Libertad Avanza.² Otra innovación consistió en la construcción de su figura política a través del uso intensivo de redes sociales y presencias en diversos programas de televisión, para luego formalizar su ingreso a la estructura de un partido político de representación ciudadana. A lo largo de sus intervenciones oficiosas, como también en sus productos oficiales de comunicación audiovisual, Milei trazó un recorrido de la historia reciente de la Argentina, explicitando las causas de sus indicadores socioeconómicos actuales, como también las vías de ejecución que implementaría durante su gestión de gobierno presidencial.

1 Espert es un economista de extracción liberal y excandidato a presidente de la Nación en el año 2019. Se trata de uno de los principales referentes argentinos de aquel sector.

2 La definición de *casta política* hizo referencia a los salarios de la clase dirigente, a la extensión temporal de su participación en la escena pública y a las jubilaciones que por ello les corresponden, entre otros aspectos.

Nosotros proponemos realizar un desplazamiento con respecto al estudio de la discursividad verbal del conductor de La Libertad Avanza, y orientar la presente investigación hacia otra clase de discurso de características indiciales (Peirce, 1974), subsidiario de la imagen en movimiento de uso electoral. En este sentido, recordemos que las imágenes técnicas conllevan un lenguaje audiovisual cuyo estudio también resulta objeto de análisis por parte del campo de la comunicación social.

El objetivo de este trabajo consiste, entonces, en examinar la historia que atraviesa el relato audiovisual (Aumont et al., 1995) de los spots y videos cortos de La Libertad Avanza, puestos en circulación en el año 2023 con motivo de las elecciones nacionales que determinaron el ungimiento presidencial de Milei. Un estudio de estas características concierne al ámbito de la cultura visual contemporánea (Mirzoeff, 2003), al tiempo que subraya la prevalencia que las imágenes adquieren en el ámbito de la vida moderna (Mitchell, 2019), en el cual el Estado no escapa a este fenómeno (Debray, 1995).

Creemos que el examen de la discursividad visual de La Libertad Avanza constituye un campo de análisis pertinente para comprender el rápido ascenso de Milei en la política partidaria. En este sentido, no resulta suficiente abocarse de modo exclusivo al estudio de la excentricidad de su cuerpo signifiante (Verón, 2001) puesto en circulación en sus apariciones en directo en la televisión argentina. Esta circunstancia ha sido suficientemente analizada en medios de prensa nacionales, por lo que no es necesario recuperar aquí esta dimensión. Por el contrario, el estudio de la historia que atraviesa a la banda visual de los spots y videos cortos de La Libertad Avanza constituye una variable de análisis acaso más novedosa que obrará como insumo para comprender el posicionamiento y la instalación político-electoral del actual presidente de la Argentina.

Para realizar nuestro trabajo recuperamos el modelo actancial perteneciente a Algirdas J. Greimas (1971), así como su famoso cuadro semiótico (1973). En este sentido, vale recordar que el autor defiende su implementación para dar cuenta del funcionamiento de cualquier clase de texto narrativo, por lo que ha sido aplicado, por caso, al campo de la filmología (Aumont y Marie, 1993; Casetti y di Chio, 2014). Es esta línea de investigación la que proponemos continuar, ya aprovechada por nosotros en el marco de otra campaña electoral (Cicowiez, 2021), considerando, asimismo, que ha contribuido a explicar la realidad política latinoamericana del primer cuarto del siglo XXI (Rincón, 2008).

Metodología

Para realizar nuestra investigación elaboramos un corpus de trabajo que incluye 86 spots y videos cortos difundidos en las redes sociales de La Libertad Avanza en el año 2023. Tales unidades fueron recogidas de las cuentas oficiales de Instagram y Facebook de Milei, debido a que en estas se encuentra el conjunto del material audiovisual objeto de esta investigación. El recorte temporal comprende, entonces, el año calendario 2023, con independencia de los períodos oficiales que la Cámara

Nacional Electoral (CNE, 2023a, 2023b) estableció para difundir propagandas en medios tradicionales de comunicación. Esta decisión metodológica se debe a que, en relación con la planificación de campaña de La Libertad Avanza, la historia que atraviesa al conjunto de las representaciones audiovisuales de 2023 no distinguió períodos oficiales y períodos oficiosos de comunicación de candidaturas.

La elección de muestras ha sido de carácter aleatorio estratificado (Ynoub, 2023). En efecto, hemos seleccionado una serie de criterios para su elección — presencia activa y regular, en la banda de imagen, de los tres pares de binomios que constituyen la teoría actancial—, a partir de los cuales las muestras fueron finalmente seleccionadas de manera casual, debido a que son representativas del universo en el cual se incluyen. De esta manera, el estudio de las imágenes que acompañan nuestro escrito refleja un universo de imágenes sensiblemente mayor, debido a que preservan la estructura audiovisual del corpus de trabajo.

Los niveles de análisis de las imágenes que conforman los spots y videos cortos han sido fijados a partir de la siguiente clasificación: el nivel supraunitario atraviesa la campaña electoral de La Libertad Avanza llevada adelante en el año 2023; el nivel unitario se focaliza en la banda visual de las imágenes en movimiento, mientras que el nivel subunitario se centra en el estudio de los personajes como actantes (Casetti y di Chio, 2014). Hemos realizado una matriz de datos (Tabla 1), la cual incluye la dimensión de análisis y sus respectivos valores, así como su indicador y sus correspondientes valores.

Tabla 1
Matriz de datos

Dimensión	Valores	Indicador	Valores
Personajes como actantes	Sujeto	Personajes en la diégesis	Políticos
	Objeto		Partidarios (prodestinatarios y contradestinatarios)
	Destinador		
	Destinatario		
	Ayudante		Civiles (paradestinatarios)
	Oponente		

Nota. Elaboración propia.

