

[ARTÍCULO]

La narrativa política a través de la fotografía en redes sociales: caso de la construcción de imagen pública del Gobernador Valdés (Corrientes, Argentina) en Facebook

Ludmila Maia Strycek

Universidad Nacional del Nordeste (Argentina)

Email de contacto: ludmila.strycek@comunidad.unne.edu.ar

Natalia Cardeli

Universidad Nacional del Nordeste (Argentina)

Email de contacto: nataliacardeli@gmail.com

Recibido: 28 de septiembre, 2020

Aceptado: 15 de noviembre, 2020

Publicado: 31 de diciembre, 2020

Nota de las autoras: Este artículo está ligado al Proyecto de investigación PI 17H013 “Narrativas políticas en los medios de comunicación: inteligibilidades actuales” (SGCyT, UNNE), dirigido por la Dra. Natalia Colombo, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional del Nordeste (Argentina).

The political narrative through photography in social networks: case of the construction of the image of Governor Valdés (Corrientes, Argentina) on Facebook

Cómo citar este artículo:

Strycek, L. & Cardeli, N. (2020). La narrativa política a través de la fotografía en redes sociales: caso de la construcción de imagen pública del Gobernador Valdés (Corrientes, Argentina) en Facebook. *Revista Chilena de Semiótica*, 14 (70-85).

Resumen

Este estudio pretende observar a la imagen fotográfica desde los aspectos discursivos, que se han fortalecido en el último tiempo, a partir de los desafíos que interpelan a comunicadores y politólogos, tanto en el diseño como en la observación de su uso en las redes sociales. La comunicación política vista desde esta perspectiva nos obliga a enfocar la mirada en las características de la enunciación y a observar la conjunción con el medio de comunicación –en este caso las redes sociales-. Estudiamos las imágenes del Gobernador Valdés de la provincia de Corrientes, Argentina, publicadas en Facebook. Esto nos llevó a comprobar que la sintaxis de la imagen se constituye como el texto de la enunciación política, ayudando a construir el relato de gobierno del funcionario, marcando las diferencias en el contenido de la narrativa, estrechamente ligado al contexto socio histórico y político.

Palabras clave

Imagen fotográfica, Medio, Narrativas Políticas, Sintaxis de la Imagen, Retórica.

Abstract

This study aims to observe the photographic image from the discursive aspects, which have been strengthened in recent times, from the challenges that challenge communicators and political scientists, both in the design and in the observation of its use in social networks. Political communication seen from this perspective forces us to focus our gaze on the characteristics of the enunciation and to observe the conjunction with the means of communication - in this case, social networks. We studied the images of Governor Valdés of the province of Corrientes, Argentina, published on Facebook. This led us to verify that the syntax of the

image is constituted as the text of the political enunciation, helping to build the official's government account, marking the differences in the content of the narrative, closely linked to the socio-historical and political context.

Keywords

Photographic image, Medium, Political Narratives, Image Syntax, Rhetoric.

1. Introducción

El estudio de la imagen en el entorno de la comunicación política ha tenido en los últimos años renovadas miradas, principalmente desde la perspectiva del marketing político, una disciplina que se ha forjado un lugar de prestigio en estudios de comunicación, sobre todo por las renombradas estrategias de campañas presidenciales de los últimos años en América Latina y Estados Unidos. Los equipos de comunicación y marketing desnudan en los medios las tácticas utilizadas, y el mundo ha visto con asombro, como se han sumado a las ecuaciones, las redes sociales y el uso de algoritmos para intentar manipular la opinión pública (García Canclini, 2019).

Por ese motivo, este estudio pretende observar a la imagen desde los aspectos discursivos, que se han fortalecido en el último tiempo, a partir de los desafíos que interpelan a comunicadores y politólogos, tanto en el diseño como en la observación de su uso en las redes sociales.

Entendemos que se hace necesaria una mirada multidisciplinar, que ayude a echar luz sobre algunos interrogantes acerca de la imagen y su rol en la formación de narrativas políticas, comprendiendo que sólo si se la concibe desde la mirada del pensamiento complejo (Morin & Ciruana, 2002), se podrán observar sus dimensiones y entramados teóricos.

Por una parte, la comunicación política vista desde una perspectiva discursiva nos obliga a enfocar la mirada en las características de la enunciación. Esta conjunción, es compleja, ya que “el medio” –en este caso las redes sociales- ofrece un dinamismo que muchas veces desdibuja las fronteras de lo privado y lo público, obligando tanto al enunciador como al enunciatario, a re-construir los discursos y re-referenciarlos permanentemente.

En el caso de los actores políticos, los lineamientos discursivos en las redes sociales están casi siempre diseñados estratégicamente para interpelar a los diferentes destinatarios, muchas veces condicionados por el consumo de una u otra red social (los usuarios de Facebook tienen perfiles diferentes a los usuarios de Twitter y de Instagram respectivamente). He aquí una primera estratificación, que discrimina a los públicos por gustos, intereses y valoraciones. Por otra parte, el discurso político (Verón, 1985) requiere de una construcción de los destinatarios desde una perspectiva de adhesión o no- a los ideales y lineamientos políticos del candidato o funcionario.

