

Como presidenta, como militante y como ser humano: CFK en 140 caracteres.

Irene Lis Gindin

Resumen:

El trabajo que presentamos en esta oportunidad es un análisis exploratorio de algunos *tweets* de la actual presidenta Cristina Fernández de Kirchner. Sin buscar la representatividad en la elección del corpus a analizar, utilizaremos para este trabajo los *tweets* publicados durante los meses de Mayo y Junio de 2014. A partir de la consideración de que lo que refuerza Twitter es el contacto de uno-a-uno, una ruptura de la relación jerárquica y una construcción de una supuesta horizontalidad, nos preguntamos cómo funcionan estas características propias de este *microblogger*, cuando quien escribe los *tweets* es la presidenta de la Nación.

Palabras clave: Twitter – Cristina Fernández de Kirchner - discurso

Abstract:

This paper is an exploratory analysis of some tweets from the current president Cristina Fernandez de Kirchner. Without claiming the representativeness of the corpus to analyze, we will use for this paper tweets posted during the months of May and June 2014. From the consideration that Twitter reinforces contact one-on-one, a breakdown of the hierarchical relationship and building an alleged horizontality, we wonder how these characteristics of this microblogger features work when the writer's tweets is the president of Argentina.

Key words: Twitter – Cristina Fernández de Kirchner - discourse

Presentación

El siguiente trabajo es el resultado de las indagaciones surgidas durante los últimos años en el marco de mi proyecto de tesis doctoral, titulada “La identidad política de Cristina Fernández de Kirchner durante su primera presidencia”¹.

Desarrollaremos aquí un estudio exploratorio sobre algunos *tweets* de la actual presidenta Cristina Fernández de Kirchner (en adelante, CFK). Las preguntas que nos guían son muchas y de tal generalidad que sería confuso plantearlas todas ellas en este espacio. Sólo para referenciar algunas, nos preguntamos –acercándonos al objeto de estudio desde nuestra más absoluta ingenuidad–: ¿qué pasa en el Twitter de CFK?, ¿qué vínculo se le propone al *otro* a través de las intervenciones?, ¿qué construcción del *ethos* se configura en este *microblogger*?

Sin buscar la representatividad en la elección del corpus a analizar, utilizaremos para este trabajo los *tweets* publicados durante los meses de Mayo y Junio de 2014. Se condensan aquí algunos hechos que merecen ser remarcados: los actos por el Día Internacional del Trabajador, la inauguración de las oficinas de Facebook en Argentina, el anuncio de aumentos de las Asignaciones Familiares (Asignación Universal por Hijo, Asignación por embarazo y Asignación por Hijo con Discapacidad), el 198º Aniversario de la Revolución de Mayo, el Acuerdo con el Club de París por la regularización de la deuda externa, la inauguración (junto a Mauricio Macri, jefe de gobierno porteño) de la ampliación de la autopista Illia, la presentación del Plan SUMAR, la

¹ Doctorado en Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario

ampliación del calendario de vacunación gratuito y obligatorio, el lanzamiento de la moratoria para la universalización del sistema previsional argentino, la presentación del PRO.CRE.AUTO, etc.

Podemos decir, en términos generales, que lo que refuerza Twitter es el contacto de uno-a-uno, una ruptura de la relación jerárquica (aún más interesante si lo que estamos analizando son las intervenciones en Twitter de la presidenta de la Nación) y una construcción de una supuesta horizontalidad que, en el caso de CFK, se traduce en guiños constantes a sus *prodestinatarios* (Verón 1987), realizados a través de preguntas retóricas, ironías y humor. Como apunta Sarlo (2011) en su libro *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010*, “(en Internet) se encadenan no sólo espacios y plataformas virtuales, sino personas que allí se sienten liberadas de las jerarquías que las diferencian cruelmente en otros escenarios” (p.62).

Intentaremos analizar estos elementos, sucintamente expuestos, en las páginas que siguen.

1-¿Nosotros o ellos?

En este apartado proponemos el análisis de los *tweets* de CFK a partir de las herramientas provistas por la sociosemiótica veroniana y algunos elementos de la retórica aristotélica que nos resultan enriquecedores para dicha actividad.

