

“Sinceramente”: la campaña electoral de Cristina Fernández de Kirchner en 2019¹

Andrea Ariza*

Valeria March**

Iael Spatola***

Resumen

En este artículo nos proponemos realizar un análisis de la campaña electoral desplegada por la candidata a vicepresidenta de Argentina, Cristina Fernández, entre mayo y octubre del 2019. Para ello examinamos las principales ideas-ejes desplegadas en su presentación del libro *Sinceramente*, el video de anuncio de la fórmula presidencial y en sus tres redes oficiales

¹ Este artículo presenta resultados de una investigación en equipo llevada a cabo en el Proyecto PICT 2016-0768 financiado por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Técnica (ANPCYT).

* Becaria Doctoral UBACyT. Doctoranda de la Facultad de ciencias sociales, UBA. Investigadora miembro del proyecto PICT-2016-0768 y del proyecto UBACyT 20020150100147BA. Docente de la materia Comunicación Institucional (UNAB). Correo electrónico de contacto: andrea.ariza93@gmail.com

** Maestranda de la UNTREF. Investigadora miembro del proyecto PICT-2016-0768 y del CEAP-FSOC-UBA. Correo electrónico de contacto: valeria.r.march@gmail.com

*** Becaria estímulo EVC-CIN. Investigadora miembro del proyecto PICT-2016-0768 y del CEAP-FSOC-UBA. Correo electrónico de contacto: spatola.iae@gmail.com

Código de referato: SP.290.LV/21

<http://dx.doi.org/10.22529/sp.2021.55.05>



STUDIA POLITICÆ  Número 55 primavera/verano 2021/2022 pág. 109-138

Recibido: 23/06/2020 | Aceptado: 23/03/2021

Publicada por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
de la Universidad Católica de Córdoba, Córdoba, República Argentina.

Facebook, Twitter e Instagram. Nuestra hipótesis asume que su campaña electoral estuvo centrada en la presentación de su libro y fue en estas presentaciones que Fernández desplegó su mensaje electoral. Este estuvo compuesto por un componente personal-político, uno político-electoral, un diagnóstico económico-social y una promesa (contrato social de ciudadanía responsable). Además, en el desarrollo de su campaña y en el despliegue de este mensaje, las redes sociales cumplieron un rol fundamental. La investigación se basa en la elaboración de un archivo de las publicaciones y en el posterior análisis de contenido. Finalmente, concluimos destacando las especificidades de su mensaje.

Palabras clave: elecciones – campaña electoral – Cristina Fernández – contrato social – Argentina

Abstract

In this article we propose to carry out an analysis of the electoral campaign deployed by the candidate for Vice President of Argentina, Cristina Fernández, between May and October 2019. To do this we examine the main ideas-axes deployed in her book presentation, the video of announcement of the presidential formula and on its three official social networks Facebook, Twitter and Instagram. Our hypothesis assumes that her electoral campaign was centered on the presentation of her book *Sinceramente*, and it was in these presentations that Fernández displayed her electoral message. This was made up of a political-personal component, a political-electoral component, an economic-social diagnosis and a promise. In addition, in the development of their campaign and in the deployment of this message, social networks played a fundamental role. The research is based on the preparation of an archive of the publications and subsequent content analysis. Finally, we conclude by highlighting the specificities of the electoral message.

Keywords: Elections – Electoral campaign – Cristina Fernández – Social contract, Argentina

Introducción

Las elecciones del año 2019 representaban la primera oportunidad del kirchnerismo de recuperar el poder gubernamental luego de la derrota de Daniel Scioli en el año 2015. A su vez, la alianza Cambiemos afrontaba la segunda elección desde que Mauricio Macri asumió la presidencia de la nación. En esta, Macri disputaba la posibilidad de ser reelecto como presidente. Reina (2019) sostiene que la elección del año 2019 presentaba

un escenario singular para el gobierno de la alianza Cambiemos ya que tenía como desafío ganar la elección presidencial con una economía estancada. Dado el contexto, Cambiemos apostó a la polarización política como principal estrategia electoral ya que asumieron que era posible agrupar una mayoría electoral a partir de la agrupación de los sectores antipáticos a la figura de Cristina Fernández de Kirchner (en adelante CFK) y presentar al kirchnerismo como la tragedia pasada y la amenaza futura.

Sin embargo, según Reina (2019), esta estrategia de polarización no fue sumamente exitosa ya que su principal alianza opositora presentó como candidato a presidente a Alberto Fernández lo que debilitó la táctica de polarización oficial.

Esta novedad en el escenario electoral la presentó CFK el 18 de mayo de 2019, cuando publicó en sus redes sociales oficiales un video que reveló la fórmula. Esta estaba compuesta por Alberto Fernández² como candidato a presidente y CFK como candidata a vicepresidenta. Este video representó el punto de partida de la campaña del *Frente de Todos* y, tal como veremos más adelante, este acontecimiento no solo presentó al candidato a presidente, sino que también lo ungió de legitimidad. Asimismo, la candidatura presidencial de Fernández habilitó una amplia unificación del partido. CFK cumplió un rol fundamental en la conformación de este espacio y fue una de las figuras más relevantes de la campaña electoral 2019.

Este artículo realiza un análisis de la campaña electoral desplegada por la candidata a vicepresidenta de Argentina, CFK, entre mayo y octubre del año 2019. Para ello examina la presentación del libro *Sinceramente*, el video de anuncio de la fórmula y sus tres redes sociales Facebook, Twitter e Instagram. El objetivo es identificar y analizar los principales elementos desplegados durante la campaña electoral 2019.

La presencia de CFK fue clave en la construcción de poder y legitimidad de la campaña de Alberto Fernández. La alianza de Alberto Fernández con CFK habilitó dos escenarios: por un lado, le permitió a Alberto Fernández sumar el apoyo político del kirchnerismo y, por otro lado, su figura posibilitó la incorporación de sectores representados con el peronismo, pero alejados de la figura de la candidata a vicepresidenta. La campaña electoral de CFK estuvo centrada en la presentación de su libro *Sinceramente* en diferentes partes del país. Como hipótesis, consideramos que la presentación de su libro

² Jefe de gabinete de ministros durante la presidencia de Néstor Kirchner (2003-2007).

en el marco de la campaña electoral habilitó un diálogo con sus seguidores en sus sucesivas presentaciones donde CFK pudo explayarse sobre sus ideas y consideraciones sobre la situación actual del país y desplegó su mensaje electoral. Así, estas presentaciones funcionaron como actos de campaña. Además, como veremos más adelante, estas presentaciones tuvieron su eco en las redes sociales, dado que la mayoría de las publicaciones que realizó CFK en sus redes oficiales estuvieron vinculadas a ellas.