La función de la imagen, como “soporte material” (significante), debe además ser observada distinguiéndola del “medio”, y fundamentalmente, de-

construir su rol en un universo comunicacional que se funda en lo digital. Este estudio observa a la imagen fotográfica particularmente, dado que su uso en las enunciaciones políticas es prácticamente monopólico, por lo tanto, se reviste de vital importancia. De aquí se desprende un campo, que ya tiene bastante recorrido, que se ocupa de las funciones textuales de la imagen fotográfica, observando cómo se construye la figura del político en base a estrategias compositivas estudiadas desde su función sintáctica (Barthes, 1986) (Burke, 2005) (Aumont, 1992) (Costa, 2003), que podríamos establecer como una clase particular de texto del enunciado, enfocándonos en las connotaciones que apoyan las construcciones retóricas.

La idea de narrativa política, ampliamente referenciada y desarrollada por Colombo (2018, 2019) en sus estudios sobre funcionarios públicos de la Provincia del Chaco, Argentina, en las redes sociales, emerge a partir de la observación de la configuración del discurso en forma de relato, en el que se pueden identificar claramente los roles que se despliegan a través de una narrativa. Las publicaciones en redes sociales, o incluso en otros escenarios como la radio, la televisión y los medios de prensa, se constituyen como historias que se sostienen a partir de tramas argumentativas, y en cuyo centro, con un papel protagónico, se encuentran los actores políticos.

De aquí podemos observar como emergen “narrativas del yo” (Bruner, 2013), que permiten observar la manera en que, la autorreferencia que hacen los candidatos y funcionarios ayuda a tejer los relatos. Particularmente cuando hablamos de redes sociales, donde las historias son efímeras, se deben sostener argumentos capaces de articularse y de dar respuesta inmediata a las situaciones dinámicas en la que está vinculado su rol como actor político: cuestiones ideológicas, sociales y económicas -sobre todo-, que influyen la percepción de la opinión pública. Estas circunstancias, obligan a constituir una retórica que amalgame las posiciones ideológicas, los enfrentamientos con los adversarios, las posturas acerca de temas de agenda, y su propia perspectiva de futuro como funcionario, entre otras cosas. Según Bruner (2013):

[...] nosotros construimos y reconstruimos continuamente un Yo, según requieran las situaciones que encontramos, con la guía de nuestros recuerdos del pasado y de nuestras experiencias y miedos para el futuro. Hablar de nosotros a nosotros mismos es como inventar un relato acerca de quién y qué somos, qué sucedió y por qué hacemos lo que estamos haciendo (p.93).

En este contexto, el rol de la imagen dentro de las narrativas políticas, sobre todo en redes sociales puede considerarse fundamental. La imagen no solo es meramente referencial e ilustrativa. Cumple funciones que exceden a su rol de metalenguaje, para construirse en muchos casos, sobre todo por la forma de comunicar en redes sociales -con muy poco soporte lingüístico-, en portadoras de narrativas completas y conceptualmente complejas, aunque sencillas de percibir y muy pregnantes. La imagen no solo sirve como soporte del relato, a modo de ilustración, sino que en muchos casos “es el relato mismo”, y por tanto tiene un texto, que es uno de los ejes de este trabajo.

2. Punto de partida: la visión antropológica de la imagen y los medios

La visión antropológica, al menos la más aceptada en los últimos tiempos, no se limita a comprender a la imagen como un fenómeno ligado meramente a la percepción (al menos en lo que se refiere a la captación sensorial), sino que involucra procesos de construcción artificial-simbólicos.

Alejado de la visión puramente iconoclásica, Peter Burke (2005) aporta una visión que ayuda a profundizar en la comprensión de los procesos de significación involucrados en la dinámica discursiva. Para Burke las imágenes son elementos de la cultura material, y brinda indicios acerca de los comportamientos, formas de vida y construcciones simbólicas de sistemas intangibles producidos por la cultura, territorio cada vez más ganado por las redes sociales en la actualidad.

Por otra parte, el problema de la imagen involucra necesariamente la relación estrecha e indisoluble con el medio. Según Belting (2012), imagen y medio son dos caras de una misma moneda: “las imágenes que fundamentan significados, que como artefactos ocupan su lugar en cada espacio social, llegan al mundo como imágenes mediales” (Belting, 2012). El autor se esmera en hacer la distinción entre la imagen corporalizada, y el término imagen en su concepción más amplia; que abarcaría lo imaginario, interno y las construcciones simbólicas de distintos tipos. Otro intento de hacer esta diferenciación, que se hace necesaria para este estudio, lo hace Mitchell, al distinguir *pictures* e *images* (Mitchell, citado por Belting, 2012: 19), pero dado que en la lengua madre de Belting (alemán) como en español, esto se hace imposible, seguiremos su postura de referirnos a las imágenes como “medializadas para su representación”, en lo que compete a este trabajo, dejando fuera de la discusión (al menos por lo que se refiere al tema a desarrollar), las demás posibles acepciones.

