



Tipo de documento: Tesis de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: La comunicación de @CFKArgentina en el período 2010-2015 : el análisis de la primera cuenta presidencial de Twitter de la historia argentina, en el marco de la disputa con los medios masivos por la construcción e imposición de sentido

Autores (en el caso de tesis y directores):

Ramiro de Anchorena

Santiago Mazzuchini, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2021

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera Ciencias de la Comunicación

La comunicación de @CFKArgentina en el período 2010-2015

El análisis de la primera cuenta presidencial de *Twitter* de la historia argentina, en el marco de la disputa con los medios masivos por la construcción e imposición de sentido.

Tesina de grado - 2021

Alumno: Ramiro de Anchorena

Tutor: Santiago Mazzuchini

E-mail: ramancho@hotmail.com

E-mail: santiagomazzuchini@gmail.com

DNI: 32674178

Celular: 1162344050

Resumen y objetivos de la tesina

Este trabajo se basa en el análisis de la comunicación de la cuenta de *Twitter* de Cristina Fernández de Kirchner, presidenta de la Argentina entre los años 2007 y 2015. Durante la investigación, se hizo foco en la circulación y en los efectos que tuvieron sus tuits en los medios de comunicación masiva, en el marco de la disputa por la construcción de sentido que tiene lugar en los campos mediático y político.

El primer mensaje de @CFKArgentina fue emitido el 26 de agosto de 2010, y pese a que en la actualidad continúa siendo un perfil muy activo, el presente trabajo se detiene en el período 2010-2015. Si bien puede ser considerado como un lapso temporal extenso, los años escogidos incluyen contenidos que enriquecen y favorecen el análisis planteado. Esto permitió brindar una descripción detallada de las estrategias comunicativas empleadas por el perfil 2.0 en cuestión, de los efectos provocados en los medios y de las reacciones adoptadas por las compañías periodísticas masivas.

Una vez develadas las estrategias y el impacto que @CFKArgentina produjo en los medios tradicionales, la tesina intentará concluir si la comunicación tuitera de la ex mandataria fue exitosa o no a la hora de imponer sentido. Con este fin, se tuvieron en cuenta conceptos de diversos pensadores abordados a lo largo de la carrera de Ciencias de la Comunicación, y más de un centenar de artículos periodísticos, que fueron relacionados con los más de siete mil tuits publicados por Cristina durante los años estudiados para analizar las disputas discursivas mencionadas.

A lo largo de los capítulos no se pasará por alto la evolución cuantitativa del primer perfil presidencial de *Twitter* de la historia argentina, motivo por el cual podrán leerse datos estadísticos y otros fenómenos que también actúan como marco del objetivo principal, que es abordar la puja que la ex presidenta mantuvo con los medios masivos de comunicación, sobre todo con aquellos que se mostraron en permanente tensión y enfrentamiento respecto a las decisiones gubernamentales del período presidencial de Fernández de Kirchner. Así lo expresó durante una entrevista el periodista fallecido Julio Blanck, ex editor jefe del diario *Clarín*: "Hicimos periodismo de guerra"¹.

¹ Rosso, F. (17 de julio de 2016). Julio Blanck: "En Clarín hicimos un periodismo de guerra". *La Izquierda Diario*. <<http://www.laizquierdadiario.com/Julio-Blanck-En-Clarín-hicimos-un-periodismo-de-guerra>>

Índice

1. Comienzos de <i>Twitter</i> e introducción a la cuenta @CFKArgentina	4
1.1 Marco teórico	7
2. El inicio de la comunicación tuitera presidencial	12
2.1 La etapa institucional de @CFKArgentina	20
2.2 El regreso fugaz	29
2.3 El giro definitivo	36
3. Antagonismo: el ida y vuelta entre @CFKArgentina y los medios masivos	45
4. El lenguaje de Cristina en <i>Twitter</i>: objetivos y consecuencias	64
4.1 Intimidad y singularidades en @CFKArgentina	74
5. Confesión y fin del mandato como cuenta presidencial	85
5.1 2015: @CFKArgentina deja de ser presidenta	86
6. Conclusiones	93
Bibliografía	96