El artículo está dividido en cuatro apartados. En primer lugar, presentamos el abordaje metodológico y el marco teórico de la investigación. En un tercer apartado, realizamos un análisis detallado de la campaña de CFK, a partir del estudio de su presentación del libro, del video difundido en mayo de 2019 y de sus publicaciones realizadas en las redes sociales donde identificamos cuatro componentes del mensaje electoral: uno personal-político, uno político-electoral, un diagnóstico-económico y social y, por último, una promesa llamada *contrato social de ciudadanía responsable*. Finalmente, presentamos algunas características de la promesa electoral expuesta por la candidata a vicepresidenta.

1. Enfoque metodológico

El abordaje metodológico del artículo es cualitativo, se basa en la observación no participante y en el análisis de contenido manual del total de las publicaciones realizadas por CFK entre el 1 de mayo y el 27 de octubre de 2019 en sus tres redes oficiales de Facebook, Twitter e Instagram; se adopta un enfoque de etnografía digital (Postill y Pink, 2012; Graham, Jackson y Broersma, 2017). En este enfoque es necesario archivar datos que resultan efímeros. Es por esto que en el marco del proyecto PICT 2016-0768 se construyó un programa³ que recolectó todas las publicaciones en las tres redes sociales mencionadas de los candidatos: a presidente y a vicepresidente, los candidatos a gobernador y vice de la provincia de Buenos Aires y los candidatos a jefe de gobierno en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en las elecciones argentinas del año 2019. Todo el proceso de recolección y categorización de los contenidos se realizó en equipo en el marco del proyecto PICT 2016-0768.

³ La construcción de dicha plataforma estuvo a cargo de Ignacio Pehuén Romani a quien le agradecemos su valiosa colaboración.

Se recolectó un total de 501 contenidos publicados por CFK en sus tres redes sociales oficiales, entre el 1 de mayo y el 27 de octubre de 2019. La red más utilizada fue Twitter, con un total de 257 publicaciones en ese período. Luego se encuentra Facebook, con 166 publicaciones, y por último Instagram, con 78. De cada publicación se recogió información relativa a la red social en la que fue publicada, el día, la hora, la cantidad de reacciones que tuvo la publicación (cantidad de “me gusta”, “favoritos”, “compartidos”), el formato de la publicación (texto, imagen, video, enlace) y el tema de la publicación. El contenido recogido fue categorizado en uno de los siguientes quince temas: *educación y cultura*, *economía*⁴, *género*, *salud*, *obra pública*, *seguridad*, *servicios públicos*, *derechos*⁵, *instituciones*⁶, *conmemoraciones*⁷, *internacional*, *vida personal*⁸, *proceso electoral*⁹, *acontecimiento*¹⁰ y *sociedad*¹¹. La categorización en temas nos permitió realizar un análisis global de los principales tópicos sobre los que se expresaron los candidatos en la campaña electoral.

Luego de este primer análisis general de las publicaciones realizamos un análisis de contenido de las publicaciones de CFK con el objeto de identificar las principales ideas-eje de la campaña. Identificamos cuatro grandes temas:

1. *Personal-político*: remite a un aspecto más personal de CFK vinculado a su carrera política y su aporte al escenario político nacional.
2. *Político-electoral*: en este componente CFK presentó y promovió al Frente de Todos. A su vez realizó un llamado a la dirigencia política a generar consensos y acuerdos en pos de un nuevo proyecto de gobierno.

⁴ Se relaciona con temas como pobreza, inflación, tarifas, subsidios, empleo, ajuste, crisis, recortes.

⁵ Son precisamente los derechos y programas sociales, civiles y políticos, así como temas relacionados a la libertad de expresión.

⁶ Hace mención al poder judicial, al poder legislativo, a la participación ciudadana y a la corrupción.

⁷ Tiene que ver con fechas patrias, días festivos y conmemorativos.

⁸ Son cuestiones de la vida cotidiana, íntima, familiar del candidato.

⁹ Refiere a todo lo que abarca dicho proceso: calendario electoral, candidaturas, referencia a otros candidatos, etc.

¹⁰ Esta categoría está referida a acontecimientos imprevistos o coyunturales, en los cuales la comunicación no puede ser definida de antemano. Los acontecimientos son públicamente construidos, singulares e irrepetibles. Para mayor precisión ver Annunziata, Ariza y March (2019).

¹¹ Se vincula con temas sociales y las opiniones sobre esos temas.

3. *Diagnóstico económico y social*: refiere al hecho de que la ex presidenta realizó constantemente un diagnóstico de la situación económica y social del país, en él destacó los indicadores económicos del país y desarrolló un balance de los años del gobierno de Cambiemos.
4. *Contrato social*: este componente se vincula con el mensaje electoral y la promesa desplegada por CFK y denominado por ella como un *Contrato social de ciudadanía responsable*. Allí destaca la necesidad de llegar a consensos y acuerdos, propone una nueva actitud ante la política y la economía del país que guíe a un proyecto de país que trascienda los gobiernos.

Estos temas serán trabajados y ejemplificados en los siguientes apartados.

2. Campañas y mensajes electorales

Manin (2017) sostiene que el comportamiento electoral experimentó un crecimiento de la volatilidad en las últimas décadas, es decir, los resultados electorales de los partidos varían más de una elección a la siguiente de lo que ocurría a mediados de siglo. Además, hubo un crecimiento de los electores fluctuantes que alternan su voto en elecciones sucesivas y un incremento en el número de electores que decidieron cómo votar durante la campaña electoral o inclusive el mismo día de la elección lo que demuestra la falta de vinculación fuerte con el partido o alianza a la que termina votando¹². En este contexto, las campañas electorales son momentos centrales para captar esta facción de electores fluctuantes y es por esto que los partidos llevan adelante campañas centradas en los candidatos (Manin, 2017). Los liderazgos adquieren cada vez mayor importancia a la hora de dar nuevos contornos a las identidades políticas y de generar la representación política (Cheresky y Pousadela, 2004). El ascenso de los líderes y la personalización de la política transformaron la representación política de modo irreversible (Annunziata, 2015; Manin, 1998). Al realizar campañas electorales centradas en los líderes se constituyen nuevos tipos de vínculos representativos y se ponen en práctica nuevas herramientas para captar electores, entre ellas el uso de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías.

¹² Es importante destacar que, según Manin (2017), esto no implica la obsolescencia de los partidos políticos. Los partidos políticos continúan cumpliendo un rol fundamental en la política contemporánea y continúan detentando un electorado fiel, pero la proporción de este electorado ha experimentado una reducción.

