

PROMESA Y NEGATIVIDAD

El mensaje electoral en las redes sociales

Rocío Annunziata, Andrea Ariza y Valeria March
(compiladoras)



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
CEAP
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA

.UBAsociales

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

PROMESA Y NEGATIVIDAD

El mensaje electoral en las redes sociales

Rocío Annunziata, Andrea Ariza y Valeria March
(compiladoras)



centro de estudios en

CEAP

ciudadanía, estado y asuntos políticos

.UBAsociales

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Promesa y negatividad : el mensaje electoral en las redes sociales / Rocío Annunziata ... [et al.] ; compilación de Rocío Annunziata ; Andrea Ariza ; Valeria March. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2021.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-88-1827-6

1. Democracia Representativa. 2. Partidos Políticos. I. Annunziata, Rocío, comp. II. Ariza, Andrea, comp. III. March, Valeria, comp.

CDD 324.7

Agradecimientos

Las compiladoras de este libro desean agradecer a Ignacio Pehuén Romani, quien generosa y tenazmente diseñó la aplicación en la que se apoyó esta investigación; a Gabriel Vommaro, Martín D'Alessandro y Mario Riorda, quienes en jornadas académicas o en conversaciones informales hicieron comentarios que contribuyeron a mejorar nuestro trabajo y dejaron su huella en la versión final; a Sebastián Mauro, quien animó y respaldó esta publicación.

ÍNDICE

- 5 **Introducción. Las formas contemporáneas del mensaje electoral.** *Rocío Annunziata*
- 34 **Capítulo 1. Promesas de unidad: la campaña en las redes sociales de Alberto Fernández.** *Rocío Annunziata y Sofía Torres*
- 68 **Capítulo 2. El nuevo contrato social de ciudadanía responsable.** *Andrea Ariza, Valeria March e Iael Spatola.*
- 97 **Capítulo 3. Entre la propuesta y la promesa: el giro discursivo de Mauricio Macri.** *Andrea Ariza y Valeria March*
- 128 **Capítulo 4. En busca del peronismo perdido. La promesa en las redes de Miguel Ángel Pichetto.** *Victoria Toledo, Marisa Ardizzone y Sergio Altieri*
- 152 **Capítulo 5. El programa de estar en contra. La negatividad en el mensaje electoral de Nicolás del Caño.** *Victoria Toledo, Marisa Ardizzone y Sergio Altieri*
- 184 **Capítulo 6. Roberto Lavagna: la promesa tecnocrática.** *Matías Barbieris*
- 205 **Capítulo 7. La escucha como mensaje: apuntes sobre los mensajes electorales de Horacio Rodríguez Larreta y María Eugenia Vidal.** *Andrea Ariza y Valeria March*
- 231 **Conclusión. La campaña en las redes: estrategias de comunicación y mensaje electoral en las presidenciales de 2019 en Argentina.** *Rocío Annunziata y Sofía Torres*
- 250 **Sobre las autoras y los autores**

CAPÍTULO 2.

El nuevo contrato social de ciudadanía responsable

Andrea Ariza, Valeria March e Iael Spatola

1. Introducción

Cristina Fernández fue, sin dudas, una de las figuras más relevantes de la campaña electoral presidencial de 2019. La ex presidenta y poseedora de una extensa carrera política¹ cumplió un rol fundamental en el armado del Frente de Todos, espacio que resultaría vencedor en la contienda. El anuncio de la fórmula Fernández-Fernández realizado por la vicepresidenta en mayo de 2019 fue el acontecimiento político más relevante de la campaña electoral. Su decisión de elegir a Alberto Fernández como el candidato a presidente del Frente y su postulación como candidata a vicepresidenta cambió el escenario político del año 2019 y despejó las dudas sobre el rol de Cristina Fernández en las elecciones. El anuncio de la fórmula Fernández-Fernández produjo reordenamientos en todo el arco político. Por un lado, su alianza con Alberto Fernández hizo que este sumase el apoyo político del kirchnerismo, mientras que habilitó la incorporación de sectores representados por el peronismo que por diversas cuestiones se habían alejado de la figura de la ex presidenta. Por otro lado,

1. Cristina Fernández se desempeñó como diputada en la provincia de Santa Cruz (1989-1995), convencional constituyente de la Nación Argentina (1994), diputada nacional por la provincia de Santa Cruz (1997-2001), senadora nacional por Santa Cruz (2001-2007), presidenta de la nación (2007-2015) y senadora nacional por la provincia de Buenos Aires (2017-2019).

el oficialismo incorporó al senador Miguel Ángel Pichetto como candidato a vicepresidente. Luego de la derrota de Daniel Scioli en 2015, las elecciones de 2019 aparecían como la primera posibilidad del kirchnerismo de recuperar el poder gubernamental y de demostrar que aún podía ser competitivo. A su vez, Juntos por el Cambio² se enfrentaba al desafío de buscar la reelección presidencial de Mauricio Macri en medio de un contexto económico de estancamiento (Reina, 2019). La estrategia electoral de utilizar la polarización política no tardó demasiado en delinarse, ya que parecía posible conformar una mayoría electoral a partir de la unión de los sectores antipáticos a la figura de Cristina Fernández de Kirchner. La imagen del kirchnerismo como una tragedia pasada y una amenaza futura funcionaba a la perfección desde esta lógica. Pero, como veremos, y tal como sostiene Reina (2019) esta estrategia no fue exitosa, debido a que CFK se desplazó del centro de la escena al postular como candidato a presidente a Alberto Fernández, por lo tanto, al entonces oficialismo le resultó más arduo polarizar con el candidato a presidente. Por otro lado, la fórmula presidencial del Frente de Todos se presentó como la opción política que buscaría el consenso y la unidad ante un oficialismo que buscaba dividir.

En el espacio digital, Cristina Fernández es una de las dirigentes políticos que más seguidores tiene en las tres redes sociales analizadas. En Facebook cuenta con 2,5 millones de seguidores, mientras que en Twitter esta cifra asciende a casi 6 millones de seguidores (5.943.937), por último, Instagram es la red social en la que posee menor cantidad de seguidores: 1.290.152 seguidores. Su presencia en las redes sociales data del año 2010, cuando se unió a Twitter y Facebook. Por lo tanto, la elección del año 2019 no es la primera elección en la que las redes sociales de la vicepresidenta hayan cumplido un rol como medio de campaña. Sin embargo, tal como hemos observado, el uso de las redes sociales por la candidata fluctúa de acuerdo al momento político. Es decir, la vicepresidenta utilizó, durante el año 2019, de forma más intensiva las redes en los momentos más álgidos de la campaña. Este artículo tiene como objetivo analizar la campaña electoral desplegada por la candidata a vicepresidenta por el Frente de Todos en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram entre el 1 de junio y el 27 de octubre de 2019 e identificar el tipo de mensaje electoral construido. Como hipótesis de trabajo sostenemos, en primer lugar, que la campaña electoral de Cristina Fernández de Kirchner estuvo centrada en la presentación de su libro “Sinceramente” y fue en estas presentaciones que Fernández desplegó su mensaje electoral.

2. Juntos por el Cambio o JxC era una ampliación de la coalición política Cambiemos, ganadora de las elecciones presidenciales del año 2015.

Los discursos efectuados en dichos actos fueron el contenido primordial de sus publicaciones en redes sociales. CFK no generó contenido exclusivo para redes sociales, pero estas cumplieron un rol fundamental como herramienta de difusión.

En segundo lugar, observamos que el mensaje electoral desplegado por la candidata a vicepresidenta por el Frente de Todos tuvo como punto de partida un diagnóstico económico y social del país negativo, a partir del cual enuncia una promesa denominada “contrato social de ciudadanía responsable”. Este contrato consiste en una alianza transversal de la clase política y la ciudadanía, que demanda la participación y el esfuerzo de todos los sectores políticos, económicos, sociales y ciudadanos para superar la crisis económica y social que CFK observa. Es en este sentido que la *promesa* es su principal mensaje electoral y sus temas predominantes se refieren al *proceso electoral*, a la *economía* y a la *educación y cultura*. Como veremos, el rol de CFK fue sumamente importante al inicio de la campaña, ya que organizó el escenario electoral. En el mes de mayo se desarrollaron dos acontecimientos que impactaron en el escenario político de los meses siguientes: la presentación de su libro “Sinceramente” en la Feria Internacional del Libro y el vídeo que difundió a través de sus redes oficiales el 18 de mayo de 2019 donde anunció la fórmula presidencial. Estos dos acontecimientos marcaron los mensajes y publicaciones que luego desplegó en sus redes sociales y que estuvieron en línea con la campaña llevada adelante por su candidato a presidente, Alberto Fernández.³ De este modo, el artículo tomará como punto de partida dichos acontecimientos para luego describir y analizar los mensajes desplegados en sus redes sociales.