La dimensión de estudio se enmarca dentro del estudio del relato cinematográfico, entendido como el argumento plasmado sobre la banda visual de las imágenes en movimiento. Sus valores, traducidos como estados posibles, naturalmente constituyen los tres pares de binomios de la teoría actancial —Sujeto/Objeto; Destinador/Destinario; Ayudante/Oponente—. El indicador seleccionado se vincula con la presencia visual del conjunto de protagonistas hacia el interior de la diégesis/mundo narrado que atraviesa al corpus de trabajo. Tales protagonistas

deben ubicarse físicamente dentro del cuadro de la imagen, con independencia de cualquier trabajo de escritura realizado por el enunciador impersonal (Metz, 2003) de los spots y videos cortos. En otros términos, aquellos protagonistas verbalmente aludidos o ubicados en el espacio imaginable (Casetti y di Chio, 2014) no serán examinados en este trabajo. Los valores del indicador replican la clasificación de Eliseo Verón (1987), la cual distingue entre un núcleo de votantes duros, otro contrario y finalmente un tercer conjunto de votantes neutrales, hacia el cual se dirigen las acciones de persuasión. Asimismo, hemos añadido al elenco perteneciente al arco político, incluido en la banda visual de las representaciones.

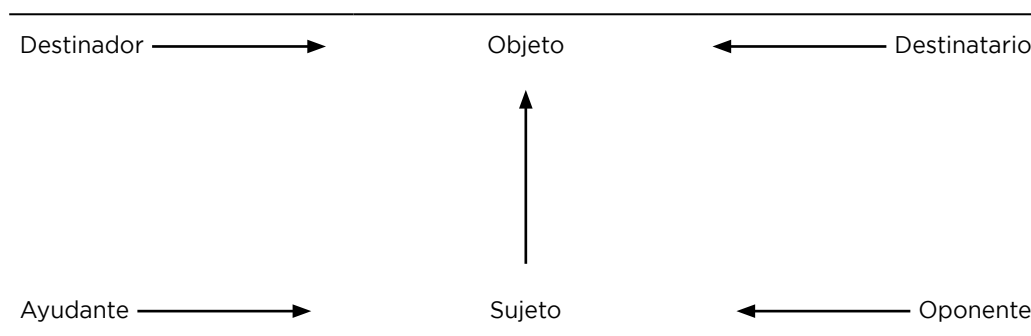
El instrumento de análisis comprende la parada de imagen (Aumont y Marie, 1993), debido a que constituye un modo de citación directa de las imágenes audiovisuales. Vale mencionar que, no obstante su limitación en relación con la negación de su movimiento, la elección de fotogramas continúa siendo el instrumento más utilizado por el campo de la filmología. Asimismo, las transcripciones escritas/ paratextos de los distintos relatos orales no son examinadas en este trabajo, debido a que constituyen un elemento que refleja una condición de la banda de sonido de las imágenes en movimiento.

Marco teórico

Dado que esta investigación recupera el esquema actancial y su posterior trabajo de significación, este último resumido en el célebre cuadro semiótico, resumiremos brevemente ambos funcionamientos. El origen de la teoría actancial se encuentra en las obras de Vladimir Propp (1928/1998) y Étienne Souriau (1950). Aunque el primero de los autores examina la morfología del cuento popular ruso, y el segundo se aboca al género teatral, Greimas (1971) reconoce que a partir de ellos es posible concluir que “un número restringido de términos actanciales basta para dar cuenta de la organización de un microuniverso” (p. 270). Pero, asimismo, se distancia en razón de que juzga que no es posible renunciar a un examen que incorpore el estudio de las relaciones posibles entre los actantes, y que, por tanto, resulta insuficiente excluir el análisis del contenido, subsidiario de la presentación de un inventario de los actantes. Por lo tanto, Greimas (1971) renuncia entonces a examinar a los personajes en términos fenomenológicos y formales, y se aboca a los nexos estructurales que relacionan a los personajes en términos de *posiciones* asumidas, por ejemplo, a lo largo de un relato.³ Las relaciones entre los actantes no son fortuitas sino que obedecen a un esquema narrativo posible (Tabla 2), que el autor presenta de la manera siguiente:

³ En este sentido, vale recordar que el propio autor aplica su teoría para explicar las relaciones que surgen en el campo de las acciones bursátiles (Greimas, 1971).

Tabla 2
Modelo actancial



Nota. Adaptado del modelo de Greimas (1971).

En este modelo, el primero de los binomios de actantes está compuesto por el Sujeto y el Objeto: el primero se desplaza hacia el segundo motivado por el deseo de su junción. En este sentido, el Sujeto se desdobra entre un Sujeto de estado, el cual se encuentra disjunto de su Objeto, y un Sujeto de hacer, encargado de realizar el desplazamiento hacia su posesión. En el mismo sentido, el Objeto también se divide en un Objeto de estado y un Objeto de hacer.

El Destinador y el Destinatario comprenden el segundo binomio de actantes. El autor de este modelo afirma que el primero es el origen de todos los hechos que conforman la historia de un determinado relato. El Destinador otorga al Sujeto sus competencias “y también el conjunto de los valores en juego” (Greimas y Courtés, 1990, p. 118). Al mismo tiempo, distingue entre un Destinador individual y un Destinador social, este último “llamado a ejercer la justicia” (Greimas y Courtés, 1990, p. 118). Por su parte, el Destinatario es aquel actante que se beneficia y se enriquece a partir de las determinaciones del Objeto. El eje que relaciona a los dos componentes de este binomio es la comunicación. Asimismo, debe destacarse que un mismo actor puede representar a dos actantes —por ejemplo, Destinatario y Ayudante—, tal como veremos en el apartado de Resultados.

E tercero de los pares de actantes incluye a los Ayudantes y los Oponentes. Los primeros deben “aportar la ayuda operando en el sentido del deseo” (Greimas, 1971, p. 273), mientras que los segundos tienen como finalidad “crear obstáculos, oponiéndose ... a la realización del deseo” (Greimas, 1971, p. 273).