Sin embargo, el proceso de percepción, al que podríamos referirnos como “interpretación” (Morris, 1985), “construcción de sentido” o “significación”, desnuda la necesaria consideración de las imágenes internas como parte de dicho proceso, dado que por más que se supongan de naturaleza individual, ayudan a construir al mundo de manera colectiva, “lo que supedita a la percepción a una forma determinada de época” (Belting, 2012). Esta cuestión se refuerza cuando hablamos de “medios”, que no solo detentan cualidades físico-técnicas, sino que refieren a su contexto socio histórico, sobre todo si adherimos a la idea de que los medios de las imágenes no son ajenos a éstas.

Lo dicho actúa como puerta de entrada a los análisis sobre la imagen cuya materialidad (medio) está en los medios digitales. Las redes sociales, vidrieras donde se expone la mayor cantidad de imágenes de la actualidad, son evidencia de la fascinación tecnológica que se tiene por las mismas (sino basta con observar la proliferación de autorretratos manipulados algorítmicamente por los softwares de los teléfonos inteligentes).

El medio, siguiendo a McLuhan, es entendido como una extensión del cuerpo, que ya no tiene referente en la mecanización tecnológica, sino que se ha entrelazado al mensaje a tal punto que ha modificado la forma de percibir

y pensar dichos mensajes dentro de la cultura:

Todos los medios nos vapulean minuciosamente. Son tan penetrantes en sus consecuencias personales, políticas, económicas, estéticas, psicológicas, morales, éticas y sociales, que no dejan parte alguna de nuestra persona intacta, inalterada, sin modificar. El medio es el masaje. Ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan de ambientes (McLuhan, 1967).

3. Imagen en Redes Sociales: Remediaciones y retóricas

Scolari (2008, 2009), propone la concepción de la multimedialidad como una hibridación, más allá de “una yuxtaposición de medios en una sola pantalla”. Esta hibridación en algún punto disloca nuevamente la relación de la imagen con el medio, pero agregando una problemática nueva: en el caso de la fotografía, particularmente, es imposible dejar de referirse a la génesis de su aspecto óptico de la cámara analógica, y al revelado en papel, incluso se producen “filtros” que simulan los defectos, ruidos, y desgastes propios de sus orígenes técnicos. Siguiendo a Scolari, afirmamos que la introducción de un nuevo medio no causa necesariamente la eliminación de los que le preexisten. La comprensión del funcionamiento de esta hibridación, y de las posturas existentes, son fundamentales para el estudio de la imagen política, que se funda sobre los cimientos de los medios tradicionales, apelando a las lógicas de las plataformas digitales.

En este sentido, hay dos posturas actuales respecto a cuál es el funcionamiento de estas hibridaciones. Primeramente, nos vamos a referir al concepto de “remediación” o “contaminación entre interfaces” (Bolter y Grusin, 2000, citado e Scolari, 2009). Esta postura en la que se retoman las ideas de McLuhan, los investigadores hablan de “la representación de un medio dentro del otro” (mencionábamos más arriba, el uso de filtros que remiten los orígenes analógicos de la fotografía, por ejemplo).

Retomando el punto de partida antropológico, se habla de situaciones de transparencia u opacidad en relación con la evidencia o patencia de un medio dentro del otro. Se considera que hay “trasparencia” cuando el medio desaparece, representando directamente la realidad, ocultado su dispositivo. Cuando el medio se vuelve evidente, es opaco y emerge “por encima” del contenido. Las redes sociales son un ejemplo clarísimo de este fenómeno de opacidad. Incluso la idea misma de transparencia es muchas veces una simulación consiente dentro de las redes sociales.

Si llevamos esta situación nuevamente al territorio de este estudio, el de las narrativas políticas a través de la imagen fotográfica, encontraremos que un ejemplo clarísimo se da en la presencia de funcionarios y candidatos políticos, en toda clase de perfiles disponibles, utilizando los códigos propios del medio, que paradójicamente, favorecen la proliferación y circulación de recursos para la construcción del discurso político (Colombo, 2019).