2. Momentos iniciales y definatorios de la campaña

Tal como mencionamos anteriormente, Cristina Fernández tuvo un rol clave en los primeros meses del año 2019, primeros momentos de la campaña electoral. Esta importancia se evidencia en dos acontecimientos: el lanzamiento y la presentación de su libro “Sinceramente” y la difusión del vídeo de anuncio de la fórmula.

En este apartado analizaremos con detenimiento estos dos momentos —la presentación de su libro y el video de anuncio de la fórmula— ya que representan los íconos más destacables de la campaña de la vicepresidenta

3. Tanto Alberto Fernández como CFK mantuvieron líneas similares de campaña en sus redes sociales, pero haciéndose eco de sus diferentes estilos. Cada uno cumplió su rol dentro de la fórmula. Para más información sobre la campaña de Alberto Fernandez puede consultar el artículo sobre él en este volumen.

y en ambos el rol de las redes sociales fue fundamental. La presentación de su libro fue el acontecimiento que marcó su presencia en la escena electoral y la difusión de su video en el que anunció la fórmula fue el inicio de una estrategia personal de repliegue y silencio. Ya que a partir de allí, la figura de Alberto Fernández tuvo un fuerte avance y CFK se ubicó en un espacio secundario acorde a su rol de candidata a vicepresidenta (Secul Giusti, 2019). Este corrimiento de su figura se combinó con las presentaciones de “Sinceramente” que sirvieron como actos de campaña de CFK, en los cuales desarrolló sus principales lineamientos y promesas electorales. Así, CFK utilizó las redes sociales como plataforma de comunicación de sus presentaciones y emuló, al igual que en la campaña de 2011, un discurso broadcast (Slimovich, 2016).

2.1 Presentación de “Sinceramente” en la Feria del libro

CFK realizó la presentación de su libro “Sinceramente” en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires el 9 de mayo de 2019.⁴ Fue un acto masivo que contó con la participación de dirigentes políticos y sociales, militantes y ciudadanos⁵ y fue transmitida en vivo por sus tres redes sociales. Los sectores militantes, esperaban que en esta presentación anunciara su candidatura, pero eso ocurrió días después.

En esta presentación, a la que le siguieron muchas más, la ex presidenta dio un discurso de alrededor de cuarenta minutos donde explicó las motivaciones que la llevaron a escribir el libro, destacó el papel de Alberto Fernández en la escritura y brindó breves pero importantes diagnósticos y definiciones sobre la situación en la que se encontraba la Argentina, así como el papel que tenía que tener la dirigencia y la ciudadanía de cara al cercano escenario electoral.

En esta presentación CFK anunció por primera vez la necesidad de un nuevo pacto social, sostuvo en esta línea que el libro no buscaba confrontar sino que era una reflexión sobre los argentinos y que su objetivo era interpelar a todos: a las dirigencias políticas, sociales, sindicales, culturales. En síntesis: interpelar a la sociedad en su conjunto. CFK expresó en el libro que buscaba transmitir vivencias y experiencias sobre lo que le tocó vivir y lo que estaban viviendo todos los argentinos. Fernández sostuvo que el

4. La fecha fue especialmente elegida por CFK, ya que el 9 de mayo se conmemoró un aniversario de su casamiento con Néstor Kirchner.

5. Diario La Nación (9 de mayo de 2019). “Así fue el minuto a minuto de la presentación del libro de Cristina Kirchner”. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/politica/la-presentacion-del-libro-decristina-kirchner-minuto-nid2246267>

libro era observado por ella como un instrumento que aportaba a la discusión y los debates de los ciudadanos, una herramienta que partía de su experiencia donde había dolor, aciertos y errores.

De esta forma, CFK se mostraba por un lado por fuera del pueblo, como una líder que tenía responsabilidad por la situación en la que se encontraba el país; y, por otro, como parte de él, como una ciudadana común que vivenciaba en carne propia los impactos de las políticas públicas llevadas adelante por Mauricio Macri. Este vaivén permanente entre la simetría y la asimetría con el pueblo es una particularidad del discurso peronista según de Ipola (1983).

Además, en este acto la entonces senadora nacional expresó que la situación económica del país le resultaba preocupante ya que afectaba la calidad de vida de toda la sociedad. Al tiempo que manifestó la necesidad de evitar la confrontación y expuso la necesidad de generar espacios de información y debate sobre las políticas sociales y económicas que se llevaron a cabo durante su presidencia y sobre las cuales un sector de la sociedad estaba en desacuerdo. Sostuvo que su aporte se basaba en contribuir a estos debates y discusiones para que todos los argentinos puedan construir algo diferente y que esto lleve a una mejor situación económica y social.

El núcleo de su discurso estuvo en su apelación reiterada a la necesidad del esfuerzo de todos para llevar adelante un gran acuerdo político y social que incluyera a todos y todas los argentinos y argentinas, con metas verificables, cuantificables, exigibles. Este pacto lo definió como un “contrato social de ciudadanía responsable” y pasaría a estructurar toda su campaña de aquí en más. Definió primeramente a este contrato como la necesidad de involucrar y generar el compromiso a todos los sectores de la sociedad. Este acuerdo permitiría establecer las bases del crecimiento económico.⁶

Esta presentación en la Feria Internacional del Libro fue la primera de muchas. CFK recorrió diversas localidades del país con su libro “Sinceramente”. Por ejemplo, el 46% de sus publicaciones de Instagram del período analizado corresponden a presentaciones del libro en diferentes lugares del país, tales como Santiago del Estero, Chaco o Santa Cruz. Estos actos de presentación funcionaron como actos de campaña, permitiéndole a la candidata reunirse con sus seguidores, expresar sus ideas y

6. Esta transversalidad expuesta por CFK desde el principio de la campaña es posible rastrearla en el discurso de asunción de Néstor Kirchner el 25 de mayo de 2003, donde manifestó “La Argentina contemporánea se deberá reconocer y refundar en la integración de equipos y grupos orgánicos () Se necesitará mucho trabajo y esfuerzo plural, diverso y transversal a los alineamientos partidarios”.

consideraciones sobre la situación actual del país. Además, en estos actos destacó los triunfos que tuvo su espacio político en sacar adelante al país en un pasado, y el particular rol que tuvo Alberto Fernández en la salida de esa crisis. Asimismo hizo mención al gobierno de Néstor Kirchner. Sus perfiles en redes sociales funcionaron como difusores centrales de estos actos —retratando momentos del antes, durante y después de los encuentros a través de imágenes y videos—, resultando así que gran parte de sus publicaciones se refieren a ellos.

2.2 Anuncio de la fórmula presidencial

El 18 de mayo, unos días después de la presentación de “Sinceramente”, se difundió en redes sociales una de las definiciones más importantes de la campaña de 2019. Desde sus cuentas oficiales y a través de un video subido a su plataforma de Youtube, CFK anunciaba la fórmula del Frente de Todos: Fernández - Fernández.

El video de 13 minutos contaba con la voz en off de la ex presidenta y contenía diversos elementos. Por un lado, incluía reflexiones sobre su rol en la política nacional, tanto en el pasado como en el presente. También ofrecía un diagnóstico sobre la situación socio-económica que estaba atravesando el país, y de la cual hacía responsable al oficialismo. Y por último presentaba a Alberto Fernández como su candidato, haciendo un llamado a todo su espacio político a acompañar esta fórmula.

Le he pedido a Alberto Fernández que encabece la fórmula que integramos juntos, él como candidato a presidente y yo como candidata a vice, para participar en las próximas elecciones Primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias. Las famosas P.A.S.O. Alberto, a quien conozco, ya desde hace más de 20 años, y es cierto, con quien tuvimos diferencias. Tan cierto como que fue jefe de gabinete de Néstor durante toda su presidencia y lo vi junto a él decidir, organizar, acordar y buscar siempre la mayor amplitud posible del gobierno.