En adición a estos cambios, Rosanvallon (2010) sostiene que las elecciones se han “desacralizado” ya que han dejado de implicar la opción por un rumbo político concreto para significar la selección de gobernantes. En tanto que Annunziata (2015) afirma que en los últimos años experimentamos un debilitamiento de la promesa electoral en tanto lazo político que liga la legitimidad electoral a la legitimidad de las decisiones durante el periodo de gobierno.

Si bien la promesa electoral se ha debilitado como lazo político, los candidatos continúan expresando promesas para captar el voto de los electores en momentos de campaña electoral. Esto se corresponde con el modelo tradicional de representación expuesto por Mansbridge (2003), que consiste en la idea de que los representantes hacen promesas durante las campañas electorales que luego pueden o no cumplir. Este modelo tradicional es denominado por Mansbridge (2003) como “representación promisoria” y se caracteriza por una relación lineal entre representante y representado en el cual este último expresa su voluntad en las elecciones y mantiene, durante el mandato del representante, el control sobre los gobernantes exigiendo que rinda cuentas¹³.

Así, las campañas electorales se transforman en una gran batalla de comunicación (Fara, 2002) en la que los líderes tratan de construir diferencias a su favor en la percepción del electorado, llevan la discusión al campo, temas, escenarios y estilos que más los favorecen y despliegan promesas a los ciudadanos. Con respecto a esto, Argentina no ha sido una excepción. En este trabajo nos interesa centrarnos en la campaña electoral de una de las referentes principales del kirchnerismo, CFK.

En los últimos años, el kirchnerismo ha sido objeto de múltiples y variados análisis, entre los que podemos destacar: aquellos que analizan la configuración de la identidad kirchnerista, a partir del estudio de los distintos clivajes, alianzas y tradiciones que forjaron esta identidad (Montero y Vincent, 2013; Dagatti, 2012; Muñoz y Retamozo, 2012; Iraola, 2011) y los que indagan en las diferentes estrategias políticas desplegadas por el kirchnerismo desde el año 2003 (Pucciarelli y Castellani, 2019; Retamozo y Trujillo, 2019). Además, otros trabajos (Tagina, 2012; Calvo, 2005; Rocca Rivarola y Moscovich, 2018) han investigado los comportamientos y campañas electorales, las continuidades y diferencias de los apoyos ciudadanos a los candidatos kirchneristas a lo largo del tiempo.

¹³ Mansbridge (2003) sostiene que existen otros modelos de representación en la política contemporánea: la representación giroscópica, anticipatoria y la representación por subrogación. En este artículo trabajaremos con el modelo de representación promisoria.

Retamozo y Trujillo (2019) destacan que el kirchnerismo desplegó distintas estrategias que obedecieron a modos específicos de entender aspectos centrales como la representación política, el sistema político y la relación entre los actores políticos en diferentes momentos del ciclo político. En este trabajo utilizaremos estos trabajos como insumos para analizar el desarrollo discursivo de la campaña 2019 de la principal referente del kirchnerismo.

3. La actuación de Cristina Fernández en el escenario electoral 2019

CFK fue, indudablemente, una de las principales dirigentes del escenario político nacional del año 2019. La presentación de su libro *Sinceramente* el 9 de mayo del año 2019 convocó a miles de ciudadanos y a variados dirigentes a escuchar su discurso. Nueve días más tarde, en un video difundido por sus redes sociales, la ex presidenta anunciaba la fórmula que iba a competir en las elecciones presidenciales. Estos dos acontecimientos forman parte del momento inicial de la campaña del Frente de Todos y denota el marcado rol que tuvo CFK en la construcción de la alianza electoral que llevó a Alberto Fernández a la presidencia de la nación. En sus redes sociales, CFK acompañó la campaña de Alberto Fernández con contenidos vinculados a actos públicos de ambos candidatos, con la difusión de spots y, fundamentalmente, con el recorrido que realizó por las provincias en las que presentó su libro y expresó diagnósticos sobre la situación del país y propuestas de gobierno.

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 iconos más destacables de la campaña de la vicepresidenta y en ambos el rol de las redes sociales fue fundamental. En un tercer momento, indagamos el desarrollo de la campaña en sus tres redes sociales y presentamos los principales lineamientos de su campaña.

a. La presentación de su libro “Sinceramente”

El 9 de mayo de 2019¹⁴ en la Feria Internacional del Libro de Argentina, CFK realizó la presentación de su libro en un acto masivo que contó con la participación de dirigentes políticos y sociales, militantes y ciudadanos¹⁵. Esta

¹⁴ La fecha fue especialmente elegida por CFK ya que el 9 de mayo se conmemoró un aniversario de su casamiento con Néstor Kirchner.

¹⁵ Diario La Nación, 9 de mayo 2019, “Así fue el minuto a minuto de la presentación del

presentación fue transmitida en vivo por sus tres redes sociales y contaba con gran expectativa de los sectores militantes, quienes esperaban el anuncio de su candidatura. Sin embargo, eso llegaría días más tarde.

En esta presentación, que fue la primera de muchas como veremos más adelante, 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 de este libro y brindó breves, pero importantes diagnósticos y definiciones sobre la situación en la que se encontraba la Argentina y el papel que tenía que tener la dirigencia y la ciudadanía de cara al escenario electoral que se avecinaba.

La presentación de su libro fue la primera oportunidad en la que CFK anunció la necesidad de un nuevo pacto social. En esa ocasión, la senadora sostuvo 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. Una apelación a la sociedad entera. En él, la ex presidenta expresó que buscaba transmitir vivencias y experiencias sobre lo que le tocó vivir y lo que estaban viviendo ella y todos los argentinos. El libro, en palabras de la ex presidenta, fue presentado como un instrumento que aporta a la discusión y los debates de los ciudadanos, una herramienta que partía de la experiencia “dura, dolorosa, acertada pero también con errores” de CFK.

Así, CFK se mostraba como una ciudadana común, como parte del pueblo, pero al mismo tiempo se ubicaba por fuera de él, en su posición de lideresa. 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 CFK expresó que la situación económica del país le resultaba preocupante ya que afectaba la calidad de vida de toda la sociedad. También, manifestó la necesidad de evitar la confrontación y empezar a 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 era necesario contribuir con estos debates y discusiones, que era el aporte que podía hacer y dar, para que todos los argentinos puedan construir algo diferente que lleve a todos a una mejor situación económica y social.

El eje central 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 incluya a todos y todas las argentinas, con metas verificables, cuantificables, exigibles. Este pacto fue definido como un *contrato social de ciudadanía responsable* y, tal como veremos más adelante, fue el eje de toda su campaña y esta fue la primera vez que CFK lo proclamó. Entre las dos primeras definiciones, que hizo de este contrato, estaba, por un lado, la necesidad de involucrar y generar el compromiso a todos los sectores de la sociedad. Este acuerdo permitiría establecer las bases del crecimiento económico¹⁶.