Esta situación que propicia estos procesos es nuestra propia cultura hipermedia, en la que se multiplican los medios, pero al mismo tiempo se quieren borrar las huellas de las mediaciones. La *world wide web* es

obviamente el territorio en donde se están desarrollando estos procesos por excelencia. Según Scolari (2009) “la web remeda otros medios y estos, a su vez la remedan”. Estas convergencias que se propician por la conjunción de diferentes tecnológicas (como el teléfono, la televisión y la computadora), atestiguan la hibridación de diferentes comportamientos, sociales, económicos y técnicos. En el territorio de las narrativas políticas en medios digitales, podemos encontrar procesos de remediación, vinculados a las convergencias que se dan entre prácticas que llamaremos “tradicionales” (comunicación en vía pública, medios impresos, televisión y radio), y los usos que se les da en las redes sociales. Comprobaremos más adelante, que la fotografía conserva sus raíces estilísticas y estrategias compositivas, pero que, a su vez, en la vorágine de la comunicación en redes sociales, se han opacado sus orígenes analógicos, para consolidarse, ya a estas alturas como un lenguaje propio del medio.

Otra perspectiva posible, surge de la incapacidad de pensar en simultáneo, la convergencia de varios medios. Para Fagerjord (2003), la teoría de las remediaciones se reduce a intersecciones binarias, entendiendo que el entramado que se produce es mucho más complejo. El autor postula la idea de convergencia retórica (o convergencia semiótica) “[que] enfatiza cómo diferentes estilos y sistemas de signos se combinan en complejos textos y significaciones, selecciones a cargo del lector y procesos semióticos” (Fagerjord, 2003, citado por Scolari, 2009). Esta perspectiva, deja incluso la puerta abierta para las diferentes taxonomías de las figuras que pudieran emerger de este entramado. Dadas las características de la comunicación en redes sociales, este punto de vista puede resultar enriquecedor. En este sentido, la idea monomediática de la imagen fotográfica estaría reclamando una visión más compleja que dé cuenta de las funciones y roles que cumple.

Una perspectiva que resulta complementaria es la de la “Retórica Constructivista” (Pujante Sánchez, 2016; Pujante Sánchez y Morales López, 2013) que concibe a la práctica discursiva “como un medio de construir nuestra realidad social: la creación, emisión y transmisión de discursos moldean nuestros conceptos (e ideas, ideologías, símbolos y representaciones socioculturales) de los que nos rodea, construyendo su identidad y la nuestra” (Arnáiz, 2016). A partir de la observación de imágenes del Gobernador Valdés, demostraremos la forma en la que el funcionario construye identidad a partir de uso de figuras retóricas, posicionándose como líder político y diferenciándose de sus adversarios.

Eliseo Verón, en “el discurso político” (1985), establece los parámetros que hemos tomado como referentes para la comprensión de la imagen fotográfica política. La trascendencia de este escrito radica en la comprensión de los escenarios que el político/candidato debe poder construir para establecer las condiciones de producción de su discurso. En este sentido, Verón (1985) establece que el enunciador posee tres destinatarios. Aquellos que le son afines, los que se oponen a su prédica, y los indecisos. Desde esta perspectiva, el discurso político siempre implica un enfrentamiento entre actos de enunciación, y el uso de imágenes visuales resulta por demás eficiente dada la potencia que las caracteriza.

4. Los aspectos sintácticos de la imagen: el texto del relato

El “poder” de la imagen, (Marín, 2009) es uno de los fundamentos que sostienen el sentido de este trabajo. Su importancia, por demás probada en las diferentes constelaciones de la comunicación, se ha consolidado con renovada importancia y trascendencia en los estudios sobre redes sociales. La imagen además de poder ser abordada desde la relación del Signo con el objeto (Peirce, 1974), como un hipoícono, (cuestión que no abordaremos puntualmente en este escrito), se constituye en fundamento, por su condición de re-presentación, que le brinda la capacidad de “hacer existir” diferentes realidades.

Otro campo de estudio, estrechamente ligado a las problemáticas aquí abordadas, es el de la sintaxis de la imagen. Un escrito fundacional en este aspecto es el de Dondis (1997), quien se enfoca en la visión compositiva relacional de los elementos constitutivos de la imagen. Su trabajo está muy ligado a aspectos de la teoría de la Gestalt, y responde a una visión del término supeditada a la construcción de sentido desde aspectos más bien pedagógicos. Por otra parte, Aumont (1992) dedica especial atención a la construcción de las imágenes, partiendo de las posibilidades bio-físicas de los sujetos que perciben, continuando con las capacidades neuro-motrices y cognitivas, para concluir en los elementos constitutivos específicos. Aumont considera las nociones de “espacio” –concreto o abstracto-, modos de visión, tamaño de la imagen, planos, encuadre, marco, punto de vista y tiempo. Esta visión de la problemática del estudio de la imagen de forma integral, con respecto a su sintaxis, es fundacional. Autores como Joan Costa (2003), han retomado esta tradición teórica, llevando los conceptos al campo del diseño.