Este fragmento fue la frase que más protagonismo adquirió en el escenario político y en los medios de comunicación. La elección de Alberto Fernández como candidato a presidente sorprendió a propios y ajenos de la política. Asimismo, este fragmento deja al descubierto la centralidad del protagonismo de CFK en la política argentina, ya que ella es quien *elige* a su candidato a presidente. Casi podríamos decir que es inédito que el candidato a vicepresidente elija quién lo acompañará en la fórmula y haga el

anuncio correspondiente. No es un dato menor que se mencionen las diferencias que tuvieron a lo largo del tiempo Alberto y CFK, ya que permite mostrar la importancia de la unidad en pos de un bien mayor y la madurez política de la ex presidenta.

Sin embargo, el vídeo también presenta diversos pensamientos de la ex presidenta sobre su rol en la política nacional y la actuación que debía tener la coalición electoral en adelante para intentar solucionar el estado económico y social en el que se encontraba la Argentina.

En primer lugar, en cuanto a su rol en la política, CFK destacó dos aspectos: por un lado, sostuvo que los cargos gubernamentales nunca fueron su principal motivación, pero que era necesario tomarlos como herramientas para llevar adelante las utopías. Por otro lado declaró que era necesario, en ese contexto político nacional, adoptar el principio del peronismo *“primero la patria, después el movimientos y, por último los hombres”* y hacerlo realidad con palabras, hechos y conductas. A partir de estas dos reflexiones, es que la ex senadora argumentó que debía aportar desde el lugar que era más útil ya que, en su comprensión del presente nacional, no había lugar para ambiciones ni vanidades personales. Sostuvo que ella podía aportar su experiencia en el cargo, si es que esta experiencia era un valor para la dirigencia política:

Alguien decía que la experiencia es un peine que te dan cuando te quedas pelado, bueno, aún tengo bastante pelo. Y una experiencia construida desde muy chica en la militancia política que tuvo como corolario el orgullo de haber sido ocho años presidente de todas y todos los argentinos. Esa experiencia no estuvo exenta de errores pero se transforma en un valor, sólo si se la toma en cuenta y se la escucha. La experiencia no es la perfección, al contrario, sirve y estimula a la comprensión.

Así y conjuntamente con la invitación a conformar un espacio político, la ex presidenta sostuvo que creía estar dando el primer paso en la construcción de una alternativa política. Manifestó que su motivación principal era la profunda responsabilidad ante la historia en la construcción de un país distinto.

La necesidad de lograr consensos aparecía como imprescindible para conformar una alianza que pudiera ganar las elecciones y también gobernar en un contexto que se imaginaba como sumamente complejo para la Argentina. Este nacimiento del Frente de Todos venía de la mano de lo que ya CFK había presentado en la Feria del Libro: el “contrato social de ciudadanía responsable”. Este contrato aparece como el primer paso que

permitirá construir un nuevo orden que habilite el crecimiento y desarrollo del país, con la colaboración de todos los sectores sociales.

Y esta fórmula que proponemos, estoy convencida que es la que mejor expresa lo que en este momento en la Argentina se necesita para convocar los más amplios sectores sociales y políticos, y económicos también. No solo para ganar una elección, sino para gobernar. Porque (...) se va a tratar de tener que gobernar una Argentina otra vez en ruinas con un pueblo otra vez empobrecido. Está claro entonces que la coalición que gobierne debe ser mucho más amplia que la que haya ganado las elecciones. Estoy convencida que este es el mejor aporte que puedo hacerle a mi país. (...) Necesitamos de hombres y mujeres que puedan gobernar una Argentina que se encuentra en situación de endeudamiento y empobrecimiento peor que la del 2001. Y que tenga la suficiente amplitud de ideas y de sectores políticos para representar con compromiso el interés nacional. Y dar respuesta a las necesidades de la gente. No se trata de volver al pasado ni repetir lo que hicimos del 2003 al 2015. Y de lo que más allá de aciertos, críticas o errores, nos sentimos muy orgullosos. Pero el mundo es distinto y nosotros también.

Dos de los aspectos más relevantes del mensaje transmitido por CFK fue la importancia que le dio a la construcción de una coalición de gobierno, que supere el momento electoral, por un lado, y la intención de demostrar que la propuesta electoral debía ser superadora de su gestión presidencial anterior. Ambos aspectos mencionados por CFK estuvieron presentes en los discursos del candidato a presidente Alberto Fernández cuando mencionó la tan sonada frase “*Vamos a volver para ser mejores*”.

Ambos aspectos adquirieron mayor relevancia cuando Cristina Fernández se refirió a la situación económica y social del país. La vicepresidenta sostuvo que los ciudadanos argentinos estaban atravesando tiempos dramáticos ya que era evidente el aumento de la indigencia, del desempleo, la inflación y el impacto que había tenido el aumento de la tarifa de los servicios públicos en la gran mayoría de la población. Asimismo, a nivel macroeconómico destacó el impacto que iba a tener en el futuro el aumento de la deuda externa en dólares. También se destacó que la situación internacional era distinta y que había que generar las condiciones económicas para que este nuevo escenario no implique una mayor dependencia de la Argentina. Este, sostuvo, es uno de los principales objetivos de la alianza electoral y de gobierno.

Tenemos los argentinos y las argentinas que tener la suficiente inteligencia y visión práctica, para que esta disputa por el poder mundial no nos arrastre a una mayor dependencia y pobreza. Tenemos que saber abordarla en beneficio de nuestro crecimiento como país y el bienestar de nuestro pueblo. Lo podemos hacer, lo sabemos hacer. Es más, tenemos que hacerlo.

Finalmente, en este video podemos encontrar un último componente vinculado al mensaje electoral desplegado por CFK. Este aspecto ya había sido presentado brevemente en su presentación en la Feria del Libro, pero es nuevamente retomado en el video y, tal como veremos más adelante, estará presente en sus contenidos publicados en redes. Este componente fue presentado por la vicepresidenta como el “nuevo contrato social de ciudadanía responsable”. Posee como base un gran pacto colectivo que incluye a todos los sectores sociales, este debe generar una mirada práctica y las bases fundamentales de un nuevo orden en el cual el crecimiento individual esté enmarcado en un proceso de crecimiento social.

Ese nuevo contrato social no es más ni menos que la búsqueda de una mirada práctica que genere una base de orden. Un nuevo orden que permita el desarrollo de las personas dentro de condiciones humanas y espirituales pero siempre en el marco de una realización social y colectiva para evitar que el esfuerzo de cada argentino y cada argentina termine siendo devorado por el egoísmo y el individualismo.

La ex presidenta sostuvo que era necesario generar consensos sobre la necesidad de los proyectos colectivos, ya que estos permiten modificar la realidad. La vicepresidenta se distanció de la idea meritocrática planteada por el gobierno de la alianza Cambiemos y destacó la importancia de asumir este compromiso en pos de un mejor país.

Tenemos que entender de una buena vez y para siempre que el descontento o enojo individual nunca modificaron el status quo. Nunca transformaron la realidad. Pero sí ese descontento adquiere etapas superiores de unidad y coordinación va a abandonar el camino de la queja para transformarse en el camino de la propuesta. Y yo quiero ser la primera en esto de ejercer el acto de responsabilidad ciudadana dejando de lado ambiciones o vanidades personales. Asumo con gran responsabilidad y compromiso este nuevo desafío, con el convencimiento absoluto que es lo mejor para nuestro pueblo y nuestra Argentina.

El contrato social de ciudadanía responsable, tal como lo planteó CFK en el vídeo, es un principio fundamental para cambiar la situación de frustración social que poseían los ciudadanos. Este contrato, sostuvo la ex presidenta, era necesario ya que el pueblo no aceptaba más “*discursos huecos ni vacíos*”, sino hechos concretos y conductas que les ordenen la vida. Y allí, sostiene que para ella gobernar implica dar respuestas, tomar decisiones que sean comprendidas, aceptadas y compartidas por la inmensa mayoría del pueblo que tengan como objetivo mejorar la calidad de vida. En este mensaje hay un gran componente de *promesa* ya que, hacia el final del video, la ex presidenta se dirigió a sus compatriotas y les pide mantener la esperanza de que un mejor país es posible y que el objetivo era llevar adelante la reconstrucción del país.