1. Comienzos de *Twitter* e introducción a la cuenta @CFKArgentina

"just setting up my twtr"²

Primer tuit de la historia, escrito por Jack Dorsey el 21 de marzo de 2006.³

Twitter es un servicio de *microblogging* que fue creado en marzo de 2006 por los estadounidenses Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone y Noah Glass, y lanzado a los cibernautas en julio de ese mismo año. Desde aquel momento, la empresa experimentó un importante crecimiento hasta convertirse en una de las referentes en la época de auge de las redes sociales, con un importante valor de mercado y sobre todo con cientos de millones de usuarios activos en todo el mundo, aunque su número de adeptos no siempre se encuentra en alza, tal como ocurrió, por ejemplo, en 2016⁴.

Es uno de los sitios característicos de la denominada web 2.0, en contraposición a la web estática que la precedía, ya que estos nuevos emprendimientos digitales permitieron a los usuarios comenzar a crear contenido, compartirlo a través de publicaciones e interactuar con otros internautas. Es decir, dejaron de ser sujetos pasivos en el mundo de la red, simples lectores y consumidores, para convertirse en productores. Esto es justamente el *microblogging*, un servicio que brinda la oportunidad de generar contenido, de manera breve en el caso de *Twitter* por el límite de los 140 caracteres por mensaje que existió desde su creación hasta septiembre de 2017, momento en el que se amplió el tope a 280⁵.

A mediados de 2018, la compañía informó que contaba con 335 millones de usuarios en todo el planeta⁶, por lo que la circulación de textos, opiniones, imágenes, videos, artículos periodísticos, y todo lo que las personas vuelcan en la plataforma, es enorme. Por estos motivos, es difícil entender la comunicación y el actual flujo de información a nivel global sin tener en cuenta a esta red social.

² Dorsey, Jack. [@jack]. (21 de marzo de 2006, 5.50 P.M). <<https://twitter.com/jack/status/20>>

³ Twitter celebra los ocho años de su primer tuit. (21 de marzo de 2014). *La Vanguardia*. <<https://www.lavanguardia.com/tecnologia/redes-sociales/twitter/20140321/54404298835/twitter-celebra-ocho-anos-primer-tuit.html>>

⁴ Geddes, D. (17 de febrero de 2016). Twitter está en crisis y prueba la receta Facebook para salvarse. *Clarín*. <https://www.clarin.com/sociedad/twitter-crisis-prueba-facebook-salvarse_0_4J8uzon5x.html>

⁵ Twitter ya permite mensajes de 280 caracteres. (26 de septiembre de 2017). *La Nación*. <<https://www.lanacion.com.ar/2066693-twitter-ya-permite-mensajes-de-280-caracteres>>

⁶ Twitter ya no crece más en usuarios. (17 de agosto de 2018). *iProfesional.com*. <<https://www.iprofesional.com/tecnologia/276046-twitter-facebook-redes-sociales-Twitter-ya-no-crece-mas-en-usuarios>>

El idioma español fue incorporado a *Twitter* en 2008, lo que le permitió atraer a un mayor número de ciudadanos en diversas partes del mundo. A medida que fue creciendo su cantidad de cuentas activas, que en este trabajo también se denominarán perfiles o usuarios, y tras la aparición del sitio en español, los internautas argentinos fueron incursionando y adoptando esta iniciativa 2.0.

El impacto de la red social en medios de comunicación masiva como la radio, la televisión y los diarios, que no sólo abrieron sus respectivas cuentas tuiteras para divulgar información, sino que también decidieron sumar a su contenido tradicional lo que allí publicaban el resto de los perfiles, fomentó el uso y la participación de los cibernautas en esta web. Esto se enmarca en la transformación estructural que comenzó a transitar nuestra sociedad a partir de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), temática analizada, entre otras personalidades del ámbito académico que estarán incluidas a lo largo de los capítulos, por el sociólogo argentino Luis Fanlo, quien destacó que esta transformación provocó tanto la reconfiguración de los medios masivos en términos de convergencia digital, como la reconfiguración de las antiguas audiencias masivas, pasivas y homogéneas (2012, p. 97). Tal fue el crecimiento y la convergencia experimentada, que la Real Academia Española sumó en la 23^o edición de su diccionario, publicada en 2014, las palabras *tuit*, *tuítear*, *tuíteo* y *tuítero*⁷.