Sólo en términos descriptivos, creemos interesante señalar que la cuenta de la presidenta asciende a 3.544.728 seguidores, mientras que sigue a sólo 92². Entre estas 92 cuentas, se encuentran las de los mandatarios internacionales, secretarías y departamentos nacionales y la mayoría de los funcionarios oficialistas. Es necesario remarcar que la cantidad de seguidores o *followers* que posee dicha cuenta cobra aún más importancia si consideramos que este número es lo que permite la inmensa viralidad y la posibilidad de llegar a otras tantas cuentas y redes. Es decir, cada ciudadano se puede volver un multiplicador del mensaje publicado en Twitter, ya sea adhiriéndose a él o marcando una distancia. Tal como lo dice Verón (2013): “La WWW comporta una mutación en las condiciones de acceso a los actores individuales a la discursividad mediática, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación” (p. 281). Por tanto, podríamos decir que la especificidad de Internet como dispositivo la encontramos en las dos primeras W: *World Wide*. La propia especificidad de este *microblogger*, que permite una utilización máxima de 140 caracteres, obliga a CFK a la utilización de otras plataformas que permitan ampliar aquello que busca comunicar. De este modo encontramos en su *time line*³, recurrentes hipervínculos a su página de internet (<http://www.cfkargentina.com/>), al canal de YouTube de la Casa Rosada (<https://www.youtube.com/user/casarosada>) y a su página de Facebook (<https://www.facebook.com/CFKArgentina>). Es justamente esto lo que Jenkins (2008) denomina como *convergencia*, dando cuenta del “flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas (...) Convergencia es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose (p. 14). El hipertexto, tal lo afirma Landow (1995), puede “conectar un pasaje de un discurso verbal a imágenes, mapas, diagramas y sonidos tan fácilmente como a otro fragmento verbal” (p. 15). Esta hipertextualidad que se repite a lo largo del *time line* de @CFKArgentina, sirve a los fines de extender la propia palabra del enunciador –ya sea a través de imágenes o de otros discursos de la misma CFK– no dando lugar a una palabra *otra*.

Pero, ¿qué permite Twitter?, ¿qué hay de específico aquí que no logra a través de una cadena nacional, o de un comunicado oficial? La propia CFK lo explica, a través de una serie de *tweets* publicados el 7 de Mayo del 2014:

[07/05/2014] “Me preguntan si escribo yo. Qué sentido tendría no ser yo, si la gracia está precisamente en comunicarte”

² Cifras consultadas el 11 de Febrero de 2015.

³ El *time line* es la serie de mensajes publicados por un usuario y ordenados a partir de una cronología inversa: del último al primero.

[07/05/2014] “Algunos creen y dicen que es toda la tecnología lo que fascina a la gente. No, lo que fascina a la gente es la conexión sin intermediación” (el destacado es nuestro).

[07/05/2014] “La gente, hoy, a través de los medios formales se siente muy intermediada y se pregunta: ¿Será verdad? ¿No será verdad?”.

[07/05/2014] “En cambio, Facebook y todas las redes, en general, te dejan expresar lo que vos sentís, lo que vos creés y hacerlo con libertad”.

[07/05/2014] “Por lo menos a mí como Presidenta me ha sido de muchísima utilidad, como militante también y como ser humano”

En primer lugar, lo llamativo de esta serie de *tweets* (que, en realidad, se repiten a lo largo del *timeline* de CFK, y de otros usuarios de Twitter) es la utilización de cadenas de mensajes, que pueden pensarse como micro-relatos⁴; micro-relatos que cuentan una historia, que tienen un comienzo, un final, una serie de personajes y que funcionan como “un eje narrativo vertebrador” (Baggiolini, Castro Rojas 2013: 9) de otros enunciados presentes en otras plataformas mediáticas. Este modo de utilizar Twitter no distingue ejes temáticos: los mismos pueden referirse a logros de la gestión, a sucesos de la vida privada de la presidenta, o a una mezcla de ambos. Si bien en la creación de Twitter se proponía la respuesta a la pregunta “¿Qué estás haciendo?”⁵, pareciera que ahora los usuarios —y la presidenta no está exenta de esto— han modificado por completo esta pregunta, respondiendo a otras e, incluso, entablando conversaciones mediante el uso del @ y el nombre del usuario al que se quiere mencionar.