La presentación del 9 de mayo fue la primera de muchas que CFK llevó adelante en diversas localidades del país. Estos actos de presentación funcionaron como actos de campaña, permitiéndole a la candidata reunirse con sus seguidores, expresar sus ideas y consideraciones sobre la situación actual del país. Asimismo, en estos actos destacó los triunfos que tuvo su espacio en sacar adelante al país en un pasado, y el particular rol que tuvo Alberto Fernández en la salida de esa crisis y en el gobierno de Néstor Kirchner. Sus perfiles en redes sociales, como veremos más adelante, funcionaron como difusores centrales de estos actos –y retrataron momentos del antes, durante y después de los encuentros a través de imágenes y videos–, lo que resultó en que la mayor parte de sus publicaciones refiere a ellos.

b. La difusión del video y el inicio de la campaña electoral

El 18 de mayo por la mañana, CFK difundió a través de sus redes sociales un video publicado en la plataforma YouTube en las cuales presentaba unas de las definiciones más importantes de la campaña electoral 2019. El video fue presentado en el inicio de la semana de mayo; en él la ex presidenta recordó la fecha patria y anunció que el 25 de mayo se cumplía el 16° aniversario de la asunción de Néstor Kirchner como presidente.

El video, que cuenta con la voz en off de la ex presidenta, tiene una duración de trece minutos y tiene cuatro componentes relevantes: un componente

¹⁶ 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”.

personal-político, otro referido a la evaluación económica y social del país que llamaremos de *diagnóstico económico y social*, un componente *político-electoral* y, por último, un componente vinculado a una *promesa*, a un horizonte político, social y económico planteado por la ex presidenta. Estos componentes que describiremos a continuación ya podían ser identificados en la presentación de *Sinceramente*.

El primer componente que definimos como *personal-político* refiere a un aspecto del discurso en el cual CFK expresa reflexiones en cuanto a su rol en la política nacional. En su discurso expresa que quiere dirigirse a sus “compatriotas para compartir, como siempre, reflexiones y, también claro, decisiones”. En este aspecto más personal, CFK destacó dos aspectos: por un lado, sostuvo que los cargos gubernamentales nunca fueron su principal motivación, pero que era necesario adoptarlos 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 movimiento 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:

... tengo [...] 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.

El segundo componente referido al aspecto *político-electoral* está vinculado a la presentación de Alberto Fernández como candidato a presidente y al llamado a todo su espacio político a acompañar y militar esta fórmula. También en este componente identificado en el video hay un llamado a la dirigencia

política a estrechar filas para conformar una alianza que pueda ganar las elecciones, pero que también pueda gobernar¹⁷.

Una de las frases más resonantes y difundidas del video fue la referida a la presentación de Alberto Fernández. Allí, CFK sostuvo que le había pedido a Alberto Fernández que encabece la fórmula y despliega su experiencia con él, el desempeño de Fernández como jefe de gabinete de ministros de Néstor Kirchner y su rol en la reestructuración de la economía en el año 2003.

Le he pedido a Alberto Fernández que encabece la fórmula que integremos 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 PASO. 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 cantidad posible del gobierno.

Tal como mencionamos anteriormente, en este componente podemos encontrar un llamado a su espacio político a acompañar y militar la fórmula y una convocatoria a la dirigencia política a buscar consensos, ya que sostuvo que era necesario conformar una alianza que esté preparada para gobernar en una situación económica y social compleja.

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. [...] 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

¹⁷ Retamozo y Trujillo (2019) sostienen que en los primeros dos años de gobierno el kirchnerismo desplegó una estrategia de transversalidad con una triple inscripción: como táctica electoral, como construcción de poder propio y como un intento de incidir en la conformación del escenario. La elección de Alberto Fernández como candidato presidencial del año 2019 representa un regreso a esta estrategia de transversalidad como táctica electoral.

necesidades de la gente. No se trata de volver al pasado ni repetir lo que hicimos del 2003 al 2015 [...] el mundo es distinto y nosotros también.

Estas decisiones políticas y personales de la ex presidenta se derivan de una evaluación negativa de la situación económica en la que se encontraba el país, la cual conforma el tercer componente presente en su video de anuncio. Este tercer componente está conformado por las referencias que realizó CFK a la situación del país. 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 enfatizó 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.

Por último, en este video podemos encontrar un cuarto componente vinculado al mensaje electoral desplegado por CFK. Este hace referencia a un horizonte, a una promesa, a una invitación y está fuertemente vinculada a los tres elementos que desarrollamos anteriormente. 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 denominado por la vicepresidenta como un nuevo contrato social de ciudadanía responsable. Posee como base un gran pacto colectivo que incluye a todos los sectores sociales, que tiene como objetivo 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.

El contrato social de ciudadanía responsable, tal como lo planteó CFK en el video, 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.

c. La campaña electoral en las redes sociales

En los últimos años, producto de las transformaciones en la circulación de los discursos políticos, emergió un nuevo sistema mediático (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. Slimovich (2018) sostiene que, a partir de ese momento, las redes sociales tuvieron un rol relevante en la totalidad de las campañas a nivel nacional.

En esta línea, el candidato “debe existir para ser observado”, para poder simbolizar acciones y propuestas propias de su partido y comunicar información a través de su persona. A esto se suma que son nuevos liderazgos de visibilidad que demandan destrezas frente a los medios de comunicación, donde la estrategia electoral se relaciona con el hecho de dar a conocer el proyecto político a partir de la imagen del candidato. Actualmente “la cobertura mediática y la exhibición en la red son necesarias para crear una imagen positiva del candidato, transmitir su estilo personal, sus cualidades políticas y sus atributos adquiridos” (Ariza, 2016, p. 3). La campaña electoral del año 2019 no fue la excepción y las redes cumplieron un rol clave en informar y transmitir los mensajes electorales de los candidatos.

CFK es una de las principales dirigentes de la política nacional con mayor cantidad de seguidores en las redes sociales. Sin embargo, a diferencia de otros dirigentes, la utilización de sus redes sociales corresponde al contexto político¹⁸. Es decir, en momentos de campaña electoral incrementó su publicación de contenidos en sus medios digitales.

Durante el período de análisis, CFK publicó un total de 501 contenidos en sus tres redes sociales oficiales. La más utilizada fue Twitter, con 257 publicaciones (51,2%), seguida por Facebook con 166 (33,3%) y en último lugar encontramos Instagram, con solo 78 contenidos publicados (15,5%). Los contenidos publicados en Facebook fueron, en gran medida, replicados en Instagram, mientras que Twitter expuso un comportamiento distinto a las dos redes antes mencionadas.