Por otro lado, cabe resaltar el empleo que diversos dirigentes políticos a nivel mundial le dieron, y le dan, a la red de *microblogging*, destacándose el papel preponderante que Barack Obama, presidente de los Estados Unidos entre 2009 y 2017, le otorgó durante su campaña presidencial para las elecciones de 2008. A partir de experiencias como la mencionada, fueron muchas las personalidades políticas que decidieron utilizar *Twitter* como medio para informar sus gestiones, expresarse, vincularse y hacerle llegar sus mensajes a la ciudadanía. Aquí también se tiene en cuenta lo trabajado por Fanlo, quien aseguró que a *Twitter* "se la vincula con la producción de efectos de poder sobre el campo de las luchas políticas y sociales y con la emergencia de un nuevo tipo de militante político, el cibernautante o ciberactivista", (p. 97).

⁷ La RAE incorpora los términos 'tuítear', 'tuit', 'tuíteo' y 'tuítero' a su diccionario. (20 de septiembre de 2012). *La Razón*. <http://www.la-razon.com/sociedad/asi_va_la_vida/RAE-incorpora-terminos-tuitero-diccionario_0_1691230945.html>

Por estos motivos adquiere interés la comunicación que Cristina Fernández de Kirchner, en su rol de presidenta, realizó en *Twitter* durante el período temporal estipulado (2010-2015), y el impacto que tuvo sobre los medios masivos en un contexto de contiendas políticas y sociales.

A mediados de 2016, y a pesar de no tener la costumbre de publicar demasiada información estadística, la empresa establecida en la ciudad estadounidense de San Francisco, en el estado de California, comunicó que la Argentina contaba con 11,8 millones de usuarios activos⁸, lo que representa a alrededor del 25% de su población. Además, la compañía destacó que la franja etaria que más utilizaba la plataforma era la de 25 a 34 años, seguida por la de 16 a 24. A raíz de esto, el caudal de mensajes que producen los usuarios y que circula cada día en *Twitter*, no sólo la convirtieron en un nuevo medio de comunicación digital, sino también en fuente de información para los medios tradicionales, que incorporaron lo generado en las redes sociales a sus estrategias comunicativas.

A partir de diversos trabajos académicos que se reflejarán en las siguientes páginas, se hará hincapié en la diferencia entre los medios de comunicación masiva tradicionales y los nuevos medios digitales con base en internet, como *Twitter*, surgidos en nuestra era.

A su vez, en relación a la convergencia mencionada en el penúltimo párrafo y al lugar que ocupan los medios en las luchas políticas y sociales, cabe remarcar lo expresado por el semiólogo argentino Eliseo Verón en el prólogo del libro *Las políticas de los internautas* (2012), donde afirma que:

"(...) el Interpretante no puede ser otra cosa que político. En la medida en que el dispositivo de la Red permite a cualquier usuario producir contenidos y teniendo en cuenta además que, por primera vez, el usuario tiene el control del 'switch' entre lo privado y lo público, podemos empezar a hacernos una idea de la complejidad y la profundidad de los cambios en curso. Los procesos de la circulación son el nuevo gran campo de batalla, y esa guerra apenas ha comenzado." (p. 15).

Esta tesina hace foco justamente en la circulación de contenido que se produjo en, y entre, el perfil tuitero de la ex presidenta y los medios de comunicación masiva, conformando un campo de batalla mediático en el que dichos actores sociales disputaron sentido.