Volviendo a los *tweets* arriba expuestos, en segundo lugar, quisiéramos resaltar otras dos cuestiones que aparecen en este micro-relato: por un lado, la importancia de la pregunta sobre quién escribe los *tweets*; por otro lado, la idea de que en el dispositivo técnico no existe la mediación.

Respecto de la primera cuestión, podríamos preguntarnos: ¿Quién es *yo?*, ¿acaso existe alguna manera de corroborar que sea la presidenta quien, teclado en mano, escriba aquello que leemos en nuestras computadoras o *smartphones*? Por supuesto que no. Sin embargo, basta con enunciarlo: no importa que no podamos comprobarlo, el contrato funciona en tanto todos suponemos que esas intervenciones surgen del centro mismo de la Casa Rosada. A diferencia de lo que observa Slimovich (2014) respecto de las intervenciones del jefe de gobierno porteño Mauricio Macri, allí se encuentran diferenciados los *tweets* que escribe el propio Macri de los que *twittea* un administrador autorizado. En este caso, al tiempo que las publicaciones del jefe de gobierno están más bien ligadas a lo personal —en una suerte de “teatralización de la vida privada” (Slimovich, 2012: s/n) —, cuando el que asume la palabra es la persona autorizada por él, se identifica a través de la utilización de comillas (referenciando el discurso de Macri) y una *^A* al final de la publicación. Por tanto, “se realiza un simulacro de una situación comunicativa traslucida: los seguidores podían deducir que no era Macri el que *twitteaba*; pero el efecto del subrayado del componente metadiscursivo es el de transparentar la situación de emisión” (p.21).

Esto no ocurre, sin embargo, en el *time line* de CFK: aquellas publicaciones en las que podríamos intuir⁶ que no es la presidenta quien las escribe, aparecen solamente haciendo referencia a una comunicación pública que sucede en el momento:

[10/05/2014] “[AHORA] Homenaje al Padre Mujica, cura villero asesinado por la triple A hace 40 años, el 11 de Mayo de 1974
<http://new.livestream.com/accounts/5634342/events/2987549>”

⁴ Un dato importante es que, entre el primer mensaje de esta cadena, y el último, hay una distancia de sólo seis minutos.

⁵ En un principio, la pregunta que orientaba los *tweets* era “¿Qué estás haciendo?”. A partir de noviembre de 2009, se los invitó a escribir “¿Qué está pasando?”.

⁶ Es decir, podríamos intuirlo ya que, en el mismo momento en que es publicado el *tweet*, CFK se encuentra en algún acto público y podemos verlo a través del *streaming* que nos envían por *Twitter*.

Más allá del último elemento que resaltamos, es esta *gracia* que otorga *Twitter* la que permite una comunicación de uno-a-uno, de yo-a-vos sin intermediarios. Esta intimidad que provoca la plataforma le permite a CFK utilizar una enunciación informal, mezclada con extranjerismos y preguntas retóricas. Esto no parece nuevo si se observan sus últimos discursos, pero sí adquiere cada vez más importancia: entre los diversos *tweets* que replican enlaces al canal oficial que la Casa Rosada tiene en YouTube, sumado a algunas publicaciones de gráficos referidos, generalmente, a medidas económicas, la presidenta encuentra en Twitter un medio donde conjugar lo *personal-afectivo* con la ilusión de la *comunicación directa*. Aparece entonces una doble estrategia, de distanciamiento y cercanía: cuando se trata de datos duros de gestión, se marca una distancia; cuando lo que se publica tiene que ver más bien con lo anecdótico, allí aparece la cercanía. Como señaló la investigadora Qués en una nota publicada en el Diario La Nación el 5 de Mayo del 2014, "en los chistes y giros léxicos informales está el argumento encriptado según el que 'como hablo como vos, soy como vos'". Volveremos sobre esto en párrafos siguientes.