En relación al contenido de redes, los actos de lanzamiento y cierre de campaña adquirieron gran protagonismo entre los temas publicados. Los actos populares fueron las actividades compartidas por excelencia en sus redes. También, y a diferencia de otros dirigentes políticos argentinos, CFK no realizó publicaciones de contenidos personales o de relación uno a uno con los ciudadanos.

Los temas que alcanzaron mayor protagonismo están relacionados al proceso electoral. De acuerdo a la categorización realizada, el tema *proceso electoral* representó el 59,8% de las publicaciones –300 contenidos en todo el período analizado–. Los otros temas tuvieron cantidades mucho menores de contenidos publicados. En segundo lugar, se ubica *sociedad* con 51 publicacio-

¹⁸ 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.

nes, seguido por *educación y cultura* con 37 publicaciones. A continuación, *economía* (33 publicaciones), *conmemoraciones* (26 publicaciones), *instituciones* (26 publicaciones), *acontecimiento* (11 publicaciones), *derechos* (6 publicaciones), *internacional* (6 publicaciones), *vida personal* (4 publicaciones), *género* (1 publicación). En todas las redes proceso electoral fue el tema preponderante. Sin embargo, la importancia de otros temas varía según la red social analizada, por ejemplo, en Twitter el segundo tema en importancia fue economía, en Facebook educación y cultura, mientras que en Instagram fue sociedad.

Por otro lado, durante el período analizado, en sus redes sociales no hubo referencias a entrevistas o presencias de la candidata en la televisión. En ese sentido, es clara la decisión de comunicarse con sus seguidores a través de las redes sociales, sin mediación de los medios de comunicación tradicionales. En esta línea, CFK utilizó de forma cotidiana la herramienta de “trasmisión en vivo” para compartir todas las presentaciones de su libro *Sinceramente* en diferentes partes del país, así como también los actos oficiales del Frente de Todos en los cuales participó.

La campaña electoral de CFK 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 anterior y posterior a las PASO. Los temas preponderantes en toda su campaña electoral estuvieron vinculados al proceso electoral y a la economía, tal como veremos más adelante. En tanto que su mensaje electoral se centró en una promesa de unidad nacional para construir un nuevo orden. Al indagar en su campaña electoral en redes, podemos observar que los cuatro componentes (uno *personal-político*, uno *político-electoral*, un *diagnóstico económico-social* y una promesa) analizados en el video de anuncio de la candidatura estuvieron presentes en toda su campaña electoral en redes sociales. En este apartado analizamos y presentamos los contenidos publicados por CFK durante el periodo analizado.

En primer lugar, encontramos en los contenidos de sus redes un aspecto más personal de CFK vinculado a su carrera política y su aporte al escenario político nacional. Este tipo de mensaje estuvo muy presente en sus recorridos por el interior del país y sus actos de presentación del libro de su autoría y en los actos de cierre de campaña, en particular de la provincia de Buenos Aires donde tuvo un rol más protagónico. En sus publicaciones del 31 de agosto de 2019 en sus tres redes sociales, CFK sostuvo que no era candidata porque quería ser vicepresidenta, sino porque observó que participar de la

fórmula era una herramienta para conformar una nueva mayoría en Argentina. Además, afirmó que lo hacía por las nuevas generaciones y que todos los dirigentes debían saber el lugar a ocupar para ayudar a cambiar la situación del país y construir un proyecto que sea perdurable y viable.

Imagen 1. Ejemplo de componente personal-político



Fuente: Twitter 31/08/2019 y 19/07/2019.

En este proceso de repensar su rol como dirigente política con amplia experiencia en este campo, en varias publicaciones hace referencia a la responsabilidad de ocupar este lugar en la sociedad y a la necesidad de hacer un llamado al cambio, para poner un freno a las políticas neoliberales, como en el ejemplo que vemos a continuación.

Además, en todo el periodo analizado se deja entrever un tono mucho más dialoguista de CFK, diferente a su estilo más confrontativo del pasado. De esta manera, encontramos muchas publicaciones en las cuales se hace referencia a la necesidad del diálogo y de la escucha, incluso con aquellos con los que en el pasado tuvieron algunos desencuentros —como en el caso de Alberto Fernández—.

Imagen 2. Ejemplo de componente personal-político



Fuente: Facebook 29/06/ 2019.

En segundo lugar, y a partir de esta reflexión de su actuación personal en la política nacional, está presente un componente *político-electoral* en el que la ex presidenta presentó y promovió al Frente de Todos. Además, realizó un llamado a la dirigencia política a generar consensos y acuerdos en pos de un nuevo proyecto de gobierno.

Tal como vemos en las publicaciones seleccionadas, la convocatoria de unidad recorrió gran parte de su discurso. Una unidad amplia, con todos los representantes del campo nacional y popular, con todos aquellos que quisieran ponerle un freno al gobierno de Macri, con *todos*.

Imagen 3. Ejemplo de componente político-electoral

Cristina Fernández de Kirchner 3 de agosto de 2019

Lo que la gente está necesitando es la esperanza de saber que puede 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 y comercios que cierran.

Y creo entonces que 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 un 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 de unidad nacional.

Tenemos que convocar a todos los argentinos y a las argentinas a una tarea que sabemos que no va a ser fácil, con la certeza de que lo vamos a hacer defendiendo los intereses de la gente y lograr que la gente vuelva a ser feliz en la República Argentina.

Así que con mucha fe y mucha esperanza, pese a las dificultades, estoy convencida de que con los compañeros y las compañeras, los que nos hablamos distanciado y nos volvimos a juntar, porque sabemos que mucho más importante es la Argentina que nuestras diferencias... los que por ahí privilegiamos nuestras discusiones, nuestras peleas, bueno, ya nos dimos cuenta que cuando nos peleamos entre nosotros nos devoran los de afuera.

crisinafkirchner Cuando nos peleamos entre nosotros... nos devoran los de afuera.

Tenemos que convocar a todos los argentinos y a todas las argentinas a una unidad nacional para que la gente pueda volver a ser feliz.

Porque cuando nos peleamos entre nosotros... nos devoran los de afuera.

44 sem

puede haber y que debe haber un tiempo mejor

0:06 / 3:19

187,845 reproducciones

4 DE AGOSTO DE 2019

Agrega un comentario... [Publicar](#)

Fuente: Facebook 3/08/2019 e Instagram 4/08/2019.