⁸ Twitter tiene 11,8 millones de usuarios en la Argentina. (14 de marzo de 2016). *Infotechnology*. <<http://www.infotechnology.com/online/Twitter-tiene-118-millones-de-usuarios-en-la-Argentina-20160314-0001.html>>

Cristina Fernández de Kirchner creó una cuenta en *Twitter* con el nombre de usuario @CFKArgentina en abril de 2010, dos años después de la exitosa experiencia de Obama. La mayor parte de los políticos argentinos con responsabilidades de gestión tienen su perfil oficial en esta red, pero aquí se examinará lo que fue la primera cuenta tuitera presidencial de la historia argentina, que continúa siendo uno de los perfiles políticos más populares a nivel mundial, con casi seis millones de seguidores al momento de escribir estas líneas.

A lo largo de la tesina, las siglas CFK harán referencia a la ex presidenta, a quien también se mencionará por su nombre de pila, Cristina. A su vez, el trabajo se divide en capítulos que guardan relación con períodos temporales definidos por quien escribe, en base a las características del contenido volcado por la ex mandataria en *Twitter*. Por otro lado, el análisis aportará información para evaluar qué efectos provocó este perfil tuitero en los medios masivos de comunicación, e intentará establecer si tuvo éxito como herramienta discursiva en el marco de la disputa por la construcción de sentido que se llevó a cabo tanto en el campo mediático como en el político.

1.1 Marco teórico

Como en este trabajo se analizará el discurso político de una presidenta en la red social *Twitter*, no pueden dejarse de lado tanto el estudio de la mediatización de lo político llevado a cabo por Verón (1984), como el concepto de circulación hipermediática del discurso elaborado por Mario Carlón (2015), quien sostuvo que:

"la emergencia y consolidación de Internet y sus medios (Facebook, Instagram, Twitter, 9gag, etcétera) y la proliferación de dispositivos portátiles de registro visual y audiovisual fáciles de operar en los smart phones, sumados a las nuevas prácticas sociales expandidas en la calle y en la red, están cambiando definitivamente la circulación discursiva que caracterizó a los períodos moderno y posmoderno" (pp. 6-7).

En este marco, el pensador agregó que:

"desde la teoría de las mediatizaciones se identificó que las sociedades pasaron de ser mediáticas (es decir, modernas) a mediatizadas (o sea posmodernas - Verón, 1984,1986), hecho que se debió a que las prácticas

sociales se organizaron cada vez más en función del desempeño de los medios." (2015, p. 6)

Con el surgimiento de las redes sociales, a las que Carlón también denomina redes de medios, el autor introduce el concepto de sociedad hipermediatizada (2015) como contexto actual en el que cada uno de nosotros administra su propio medio de comunicación; y enfatiza en que si bien perduran gran parte de los rasgos que venían de la sociedad posmoderna, mediatizada, ahora son los sujetos, que antes se encontraban en reconocimiento frente a los discursos de los medios masivos, los que gracias a que también se encuentran en la fase de producción generan y distribuyen sus propios contenidos.

A raíz de esto, la circulación discursiva se vio alterada y dio lugar a las sociedades hipermediatizadas, en las que lo público, lo íntimo y lo privado están entrando en una nueva interpenetración (Carlón, 2015). En este sentido es que se hablará de circulación hipermediatizada (Verón, 1987), que da cuenta de una circulación más compleja entre los medios masivos y los nuevos medios como las redes sociales.

Por estos motivos, cabe resaltar que las sociedades hipermediatizadas abren una nueva etapa en la historia de la mediatización, donde los medios masivos conviven con el nuevo sistema de medios basado en la digitalización (Slimovich, 2017, p. 190), profundizando procesos como el de convergencia, divergencia e interactividad.

En lo que refiere a los tuits de Fernández de Kirchner, podría remarcarse la mediatización del discurso político sin intermediarios. Por primera vez en la historia argentina, un presidente de la Nación se dirigió directamente a los ciudadanos a través de una red social. Si bien ya se contaba con ejemplos a nivel mundial, como el mencionado de Obama, no deja de ser un hecho destacable y abordable para su estudio.