Desde otro punto de vista, consideramos lo estudiado por Barthes (1986) que reflexiona acerca de las condiciones denotativas y connotativas de la fotografía. El autor afirma que más allá de los aspectos denotativos que le son propios, la connotación se infiere “a partir de ciertos fenómenos que tienen lugar en el nivel de la producción y de la recepción del mensaje”. Esta cuestión implica que el público no solo “percibe” sino que “lee”, estableciéndose una suerte de “búsqueda relacional” con referentes previos, expresados según Barthes en “códigos”. En cuanto a los procedimientos de connotación, entendida como una imposición de un segundo sentido al mensaje fotográfico, se construye en diferentes niveles de producción de la fotografía. En este punto, a los aspectos técnicos compositivos antes mencionados por otros autores aquí citados, Barthes le suma cuestiones como truaje, pose, objetos, fotogenia, esteticismo y sintaxis. Véase que, para el autor, ésta última dimensión forma parte del entramado estructural complejo de la configuración de la imagen.

Finalmente, debemos considerar los aspectos específicos que encuadran este estudio desde su particularidad, que son las comunicaciones políticas en redes sociales. Antes de las redes sociales, los actores políticos ya comprendían que debían establecer relaciones estrechas con los medios. Los procesos de mediatización, según Gallardo Paúls y Enguix Oliver (2016), culminan en lo que denominan política mediatizada, que se caracteriza por el rol que asumen los actores políticos en la esfera pública, construyéndola. Afirman que los medios no son “el cuarto poder” sino el lugar en donde se crea

el poder. Por esta cuestión se les exige que se adapten a las lógicas de los medios masivos, interiorizándolas, de ahí que aparezca el concepto de campaña permanente (Blumental, 1980, citado en Gallardo Paúls y Enguix Oliver, 2016), dado que el acceso a los medios se torna en una estrategia fundamental de gobierno.

5. La narrativa de la imagen del Gobernador Valdés

En el complejo universo de clasificaciones posibles de redes sociales, existen páginas que nuclean más allá de la figura del funcionario (perfil), otros conceptos ligados a los procesos de gestión de gobierno que se constituyen como unidades dinámicas, capaces de soportar contenidos de diversas índoles y, por tanto, que persiguen diferentes objetivos. La figura del funcionario, en estos casos, está ligada estrechamente a los actos de gobierno y a los escenarios físicos (lugares concretos, destinos turísticos) y culturales (construcciones simbólicas e imaginarios colectivos), del entorno que gobierna. Una estrategia que sirve para aglutinar estos complejos sistemas comunicativos es brindarle una “personalidad” –un perfil propio– a la sede en donde se ejercen las funciones, por ejemplo, el caso de la “Casa Blanca” (edificio del poder ejecutivo de Estados Unidos), “Casa Rosada” (edificio del poder ejecutivo, Argentina) o del “Gobierno de Corrientes”. Este estudio se enfoca en el registro de las apariciones del Gobernador de la Provincia de Corrientes Gustavo Valdés, quien asumió en 2018, en la página de la red social Facebook, antes mencionada.

La instancia de documentación consistió en capturar las publicaciones que incluyen fotografías del Gobernador mediante el uso de la aplicación denominada “Instantánea” perteneciente al entorno *Apple*, y mediante la función “Impresión de Pantalla” del entorno *Windows*. Las capturas solo se enmarcaron en la publicación puntual, obviando en entorno total de la interface por considerarlo irrelevante. Cada captura tenía incluida la fecha en la que fue publicada. Los registros fueron hechos a partir del mes de marzo hasta diciembre de 2018 y luego los meses de mayo y junio de 2019. Es llamativo el hecho de que, en la primera parte del estudio, solo hubo un registro total de seis fotografías que protagoniza el gobernador, mientras que, en el segundo período estudiado, en torno a las elecciones de renovación de cámara, la cantidad de apariciones es mucho mayor.

Las fotografías capturadas, se sometieron a un exhaustivo escrutinio que asocia, desde el punto de vista teórico y metodológico, las posturas de observación de la imagen para comprender los procesos de connotación, propuestos por Aumont (1992), Costa (2003) y Barthes (1986). Estos resultados se combinaron con aquellos que observan el contexto socio histórico: un grupo de imágenes proviene de la época en la que se inicia su gobierno, y el segundo grupo de imágenes corresponde a un evidente contexto de campaña política, que consolidaría su poder en las cámaras de diputados y senadores provinciales.

Gustavo Valdés, asume el cargo de gobernador luego de una seguidilla de dos períodos consecutivos de cuatro años cada uno, desde 2009 a 2017, ocupados por Ricardo Colombi, quien hubiera consolidado su fortaleza

política en los ocho años de su gobierno. Valdés, llega al poder bajo la tutela de su antecesor. Al momento de su asunción, la opinión pública lo percibía como un “guardián” de la silla de Colombi, hasta las siguientes elecciones. Es en este momento en el que poco a poco, se ve obligado a construir una imagen más sólida, formada a partir de elementos significantes de la composición, y por los aspectos simbólicos, social y culturalmente arraigados en la cultura correntina, respetuosa del caudillaje, ligado a la tradición ancestral del respeto y devoción hacia los grandes terratenientes, que han gobernado durante siglos la provincia, sin importar el color político.