Y aquí nos topamos con el segundo punto que buscábamos resaltar, como decíamos, la idea de que en el dispositivo técnico no existe mediación. Tal afirmación se contradice con el aparato teórico propuesto por Verón, al cual adherimos. Parecería, entonces, que existirían, por un lado, una serie de procesos de comunicación directos (cuyo ejemplo máximo sería la comunicación oral entre dos sujetos) y, por el otro, una serie de procesos en los que habría una mediación (para el caso, los medios de comunicación de masas):

Sin embargo, las ondas sonoras del lenguaje hablado constituyen un soporte tan material como una pantalla de televisión. Está claro, entonces, que no es posible imaginar un proceso de comunicación sin la producción de un evento material, sensible, diferenciado tanto de la fuente como del destino. Si toda comunicación es mediada en el sentido de que implica necesariamente una materialización bajo una forma sonora, visual o del tipo que fuere, está claro que no hay comunicación sin mediación. La teoría puede por tanto abandonar el término 'mediación' utilizado de esta manera, porque si hablamos de comunicación se trata de una redundancia innecesaria (Verón 2013:143-144).

Si, momentáneamente, nos situamos por fuera de las redes sociales y atendemos al vínculo que establece CFK con las cámaras de televisión durante los actos públicos, se repite esta estrategia de apelar a un contacto directo con *el pueblo*. Así como en Twitter CFK refiere que se puede expresar "lo que vos sentís, lo que vos creés y hacerlo con libertad"⁷, en las presentaciones públicas prefiere omitir la utilización de las cámaras y mirar directamente a aquellos que asisten al acto. Como nos sugiere Valdetaro (2014) en uno de sus últimos trabajos:

(CFK) Montó su comunicación en una posición de doble faz con los medios de comunicación: por un lado, armando su propia estructura de *viejos* y *nuevos* medios; simultáneamente, tratando a los *otros* medios -los de la *oposición*- como si no existieran, dándoles la espalda. La presidente CFK profundiza dicha estrategia: en sus presentaciones públicas, evitando las cámaras y dirigiéndose directamente a la *masa movilizad*⁸, rediseña la circulación del poder, la lógica de los ojos-en-los-ojos: es ella quien mira directamente a la gente, no a través de la cámara (2014: 142).

Podemos pensar, entonces, que esta estrategia de contacto directo con el *otro* (pero, y es necesario aclarar esto, no con cualquier *otro*, sino con el *otro positivo*) es algo que excede la utilización del Twitter y que podría afirmarse respecto de todo el aparato discursivo de la presidenta.

Otra de las características distintivas del dispositivo enunciativo kirchnerista, es aquella que ha definido a su *contradestinatario* (Verón 1987) por excelencia: el Grupo Clarín. Y es en este sentido que los *tweets* de CFK no pueden pensarse por fuera de la contienda que mantiene con algunos medios desde hace ya varios años. Una frontera antagónica que separa el *ellos* del *nosotros*, se

⁷ 07/05/2014

⁸ Ver, entre otros, discurso de CFK 01/03/2014

<http://www.youtube.com/watch?v=Z1tI8TNWor4&list=PLry2W0bcBZ9wcjwRKGx9JxDyBhK4k2qAd>

Dice la presidenta: "Corréte vos, el de la cámara, che, siempre tapándome... enrollen un poquito las banderas". Última captura: 06/08/2014.

conforma como uno de los elementos diferenciales del discurso kirchnerista. Constantemente referenciado en los discursos emitidos por cadena nacional, en las escasas pero existentes entrevistas que ha dado CFK y, en términos generales, en todas las alocuciones de los distintos funcionarios del gobierno, la pelea con el multimédios no se ausenta de las intervenciones que la actual presidenta realiza a través de Twitter.

Respecto del lugar que ocupan estos *otros* medios en la discursividad kirchnerista, Sarlo (2011) nos sugiere la noción de *encadenado* para dar cuenta de un principio que vincula plataformas; es esto que decíamos párrafos atrás: todo lo que se publica en un blog, puede ser incorporado a Twitter, Facebook o viceversa, permitiendo la multiplicación *ad-infinitum* de un determinado mensaje. Según la autora, el *encadenado* potencia algo parecido a una lógica del rumor,

Produce un circuito que es más autorizado y creíble que cualquier otro porque convalida la idea de que los medios establecidos (los anteriores a la web) invariablemente ocultan algo. El rumor desenmascara esos ocultamientos y se ajusta bien a las teorías conspirativas que son un modelo interpretativo predilecto (p.61).