Esta invitación a conformar un proyecto político amplio viene de la mano de la propuesta de superar diferencias o desencuentros pasados. Además, esta unidad supone una apuesta a futuro, donde no solo se trata de ganar las elecciones, sino de conformar un espacio político capaz de gobernar en un presente y un futuro que, a primeras luces, aparece como sumamente complicado para el país. Esto va a requerir, tanto de la dirigencia como de los ciudadanos, un gran esfuerzo conjunto para poder superar la crisis.

Sin embargo, este espacio político que propone Cristina debe estar marcado de esperanza, de amor, de la posibilidad de volver a ser felices. Esta propuesta de superar diferencia representa un regreso a una estrategia de transversalidad que el kirchnerismo desplegó en sus primeros años en el gobierno nacional, tal como afirman Retamozo y Trujillo (2019). Esta estrategia consistió en la apertura a la incorporación de cuadros, sectores de partidos y movimientos sociales que operaba, en 2003, “sobre los escombros del sistema de representación partidario” (Retamozo y Trujillo, 2019, p. 189). En el caso de la campaña 2019, formaron parte del Frente de Todos amplios sectores del peronismo, agrupaciones sindicales y movimientos sociales.

Este espacio político que propone está integrado por dirigentes a los que CFK les atribuye ideales y convicciones fuertes, que buscan defender al pueblo frente a las políticas neoliberales. En varias publicaciones hizo referencia a la concepción compartida de la patria como una práctica cotidiana y del Estado como el gran igualador de las diferencias. Entre los referentes a los

que hizo alusión se encontraba su candidato a presidente, Alberto Fernández. Uno de los mayores capitales políticos sobre los que se hizo hincapié fue la participación de Fernández como jefe de gabinete del gobierno de Néstor Kirchner en 2003 (particularmente en referencia a la reestructuración de la deuda externa y el proceso de reconstrucción económico posterior). Además, en varias ocasiones se destacó su capacidad de diálogo y formación de consensos, indispensable para el nuevo espacio político y la etapa que se avecinaba.

Imagen 4. Ejemplo componente político-electoral



Fuente: Twitter, 21/09/2019.

En tercer lugar, la ex presidenta realizó constantemente un diagnóstico de la situación económica y social del país, en él destacó los indicadores económicos del país y desarrolló un balance de los años del gobierno de Cambiemos.

En este componente se pone de relieve más claramente su oposición a Macri, adoptando una postura confrontativa y realizando un diagnóstico negativo de la situación económica y social presente. Trata temas como la deuda contraí-

da durante sus años de gobierno, el aumento de tarifas o la disminución en la capacidad de consumo. También confronta con discursos que aduce propios del gobierno de Cambiemos a los que califica de neoliberales como es el caso de la “meritocracia”.

Este componente se encontró con frecuencia en las sucesivas presentaciones de su libro *Sinceramente*, donde exponía su visión de la situación económica y social del país para luego culminar con una promesa como horizonte para salir de la situación actual.

En esta línea, el diagnóstico económico y social aparece polarizado, en tanto se basa “en las distancias simbólicas que se crean a partir de los atributos destacados y los marcos interpretativos instalados mediante distintas estrategias comunicacionales” (Aruguete, 2020, p. 18). Esta polarización en redes sociales, en campaña electoral, suele culminar en comunidades confrontadas. Allí se forman narrativas locales “forjadas por usuarios que comparten mundos-de-la-vida virtuales e interpretan las causas y las consecuencias de los eventos de maneras antitéticas” (Aruguete, 2020, p. 18).

Así, podemos encontrar publicaciones como la siguiente en donde CFK expresó su preocupación por la deuda contraída y el destino que el gobierno nacional le dio a ese dinero.

Imagen 5. Ejemplo de diagnóstico económico-social.



Fuente: Twitter, 13/07/2019 y 27/07/2019.

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 resignificación 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 identificada en los contenidos publicados por CFK. Así, en su publicación de Twitter el 27 de julio de 2019, CFK apuntó contra el gobierno de Mauricio Macri caracterizándolo como capitalista con objetivos puramente individuales.

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 CFK, evitarían el ciclo continuo de endeudamiento y desendeudamiento al que ha asistido la Argentina en las últimas décadas. Además, resaltó que el futuro gobierno debía indagar el fin último que tuvo la deuda contraída con el organismo internacional.

Imagen 6. Ejemplo de diagnóstico económico-social.

Cristina Fernandez de Kirchner está en El Galafate. 14 de octubre de 2019

Si los únicos períodos donde no hubo endeudamiento fue en los momentos donde hubo regulación cambiaria... ¿No será que los que quieren la libertad cambiaria, la quieren para llevarse los dólares y fugarlos afuera del país? La desregulación cambiaria total ha coincidido con los períodos de mayor endeudamiento de la Argentina. Y los períodos de mayor endeudamiento de la Argentina, han coincidido con la fuga de dólares. No hay misterio, no hay ciencias ocultas. No hace falta ser economista.

Ayer Alberto decía que lo que entró del Fondo Monetario Internacional, de los 38 mil millones, se fueron 30 mil millones. Lo digo muy claramente y muy bien. Me parece que esto va a ser un deber de la Argentina, establecer un mecanismo para evitar que vuelva a suceder. No se puede seguir con este ciclo de "viene uno desendeudado y viene uno y endeudado". En la dictadura, no nos olvidemos, se estatizó la deuda de los grandes grupos empresarios de la Argentina, entre los que estaba el grupo Macri.

Cuando lo escuchaba ayer decir que nosotros teníamos la culpa de la deuda, pero si todavía estamos pagando la deuda de la familia Macri del año 82! Esa deuda que vino con la democracia y después siguió, siguió y siguió. Ahora en esta etapa ya no es la familia sino uno de la familia en el gobierno el que provoca el endeudamiento.

Yo creo que va a ser necesario, y además creo que corresponde equitativamente, que los argentinos tengan derecho a saber por qué los endeudaron y cuántos se llevaron ese dinero. Me parece que esto es vital.

En el capítulo 10 de Sinceramente abordé el tema de la meritocracia... la última gran cartada del neoliberalismo para hacerte creer que lo que tenías era sólo por mérito propio y no también del modelo económico y el rol del Estado...

Por eso quiero compartir con ustedes este video... Para reflexionar y para que nunca más nos vuelvan a mentir.

Es entre todos y todas.

¿Los meritócratas, dónde están?

35 mil reacciones, 1.9 mil comentarios, 6.5 mil veces compartido

Fuente: Facebook 14/10/2019 y 9/06/2019.