Vinculado a esto último, se tendrá en consideración lo trabajado por Ana Slimovich (2017), Doctora en Ciencias Sociales (UBA) en relación a que:

"las redes sociales suponen, por definición, un proceso de desintermediación: la interfaz informativa política se desintegra en los perfiles de las redes sociales de los políticos y se configura el vínculo candidato-internauta ciudadano, en vez de candidato-telespectador ciudadano-periodista de la televisión masiva" (p. 198).

Como se verá más adelante, la desintermediación se ha convertido en una característica muy apreciada por los actores del campo político que, por primera vez, a través de las redes sociales, tienen la posibilidad de dirigirse a la sociedad de manera directa, sin la necesidad de pasar por los medios de comunicación masivos tradicionales.

Una vez introducida la teoría de la mediatización política, la circulación hipermediatizada, la desintermediación y el rol de las redes sociales como nuevos medios que reconfiguraron la realidad social discursiva, elementos en los que se profundizará en capítulos posteriores, es necesario resaltar que en la presente tesina también se tuvieron en cuenta otros conceptos teóricos, algunos de los cuales hacen hincapié en las luchas de poder y en las contiendas por la imposición de sentido en distintos campos. Al mismo tiempo, fueron incluidos abordajes que definen al lenguaje y a los intercambios comunicativos como ámbitos donde existen disputas ideológicas, en las que se intenta imponer la propia visión de la realidad social.

Por estas razones, a través de autores como el filósofo francés Louis Althusser (1966; 1967; 1970) y su concepción de la ideología, de las operaciones discursivas y de la materialidad que adquieren ambas en la práctica, se analizó la relación entre los tuits de la ex presidenta y los artículos periodísticos referidos a su perfil 2.0. La idea fue poner de manifiesto los efectos causados por @CFKArgentina en los medios de comunicación a partir de la teoría althusseriana, de la que también se tomaron en consideración, con el mismo objetivo, términos como el de los aparatos ideológicos del estado y operaciones de interpelación.

Por otra parte, con la teoría de los campos como espacios de rivalidad y el concepto de estrategia del sociólogo francés Pierre Bourdieu ([1980] (2007); 1999), se persiguió el objetivo de develar las particularidades de la controversia entre la ex mandataria y los medios tradicionales. El proceso de la mediatización de lo político, como se ha destacado, atravesará de forma transversal a los próximos capítulos, y se vislumbrará en la gran cantidad de tuits emitidos por Cristina, pretendiendo mostrar cómo un actor del campo político incorporó a las redes sociales como canal de comunicación y de expansión de sus mensajes, convirtiéndolas en un ámbito más de las contiendas por imponer la propia visión del mundo.

A su vez, otro pensador argentino incluido en la tesina es Ernesto Laclau (1987, 2004) y sus nociones de hegemonía, antagonismo y articulación discursiva. En este caso se lo escogió para dedicar especial atención a las relaciones surgidas de esta rivalidad, exteriorizada en lo mediático, y para no perder de vista de qué modo, y desde qué posición del campo político, se expresaba CFK. A raíz de esto, tendrán protagonismo ejes puntuales del contenido de @CFKArgentina para señalar qué confrontaciones prefirió llevar a cabo, y a qué sectores de poder decidió mostrarse antagónica; con la meta, en la opinión de quien escribe, de construir legitimidad, moldear su imagen e imponer sentido.

Otro término presente en la tesina es el de signo, empleado en enfoques como el del lingüista ruso Valentín Volóshinov (2009), que analizó el carácter ideológico del mismo y consideró al lenguaje como poseedor de un papel relevante en los procesos políticos sociales; por lo que también permitirá esclarecer los efectos de la actividad tuitera de CFK en los medios de comunicación. Sobre esto se hará mayor hincapié en el capítulo que se refiere en lo específico al lenguaje empleado por la ex presidenta en *Twitter*.