Hay algo de estas teorías conspirativas que podemos encontrar en los *tweets* de CFK, a saber:

[11/05/2014] “Ay CFK! Entre el discurso y el tweet sonaste. Mañana Clarín y La Nación te titulan ‘Cristina le respondió a la Iglesia’”.

[29/05/2014] “Te cuento. Los BRICS son: Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica. Ayer invitaron a nuestro país a la cumbre de julio”.

[29/05/2014] “A nuestro país bien digo, no a esta presidenta, y no a tomar el té con masas, como parecería por algunos titulares muy muy muy chiquititos”.

[03/06/2014] “Algunos intentaron decir que, bueno, ahora se ponen de acuerdo. O sea, cuando no dialogamos, porque no dialogamos”⁹.

[03/06/2014] “...cuando nos ponemos de acuerdo, porque nos ponemos de acuerdo; cuando yo dialogo, es un pacto; cuando otros dialogan, qué civilizados son”.

Como podemos analizar en esta serie de *tweets*, aparece algo en el orden de lo que no se nombra: “como parecería por algunos titulares”, “son muy obvios y sobretodo aburridos”¹⁰, “algunos intentaron decir”. Este recurso utilizado para apelar al *contradestinatario* coincide con lo que García Negroni (1988) define como *destinatario encubierto*. Bajo el estatus de Tercero Discursivo, el *destinatario encubierto* es aludido, generalmente, mediante la tercera persona del singular o del plural y, junto con el *destinatario indirecto*, se constituye como lugar simbólico que puede ser *llenado* por el adversario. En páginas posteriores marcaremos las diferencias que hemos encontrado entre estas publicaciones en Twitter y algunos de los discursos de la presidenta en actos públicos.

Nos hemos centrado hasta aquí, principalmente, en el lugar que ocupa el *otro negativo* en los *tweets* de CFK. Sin embargo, tan interesante como ello, resulta el lugar que se le asigna al *prodestinatario* en tanto a él van dirigidas aquellas estrategias que tienden a reforzar el vínculo ya establecido. La manera en la que se alude al destinatario positivo, se puede encontrar en la utilización de los recursos que explicaremos a continuación.

En primer lugar, la referencia al *nosotros*:

[05/06/2014] “Nuestro calendario de vacunación gratuito y obligatorio es uno de los más completos del mundo, dicho por expertos”.

[10/06/2014] “Hay una sala aquí de Paka Paka, nuestra señal nacional infantil...”.

En segundo lugar, mediante un tono informal, se multiplican los *tweets* que simulan un diálogo, una comunicación *directa* con los destinatarios. Veremos en este caso, a su vez, un fuerte

⁹ Este *tweet* y el que sigue hacen referencia a la inauguración de la ampliación de la autopista Illia, producto del acuerdo firmado entre la presidenta y el jefe de gobierno porteño Mauricio Macri.

¹⁰ [11/05/2014] “Y qué querés que te diga? Son muy obvios y sobretodo aburridos. Falta de creatividad que le dicen viste?”.

componente *pedagógico*, una reafirmación de la jerarquía que se plantea entre el enunciador y sus destinatarios:

[12/06/2014] “Ahora que arrancó [#Brasil2014](#) les cuento otra buena noticia para la Argentina. Hagamos un poco de memoria, se acuerdan de los ornitorrincos?”.

[14/06/2014] “Bueno en un ratito ya salimos para Bolivia para en encuentro del G77+China. Después les cuento...”.

[25/06/2014] “Y si querés más información, mirá los 21 laboratorios que representan el 80% de la facturación”.

Claro resulta que el vínculo que CFK propone a sus *prodestinatarios* está atravesado por la referencia a ese otro que no puede ser nombrado: la construcción del nosotros siempre depende de la identificación de un *otro* que nos sirva como frontera, colaborando en la delimitación de nuestra propia identidad.

Pero, si continuamos con las categorías que Verón distinguió para el caso del discurso político, nos hace falta la referencia al *paradestinatario*, aquella imagen discursiva que remite al indeciso, a quienes van dirigidas las estrategias de tipo persuasivas. Sin embargo, al menos en el corpus que estamos analizando, la figura del *paradestinatario* aparece desdibujada, cuando no completamente ausente. Los *tweets* delimitan claramente un nosotros y un ellos, pero no un otro al que sea necesario convencer.