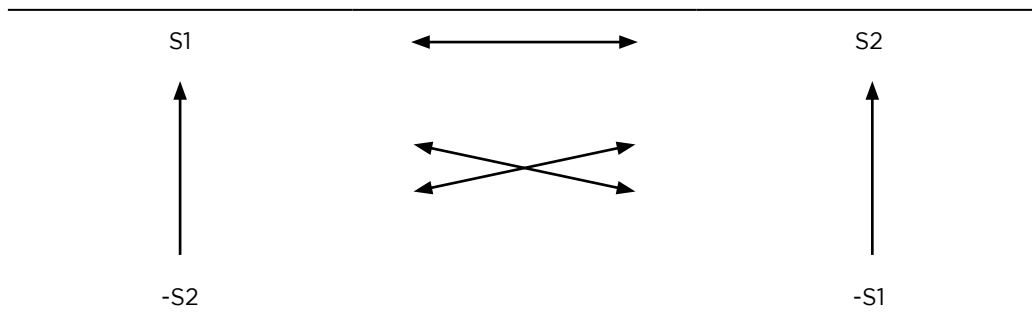
Este esquema presenta la virtud “en el hecho de que está por entero centrado sobre el objeto del deseo perseguido por el sujeto, y situado ... entre el destinador y el destinatario, estando el deseo del sujeto, por su parte, modulado en proyecciones de adyuvante y oponente” (Greimas, 1971, p. 276).⁴ Los tres pares de actantes y las relaciones direccionadas que los vinculan constituyen un modelo analítico posible de reconocer en la estructura visual de los *spots* y videos cortos de La Libertad Avanza. Es decir que las producciones proselitistas conforman uno

⁴ En el apartado de Resultados, se retomarán sucintamente las caracterizaciones de cada actante. De esta manera, creemos que facilitaremos la lectura de esta investigación.

de los múltiples microuniversos señalados por el autor, dado lo cual su aplicación resulta pertinente.

En relación con la significación de la estructura de su modelo, Greimas (1973) presenta, en un estudio posterior, un cuadro semiótico (Tabla 3) a partir del cual se establece un segundo modelo que examina la configuración del sentido presente en todo soporte semántico:

Tabla 3
Cuadro semiótico



Nota. Adaptado del modelo de Greimas (1973).

En este cuadro, S1 y S2 representan términos contrapuestos, a la vez que -S1 y -S2 constituyen sus respectivos opuestos. La dirección de las líneas que intermedian remite a las relaciones que pueden establecerse entre estos, al tiempo que clausura las relaciones que carecen de dicho direccionamiento. Este esquema ha sido aplicado al campo de la filmología (Aumont y Marie, 1993), y en este mismo sentido lo emplearemos en el estudio de la significación de las imágenes que conforman nuestro corpus de trabajo.

Resultados

El Sujeto de hacer

Como es natural a una campaña política, el Sujeto corresponde con el candidato a la obtención de un triunfo electoral, a la vez que el Objeto comprende a la materialización de dicho logro. En esta dirección, el Sujeto/Milei se desplaza hacia el Objeto/Presidencia de la Nación, movilizado por su deseo de ejecutar un plan de medidas y reformas principalmente de concepción económica. Al respecto, el Sujeto de estado/Milei es aquel que mantiene el diálogo transcrito en el apartado de Introducción, es decir previamente a lanzarse al campo de la política partidaria. En aquel año 2020, y dado por sentado que el objetivo esencial de Milei era la Presidencia de la Nación, se hallaba disjunto de su cometido, al tiempo que aún no había comenzado el desplazamiento hacia su consecución.

La primera muestra de observación, perteneciente a un *spot* difundido con motivo de la celebración del balotaje,⁵ muestra a Milei bajo una tradicional puesta en escena en la cual prevalecen distintos objetos que connotan al conjunto de la representación (Figura 1). Se presenta una cuidada puesta en escena y un punto de vista de cámara neutro.

Figura 1

Sujeto de hacer [Fotograma (00:11)]



Nota. Tomado de *Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre (1)*, por La Libertad Avanza, 2023a, Instagram.

Acercas de la puesta en escena, se observa que preserva sus orígenes teatrales, al desarrollarse su diégesis en el interior de un espacio cúbico. En el mismo sentido, la cámara permanece en posición estática, rechazando la multiplicidad de angulaciones concernientes a una concepción de puesta en escena subsidiaria de la plasticidad de las imágenes técnicas (Aumont, 2018). El espacio estático fijo (Casetti y di Chio, 2014) sustanciado entonces tanto en la inmovilidad de la cámara como también en relación a la ausencia de movimientos en el interior del encuadre, presenta una imagen de una candidatura en términos estéticamente tradicionales en relación a las campañas políticas precedentes en Argentina.⁶

5 El sistema electoral argentino cuenta con tres instancias de votación: 1) una jornada de preselección de candidaturas, denominada PASO —Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias—; 2) las elecciones generales y 3) en los casos en que ninguna fuerza política obtenga el porcentaje de sufragios y la distancia con respecto a su inmediato competidor fijados por la CNE, se celebra un balotaje entre los dos competidores más votados.

6 No es el objetivo de este trabajo, pero sin embargo vale recordar que Milei construyó, en sus iniciales presentaciones televisivas, sucedidas a partir del año 2015, una imagen de sí más próxima al desenfreno y a la desmesura a través, entre otros operadores, de su gestualidad corporal.

El Sujeto/Milei se halla disjunto con respecto a su Objeto del deseo, pero al mismo tiempo este se halla incluido en la representación visual, a través de un signo simbólico (Peirce, 1974). En efecto, sobre los laterales del encuadre se ubicaron sendas banderas de la Argentina, las cuales circundan la posición axial (Péninou, 1972) saturada por el cuerpo del candidato. Y debido a que la ubicación de un objeto en la composición de una imagen predica a la representación audiovisual (Mitry, 2006), se establece una relación dialógica entre el fondo y la figura, en la que el primero actúa robustamente en tanto fuente de materialización del sentido de la imagen. Debido entonces a que el decorado puede desempeñarse de manera activa, incluso igual a como concierne a un personaje (Bordwell y Thompson, 1995), el Sujeto/Milei realiza su trayecto hacia el Objeto asumiendo una posición estética (Groys, 2014) que lo distancia de su origen mediáticamente irreverente y *outsider* de la política argentina.⁷