En coherencia con lo propuesto por D’Adamo y García Beaudoux (2016), el gobernador tuvo que comenzar a armar su relato de gobierno, “su novela de poder”. En este caso, no se funda a partir de antagonismos (como se puede observar de manera regular), sino que se teje a partir de la consolidación de su figura como la de un verdadero líder, quien vela por los valores e intereses de los correntinos.

En cuanto a las características compositivas de las imágenes analizadas procederemos a describir los resultados a los que hemos arribado.

En primer lugar, podemos observar una marcada tendencia a utilizar el ángulo contrapicado, con excepción de la foto del 15 de mayo de 2018, en la que el ángulo es normal. El uso de este ángulo, ampliamente explotado en el cine, pone al personaje en una situación de escala mayor en relación con los otros actores o componentes de la imagen. Valdés se construye como el líder de los diferentes destinatarios de su discurso: se posiciona por sobre su gabinete (su círculo más íntimo y de mayor adhesión), por sobre “el pueblo” que acude a su toma de posesión del mando, colocándose en primer plano por delante de un colectivo desdibujado en forma de textura -dada la diferencia de escala- y por sobre públicos indefinidos, en los demás casos.



Imagen 1. Cumpleaños del gobernador (15/10/2018)
<https://web.facebook.com/corrientesgob/>
Capturada el 20/03/2019

Los encuadres, generales, casi siempre retratan al gobernador de cuerpo completo. El ambiente, determinado por la iluminación y otros elementos ligados al color y las texturas, generalmente tienden a un tipo de atmósfera natural, con excepción del 15 de mayo, en la que la luz cálida, remite a un ambiente cerrado e íntimo de la reunión de gabinete. El hecho de que se opte por un ambiente “abierto” y “natural” en la mayoría de los casos, connota la idea de “apertura” hacia las cuestiones del pueblo y la cercanía con éste.



Imagen 2. Reunión de gabinete (15/05/2018)
<https://web.facebook.com/corrientesgob/>
Capturada el 20/03/2019

Los marcos y encuadres tienen la particularidad de estar delimitados en tres de los casos por la arquitectura del contexto (15 de octubre, 26 de septiembre y 6 de marzo de 2018). Quizás este sea el recurso más llamativo, porque los elementos arquitectónicos elegidos estratégicamente, tienen la particularidad de ser monumentalistas, es decir que por el tipo de estilo (el capitel con columnas de la comisaría y el estilo renacentista de la Casa de Gobierno de Corrientes, por ejemplo) se equipara la figura con la escala general. El caso particular del 6 de marzo implica no solo una excepción en cuanto este aspecto, sino también en cuanto a la rotación del encuadre, ligeramente corrido del eje ventral de la composición. La posición del personaje (Gobernador Valdés), en la mayoría de los casos se ubica a la derecha de la imagen. Esta configuración asegura que el peso visual recaiga sobre la misma, dándole mayor jerarquía dentro de la composición.



Imagen 3. Inauguración comisaría N°22 (26/09/2018)
<https://web.facebook.com/corrientesgob/>
Capturada el 20/03/2019



Imagen 4. Inauguración comisaria Itati (06/03/2018)
<https://web.facebook.com/corrientesgob/>
 Capturada el 23/07/2018

En el segundo set de imágenes, correspondiente al periodo de campaña, las reglas del juego cambian notablemente. Por ejemplo, en la inauguración de otra comisaría, en el tiempo cercano a las elecciones, el plano de la imagen (general), la posición del gobernador en la composición (a la izquierda) y su protagonismo (totalmente desplazado por la figura del sacerdote), modifican radicalmente la forma en la que se relata el suceso, en comparación con las lógicas anteriores.



Imagen 5. Inauguración de comisaría (15/05/2019)
<https://web.facebook.com/corrientesgob/>
 Capturada el 04/10/2019

El gobernador recurre a construcciones simbólicas de cercanía y paridad con el pueblo, a partir de los recursos compositivos utilizados. Los ángulos se invierten, y los planos se re-encuadran: esto provoca la sensación de intimidad con los personajes que forman parte de la fotografía, un ciudadano anónimo está a la misma altura del gobernador. Si antes era retratado en una posición de superioridad con respecto al “pueblo”, ahora se fotografía en un abrazo fraternal (19 de mayo de 2019, inauguración de equipamiento para el Banco de sangre de Mercedes).

En ese mismo contexto, los demás personajes de la fotografía, que antes aparecían de espaldas, desenfocados u ocultos al ojo de la lente, se ven con total claridad, todos sus rostros son reconocibles.

Las narrativas construidas también se transforman en historias de éxito y felicidad. Se recurre a la idea de “selfie” con los trabajadores de una planta (22 de mayo de 2019), quienes posan sonrientes junto a Valdés. El relato está construido por un observador externo tipo “dios”, quien capta la escena por fuera de los personajes. No se publica el retrato de la “selfie”, sino la historia de que el gobernador “se sacó” una *selfie* con los trabajadores.