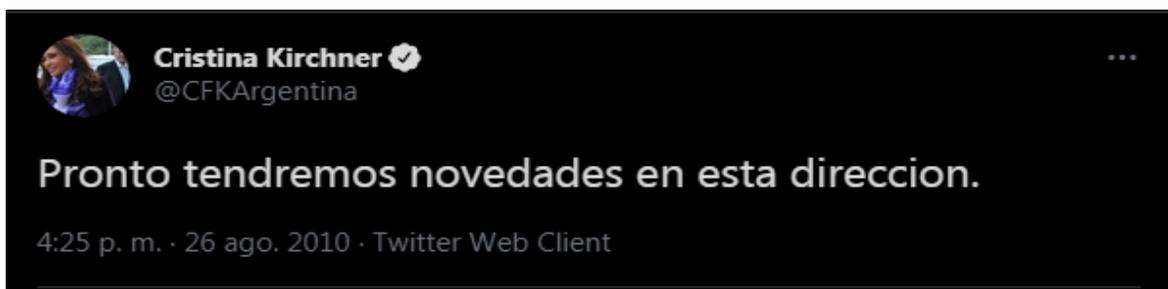
No podría quedar afuera de un trabajo que involucra términos como el de poder el pensador francés Michel Foucault, quien propuso resignificar este concepto entendiéndolo en base a relaciones de poder. En resumidas cuentas, Foucault no abordaba al poder exclusivamente desde las formas en que éste es ejercido, sino que les otorgaba relevancia a las resistencias. Por ende, y en relación a lo formulado por Laclau, el enfrentamiento se vuelve constitutivo de lo social. A partir de esto se pondrán de manifiesto las resistencias, las tácticas y las estrategias tanto de CFK como de los medios para evidenciar la mutua hostilidad y exponer los efectos producidos entre ambas partes.

Para el análisis de los miles de tuits de la ex presidenta y las más de cien publicaciones periodísticas examinadas, fue de utilidad el contenido del libro *Las políticas de los internautas* (2012), que expuso diversas investigaciones referidas a la convergencia digital y la circulación de contenido como campo de batalla. Fue aquí donde Fanlo, quien ya ha sido citado en páginas precedentes, se exployó en dicha publicación acerca del enfrentamiento entre el gobierno denominado kirchnerista y los medios de comunicación, y sobre todo en la influencia sobre la prensa escrita de los mensajes tuiteros, razón por la cual también fue incorporado al desarrollo de la tesina.

Otra pensadora argentina que estudió el rol y los efectos en la política de las redes sociales fue Beatriz Sarlo en su libro *La audacia y el cálculo, Kirchner 2003-2010* (2011), donde detalló cómo lo político se implicó en las redes sociales, que imponen su estética, su velocidad y su estructura, provocando cambios en lo tradicional y la adaptación de los discursos. Esta concepción recorrerá los capítulos por venir, y guarda relación con lo señalado sobre la mediatización de lo político.

Sin dudas restan nombrar autores y conceptos utilizados. De todos modos, los términos mencionados en los párrafos previos serán los de mayor protagonismo, y tendrán la misión de acompañar el análisis para ir develando tanto el uso que Cristina Fernández de Kirchner hizo de *Twitter*, como los efectos por ella causados en los medios de comunicación masiva, a los que también se hará referencia como medios tradicionales, en contraposición a los medios con base en internet, como *Twitter*, siguiendo los lineamientos de los trabajos académicos citados previamente.

2. El inicio de la comunicación tuitera presidencial



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (26 de agosto de 2010, 12.25 P.M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/22203204077>>

Si bien la descripción del perfil de @CFKArgentina indica que se unió a *Twitter* en abril de 2010⁹, el primer tuit emitido por la ex presidenta tuvo lugar el 26 de agosto de ese mismo año, tal como muestra la imagen precedente. Cabe señalar que la palabra "*direccion*" fue escrita de ese modo en el tuit, sin incluir la tilde correspondiente en la letra *o*; por lo que el contenido inaugural de la primera cuenta presidencial argentina incluyó un error ortográfico. Dicho mensaje obtuvo 125 retuits y 54 me gusta, cifra nada despreciable para una usuaria que aún no estaba activa, pero muy inferior a los miles de retuits y *likes* que tuvieron las publicaciones de Cristina con el correr de los años.