Finalmente, como ejemplo de esta promesa expuesta por Muñoz y Retamozo (2012) y del componente de diagnóstico, CFK realizó publicaciones manifestando su oposición a la meritocracia, uno de los elementos fundamentales del discurso de la alianza Cambiemos. Por ejemplo, el 9 de junio en Facebook, CFK publicó un video donde abordó el tema de la meritocracia. Allí, sostuvo que esta era la última gran coartada del neoliberalismo para reforzar la idea de que el éxito dependía del esfuerzo individual y no del modelo económico y del rol del Estado.

Por último, podemos encontrar el mensaje electoral propuesto por Cristina Fernández y denominado por ella como un *contrato social de ciudadanía responsable*. En este componente se destaca la necesidad de llegar a consensos y acuerdos, propone una nueva actitud ante la política y la economía que guíe a un proyecto de país que trascienda los gobiernos.

La vicepresidenta 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 la 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. [...] vamos a tener que aprender a convivir con nosotros mismos, respetándonos, y no insultándonos porque pensamos diferente. Estamos a tiempo [...] 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.

Imagen 7. Ejemplo de contrato social de ciudadanía responsable



Fuente: Instagram, 11/06/2019.

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. 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.

Imagen 8. Ejemplo de contrato social de ciudadanía responsable



Fuente: Facebook, 7/09/2019.

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 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.

4. El nuevo contrato social de ciudadanía responsable

Tal como pudimos observar, CFK realizó una de las acciones más importantes para la definición del escenario electoral del año 2019. Slimovich (2016) sostiene que si bien la escena política está caracterizada por partidos y coaliciones surgidas solo con un objetivo electoral, históricamente, la dinámica política-medios implicó un “entrelazamiento a menudo difícil de desanudar entre estrategia colectiva (relacionada con la formación política a la que el candidato representa) y estrategia individual (relacionada al mismo tiempo con rasgos de personalidad del candidato pero también con sus ambiciones personales)” (Verón, 1998, p. 223). La importancia que adquirieron los liderazgos en las últimas décadas dio nuevos contornos a las identidades políticas y transformaron la representación política. De esta forma, ellos son los sujetos que realizan y transmiten las promesas electorales del espacio político al que pertenecen. La representación promisorio expuesta por Mansbridge (2003) sigue vigente aún en nuestros días, aunque convive con otras formas de representación según Annunziata (2015).

La promesa electoral construye un lazo político con el elector y presenta las principales ideas que posee el candidato de cara al cargo que va a ocupar. En su condición de candidata a vicepresidenta, CFK desplegó un mensaje electoral en el cual combinó una estrategia colectiva vinculada al Frente de todos con una estrategia individual. Este mensaje estuvo conformado por cuatro componentes: uno personal-político, uno político-electoral, un diagnóstico económico y social y una promesa denominada contrato social de ciudadanía responsable.

En el primer componente pudimos observar un cambio en la estrategia de comunicación de CFK. La presentación de su libro se convirtió en un nuevo modo de relacionarse con la ciudadanía y redujo la confrontación que

la caracterizó en el pasado¹⁹. En sus publicaciones mencionó el aprendizaje personal, que ya no era lo misma y que entendía que la situación demandaba una nueva actitud política. Esta nueva actitud se plasmó en la designación de Alberto Fernández como candidato a presidente.

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. 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).

Además, esta estrategia personal de ocupar un rol secundario tuvo sus efectos en la escena electoral ya que Cambiemos buscó polarizar con su figura²⁰ y debido a este rol silencioso se vio obligado a confrontar con Alberto Fernández (Secul Giusti, 2019). CFK se plegó a la estrategia de la coalición y desplegó en sus redes un componente político-electoral que hace referencia a un proyecto colectivo, a un rumbo de país que tiene como principal valor la unidad. El nombre de la alianza electoral da ejemplo de esto, refiere a la unidad de la dirigencia, pero también del pueblo argentino. La importancia que adquieren los acuerdos colectivos y los consensos entre sectores plurales estuvo muy vinculado con su diagnóstico económico y social.

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 indirectamente²¹, a los comentarios desdeñosos de la

¹⁹ En esta elección, CFK volvió a apelar a los ciudadanos comunes como estrategia de campaña. Rocca Rivarola y Moscovich (2018) afirman que en los años 2014 y 2015 el kirchnerismo apeló en sus consignas a un colectivo militante y lo convirtió en el actor de la campaña como expresión del apoyo popular y eventualmente electoral.

²⁰ El resultado electoral del año 2019 mostró que estas dos coaliciones capturaron casi el 90% de los votos y se convirtieron probablemente, según Anría y Vommaro (2020) en las elecciones más polarizadas desde que Argentina entró en su transición democrática en 1983.

²¹ 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 frase como “en los últimos años”, “en el último tiempo”.

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 afirma que “el silencio de Cristina se consagró como una constante de respuesta tras la victoria de Alberto Fernández en las PASO, y funcionó como estrategia para enajenar a una gestión neoliberal que necesitaba sofocar la turbulencia autoinducida” (2019, p. 59). 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.

Esta actitud de unidad política personal y partidaria fue la base sobre la cual CFK presentó su promesa electoral que tuvo como protagonista al *contrato social de ciudadanía responsable*. Este contrato, según lo expuesto por CFK, demandaba la participación y el esfuerzo de todos los sectores, políticos, económicos, sociales y ciudadanos. Este pacto social, caracterizado por la alianza transversal, pareciera representar un regreso a las primeras estrategias políticas desarrolladas por el kirchnerismo en el año 2003. Retamozo y Trujillo (2019) y Montero y Vincent (2013) sostienen que Kirchner desplegó en sus inicios en el gobierno nacional una estrategia de alianzas políticas con referentes de otros arcos políticos, sociales y económicos que permitieran superar el estallido del 2001. Bajo esta idea, CFK convocó a la transversalidad como táctica electoral pero también como maniobra en la construcción de poder gubernamental en un contexto económico complejo.

Lo novedoso de este contrato es que pretendía, al menos discursivamente, ser una ruptura con el pasado. CFK sostuvo que su anterior gestión como mandataria servía como experiencia para delinear nuevas políticas que tengan como base el consenso ciudadano.

Sin embargo, CFK dotó de realismo a la promesa electoral desplegada y afirmó que el camino hacia este horizonte no iba a estar exento de dificultades. Por último, este contrato social no era propiedad exclusiva de un espacio político, sino que tenía la intención de trascender todos los gobiernos.

Este artículo analizó la campaña electoral desplegada por CFK en el año 2019. Tal como pudimos observar, la presentación de su libro fue el método por excelencia de despliegue de su mensaje electoral caracterizado por la moderación de su discurso, la transversalidad y el llamado a la construcción de una nueva Argentina basada en un contrato social. 