Una de las características de su campaña y del mensaje que desplegó en ella fue la persistencia sobre los mismos ejes. Dicha campaña se sostuvo principalmente en los actos de presentación de su libro “Sinceramente” a lo largo y ancho de todo el país, que tuvieron eco en las redes sociales. A diferencia de otros candidatos, la senadora no se hizo presente en los medios tradicionales de comunicación. Es por eso que en el siguiente apartado analizaremos su campaña en las tres principales redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

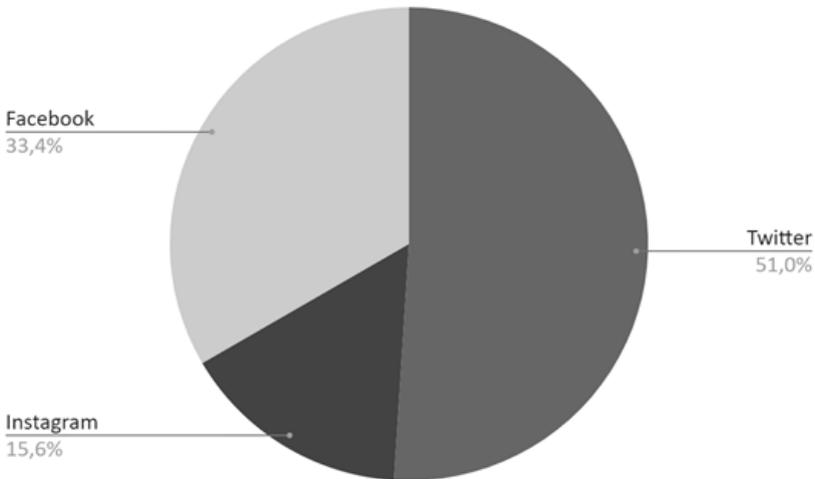
3. La campaña en las redes sociales de Cristina Fernández

En los últimos años, producto de las transformaciones en la circulación de los discursos políticos, emergió un nuevo sistema mediático (Carlón y Scolari, 2009; Verón, 2007; Carlón, 2015) en el que los discursos de los políticos en el territorio y en los medios masivos interactúan continuamente con aquellos surgidos y compartidos en las redes sociales. En Argentina, las elecciones del año 2011 inauguraron las redes sociales como un nuevo espacio en el cual desplegar la campaña electoral. A partir de ese momento, Slimovich (2018) sostiene que las redes sociales tuvieron un rol relevante en la totalidad de las campañas a nivel nacional.

Durante el período de análisis, Cristina Fernández de Kirchner publicó un total de 426 contenidos en sus tres redes sociales oficiales. La más utilizada fue Twitter, con 218 publicaciones, seguida por Facebook con 141. En último lugar encontramos Instagram, con sólo 67 contenidos publicados. Como mencionamos anteriormente, a pesar de que Cristina Fernández posee redes sociales hace aproximadamente diez años y es una de las dirigentes políticas con mayor cantidad de seguidores, en el año 2019 las redes sociales fueron utilizadas en momentos claves de la

campana electoral. Pudimos observar que Cristina no utiliza las redes cotidianamente y que los contenidos publicados en Facebook suelen ser replicados en Instagram, mientras que Twitter expone un comportamiento distinto a las dos redes antes mencionadas. Asimismo, notamos que los actos populares son las actividades por excelencia compartidas en sus redes sociales, en tanto que a diferencia de otros candidatos, no existe mucha presencia de contenidos personales o de relación uno a uno con los ciudadanos.

GRÁFICO 1. Porcentaje de publicaciones según red social de Cristina Fernández en el total del período.



Fuente: elaboración propia

Tal como señalamos, Twitter es la red preferida por CFK para transmitir sus mensajes. Un 51% de las publicaciones relevadas durante el período de análisis corresponden a esta red. Consideramos que esto se debe a que Twitter es tradicionalmente la red más política y la más utilizada para informarse sobre sucesos de actualidad. De esta manera, Twitter le brinda a CFK la posibilidad de informar directamente a quienes la siguen sobre sus pensamientos u opiniones sobre cualquier tema, sin la mediación de periodistas como en los medios tradicionales.⁷ Es importante aclarar que en

7. Secul Giusti (2019) sostiene que luego de la derrota en las elecciones legislativas de 2017, CFK comenzó a menguar su discurso público y a utilizar las redes sociales como medio de comunicación directa con sus seguidores.

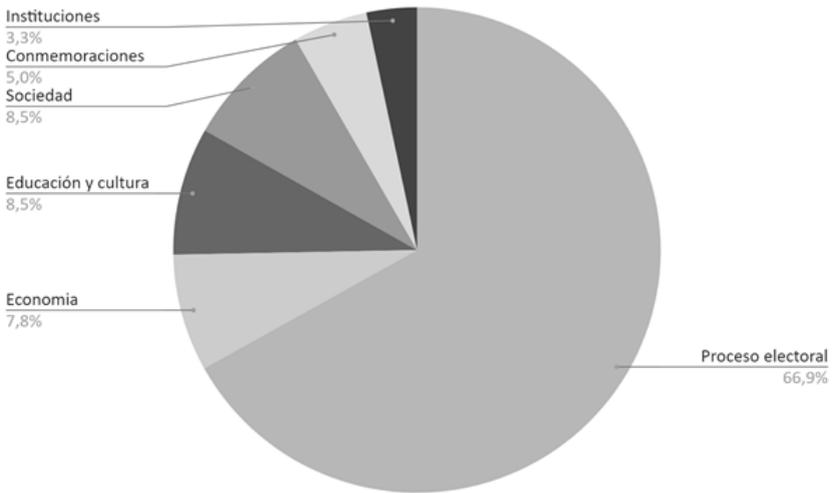
Twitter cada publicación sólo cuenta con 280 caracteres. Lo que en redes como Facebook o Instagram se puede compartir en un sólo posteo - ya que no cuentan con esta limitación - en Twitter supone varias publicaciones relacionadas - que suelen estar unidas a través de lo que se conoce como “hilo de Twitter” -. Como hemos mencionado, gran parte de las publicaciones que realizó CFK durante su campaña 2019 correspondía a la reproducción de discursos realizados durante alguna de las presentaciones de su libro. Este podría ser uno de los elementos que explique la gran diferencia que existe entre la cantidad de publicaciones en Twitter en comparación con las otras dos redes analizadas.

La campaña electoral de Cristina Fernández de Kirchner se mantuvo en los mismos ejes y tonos durante todo el período analizado. A diferencia de otros candidatos, no se produjeron cambios notables entre el período pre y post P.A.S.O. En parte, es posible que esta continuidad se deba a los buenos resultados que obtuvo el Frente de Todos en las P.A.S.O. Los temas preponderantes fueron similares (*proceso electoral, economía, etc*), y el tipo de mensaje electoral presente en sus publicaciones fue principalmente el de *promesa*. Además, hubo mayor presencia de publicaciones con contenido explícito de campaña electoral en el último período analizado. Estos resultados son esperables, ya que a medida que avanzaba la campaña cada vez más publicaciones se referían a ella.

El uso electoral que tuvieron las redes sociales es posible visualizarlo en los temas que adquirieron protagonismo. El tema *proceso electoral* representa el 66,3% de las publicaciones, es decir 282 contenidos en todo el período analizado. Cuando nos referimos a *proceso electoral*, tal como su nombre lo indica, hablamos de publicaciones sobre spots de campaña, presentación de candidatos, calendario electoral, actos políticos, entre otros. Mientras que los otros temas tuvieron cantidades mucho menores de contenidos publicados. Esto se puede observar en la tabla 1. Tal como hemos mencionado, el uso de las redes sociales de CFK fluctúa de acuerdo al momento político. El hecho de que la mayor parte de sus publicaciones se correspondan con el tema de *proceso electoral* demuestra que el momento de campaña es un tiempo de uso intenso de estas herramientas.

Un elemento interesante para señalar sobre los temas preponderantes es la poca cantidad de publicaciones referidas al tema *género*. Pese a que el año anterior había sido un tema importante en la agenda pública y parecía que iba a cobrar importancia durante la campaña electoral, finalmente, en el caso de Cristina Fernández, no fue así.