Entonces, hay otro positivo, hay otro negativo y, en el medio, hay argumentos. Es cierto que los *tweets* “exigen una enunciación nítida porque están sometidos a la ley de la brevedad” (Sarlo 2011: 75), característica que, creemos, no va en detrimento de la utilización de argumentos que sustenten una determinada hipótesis, ni que lo único que podamos encontrar en Twitter sean enunciados no argumentados. En este sentido coincidimos con Slimovich (2014) en cuanto a que estas discursividades políticas combinan (y no excluyen) elementos pasionales con elementos racionales. Lo que hay es una proliferación de contenidos multimediales en *pildoras* (Igarza 2009), que no devienen necesariamente en categorías inferiores.

2-Sus aires

En el marco de la retórica aristotélica, se sostiene que las pruebas que se obtienen por medio del discurso, pueden ser de tres tipos: aquellas que hacen referencia al orador, a su carácter, las que dan cuenta de la manera de predisponer al oyente y, por último, las que refieren al discurso mismo (Aristóteles 2000). Tomando esta clasificación, Barthes (1974) sostendrá que existen dos tipos de pruebas: de un lado, aquellas que se vinculan con el convencer (*entimema*, *exemplum*) y, del otro, las que dan cuenta del conmover (*ethos* y *pathos*). En esta última línea, analizaremos la manera en la que CFK construyó su *ethos*, a través de los *tweets* que tomamos como corpus para este trabajo.

La *ethè* son los aires del orador, sus atributos, su carácter, la manera en la que elige mostrarse frente al auditorio: “debo significar lo que quiero ser *para el otro*”¹¹, nos apunta Barthes (p. 63). Dentro de los tres *aires* que distingue Aristóteles, consideramos que aquel que prevalece para el caso de CFK es el que denominó *areté*: “es la exposición de una franqueza que no teme a sus consecuencias y se expresa mediante frases directas, selladas de una lealtad teatral” (Barthes 1974: 64)¹². Por supuesto que el discurso combina cada uno de estos *aires*, sólo que hay uno de ellos que se presenta con más fuerza; como señala Barthes, el orador pareciera decir todo el tiempo “siganme (*frónesis*), estimenme (*areté*) y quieranme (*eunoia*)” (p. 64).

¹¹ El destacado es del original.

¹² Los otros dos *aires* son la *frónesis*, “cualidad de quien delibera bien, que pesa bien el *pro* y el *contra*; es una sabiduría objetiva, un buen sentido expuesto” (Barthes, 1974: 63) y la *eunoia*, a través de la cual “se trata de no chocar, de no provocar, de ser simpático (y quizás hasta *simpaticón*), de entrar en una complicidad complaciente con el auditorio” (p. 64)

Aunque parezca obvio, quisiéramos remarcar que estas cuestiones ligadas a la manera de construir un determinado *ethos*, están permeadas por aquello que trabajamos en el apartado anterior, es decir, la manera en la que el enunciador construye sus vínculos con los destinatarios del discurso. A su vez, operando como articulación entre el nivel del enunciado y el de la enunciación, encontramos lo que Verón (1987) definió como *componentes*, aquellos que delimitan “las modalidades a través de las cuales el enunciador construye su red de relaciones con las entidades del imaginario” (p. 8). Si bien estos componentes no aparecen aislados, sino entrelazados, en tanto *zonas* del discurso, es factible reconocer cierta preponderancia de algunos de ellos. Esta preponderancia, en el caso que estamos analizando, tiene que ver con la construcción de una posición jerárquica que marca los lugares del saber y del no-saber y que, a pesar de lo que pudiera parecer, no va a contrapelo de la búsqueda de cercanía que se observan en otras partes del discurso:

Componente descriptivo

[29/05/2014] “Con respecto a la deuda con el Club de París, se originó en 1956, después del derrocamiento de Perón (que dejó al país sin deuda externa)”.

[29/05/2014] “Gran parte de lo adeudado se originó antes del año 1983. Se incorporó en el presupuesto público en 1986”.

[05/06/2014] “Entre 2003 y 2013 se incorporaron 10 de las 16 vacunas actuales, equidad en el acceso de toda la población a la prevención de enfermedades”.