En efecto, en profundidad de campo se observa la ubicación de una serie de elementos vinculados, por un lado, a la trayectoria académica de Milei,⁸ como también a la presentación acostumbrada de una persona candidata a la Presidencia de la Nación. De manera que la imagen muestra, en términos de la teoría actancial, a un Sujeto de hacer disjunto con respecto a su Objeto del deseo, con vistas a lograr su obtención en el marco de un trayecto electoral sobre el cual se desplaza Milei. En este sentido, el Sujeto de hacer vierte sobre el Objeto su proyecto de Estado-nación, el cual se orientará bajo las medidas de campaña expuestas a lo largo de la contienda electoral.⁹

Objeto de estado y objeto de hacer

Ya dijimos que, en el marco de la campaña electoral de 2023, el actante Objeto corresponde con el ungimiento del cargo de presidente de la Nación. Aun así, debemos clasificar a este Objeto en sus dos modalidades, tal cual las define Greimas y Courtés (1990):

En cuanto actantes, los objetos sintácticos deben ser considerados como posiciones actanciales, susceptibles de recibir vertimientos, ya sea de los proyectos de los sujetos (se hablará, entonces, de objetos de hacer) o bien de sus determinaciones (objetos de estado). (p. 289).

En nuestro caso de estudio, el Objeto de estado/Presidencia de la Nación comprende las propias determinaciones que dicho cargo imprime sobre sí mismo, mientras que el Objeto de hacer/Presidencia de la Nación se vincula con el entendimiento y la posibilidad de acción que Milei realiza sobre aquel, en virtud

⁷ Véase al respecto de su paso previo a su incursión en la política electoral <https://www.youtube.com/watch?v=b26BbeOV6f4> (El País, 2023).

⁸ Recordemos que Milei es un economista proveniente, con antelación a su incorporación a la política partidaria, del sector privado argentino.

⁹ Entre las principales resoluciones difundidas en 2023, Milei aseguró que restablecería la agenda de prioridades y deberes de la Nación. Entre ellas, aseveró que su gobierno alcanzaría el equilibrio fiscal de sus cuentas públicas y combatiría el proceso inflacionario argentino.

de sus futuras medidas de gobierno. Estos proyectos, aseguró el candidato, tienen como finalidad restablecer, entre otros indicadores, el equilibrio fiscal de las cuentas públicas argentinas.

Ahora bien, la figura 2 muestra un cartel indicador ubicado al costado de una ruta, el cual está saturado por un paratexto lingüístico que indica República Argentina (Figura 2). Su locación no se precisa, por lo que resulta indistinto su sitio de emplazamiento. Su valor analítico consiste en su interpretación como signo simbólico (Peirce, 1974) de la Argentina que Milei procurará resolver.

Figura 2
Objeto de estado [Fotograma (00:39)]



Nota. Tomado de *Una Argentina distinta es posible en libertad*, por La Libertad Avanza, 2023b, Instagram.

En este sentido, el paratexto escrito opera de modo similar a los rótulos de los orígenes del cine, debido a que “los textos escritos permitían dar informaciones a partir del *interior* mismo de la diégesis y, al hacerlo, contribuían a ocultar la presencia de una instancia narradora” (Gaudreault y Jost, 1995, p. 77; cursiva en el original). De manera que el Objeto de estado/Presidencia de la Nación es ilustrado a través de un rótulo, el cual comprende a la Argentina disjunta con respecto al Sujeto que hacia ella se desplaza a lo largo de la campaña electoral.¹⁰ En otros términos, la Figura 2 muestra el entendimiento del actual estado de la Nación sobre el cual el candidato de La Libertad Avanza verterá sus proyectos de país. La consecución de estos proyectos visualmente se representa en la materialización

¹⁰ Resulta evidente el mal estado de preservación de aquel cartel, el cual es comparado, por la voz over que atraviesa el relato, con una villa miseria argentina. Por tal motivo, y a los efectos de la utilización de una imagen donde prevalece su valor como signo simbólico del presente argentino, esta podría ser perfectamente intercambiable en nuestro escrito por otras imágenes difundidas en los spots y videos cortos pertenecientes a La Libertad Avanza.

que satura la Figura 3, la cual muestra una bandera flameando de la Argentina (Figura 3). Esta imagen constituye el Objeto de hacer/Presidencia de la Nación, el cual recibe los vertimientos —es decir, sus planes de gestión de gobierno— que Milei difundió a lo largo de su campaña.

Figura 3
Objeto de hacer [Fotograma (00:57)]



Nota. Tomado de *Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre (1)*, por La Libertad Avanza, 2023a, Instagram.

De manera que, en el relato que atraviesa al conjunto de las representaciones audiovisuales de 2023, el Objeto/Presidencia de la Nación es simbólicamente expuesto en su doble condición de junción o disjunción con respecto a la prédica libertaria de Milei.

Destinador y destinatario

Milei inscribe su programa de gobierno en una tradición económica de extracción liberal, cuyos mayores exponentes se encuentran en la denominada Escuela Austríaca. En relación a su modelo político de Nación, abreva en el Período Conservador de la Argentina, extendido entre 1880 y 1916.¹¹ En este sentido, el actual presidente suele citar a sus referentes en cada oportunidad que esgrime el modelo de país que anhela edificar durante su gestión de gobierno.

¹¹ No es objeto de este trabajo examinar ambas dimensiones, sino citarlas en relación al modelo actancial que sí ocupa nuestro trabajo. Para un análisis de este período, véase *El orden conservador. La política argentina entre 1880 y 1916* (Botana, 1985).

Las siguientes muestras de observación dan cuenta del primer componente del segundo par de binomios del modelo actancial. En efecto, el Destinator, en su vertiente social —punto de origen del desplazamiento del Sujeto/Milei hacia el Objeto/Presidencia de la Nación— se materializa en las producciones audiovisuales de La Libertad Avanza diseñadas a partir de imágenes de archivo (Figuras 4 y 5).