GRÁFICO 2. Distribución de temas presentes en las publicaciones de Cristina Fernández en el total del período, en porcentajes



Fuente: elaboración propia

El tipo de mensaje electoral que Cristina Fernández utilizó a lo largo de la campaña fue consistente y no se evidenciaron modificaciones en todo el periodo analizado. El mensaje más utilizado fue la *promesa* con 240 publicaciones. En segundo lugar, y a gran distancia, se encuentra la *negatividad* - 92 publicaciones-. A continuación se ubica la *escucha* -67 publicaciones-, seguida por la *propuesta* - 27 publicaciones-.

TABLA 1. Cantidad y porcentaje de publicaciones de Cristina Fernández por mensaje electoral en el total del período

Mensaje	Twitter	Facebook	Instagram	Total
Promesa	122 (55,96%)	70 (49,65%)	48 (71,64%)	240 (56,34%)
Negatividad	52 (23,85%)	30 (21,28%)	10 (14,92%)	92 (21,60%)
Escucha	33 (15,13%)	27 (19,15%)	7 (10,45%)	67 (15,72%)
Propuesta	11 (5,06%)	14 (9,92%)	2 (2,98%)	27 (6,34%)
Total	218 (100%)	141 (100%)	67 (100%)	426 (100%)

Fuente: elaboración propia

En la tabla 1 podemos observar que esta continuidad en el uso de los diferentes tipos de mensaje electoral al que hacíamos referencia se replica de la misma forma en las tres redes analizadas.

Cabe recordar que cuando hablamos de *promesa* nos referimos a aquellas publicaciones que nos remiten a un proyecto colectivo, a un rumbo de país, a valores abstractos o ideales. Con *negatividad* nos referimos a rumbos, acciones, personas o situaciones que se rechazan. Más adelante analizaremos de qué manera se materializa esta *promesa* y *negatividad* en las publicaciones de CFK.

3.1 Período Pre - P.A.S.O. (1 de junio al 11 de agosto)

En el periodo que comprende los días 1 de junio al 11 de agosto, Cristina Fernández realizó un total de 266 publicaciones en las tres redes sociales, 95 de ellas responden a contenido explícitamente electoral. La red social más utilizada fue Twitter con 133 publicaciones, seguido por Facebook con 96 y por último Instagram con 37 publicaciones.

El mensaje electoral más utilizado durante este periodo es la *promesa* con 129 publicaciones, esto representa el 48,5% del total de contenido de este periodo. En segundo lugar, se encuentra la *negatividad*, 64 publicaciones, 24,1% del contenido. En tercer lugar se ubica la *escucha* con un total de 53 publicaciones, 19,9%. Y, por último, se encuentra la *propuesta* con 20 contenidos, 7,5% del contenido.

TABLA 2. Cantidad y porcentaje de publicaciones de Cristina Fernández por mensaje electoral en el período pre P.A.S.O.

Mensaje	Twitter	Facebook	Instagram	Total
Promesa	60 (45,11%)	42 (43,30%)	27 (73%)	129 (48,50)
Negatividad	39 (29,32%)	19 (19,60%)	6 (16,21%)	64 (24,10%)
Escucha	29 (21,80%)	21 (21,64%)	3 (8,10%)	53 (19,92%)
Propuesta	5 (3,80%)	14 (14,43%)	1 (2,70)	20 (7,52%)
Total	133 (100%)	96 (100%)	37 (100%)	266 (100%)

Fuente: elaboración propia

Con respecto a los temas que tomaron protagonismo en este periodo se encuentra el *proceso electoral* con 171 contenidos, 64,3% de las publicaciones de este periodo analizado. Luego, se ubican las categorías *sociedad* y

educación y cultura con 22 publicaciones cada una. En tercer lugar se encuentra *economía* con 16 contenidos. Seguidamente se encuentran las categorías *instituciones* (14 publicaciones), *conmemoraciones* (11 publicaciones), *internacional* (3 contenidos), *acontecimiento* (3 contenidos), *vida personal* (3 contenidos) y *género* (1 publicación).

TABLA 3. Cantidad y porcentaje de publicaciones de Cristina Fernández por tema en el período pre P.A.S.O.

Tema	Twitter	Facebook	Instagram	Total
Proceso electoral	89 (67%)	55 (57,3%)	27 (73%)	171 (64,3%)
Educación y cultura	10 (7,5%)	11 (11,4%)	1 (2,7%)	22 (8,3%)
Economía	11 (8,3%)	5(5,2%)	-	16 (6%)
Sociedad	12 (9%)	5 (5,2%)	5 (13,5%)	22 (8,3%)
Conmemoraciones	3 (2,25%)	6 (6,3%)	2 (5,4%)	11 (4,1%)
Instituciones	6 (4,5%)	6 (6,3%)	2 (5,4%)	14 (5,3%)
Internacional	1 (0,75%)	2 (2,1%)	-	3 (1,1%)
Acontecimiento	1 (0,75%)	2 (2,1%)	-	3 (1,1%)
Vida personal	-	3 (3,1%)	-	3 (1,1%)
Género	-	1 (1%)	-	1 (0,4%)
Total	133 (100%)	96 (100%)	37 (100%)	266 (100%)

Fuente: elaboración propia

Con el objetivo de ilustrar nuestros datos y profundizar en las características que adquirió el mensaje electoral de Cristina Fernández, a continuación veremos algunos ejemplos representativos de este periodo.

Como mencionamos anteriormente, la unidad fue uno de los principales ejes sobre los que giró la campaña de la fórmula presidencial del Frente de Todos y es uno de los elementos constitutivos del nuevo pacto de ciudadanía responsable propuesto por la ex presidenta. Cristina Fernández había manifestado en los inicios del año 2019 la importancia de la unidad de los diversos sectores para construir una alternativa al gobierno de Mauricio Macri y para construir consensos sobre los proyectos colectivos que necesita el país - lo “importante” que señala el spot presente en la imagen 1-.

Además, la vicepresidenta rescató la continua referencia que hacían los medios de comunicación y los diversos dirigentes políticos sobre la “grieta” para destacar que, a pesar de las diferencias, entre los ciudadanos existían acuerdos en lo importante. En el spot del 4 de agosto (imagen 1) se podía oír en voz en off:

Dicen que el problema de los argentinos es que tenemos diferencias irreconciliables entre nosotros. En lo importante es mucho más lo que nos une que lo que nos separa. Este agosto nos unimos para defender lo importante.

IMAGEN 1. Publicación de la cuenta oficial de Instagram de Cristina Fernández de Kirchner, 4/8/2019.



Esta publicación es un ejemplo del tema *proceso electoral*, dado que hace referencia a “este agosto” en alusión a las P.A.S.O. A su vez, podemos catalogarlo como mensaje electoral de *promesa*.

En la imagen 2, que corresponde al tema *proceso electoral* y al mensaje *promesa*, también vemos la presencia de la unidad. Aquí la idea se expande, ya que se habla de una convocatoria amplia: “a todos los argentinos y a todas las argentinas”. El objetivo era trascender las fronteras del kirchnerismo tal como se configuró hasta 2015, buscando incluso a aquellos que no eran votantes del espacio, pero sí compartían la necesidad de un nuevo horizonte político. Los mensajes expuestos por Cristina Fernández parecían buscar configurar una fuerza de gobierno capaz de garantizar la gobernabilidad en un contexto de crisis económica.

IMAGEN 2. Publicación de la cuenta oficial Twitter de Cristina Fernández de Kirchner, 4/8/2019.



Si nos detenemos a analizar el desgrabado de este vídeo encontraremos más elementos correspondientes a la *promesa*:

Lo que la gente está necesitando es la esperanza de saber que puede haber y debe haber un tiempo mejor porque no me imagino sinceramente 4 años más con estas explicaciones, 4 años más con estas políticas, 4 años más de fábricas cerradas, de comercios que cierran. Y creo que también todos y todas vamos a tener que poner un gran esfuerzo para superar estos intentos tan terribles de enfrentamientos, de divisiones de la sociedad, del pueblo argentino, porque van a venir tiempos difíciles. Esta deuda monumental que han contraído, más que el plan Marshall, más que la deuda que se contrajo durante la dictadura militar.