Componente didáctico

[10/06/2014] “El Museo que inauguramos hoy no es una construcción edilicia”.

[10/06/2014] “... es la construcción histórica en honor a las Malvinas más importante de la República Argentina”.

[10/06/2014] “La peor colonización, no es la militar ni la geográfica ni siquiera la económica. Es la cultural”.

Componente prescriptivo

[13/05/2014] “... ahora tenemos que llevar ciencia, progreso, ahora tenemos que generar trabajo”.

[10/06/2014] “Terminar con el colonialismo inglés en el Atlántico Sur debe ser una política que ningún gobierno argentino debe abandonar”

[04/06/2014] “Ahora decimos: “Ramal que abre no para”. Ahora, eso sí: tienen que ayudar TODOS para que eso suceda”.

Componente programático

[29/05/2014] “El financiamiento que obtendremos para nuestro país no será como ya ha ocurrido en otras décadas, para el gran casino financiero”.

[29/05/2014] “Financiamiento para infraestructura, para desarrollo, para tecnología, y para el futuro de todos los argentinos”

[17/06/2014] “La Argentina no va a defaultear su deuda reestructurada”.

3-Para finalizar

Hasta aquí, hemos analizado los elementos relativos a la construcción de los destinatarios y del *ethos* en los *tweets* de la cuenta de Cristina Fernández de Kirchner durante los meses de Mayo y Junio de 2014. Las conclusiones a las que hemos arribado en cada apartado, por tanto, son válidas para este corpus; aunque resultaría interesante –tarea pendiente para trabajos posteriores–extender este recorte temporal con el fin de tener un estudio más exhaustivo de la manera en la que la presidenta utiliza Twitter. Aun así, quisiéramos remarcar algunos puntos interesantes que han surgido del análisis realizado.

En primer lugar, dada la asimetría y descentralización que caracteriza a este *microblogger*, CFK apela a una enunciación generalmente distendida, informal y principalmente dirigida a su *prodestinatario*. Sin embargo, al tiempo que predomina una estrategia que intenta borrar las jerarquías, buscando cierta complicidad con el otro positivo, también, en otros fragmentos, encontramos fuertes marcas en donde CFK se ubica en un lugar de saber-poder explicando, confirmando, describiendo situaciones pasadas o presentes. Se repite, a su vez, el uso de la interrogación o pregunta retórica donde, por supuesto, no se pretende que alguien responda, ya que es el enunciador el que tiene la palabra. Este recurso sirve, en muchos casos, a los fines de introducir una explicación sobre determinada problemática.

[05/06/2014] “Pero ustedes se dan cuenta que ocultando esta información sobre estos beneficios, no me hacen daño a mí, sino al pueblo argentino, no?”.

[05/06/2014] “Sabías que en el primer plan de inclusión jubilatoria de Néstor, el 73% de esas destinatarias fueron mujeres?”.

[12/06/2014] “Ahora que arrancó #Brasil2014 les cuento otra buena noticia para la Argentina. Hagamos un poco de memoria, se acuerdan de los ornitorrincos?”.

Podemos ver también, en el primero de estos *tweets*, la referencia al *contradestinatario*, figura discursiva fundamental en el aparato discursivo de la presidenta. Ahora bien, resulta llamativo que, al tiempo que en las alocuciones públicas de Cristina Fernández de Kirchner, la referencia al *contradestinatario* coincide con lo que Montero (2009) denomina la *contradestinción directa*¹³; lo que hemos encontrado a lo largo de este análisis es que cuando se refiere a este otro no se hace de manera directa, sino más bien, coincidiendo con lo que se denominó como *contradestinatario encubierto*.

Por último, algo a lo que nos hemos referido en el primer apartado: la problemática sobre quién escribe los *tweets*. ¿Es válido que nosotros, como analistas, nos preguntemos acerca de este aspecto? ¿Tenemos alguna manera de saber quién es el sujeto empírico de estos enunciados? La respuesta es, a duras penas, obvia: no. Como nos sugiere Ducrot (1990), lo que nos interesa es “lo que está en el enunciado, y no las condiciones externas de su producción” (p. 17) Sin embargo, a diferencia de lo que Slimovich (2014) refería respecto del uso del Twitter por parte del jefe de gobierno porteño, aquí lo que aparece es la necesidad de la construcción de un locutor que trata de ser unívoca. Es decir, @CFKArgentina parecería decirnos que, no sólo es ella la presunta responsable del enunciado –el *locutor*, según Ducrot (1988) –, sino también, el sujeto empírico del mismo.