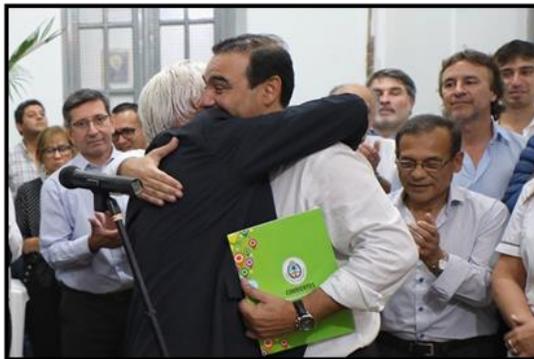


Imagen 6. Inauguración de equipamiento para el Banco de sangre de la ciudad de Mercedes, Corrientes (19/05/2019)
<https://web.facebook.com/corrientesgob/>
Capturada el 04/10/2019



Imagen 7. Visita a la construcción de la planta de Biomasa de Gobernador Virasoro, Corrientes (22/05/2019)
<https://web.facebook.com/corrientesgob/>
Capturada el 04/10/2019

Ya en un territorio de lleno abocado a los clásicos relatos de campaña, la niñez y la familia cobran una relevancia notoria. En la fotografía del 24 de abril de 2019, Valdés se inclina hacia una fila de escolares, para golpear sus manos. La diagonal generada por el brazo provoca una fuerte sensación de vínculo de estrechez con los infantes que le sonríen alegres. Lo notorio es que es difícil comprender la presencia de esos niños en el contexto del

acontecimiento relatado, ya que se trata de la inauguración de enripiados de una ruta.

La foto del 28 de mayo, que corresponde a la entrega de unas viviendas a familias de la ciudad de Mercedes, se convierte en el corolario de la estrategia de construcción de la imagen. La familia está en un primer plano, y el Gobernador se encuentra en la parte posterior, alejado y desenfocado. El eje protagónico es la familia correntina, representando el bienestar y la felicidad de todas las demás familias de la provincia. El gobernador observa la escena como un padre orgulloso, que ve progresar a su gente.



Imagen 8. Inauguración de obras de enripiado y drenaje, Ruta N°6, Paraje El Pollo, Corrientes (24/04/2019)
<https://web.facebook.com/corrientesgob/>
 Capturada el 04/10/2019



Imagen 9. Entrega de viviendas, Mercedes, Corrientes. 28/05/2019
<https://web.facebook.com/corrientesgob/>
 Capturada el 04/10/2019

6. Conclusiones

Los elementos compositivos (trucaje, pose, objetos, fotogenia, esteticismo y sintaxis) determinan los procesos de construcción de los enunciados políticos, en términos de Verón (1985). En el período cercano a su asunción al mando, Valdés se representa como un líder cuya jerarquía está retratada por medio de la escala de su figura siempre “por encima” de los

demás actores. Los recursos (exagerados, evidentes) reúnen las características de efecto e inmediatez propios de las redes sociales, logrando con éxito evocar códigos conocidos y familiares para los diferentes públicos. Si tuviéramos que caracterizar el tropo retórico al que se recurre por excelencia, podríamos decir que se trata de la hipérbole. En cambio, en la época ligada al contexto de la campaña electoral, recurre al paralelismo y en varios casos a la paralipsis.

En este punto, pudimos verificar empíricamente la relación estrecha entre los recursos gráficos-visuales que se constituyen como el texto de la imagen, en tanto enunciación, con los elementos retóricos del relato. Siguiendo los análisis de Colombo (2019), esta situación tiene sus particularidades en las redes sociales, escenario en el cual la fotografía de funcionarios públicos se liga casi de forma natural con los relatos de vida, la intimidad y la narración en primera persona. Si bien es cierto que las estrategias del gobernador Valdés no apelan a su intimidad y se resumen estrictamente a sus funciones públicas, no deja de verificarse la condición de medio-imagen inseparables que mencionábamos con anterioridad. Ya no podemos separar a la fotografía de su relación con la red social en la que se pública, en este caso el medio es opaco.

Retomando lo planteado por David Pujante, esta situación puede ser vista desde la retórica constructivista:

Los modos estético-figurativos expresan aspectos que escapan a la expresión. Porque el lenguaje tropológico es el apropiado a la subjetividad de las ideas humanas. El lenguaje emotivo, es anterior al racional. Todos y cada uno de los procedimientos tropológicos y figurales, tal y como los conocemos, provienen de la teoría retórica y serán un préstamo para la teoría del lenguaje literario, teoría que en ningún caso plantearon las poéticas antiguas. Se hace, por tanto, difícil aceptar la separación total del lenguaje estético-literario con respecto al resto de lenguajes estético-figurativos (en el caso que nos ocupa, el lenguaje tropológico y figurativo de los discursos retóricos, es decir, de los discursos sociales con intención persuasiva) (Pujante Sánchez, 2018: 18).