Esto va a requerir de todos nosotros, de todas nosotras, un gran espíritu también de unidad nacional, de convocar a una unidad nacional independientemente de lo que digan o hagan los dirigentes. Tenemos que convocar a todos los argentinos y a todas las argentinas a una tarea que todos sabemos y todos saben no va a ser fácil, pero con la certeza sí que lo vamos a hacer defendiendo los intereses de la gente y, fundamentalmente, esto que decíamos recién, lograr que la gente vuelva a ser feliz. En definitiva, en la República Argentina, que de eso se trata, me parece. La política ¿no? volver a ser felices.

La *promesa* en CFK implica también la necesidad de un esfuerzo de todos y todas aquellos que creen en la posibilidad de un país diferente. Este proyecto común se identifica con el regreso a la felicidad, que de acuerdo con su diagnóstico fue arrebatada por las políticas llevadas adelante por el oficialismo durante los últimos 4 años. Por lo tanto, la felicidad está en el futuro, el futuro que nos propone el espacio político del Frente de Todos. Esta referencia al futuro no es casual. El tiempo en el que habla en sus publicaciones es, sobre todo, presente. Podemos verlo en algunas de las frases que utiliza, tales como “*este es nuestro tiempo*”, “*ya es tiempo de todos*”, “*un futuro para todos*”. Pero es un presente que vislumbra un futuro posible, lo cual tiene relación con la promesa, ya que habla de un proyecto común a futuro.

En otro extracto del vídeo la idea de unidad que mencionamos antes se hace extensiva también para la clase dirigente. Pese a los desencuentros y discusiones del pasado, los políticos vuelven a unirse en pos de beneficiar a la Argentina. Esto también forma parte de la promesa, del “nuevo contrato de ciudadanía responsable”, del que todos formamos parte:

Hemos podido una vez desendeudar [a] la Argentina, hacerla crecer con aciertos y con errores. Es cierto no es que acertamos con todo, también nos equivocamos. Y en definitiva, si hay que pedir disculpas porque alguien se sintió ofendido, las pedimos pero nunca le erramos en la defensa de los intereses de los argentinos, ahí acertamos siempre. Con mucha fe y mucha esperanza pese a las dificultades, estoy absolutamente convencida de que con los compañeros, las compañeras, de toda la provincia, de todo el país, los que nos habíamos distanciado y nos volvimos a juntar, porque sabemos que es mucho más importante la Argentina que nuestras diferencias... Los que por ahí privilegiamos nuestras discusiones, nuestras peleas, bueno, quiero decirles que ya nos dimos cuenta que cuando nos peleamos entre nosotros nos devoran los de afuera.

Este llamado a la unidad de la dirigencia posee algunas similitudes con la estrategia política de transversalidad, tal como lo definen Retamozo y Trujillo (2017) y la cual ha sido estudiada por otros autores como Torre (2004). La estrategia conocida como transversalidad consistió en “*la apertura a la incorporación de cuadros, sectores de partidos y movimientos sociales en una suerte de inclusión subordinada que operaba sobre los escombros del sistema de representación*” (Retamozo y Trujillo, 2017: 189). Es decir, esta estrategia se apoyó, en primer lugar, en un intento de aglutinar a sectores y cuadros pertenecientes a organizaciones políticas externas al Partido Justicialista con una orientación progresista o nacional-popular. En segundo lugar, en un llamado a sectores que habían permanecido marginados dentro del justicialismo. En tercer lugar, en una alianza con distintas élites políticas que habían llegado a los poderes locales (municipales o provinciales). Y, por último, en una inclusión de los movimientos sociales.

Este mensaje electoral de *promesa* que se constituyó sobre la base de la unidad tuvo su correlato en un mensaje de oposición a las políticas llevadas adelante por Mauricio Macri entre 2015 y 2019. Así, pudimos observar que la *negatividad* cumplió un rol interesante en la campaña electoral de la vicepresidenta. El siguiente ejemplo se refiere a este tipo de mensaje:

IMAGEN 3. Publicación de la cuenta oficial de Facebook de Cristina Fernández de Kirchner, 20/6/2019.



En la publicación de Facebook del día 20 de junio de 2019, Cristina Fernández de Kirchner destaca -en una de las presentaciones de su libro- el odio y la división que han generado aquellos que se oponen a su proyecto político. En esa misma línea señala que los problemas que atraviesa el país son graves y profundos. La *negatividad* a la que hacemos referencia tiene entonces dos vertientes: por un lado el diagnóstico negativo sobre la situación socioeconómica en la que se encuentra el país, producto de las políticas y decisiones del gobierno dirigido por Mauricio Macri. Por el otro, sobre el odio y la campaña de polarización llevada adelante desde el oficialismo. En su mayoría, la *negatividad* se vio reflejada en publicaciones del primer tipo mencionado.

Un aspecto interesante de la *negatividad* expuesta por Cristina Fernández es que los discursos en los que la *negatividad* estuvo más presente fueron en sus actos de presentación del libro, los cuales luego fueron transcritos y publicados en sus redes. Esto concuerda con lo identificado por Slimovich (2012), quien sostuvo que el espacio de la polémica está básicamente en la transcripción de discursos que sucedieron por fuera de las redes sociales.

En contraposición con la campaña de polarización que Cristina Fernández identifica en la campaña del entonces oficialismo, la vicepresidenta defiende el proyecto colectivo y propositivo y el espíritu de unidad nacional representado en la propuesta del Frente de Todos y en su contrato de ciudadanía responsable.

3.2 Periodo Post P.A.S.O. (12 de agosto a 27 de octubre)

En el periodo pos P.A.S.O., entre los días 12 de agosto y 27 de octubre, Cristina Fernández realizó un total de 160 publicaciones. En este caso la red más utilizada fue nuevamente Twitter, con 85 publicaciones. En Facebook realizó 45 publicaciones y en Instagram 30. La cantidad de contenidos explícitos alcanzó un 27,7% del total en las tres redes analizadas, lo que equivale a 35 publicaciones. Dado el buen resultado de la fórmula presidencial del Frente de Todos en las P.A.S.O. - obtuvo el 49,50% de los votos, seguido por Juntos por el Cambio con 32,93% -, Cristina Fernández decidió mantener su estrategia en las redes, ponderando los mismos temas y mensajes.

Con respecto al mensaje electoral, nuevamente el mensaje preponderante fue la *promesa*, con 111 contenidos compartidos. A continuación encontramos la *negatividad* con 28 publicaciones, la *escucha* con 14 publicaciones, y la *propuesta* con 7.

TABLA 4. Cantidad y porcentaje de publicaciones de Cristina Fernández por mensaje electoral en el período post - P.A.S.O.

Mensaje	Twitter	Facebook	Instagram	Total
Promesa	62 (73%)	28 (62,2 %)	21 (70%)	111 (69,4%)
Negatividad	13 (15,3%)	11 (24,5%)	4 (13,3%)	28 (17,5%)
Escucha	4 (4,7%)	6 (13,3%)	4 (13,3%)	14 (8,7%)
Propuesta	6 (7%)	-	1 (3,4%)	7 (4,4%)
Total	85 (100%)	45 (100%)	30 (100%)	160 (100%)

Fuente: elaboración propia

En todo este período el tema principal fue *proceso electoral*, con un total de 111 publicaciones. Los otros temas que estuvieron presentes lo hicieron en menor cantidad. En segundo lugar se ubican *economía*, con 17 publicaciones y *educación y cultura*, con 14 contenidos. A continuación encontramos *conmemoraciones* (10 publicaciones), *sociedad* (3 publicaciones), *internacional* (3 publicaciones) y *acontecimiento* (2 publicaciones).

TABLA 5. Cantidad y porcentaje de publicaciones de Cristina Fernández por tema en el periodo post P.A.S.O.

Tema	Twitter	Facebook	Instagram	Total
Proceso electoral	58 (68,23%)	27 (60%)	26 (86,68%)	111 (69,37%)
Economía	13 (15,29%)	3 (6,67%)	1 (3,33%)	17 (10,62%)
Educación y cultura	5 (5,88%)	8 (17,77%)	1 (3,33%)	14 (8,75%)
Conmemoraciones	5 (5,88%)	4 (8,88%)	1 (3,33%)	10 (6,25%)
Sociedad	3 (3,52%)	-	-	3 (1,87%)
Internacional	1 (1,17%)	1 (2,23%)	1 (3,33%)	3 (1,87%)
Acontecimiento	-	2 (4,45%)	-	2 (1,27%)
Total	85 (100%)	45 (100%)	30 (100%)	160 (100%)

Fuente: elaboración propia

A continuación, veremos algunos ejemplos de este período. Tal como se desprende de las tablas presentadas, podemos observar que los principales elementos que vimos en el período pre P.A.S.O. se mantuvieron también en esta nueva etapa de la campaña.