Figura 4

Destinador social [Fotograma (00:03)]



Nota. Tomado de *Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre* (2), por La Libertad Avanza, 2023c, Instagram.

Figura 5

Destinador social [Fotograma (00:09)]



Nota. Tomado de *Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre* (2), por La Libertad Avanza, 2023c, Instagram.

Ambas imágenes muestran, en planos largos, sendos espacios en los cuales se realizan trabajos vinculados, por un lado, al modelo agroexportador y, por el otro, al desarrollo industrial, ambos fechados en Argentina a finales del siglo XIX. Es en este sentido que resulta pertinente la transcripción del diálogo con el cual Milei materializó su ingreso a la política electoral, dado que allí se encuentra explicitado el actante Destinator de su trayecto: “para volver a reconstruir la Argentina, la Argentina próspera. Una Argentina Liberal, una Argentina pujante. Una Argentina ¿sí? Que vuelva a abrazar los valores de Alberdi¹² y así, en 35 años, volver a ser la primera potencia mundial” (Milei, 2020). El Destinator social entonces se ubica en el pasado de la Nación, y constituye el actante que vierte sobre Milei sus competencias para iniciar el trayecto que lo conducirá hacia su Objeto del deseo.

El Destinatario comprende entonces el actante que se beneficiará de la junción del Sujeto con el Objeto. En este sentido, los adherentes a La Libertad Avanza constituyen el actante que se enriquecerá a partir del ejercicio del gobierno de Milei. Las imágenes siguientes muestran la reconversión del segmento paradestinatario (Verón, 1987), hacia las filas libertarias, a través de un recurso visual que consiste en *abrir los ojos y ahora sí ver/comprender* la prédica del candidato (Figuras 6, 7, 8 y 9).¹³

Figura 6

Destinatario [Fotograma (00:01)]



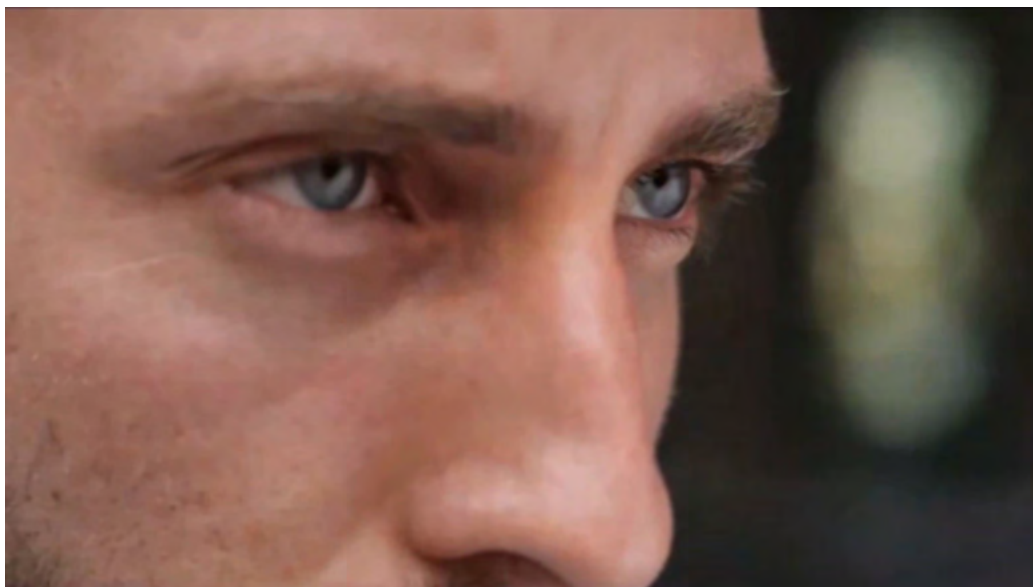
Nota. Tomado de *Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre (3)*, por La Libertad Avanza, 2023d, Instagram.

¹² Juan Bautista Alberdi (1810-1884). Abogado, político y jurista argentino, autor intelectual de la Constitución Nacional sancionada en el año 1853. En este caso, se trata de un Destinator individual.

¹³ Al respecto, debe recordarse que Milei hizo extensiva la frase *no la ven* durante su campaña electoral, en relación a las personas que no advertían la situación económica de la Argentina. Las imágenes 6, 7, 8 y 9 materializan entonces este enunciado verbal.

Figura 7

Destinatario [Fotograma (01:10)]



Nota. Tomado de *Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre* (3), por La Libertad Avanza, 2023d, Instagram.

Figura 8

Destinatario [Fotograma (00:01)]



Nota. Tomado de *Una Argentina mejor es posible*, por La Libertad Avanza, 2023e, Instagram.

Figura 9*Destinatario [Fotograma (01:13)]*

Nota. Tomado de *Una Argentina mejor es posible*, por La Libertad Avanza, 2023e, Instagram.

Las imágenes muestran, en primerísimo primer plano y posición neutra de cámara, a jóvenes ubicados en un campo filmico desenfocado, con lo cual adquieren naturalmente la centralidad de la composición de ambos pares de imágenes. Su diégesis replica entonces un recurso de composición que materializa el cambio que asumen los protagonistas, entre cuyo abrir y cerrar de ojos se intercalan imágenes, por ejemplo, de los actantes Destinatario social y Sujeto de hacer. Este encabalgamiento de representaciones finalmente conduce al despertar de un segmento de votantes y a su paso a las filas de La Libertad Avanza, constituyendo su conversión desde un segmento de votantes paradestinataro hacia otro segmento prodestinatario.

El actante Destinatario, entonces, comprende al cuerpo de personas que finalmente abren los ojos y adhieren a la prédica del Sujeto/Milei, con lo cual aprueban su junción con el Objeto/Presidencia de la Nación. Vale destacar que estas personas, con independencia de su edad, no presentan ninguna clase de operador de superficie, por lo que su inclusión en los spots tuvo por objeto otorgar “rostro a lo ilimitado en la gracia o el azar de un surgimiento” (Didi-Huberman, 2014, p. 219; cursiva en el original). Tales rostros reenvían entonces indistintamente y de modo prácticamente ilimitado a otros tantos rostros posibles de sustituirlos, debido a que su función narrativa consiste en otorgar un cuerpo visible (Rancière, 2012) a la prédica liberal de Milei.

