

La construcción de las adhesiones políticas a través de las imágenes

Las estrategias visuales en las elecciones legislativas de 2021 en C.A.B.A. y Provincia de Buenos Aires



Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación y Diseño (IICCOD)
Facultad de Ciencias de la Comunicación - UCES

Equipo de investigación

- **Director:** Lic. Germán Rosso
- **Integrantes:** Carolina Álvarez Kalinec, Camila Di Martino, Lucía Gianninoto, Abril Laveaga Zonino, Julieta Ratti y Julián Szlain.
- **Inv. externa:** Lic. Silvana Galeano Alfonso

Planteamiento del problema

- Renovado interés por las imágenes en el campo académico de las ciencias sociales y humanas.
- Debilitamiento de los lazos partidarios y creciente personalización de la política
- El voto se encontraría orientado por la “imagen” de los candidatos y no por la adscripción a un programa o tradición partidaria de pertenencia
- La efectividad de las imágenes suele darse por sentada, lo cual impide un análisis de los mecanismos visuales involucrados

Objetivos generales

- Aportar a la comprensión de los vínculos políticos a partir de la indagación del rol de las imágenes en la construcción de adhesiones hacia candidatos, partidos y movimientos.
- Estudiar las estrategias visuales empleadas por los principales candidatos de las elecciones legislativas de 2021 en la Provincia de Buenos Aires y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Hipótesis principal

- Las adhesiones, obligaciones y fidelidades políticas pueden ser comprendidas como **afinidades o complicidades culturales** establecidas entre los esquemas subjetivos de percepción y apreciación de los actores sociales y el repertorio de formas de presentación pública, elementos visuales y recursos simbólicos encarnado por un líder, un partido o un movimiento en el campo político.

Marco teórico

- Sistemas clasificatorios, eficacia simbólica y *estética disposicionalista* (Bourdieu)
- Repertorios partidarios (Vommaro), formas de presentación de sí (Goffman) y fotogenia (Barthes)
- *Pathosformeln* (fórmulas expresivas) (Burucúa; Joschke; Santos)

Estrategia metodológica

- Estrategia metodológica cualitativa dividida en dos momentos:
 1. Análisis iconográfico de un corpus compuesto por imágenes producidas en el marco de las elecciones legislativas de 2021
 - Puesta en serie e interpretación de figuras motivos y fórmulas visuales
 - Distinción entre invariantes y variaciones (estrategias)
 - Modelo paradigmático
 2. Realización de grupos focalizados desde una perspectiva interpretativa
 - Modalidad *online* sincrónica
 - Carácter exploratorio: cuatro grupos de entre seis y diez participantes
 - Grupos homogéneos de acuerdo a la edad y la orientación política
 - Muestreo intencional por bola de nieve

¡Muchas gracias!

Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (2014). Fotogenia electoral. En *Mitologías*. Buenos Aires: Siglos XXI.
- Bourdieu, P. (2001). *¿Qué significa hablar?* Madrid: Akal.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2013). *Manet, Une revolution symbolique*. Paris: Seuil.
- Burucúa, J. E. (2001). Después del holocausto, ¿qué? (1ª parte). *Ramona*, 24, 3-14.
- Castoriadis, C. (2013). *La institución imaginaria de la sociedad*. Buenos Aires: Tusquets.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Joschke, C. (2012). ¿Para qué sirve la iconografía política? *Perspective*, 1, 187-192.
- Santos, F. (2008). Aby Warburg. Nachleben de un páthos. 6º Jornadas Nacionales de Arte en Argentina, La Plata.
- Vommaro, G. (2016). Contribución a una sociología política de los partidos. Los mundos sociales de pertenencia y las generaciones políticas de PRO. En G. Vommaro y S. D. Morresi (Coords.), *“Hagamos equipo”. PRO y la construcción de la nueva derecha en Argentina*. Polvorines: UNGS.