La imagen 4 corresponde a una publicación del cierre de campaña en Mar del Plata. En este caso volvemos a encontrar elementos de *promesa*. Allí podemos observar que el nuevo contrato de ciudadanía responsable conlleva ciertas convicciones comunes, entre ellas el significado de la Patria y del Estado. Estos valores abstractos están fuertemente asociados a la tradición peronista y al primer kirchnerismo. En los mensajes expuestos por la candidata a vicepresidente, se busca materializar una idea de Patria, que no es algo lejano o simbólico, sino una construcción cotidiana. Por lo tanto, es una tarea que está en nuestras manos. Del mismo modo, el Estado no aparece como un actor ajeno a las preocupaciones de los argentinos, sino más bien como un igualador de diferencias, como una herramienta para el cambio social.

En contraposición al macrismo y a la lógica neoliberal en general, el nuevo contrato de ciudadanía responsable apela a un significante colectivo. En la construcción simbólica de lo que representa la Patria, el Estado o la ciudadanía se busca interpelar a un sujeto colectivo. Esto difiere de la interpelación a un sujeto individual, propia del neoliberalismo. En esta misma línea, en los mensajes de promesa de CFK encontramos imágenes y videos que muestran movilizaciones con banderas argentinas, visualizando una ciudadanía diversa a partir de la puesta en escena de ciudadanos de distinta edad y género. Estos ciudadanos representados se encuentran alegres, unidos y movilizados a partir de una causa común.

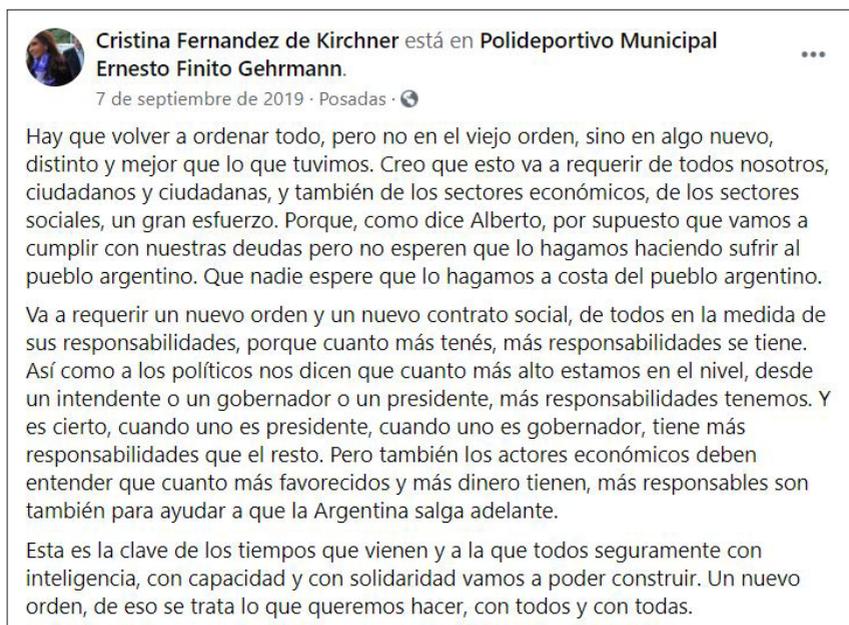
IMAGEN 4_Publicación de la cuenta oficial Twitter de Cristina Fernández, 24/10/2019.



En sus publicaciones Cristina apela a valores y creencias que refuerzan la identidad política peronista (y kirchnerista). A diferencia de lo que presenta Mauricio Macri, las bases de la identidad política construida por Cristina están relacionado a los postulados históricos peronistas, a los logros del kirchnerismo entre los años 2003 y 2015 y aunque presenta oposiciones a ciertas posiciones (como los gobiernos neoliberales, los militares, etc.), ésta no representa el eje central de la identidad expuesta en sus redes sociales. Nos parece interesante resaltar que desde el Frente de Todos se construye una identidad política positiva, es decir, no simplemente por oposición a algo sino a favor de ciertos valores y creencias, tales como la unidad, la importancia del trabajo, un estado presente, etc.

Asimismo, Cristina Fernández enfatizó constantemente la necesidad de volver a ordenar todo luego de la última experiencia neoliberal que encabezó Mauricio Macri. Ese nuevo orden que aparece como promesa constante en el mensaje en redes de Cristina Fernández es *“algo nuevo, distinto y mejor de lo que tuvimos”*. Asimismo, esto se vincula con la frase que hizo popular Alberto Fernández durante la campaña: *“Volver para ser mejores”*.

IMAGEN 5. Publicación de la cuenta oficial de Facebook
de Cristina Fernández, 7/9/2019



Esta convocatoria a conformar un nuevo orden fue una propuesta que atravesó al escenario político y social transversalmente y que evocó a un primer momento kirchnerista en el cual, como sostiene Dagatti (2013), se evocaron ideales y no doctrinas, inspirados en una axiología que debía de funcionar como soporte de un entramado colectivo en recuperación. De esta forma, hubo una convocatoria plural al arco político, pero también a los ciudadanos, que tuvo como base la recuperación económica del país y de la calidad de vida de los ciudadanos con una confrontación dirigida a esta última experiencia neoliberal.

Esta confrontación la podemos observar en los mensajes que clasificamos bajo la categoría de *negatividad* y qué sucede otra vez en una presentación de su libro. En la imagen 6, se puede observar la publicación de Instagram de Cristina Fernández del día 14 de octubre de 2019, donde recuperó un fragmento del discurso expresado en la presentación de su libro en la ciudad de El Calafate.

IMAGEN 6. Publicación de la cuenta oficial de Instagram
de Cristina Fernández, 14/10/2019



Aquí la *negatividad* se asocia a las políticas económicas y financieras del gobierno de Cambiemos, en especial al endeudamiento. La cuestión de la deuda externa pedida al FMI fue algo recurrente en su diagnóstico negativo sobre la situación del país. Sobre esto, la candidata realiza un contrapunto con su gestión y con las ideas que defiende el Frente de Todos. Cristina Fernández expresó continuamente su preocupación por la deuda contraída y el destino que el gobierno nacional le dio a ese dinero.

Muñoz y Retamozo (2012) sostienen que el kirchnerismo estabilizó sentidos y configuró, tanto en sus discursos como en sus prácticas, una promesa que centró su mensaje en la re-significación del Estado como garante de la inclusión y reparador de los daños sociales, provocados por el neoliberalismo, en el marco de una evocación nacional-popular. Esta caracterización del Estado como reparador de los daños del neoliberalismo es identificado en los contenidos publicados por CFK. Así, podemos ver diversos ejemplos de este tipo de contenidos en sus redes.⁸

También, como parte de esta promesa que pone al Estado como garante de la inclusión y reparador de los daños sociales mencionada por Muñoz y Retamozo (2012), CFK destacó la necesidad de establecer mecanismos gubernamentales que ejerzan control sobre los gobiernos neoliberales. Estos mecanismos de control estatal permitirían por ejemplo examinar el uso del dinero otorgado por el Fondo Monetario Internacional a la gestión Macri. Estos mecanismos, según Cristina Fernández, evitarían el ciclo continuo de endeudamiento y desendeudamiento al que ha asistido la Argentina en las

8. En su publicación de Twitter el 27 de julio de 2019, por ejemplo, CFK apuntó contra el gobierno de Mauricio Macri y lo caracterizó como capitalistas con objetivos puramente individuales.

últimas décadas. Además, resaltó que el futuro gobierno debía indagar el fin último que tuvo la deuda contraída con el organismo internacional.

Dos aspectos son necesarios de destacar en esta publicación. En primer lugar, a diferencia de otras publicaciones donde hace un diagnóstico económico y social negativo, en esta publicación nombra de forma explícita a Macri. En segundo lugar, en esta publicación podemos observar que se etiqueta a Alberto Fernández. Pese a seguir líneas similares de campaña, sólo compartieron algunos actos juntos y CFK lo etiquetó pocas veces. Por ejemplo, durante la totalidad del periodo analizado, Cristina Kirchner mencionó en su cuenta oficial de Twitter a Alberto Fernández un total de 13 veces.