Ayudantes y oponentes

En su desplazamiento hacia el Objeto, Milei dispondrá de una serie de actantes Ayudantes que facilitarán su junción. Dado que Greimas (1971) sostiene que un actor puede desempeñar, en el orden del relato, dos posiciones actanciales, La Libertad Avanza ubica a sus adherentes en los actantes Destinatario y Ayudante.

Las imágenes siguientes dan cuenta de una situación particular (Figura 10) y de otra representación de carácter general (Figura 11). La primera comprende el instante esencial que constituye un abrazo emotivo entre Milei y un joven seguidor de su fuerza, y la segunda una captura de una multitud que lo acompaña en sus presentaciones en distintas ciudades de la Argentina.

Figura 10
Ayudantes [Fotograma (00:55)]



Nota. Tomado de *Casta o libertad*, por La Libertad Avanza, 2023f, Instagram.

Figura 11*Ayudantes [Fotograma (00:54)]*

Nota. Tomado de *La esperanza vence al miedo*, por La Libertad Avanza, 2023g, Facebook.

Para examinar el último par de binomios de la teoría actancial, conviene precisar que “el mensaje electoral ... debe ser lo más comprensible posible, sencillo, claro, creíble y convincente, relevante en lo emocional, dramático y contrastante” (Brunner, 2002, p. 150). En relación a la dimensión emocional, el plano corto, a la vez que dramatiza el encuentro, también subraya la existencia de un espacio imaginable (Casetti y di Chio, 2014), ubicado fuera de los límites del cuadro de la representación. En efecto, sobre el lateral derecho se ubica un teléfono móvil, el cual opera en tanto sinécdoque cinematográfica al constituir *la parte por el todo* de la persona que lo sostiene. Esta persona, ubicada fuera de cuadro, expande el espacio de la imagen, por lo que el encuentro singular entre Milei y un asistente es refrendado por un espacio mayor que lo contiene. Este segundo espacio más amplio es registrado en gran angular en la Figura 11, dando cuenta de la amplia convocatoria de actantes Ayudantes prodestinatarios a la consecución del Objeto/Presidencia de la Nación por parte del Sujeto/Milei.

Los adversarios naturalmente tratarán de impedir el desplazamiento del Sujeto hacia el Objeto del deseo. En el contexto de una campaña electoral, este actante es saturado, como primera medida, por el adversario político. Las imágenes siguientes muestran, entonces, dos representaciones visuales de Sergio Massa, candidato presidencial de Unión por la Patria, con quien Milei disputó el balotaje (Figuras 12 y 13). La presencia del actante Oponente ha sido visualmente expuesta con mayor frecuencia durante esta instancia electoral, de manera que los relatos audiovisuales de este período han diferido su historia con respecto a las producciones cuya circulación remitió a las PASO y elecciones generales.

Figura 12
Oponentes [Fotograma (00:06)]



Nota. Tomado de *La esperanza vence al miedo*, por La Libertad Avanza, 2023g, Facebook.

Figura 13
Oponentes [Fotograma (00:29)]



Nota. Tomado de *El poder está en tus manos*, por La Libertad Avanza, 2023h, Facebook.

La figura 12 muestra en plano medio corto el rostro de Massa, mientras que la figura 13 enfrenta visualmente a las boletas de sufragio de La Libertad Avanza y Unión por la Patria. En ambos casos, sobre la banda visual de las imágenes se materializa el actante Oponente, ya sea por la fuerza expresiva de su código

narrativo filmico que realza el rostro de Massa, o bien por el enfrentamiento expuesto en las boletas de sufragio. En el primer caso, se trata de un signo indicial, al tiempo que, en el segundo, se trata de un signo simbólico: el primero se halla afectado por su referente y, por tanto, permite reconocer la figura de Massa; el segundo opera a través de una ley o convención que vincula la boleta con el candidato de Unión por la Patria.

Asimismo, en el camino a la Presidencia que debe atravesar Milei se encuentra un Oponente que no se materializa en el cuerpo significativo (Verón, 2001) de su adversario. Este actante es ocupado por una serie de acciones de campaña negativa (Borrini, 2003), las que vinculan a Milei con las más drásticas consecuencias del ajuste en la economía que el líder de La Libertad Avanza aseguró que llevaría adelante en su gobierno.¹⁴ En este sentido, recordemos que “dada la eficacia de la creación de imágenes negativas existe una tendencia generalizada en el mundo a utilizar información destructiva como táctica predominante en las campañas políticas” (Castells, 2009, pp. 317-318). La figura 14 muestra un afiche que indica los valores de la tarifa durante los hipotéticos gobiernos conducidos por los tres líderes por entonces con mayores oportunidades de obtener un triunfo electoral (Figura 14).

Figura 14
Oponentes [Fotograma (00:09)]



Nota. Tomado de *No dejes que el miedo le gane a la esperanza*, por La Libertad Avanza, 2023i, Instagram.

¹⁴ No es objeto de este trabajo examinar las medidas implementadas por el actual gobierno. Solo interesa aquí recuperar el mundo narrado de las imágenes de la campaña electoral 2023.

El paratexto lingüístico que satura el cartel remite a este segundo actante Oponente. Se trata de una manifestación visual de la incertidumbre que, de acuerdo a su contrincante, representaría la gestión económica del gobierno de Milei.¹⁵ Tal incertidumbre impediría la junción entre el Sujeto y el Objeto, por lo que La Libertad Avanza la recupera visualmente para desestimarla y contraponerla con su plan de ejercicio. De esta manera, un enunciador diegético —correspondiente con el autor del cartel y subsidiario de un Oponente político— es contrarrestado por un enunciador extradiegético —sustanciado en la voz *over*, parte de cuyo enunciado se halla transcrito en la figura 14—, con objeto de debilitar aquella información.