Referencias bibliográficas

- ANNUNZIATA, R. (2012). ¿Hacia un nuevo modelo de lazo representativo? La representación de proximidad en las campañas electorales de 2009 y 2011 en Argentina. En Cheresky, I. y Annunziata, R. (comps.) *Sin programa, sin promesa. Liderazgos y procesos electorales en Argentina* (pp. 45-87). Prometeo.
- ANNUNZIATA, R. (2014). Más allá de la promesa electoral. Repensar la representación en Argentina. *Sudamérica: Revista de Ciencias Sociales*, FALTA NÚMERO DE VOLUMEN(3), 137-154.
- ANNUNZIATA, R. (2015). Revocatoria, promesa electoral y negatividad: algunas reflexiones basadas en las experiencias latinoamericanas. *Revista Pilquen-Sección Ciencias Sociales*, 18(3), 107-119.
- ANNUNZIATA, R., ARIZA, A. F. Y MARCH, V. R. (2018). “Gobernar es estar cerca”. Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal. *Revista mexicana de opinión pública*, 24(1), 71-93.
- ANNUNZIATA, R., ARIZA, A. F. Y MARCH, V. R. (2019). El mensaje inercial: la relación entre acontecimientos y publicaciones en el Facebook de Mauricio Macri. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(1), 107-138.
- ANRIA, S. Y VOMMARO, G. (2020). En Argentina, un “giro a la derecha” que no fue y el improbable regreso del peronismo de centro-izquierda. *Más poder local*, FALTA NÚMERO DE VOLUMEN (40), 6-10.
- ARIZA, A. (2016, FALTA FECHA). *Las estrategias comunicativas, en Twitter y Facebook, en la campaña electoral presidencial 2015* [ponencia]. V Congreso Internacional en Comunicación Política y Estrategias de Campaña, Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales, Buenos Aires, Argentina.
- ARUGUETE, N. (2020). #encampaña. Diálogo político en Twitter sobre las elecciones primarias 2019 en Argentina. *Más poder local*, FALTA NÚMERO DE VOLUMEN (40), 17-20.
- CALVO, E. (2005). Argentina, elecciones legislativas 2005: consolidación institucional del kirchnerismo y territorialización del voto. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 25(2), 153-160.
- CARLÓN, M. (2015). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general? *Palabra Clave*, 18(4), 1111-1136.
- CHERESKY, I. Y POUSEDELA, I. (Eds.) (2004). *El voto liberado: elecciones 2003: perspectiva histórica y estudio de casos*. Editorial Biblos.
- DAGATTI, M. (2013). Contribuciones para una cartografía discursiva del primer kirchnerismo. En Balsa, J. (Comp.), *Discurso, política y acumulación en el kirchnerismo* (pp. 75-99). FALTA EDITORIAL
- DE IPOLA, E. (1983). *Ideología y discurso populista* (Vol. 3). Folios Ediciones.

- GRAHAM, T., JACKSON, D. Y BROERSMA, M. (2017). The Personal in the Political on Twitter: Towards a Typology of Politicians' Personalized Tweeting Behaviours. En Schwanholz, J., Graham, T. & Stoll, PT. (Eds.), *Managing Democracy in the Digital Age: Internet Regulation, Social Media Use, and Online Civic Engagement* (FALTA pp. xx-xx). Springer.
- IRAOLA, J. G. (2011). Apuntes sobre hegemonía. Disquisiciones acerca de la construcción de sentido del "kirchnerismo". *Question, 1*(31), FALTAN pp.
- MANIN, B. (1998). *Metamorfosis del gobierno representativo. Los principios del gobierno representativo*. Alianza.
- MANIN, B. (2017). La democracia de lo público reconsiderada. *Cuadernos del Ceisal*, año 14(16), 9-24.
- MANSBRIDGE, J. (2003). Rethinking representation. *American political science review, 97*(4), 515-528.
- 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). *Revista POSTData, Revista de reflexión y análisis político. 18*(1), 123-157.
- MUÑOZ, M. A. Y RETAMOZO, M. (2012, 5 al 7 de diciembre). *Kirchnerismo: gobierno, política y hegemonía*. 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, Argentina.
- POSTILL, J. & PINK, S. (2012). Social Media Ethnography: The Digital Researcher in a Messy Web. *Media International Australia, 145*(1), 123-134.
- PUCCIARELLI, A. Y CASTELLANI, A. (2019). *Los años del kirchnerismo: La disputa hegemónica tras la crisis del orden neoliberal*. Siglo XXI Editores.
- REINA, A. (2019). Polarización, crisis y debates presidenciales. Notas sobre la campaña electoral Argentina del 2019. *Más poder local, FALTA NÚMERO DE VOLUMEN*(39), 34-36.
- RETAMOZO, M. Y TRUJILLO, L. (2019). El kirchnerismo y sus estrategias políticas en Argentina: Desde la transversalidad hasta Unidad Ciudadana. *Izquierdas, FALTA NÚMERO DE VOLUMEN*(45), 185-214. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50492019000100185>
- ROCCA RIVAROLA, D. Y MOSCOVICH, N. M. (2018). Representación visual y simbólica de la militancia en las campañas electorales de Cristina F. de Kirchner (2007 y 2011) y Dilma Rousseff (2010 y 2014). *Opinião Pública, 24*(1), 144-177.
- ROSANVALLON, P. (2010) *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Manantial.
- SECU GIUSTI, C. (2019). Silencio y acción: Cristina Fernández en la campaña presidencial de 2019. *Hologramática, Año XVI, 2*(31), 55-62.

- SLIMOVICH, A. (2016). Política y redes sociales en Argentina. El caso de los candidatos presidenciales de 2011 en Twitter. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 86-100.
- SLIMOVICH, A. (2018). El macrismo y la oposición kirchnerista en las redes sociales en la campaña electoral de 2017. *RevCom*, FALTA NÚMERO DE VOLUMEN(6), 6-31.
- TAGINA, M. L. (2012). Factores contextuales, predisposiciones de largo plazo y accountability electoral en Argentina en tiempos del kirchnerismo. *Política y gobierno*, 19(2), 343-375.
- VERÓN, E. (1998). Mediatización de lo político. En Gauthier, G.; Gosselin A. y Mouchon, J. (Comps.), *Comunicación y Política* (pp. 220-236). Gedisa. (Original publicado en 1995).

Fuentes

Canal oficial de YouTube de CFK: <https://www.youtube.com/channel/UCT8Moh9ZCU-vUwbTf00ZiYsg>

Cuentas oficiales de Facebook, Twitter e Instagram: <https://www.facebook.com/CFKArgentina/>; <https://twitter.com/CFKArgentina>; <https://www.instagram.com/cristinafkirchner/>