4. El nuevo contrato social de ciudadanía responsable

La vicepresidente remarcó que el gobierno de Cambiemos y la situación económica y social en la que dejó al país debían servir como aprendizaje para conformar un nuevo pacto social en el que participen la mayoría de los sectores económicos, políticos y sociales del país y en la que cada uno de ellos asuma responsabilidades. Esto nuevamente permite identificar un regreso a una estrategia de transversalidad desplegada en los primeros años del kirchnerismo. Esta búsqueda de la transversalidad no se agota solo en el deseo de armar un frente electoral que triunfe en las elecciones sino que también porta una pretensión de instituir un nuevo orden que reorganice a la sociedad argentina. Además, se pone en práctica un relato de reparación social, ya presente en otros discursos del kirchnerismo tal como afirman Muñoz y Retamozo (2012). Un ejemplo de esto lo podemos encontrar en sus contenidos. El 11 de junio publicó en su cuenta de Instagram:

Se exige por parte de todos y de todas una actitud nueva, un acuerdo también en las reglas de convivencia. Los argentinos y las argentinas vamos a tener que aprender a convivir con nosotros mismos, respetándonos, y no insultándonos porque pensamos diferente. Estamos a tiempo los argentinos y las argentinas de mirar lo que nos pasó, de mirar lo que nos está pasando, y a partir de allí poder construir una mirada común, lo que no quiere decir pensar igual, pero sí llegar a acuerdos básicos sobre las cosas que nos permitan volver a pensarnos con un país con futuro para nosotros y para nuestros hijos. Este es mi compromiso.

Tal como se deriva de su diagnóstico económico y social, la ex presidenta manifestó que la Argentina se encontraba en una situación de caos en el aspecto económico y social y sostuvo que era necesario volver a ordenar

todo. Según la vicepresidenta era necesario restablecer el orden, pero este debía ser un nuevo orden, distinto de su gestión anterior como presidenta y mejor que aquel. Este nuevo orden, y tal como mencionamos con anterioridad, debía partir de un acuerdo entre los ciudadanos y requería de un gran esfuerzo de todos: el nuevo contrato de ciudadanía responsable. Si bien CFK en ningún momento define explícitamente qué significa para ella un “ciudadano responsable”, a partir de su discurso se deduce que bajo esta denominación busca igualar a todos los sectores sociales que creen que un país diferente es posible. A su vez esto implica que los “ciudadanos responsables” son aquellos dispuestos a dejar de lado sus ambiciones personales por el bien común, representado en ciertos acuerdos básicos necesarios para superar la actual crisis económica y social. Esto no supone que todos los ciudadanos deban pensar de la misma manera, sino estar comprometidos a participar de este esfuerzo colectivo para volver a crecer como país.

En las publicaciones en las que hizo referencias a la situación económica y social del país, CFK desplegó su oposición al gobierno de Mauricio Macri y respondió, breve e indirectamente,⁹ a los comentarios desdeñosos de la alianza opositora. CFK rechazó los dichos y acciones del gobierno y se distanció de la imagen que ellos intentaron asociarle. De esta manera, podemos resaltar una atenuación de su discurso, modificando la actitud confrontativa que la caracterizó en el pasado y con la cual la caracterizan en la gestión macrista. Secul Giusti (2019:59) afirma que “*el silencio de Cristina se consagró como una constante de respuesta tras la victoria de Alberto Fernández en las P.A.S.O., y funcionó como estrategia para enajenar a una gestión neoliberal que necesitaba sofocar la turbulencia auto-inducida*”. De esta manera, CFK se corrió del eje y se situó en un área de prudencia que descolocó al macrismo. Este tono más conciliador se vinculó a la propuesta política de unidad y acuerdo presentada por la coalición.

Tal como mencionamos, la *promesa* fue el tipo de mensaje electoral sobre el cual giró su campaña. La *promesa* desplegada en sus publicaciones responde a un proyecto colectivo, a un rumbo de país, al que sólo es posible llegar a través de la unidad. El Frente de Todos es un ejemplo de esto. Este proyecto conjunto resalta la importancia de los acuerdos colectivos y la necesidad de llegar a un consenso entre sectores plurales que contribuyan a solucionar los problemas a los que se enfrenta el país. La principal característica de la *promesa* es la unidad, tanto de la dirigencia como del pueblo argentino como un intento de cerrar la grieta que caracterizó al país en los últimos años. Esta unidad es catalogada como algo alegre y apela a un sujeto

9. En sus publicaciones no hizo mención directa de Mauricio Macri o de otros miembros del gobierno de Cambiemos, aunque sí hizo referencia a los mismos a través del carácter temporal, con frases como “*en los últimos años*”, “*en el último tiempo*”.

colectivo, tal como se vislumbra en las publicaciones de los actos de campaña -donde suelen ser protagonistas también las banderas argentinas-. La importancia que le otorgan a la unidad y al consenso está vinculado a un diagnóstico negativo con respecto al estado económico del país.

En ese sentido, es una *promesa* cargada de *negatividad*, su oposición al gobierno de Macri es muy importante para definir su postura. La *promesa* adquiere un aspecto más realista cuando menciona la situación del país, es una *promesa* que no prevé un futuro inmediato ordenado en lo económico, es decir menciona que para llegar al destino que se busca es necesario mucho esfuerzo, mucho trabajo y no va a ser fácil. El diagnóstico que presenta en sus publicaciones es claramente negativo, tanto sobre la situación económica como política actual del país y de los últimos años (correspondientes al gobierno de Macri). Luego de estos diagnósticos suele concluir mostrando un horizonte posible para la sociedad en su conjunto.

Así, fue la idea de “contrato social de ciudadanía responsable” la que funcionó como *promesa* electoral en tanto constituyó un lazo político con el elector y presentó las principales conceptualizaciones que posee CFK de cara al cargo que pretende ocupar.

Referencias bibliográficas

- De Ipola, E. (1983): *Ideología y discurso populista* (Vol. 3). Buenos Aires: Folios Ediciones.
- Montero, A. S., y Vincent, L. (2013): “Del “peronismo impuro” al kirchnerismo puro”: la construcción de una identidad política hegemónica durante la presidencia de Néstor Kirchner en Argentina (2003-2007)”, en *Revista POSTData, Revista de reflexión y análisis político*. Vol.18 (1), pp. 123-157.
- Muñoz, M. A., y Retamozo, M. (2012): “Kirchnerismo: gobierno, política y hegemonía”. En *VII Jornadas de Sociología de la UNLP, Argentina en el escenario latinoamericano actual: Debates desde las ciencias sociales*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología. La Plata, 2012.
- Reina, A. (2019): “Polarización, crisis y debates presidenciales. Notas sobre la campaña electoral Argentina del 2019”. *Revista Más poder local*, (39), pp. 34-36.

- Retamozo, M., y Trujillo, L. (2019): “El kirchnerismo y sus estrategias políticas en Argentina: Desde la transversalidad hasta Unidad Ciudadana. Izquierdas”, (45), pp. 185-214. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50492019000100185>
- Secul Giusti, C. (2019): “Silencio y acción: Cristina Fernández en la campaña presidencial de 2019”. *Revista Hologramática*, Año XVI, Vol. 2 (31), pp. 55-62.
- Slimovich, A. (2012): “El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri”. en Carlón, M. y Fausto Neto, A. (Comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*, Buenos Aires: La crujía. pp. 137-154.
- Slimovich, A. (2016): “Política y redes sociales en Argentina. El caso de los candidatos presidenciales de 2011 en Twitter”. *Revista Signo y Pensamiento*, vol. 35(68), pp. 86-100.

Fuentes

- Canal oficial de Youtube de Cristina Fernández: <https://www.youtube.com/channel/UCT8Moh9ZCUvUwbTf00ZiYsg>
- Cuenta oficial de Facebook de Cristina Fernandez: <https://www.facebook.com/CFKArgentina/>
- Cuenta oficial de Twitter de Cristina Fernandez: <https://twitter.com/CFKArgentina>
- Cuenta oficial de Instagram de Cristina Fernández: <https://www.instagram.com/cristinafkirchner/>