El cuadro semiótico

La descripción de la significación de todo microuniverso semántico conlleva un modelo también aplicado a las imágenes en movimiento (Aumont y Marie, 1993).¹⁶ En este sentido, luego de reconocer los tres pares de binomios expuestos en la superficie visual de los *spots*, podemos definir a los términos que saturan a los contrarios semánticos (S1 y S2) y a sus respectivos opuestos (-S1 y -S2) (Tabla 3).

En primer lugar, el modelo actancial aplicado a la campaña electoral 2023 de La Libertad Avanza se completa de la siguiente manera (Tabla 4):

Tabla 4
Modelo actancial



Nota. Elaboración propia a partir del modelo de Greimas (1971).

A continuación, La Libertad Avanza, en tanto fuerza política cuyo Destinator social se localiza en el pasado liberal argentino, tiene como objeto vencer a su Oponente político, definido por el propio Milei como la casta. Dado entonces que su triunfo electoral evitaría la permanencia de la Nación en el estado en el que se encuentra —esta decisión se expresa visualmente en la Figura 2—, los primeros

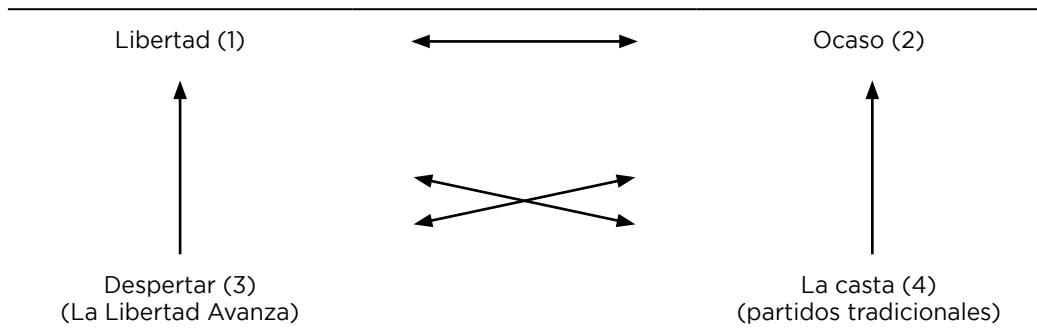
¹⁵ Este y otros carteles similares fueron colocados en las principales estaciones de ferrocarril de la Argentina durante la campaña presidencial 2023.

¹⁶ Los autores toman como ejemplo la cinta *39 escalones*, de Alfred Hitchcock. Al mismo tiempo, citan la aplicación que de este modelo aplicó Rogen Odin sobre el filme *Una partie de champagne*, de Jean Renoir.

términos del cuadro semiótico comprenden a la Libertad¹⁷ que podría sobrevenir sobre la Argentina en razón de un gobierno de signo liberal, y el Ocaso con motivo de su impedimento. Sus respectivos opuestos comprenden la permanencia de la casta a la que se hallaría sujeta la Nación en un gobierno conducido por su Oponente (Figura 12) y el Despertar de la sociedad a partir del abrazo hacia la prédica libertaria (Figuras 6, 7, 8 y 9).

De esta manera, la significación que atravesó al conjunto de las producciones de campaña examinadas en este trabajo se condensa en la Tabla 5:

Tabla 5
Cuadro semiótico



Nota. Elaboración propia a partir del modelo de Greimas (1973).

Resulta ahora interesante examinar las relaciones de presuposición indicadas por las flechas que vinculan a los cuatro términos. Un gobierno regido por la Libertad tiene su contrario en otro gobierno perteneciente a los partidos políticos vigentes en Argentina, el cual conduciría a otro período de Ocaso para la Nación (1–4–2). En sentido contrario, este Ocaso se evitaría a partir del Despertar de la sociedad civil y del apoyo a La Libertad Avanza, el cual conduciría su gobierno bajo una prédica de signo liberal (2–3–1). La consecución de la Libertad, entonces, se presenta como contraria al Ocaso argentino, al tiempo que entre La Libertad Avanza y los partidos tradicionales no existe presuposición que los vincule.

¹⁷ Recordemos que la consigna de Libertad ha sido permanentemente expuesta por Milei a lo largo de su campaña. Al respecto, tanto como candidato y luego como presidente, culmina sus exposiciones, con independencia del sitio o ceremonia en la que se hallase, con el grito de "Viva la Libertad, Carajo". Véase <https://www.youtube.com/watch?v=DwZ2wawmK44> (El Nueve, 2020).

Conclusiones

Omar Rincón (2008) asegura que en Latinoamérica “la figura política y la figura mediática se unen para construir un sujeto del deseo” (p. 7). Para lograr el desplazamiento de este Sujeto hacia su Objeto, es necesario “tener claro el Villano” (p. 10). El modelo actancial se aplica sin dificultad a nuestro estudio, más aún cuando el Ayudante corresponde con “su Pueblo” (p. 10). Esta descripción que el autor aplica a la generalidad de la actualidad de un continente ha sido inmediatamente reconocible en el caso particular que nos ocupa. La banda visual de las imágenes de los spots dio cuenta de un relato (Aumont et al., 1995) nucleado alrededor de los tres pares de binomios y de las relaciones que se establecen entre estos. Esta lectura confirma, entonces, “la existencia de modelos míticos con ayuda de los cuales el hombre contemporáneo interpreta su actividad aparentemente racionalizada” (Greimas, 1971, p. 281).

La campaña electoral de La Libertad Avanza en 2023 realizó la figura, como es natural, del Sujeto/Milei, presentando a un candidato resuelto a revertir el estado de la Argentina, para lo cual debe lograr la junción con el Objeto/Presidencia de la Nación (Figuras 1, 2 y 3). El tiempo pasado de origen liberal constituye el Destinador social y punto de inicio del desplazamiento del Sujeto (Figuras 4 y 5). Este trayecto se originó el 26 de octubre de 2020, a partir de la incorporación formal de Milei a la política electoral, cuyo texto hemos transcripto en la Introducción. A partir de aquel momento, Milei abandonó su posición en la sociedad civil como economista y panelista televisivo, para dar inicio a su desplazamiento hacia su Objeto del deseo. Al mismo tiempo, el actante Destinario, beneficiario de su proyección, es saturado por la ciudadanía paradestinataria que despierta y se convierte luego en prodestinataria, al tiempo que auxiliará aquella junción (Figuras 6, 7, 8 y 9). Sus Ayudantes comprenden al mismo actor que desempeña el actante Destinario (Figuras 10 y 11), por lo que el voto hacia La Libertad Avanza impedirá el triunfo de su Oponente político (Figuras 12, 13 y 14).