Por otra parte, la retórica de lo político recurre a la “escenificación del liderazgo”, en este caso de estudio pudimos corroborar las características que Valdés quiere asumir como líder, en un momento, empeñado en consolidar su legitimidad como gobernante, y en el otro como un líder amigo del pueblo, al nivel de los ciudadanos (D’Adamo y Beaudoux, 2016).

Es indiscutible que la imagen se lleva todo el protagonismo del relato. Su condición de adalid de las redes sociales allana el camino para un entendimiento natural y unívoco de los componentes de su narrativa, que interpelan a los usuarios en un territorio propicio para la construcción de imaginarios políticos, debido a su permeabilidad y amplia penetración.

Referencias

- AUMONT, J. (1992). *La Imagen*. Paidós.
- BARTHES, R. (1986). *Lo Obvio y lo Obtuso. Imágenes, Gestos, Voces*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- BELTING, H. (2012). *Antropología de la Imagen*. Buenos Aires: Katz Editores.
- BURKE, P. (2005). *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Crítica.
- BRUNER, J. (2013). *La Fábrica de Historias. Derecho, literatura, vida*. Segunda Edición. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- COSTA, J. (2003). *Diseñar para los Ojos*. Segunda edición. Bolivia: Grupo Design.
- COLOMBO, N. (2019). "Narrar a través de las imágenes: algunas reflexiones sobre semiosis, narrativa y lo político en relación con el uso de las redes sociales". *Revista Chilena de Semiótica* (11), 84-100.
- COLOMBO, N. Gayoso, R y Venturini, B (agosto, 2018). "Narrativas políticas en redes sociales del Chaco: una aproximación a la configuración de actores políticos, acciones y situaciones en los perfiles de Facebook". En IV Congreso Internacional y VI Encuentro Iberoamericano de Narrativas Audiovisuales. Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Argentina.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Guadalajara: CALAS Maria Sybilla Merian Center.
- McLUHAN, M. y. (1967). *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Nueva York – Londres – Toronto: Bantam Books.
- MORIN, E., & Ciruana, E. y. (2002). *Educación en la era Planetaria. El pensamiento complejo como método de aprendizaje en el error y la incertidumbre humana*. Valladolid: UNESCO.
- MORRIS, C. (1985). *Fundamento de la teoría de los signos*. Barcelona: Paidós.
- PUJANTE SÁNCHEZ, D. (2018). *La Construcción discursiva de la Realidad en el marco de la Retórica. La retórica constructivista*. Murcia, España: Murcia: Universidad de Murcia, Editum.
- BEAUDOUX, O. D. (2016). "Acerca de la Construcción de los relatos políticos". *La Revista de ACOP*, 1-4.
- ARNÁIZ, S. M. (2016). "Podemos: discurso retórico, juego de tronos, redes sociales. Construyendo nuevas identidades políticas". *Opción*, vol. 32, núm. 12, 2019-2043.
- LÓPEZ, D. P. (2013). "Discurso político y retórica: los eslóganes del 15-M". *Language, Discourse, & Society*, vol 2, núm 2, 32-59.
- OLIVER, B. G. (2016). *Pseudopolítica: el discurso político en las redes sociales*. Valencia: Departamento de Teoría de los lenguajes y ciencias de la comunicación, Universitat de Valencia.
- PEIRCE, C. S. (1974). *La ciencia de la semiótica* (Vol. 2). Buenos Aires: Nueva

Visión.

SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

___ (2009). “Alrededor de las Convergencias. Conversaciones Teóricas, divergencias digitales y transformaciones del sistema de medios”. *Signo y Pensamiento*, 54, pp. 44-55.

Datos de las autoras

Ludmila Maia Strycek es Docente e investigadora de la Universidad Nacional del Nordeste y de la Universidad de la Cuenca del Plata (Argentina). Adjunta a cargo (regular) de la cátedra de Sociología de la Imagen; Docente (regular) de las cátedras de Historia del Diseño Gráfico 1 y 2; Docente (regular) de la cátedra de Metodología de la Ciencia Aplicada al Diseño, carrera de Diseño Gráfico Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional del Nordeste. Titular de las cátedras de Semiótica y Taller de Elaboración de Trabajo Integrador Final, Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia, Universidad de la Cuenca del Plata. Titular de la cátedra de Semiología en la Licenciatura en Publicidad, Universidad de la Cuenca del Plata. Titular de la cátedra de Crítica y Producción de estéticas para la moda, Licenciatura en Diseño de Indumentaria y textil, Universidad de la Cuenca del Plata.

Natalia Cardeli es Docente e investigadora de la Universidad Nacional del Nordeste. Jefe de Trabajos Prácticos de Sociología de la Imagen, carrera de Diseño Gráfico Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional del Nordeste.