Referencias

Aristóteles. *Retórica*, Madrid: Gredos, 2000.

¹³ La contradestinción directa “es poco frecuente en el discurso político dado que no se ajusta a las convenciones del género (especialmente las relativas a la cortesía y el protocolo) (...) Consistente en una interpelación directa y en segunda persona (en ocasiones, en forma voseante), la contradestinción directa da lugar a un tono discursivo típicamente informal, juvenil y desafiante. Hemos dicho que una característica saliente del DK es su naturaleza marcadamente conflictiva: como todo discurso populista, el DK coloca la adversidad en el centro de la escena discursiva, de modo que la función polémica tiene allí una importancia capital, siendo uno de sus rasgos específicos la recurrente presencia de destinatarios negativos y, especialmente, de contradestinatarios directos” (Montero, 2009: 321).

- Baggiolini, L., Castro Rojas, S. (2013). “La temporalidad de las redes y los dispositivos”, en Valdés, L., Morales, S. (comps.). *Industrias culturales, medios y públicos: de la recepción a la apropiación*, Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba. s/n. ISBN 978-950-33-1050-2.
- Barthes, R. (1974). “La antigua retórica”, en *Investigaciones retóricas I*, Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Bullrich, L. (2013). Las cataratas de tuits de Cristina, bajo la lupa de los especialistas. *Diario La Nación*, 5 de Mayo, 18.
- Ducrot, O. (1990). *Polifonía y argumentación*, Cali: Universidad del Valle.
- García Negroni, M.M. (1988). “La destinación del discurso político: una categoría múltiple”, en *Lenguaje en contexto I* (1/2). pp. 85-111.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*, Buenos Aires: La Crujía.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Buenos Aires: Paidós.
- Montero, A.S. (2009). “Puesta en escena, destinación y contradestinación en el discurso kirchnerista (Argentina, 2003-2007)”, en *Discurso & Sociedad*, 3(2), Caracas: Venezuela. pp. 316-347
- Landow, G. (1995). *La convergencia de la Teoría Crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona: Paidós.
- Slimovich, A. (2012). “Los internautas en campaña. Apuntes sobre las discursividades políticas en el Facebook de Mauricio Macri”, en *Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura*, N° 72: Universidad Nacional de la Plata. s/n. ISSN 1668-5547
- Slimovich, A. (2014). “El discurso macrista en twitter. Un análisis sobre la campaña para la reelección del jefe de gobierno de Buenos Aires”, en *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, Vol. 2 (1): Universidad Tecnológica Metropolitana. pp. 8-27. ISSN 0719-3688.
- Sarlo, B. (2011). *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010*, Buenos Aires: Sudamericana.
- Valdettaro, S. (2014). “Cuerpo-presidencial-performático y Mediatización: entre la sobreexposición y el ocultamiento”, en Fausto Neto, A., Raimondo Anselmino, N., Gindin, I. (eds.) *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*, Rosario: UNR Editora. En prensa.
- Verón, E. (1987). “La palabra adversativa”, en AA.VV. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires: Hachette.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*, Buenos Aires: Paidós.

Irene Lis Gindin

Licenciada en Comunicación por la Universidad Nacional de Rosario. Miembro del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones y Adscripta a la Cátedra Lenguajes III, correspondiente al tercer año de la Licenciatura en Comunicación Social. Actualmente cuenta con una beca de Posgrado tipo II otorgada por el CONICET para la realización del Doctorado en Comunicación Social (UNR-2011). Su proyecto de investigación se titula "La construcción de la identidad política de Cristina Fernández de Kirchner durante su primera presidencia"

Datos personales

Irene Lis Gindin

Córdoba 2571, 10° “B”. 2000. Rosario, Santa Fe.

Tel: (0341) 152179806 / (0341) 4488036

e-mail: iregindin@hotmail.com