En el plano de la significación, La Libertad Avanza constituye una fuerza política que se presenta como el opuesto de las tradicionales estructuras partidarias. Si el camino de estas conduce al estancamiento u ocaso de la Nación, la fuerza que conduce Milei guiará a la Argentina hacia un modelo de país ausente durante las últimas décadas de gobierno. Esta articulación ha sido visualmente expresada en los spots de campaña en 2023, por lo que el examen de la estética audiovisual de las producciones de uso electoral constituye un campo de análisis adecuado en el marco de la cultura visual contemporánea (Mirzoeff, 2003). En este sentido, un estudio de estas características privilegia el uso de la imagen en el marco de una campaña electoral, debido a que sobre su banda visual se ubican una serie de operadores de superficie a través de los cuales un spot materializa sus enunciados verbales.

Referencias bibliográficas

- 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* (N. Vidal, Trad.). Paidós. (Obra original publicada en 1983).
- Bordwell, D. y Thompson, K. (1995). *El arte cinematográfico: Una introducción* (Y. Fontal Rueda, Trad.). Paidós.
- Borrini, A. (2003). *Cómo se vende un candidato: Un siglo de campañas políticas en la Argentina*. Konrad Adenauer-Stiftung; La Crujía.
- Botana, N. R. (1985). *El orden conservador: La política argentina entre 1880 y 1916*. Hyspamérica.
- 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.
- Cámara Nacional Electoral. (2023a). *Acordada Extraordinaria n.º 35/2023*. Poder Judicial de la Nación. https://www.electoral.gob.ar/nuevo_legislacion/pdf/AE%20035-23.pdf
- Cámara Nacional Electoral. (2023b). *Acordada Extraordinaria n.º 150/2023*. Poder Judicial de la Nación. <https://www.electoral.gob.ar/nuevo/paginas/pdf/AE%20150-23.pdf>
- Casetti, F. y Di Chio, F. (2014). *Cómo analizar un film*. Paidós.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Cicowiez, M. (2021). Elecciones argentinas 2019: Estudio de los nexos protagónicos en los spots del Frente de Todos. *Dixit*, 35, 34-50. <https://doi.org/10.22235/d35.2343>
- Debray, R. (1995). *El Estado seductor: Las revoluciones mediológicas del poder*. Manantial.
- Didi-Huberman, G. (2014). *Pueblos expuestos, pueblos figurantes*. Manantial.
- El Nueve. (2020). *La arenga libertaria* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=DwZ2wawmK44>
- El País. (2023, 21 de noviembre). *Cinco momentos polémicos de Javier Milei* [Video]. <https://elpais.com/argentina/2023-11-21/video-cinco-momentos-polemicos-de-javier-milei.html>

- Gaudreault, A. y Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico: Cine y narratología*. Paidós.
- Greimas, A. J. (1971). *Semántica estructural: Investigación metodológica*. Gredos.
- Greimas, A. J. (1973). *En torno al sentido*. Fragua.
- Greimas, A. J. y Courtés, J. (1990). *Semiótica: Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Gredos.
- Groys, B. (2014). La obligación del diseño de sí. En *Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (pp. 21-35). Caja Negra.
- La Libertad Avanza. (2023a). *Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre* (1) [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/Cyj1pHRAztM/>
- La Libertad Avanza. (2023b). *Una Argentina distinta es posible en libertad* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CyQohIGAXbY/>
- La Libertad Avanza. (2023c). *Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre* (2) [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CqOSyBbMXEa/>
- La Libertad Avanza. (2023d). *Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre* (3) [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/CtIC_VKAyry/
- La Libertad Avanza. (2023e). *Una Argentina mejor es posible* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/Criwb1HApSX/>
- La Libertad Avanza. (2023f). *Casta o libertad* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CzJcigiMZ1U/>
- La Libertad Avanza. (2023g). *La esperanza vence al miedo* [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/LibertadAvanzaOficial/videos/800454038437678/>
- La Libertad Avanza. (2023h). *El poder está en tus manos* [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/LibertadAvanzaOficial/videos/992480335383973/>
- La Libertad Avanza. (2023i). *No dejes que el miedo le gane a la esperanza* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CzmjKcHvru4/>
- Metz, C. (2003). *Cuatro pasos en las nubes (vuelo teórico)* [Apunte de cátedra]. Comunicación y Cultura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. (Obra original publicada en 1991).
- Milei, J. (2020, 26 de octubre). [Sesión en directo con José Luis Espert] [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CFnmdBHFduO/>
- 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: Vol. 1. Las estructuras*. Siglo XXI.
- 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 *Análisis de las imágenes* (pp. 116-135). Tiempo Contemporáneo.
- Propp, V. (1998). *Morfología del cuento*. Akal. (Obra original publicada en 1928).
- Rancière, J. (2012). El cuerpo del filósofo: Los filmes filosóficos de Rossellini. En *Las distancias del cine* (pp. 87-101). Manantial.
- Rincón, O. (2008). ¿La comunicación no tiene ideología? En O. Rincón (Ed.), *Los tele-presidentes: Cerca del pueblo, lejos de la democracia. Crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar* (pp. 5-13). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina; Friedrich Ebert Stiftung.
- Souriau, É. (1950). *Les deux cent mille situations dramatiques*. Flammarion.
- Verón, E. (1987). La palabra adversativa: Observaciones sobre la enunciación política. En *El discurso político: Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11-26). Hachette.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Norma.
- Ynoub, R. (2023). *Cuestión de método: Tomo II. Aportes para una metodología crítica*. Lugar.