Esas seis palabras dieron comienzo a lo que poco tiempo más tarde se convirtió en un medio de comunicación predilecto de CFK para emitir opiniones, informes de gestión, replicar sus discursos públicos, cuestionar publicaciones periodísticas, compartir intimidades cotidianas tanto de su mandato como de su vida íntima, entre otras acciones que se irán detallando a medida que avance el presente análisis.

En los días posteriores a aquel 26 de agosto, el perfil retuiteó cuatro mensajes de Aníbal Fernández, por entonces Jefe de Gabinete de Ministros, y uno de Juan Manuel Abal Medina, quien era Secretario de Gabinete y Gestión Pública, perteneciente a la Jefatura de Gabinete de Ministros. Los posteos de los dos funcionarios se referían al caso de la familia Graiver, titular de la empresa Papel Prensa en la década de 1970, y a cómo los diarios *Clarín* y *La Nación* habían actuado para quedarse con dicha compañía durante la última dictadura cívico-militar de la Argentina, que gobernó entre 1976 y 1983. En el caso del ex ministro Fernández, el mensaje retuiteado por CFK incluía un audio que pertenecía a un integrante de la familia Graiver, Isidoro, en el cual afirmaba: "Clarín y La Nación nos

⁹ Perfil de Cristina Fernández de Kirchner en Twitter. Recuperado de <<https://twitter.com/CFKArgentina>>

humillaron, fue un afano"¹⁰. En este contexto, se observa que la mención a los diarios de mayor tirada del país comenzó temprano en la cuenta de Cristina. A lo largo de este trabajo quedará en evidencia que fue una práctica constante de este perfil tuitero.

Recién el 31 de agosto, cinco días después del primer mensaje, se dejaron de lado los retuits y @CFKArgentina emitió lo siguiente: "Esperamos tener activa esta cuenta esta semana"¹¹. Esto da a entender que los mencionados retuits a funcionarios durante los días previos no formaban parte de lo que quienes administraban el perfil de CFK, o ella misma, consideraban una cuenta activa.

El verdadero puntapié inicial de Fernández de Kirchner escribiendo en *Twitter* se produjo el 6 de septiembre de 2010. Aquel día publicó sólo tres tuits, pero en ellos pudo verse su impronta a la hora de la redacción. En el primero de los tres, expresó: "Agradezco a todos y todas, los saludos y el interés en sumarse tanto desde Argentina como de Latinoamérica toda. Muchas gracias, de verdad."¹². Se distinguen la clara alusión a los usuarios que comenzaban a prestarle atención a su perfil, y el uso de la primera persona del singular, dando cuenta de que era ella, o un colaborador suyo que quería dar esa impresión, quien se dirigía a los lectores.

En el segundo tuit manifestó: "Acabo de llegar de Catriel, Río Negro. Inauguramos la Clínica del Sindicato de Petroleros. Excelente obra. Muy linda y moderna."¹³. Aquí continuó con el empleo de la primera persona del singular, algo que sin dudas le otorga mayor fuerza al contenido, e informó sobre una actividad de gestión realizada, práctica que con el tiempo se tornó habitual en su perfil. El tercer tuit de esta breve serie incluyó lo siguiente: "Lo que más me gustó fue saber que, el Sanatorio no atenderá solo a sus afiliados sino, a todos los habitantes de Catriel. Eso es SOLIDARIDAD"¹⁴. Allí se hace presente otro recurso que fue explotado por @CFKArgentina, el uso de las mayúsculas para enfatizar palabras o frases.

¹⁰ Fernández, Aníbal. [@FernándezAnibal]. (27 de agosto de 2010, 10.01 A.M.)
<<https://twitter.com/FernandezAnibal/status/22282515763>>

¹¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (31 de agosto de 2010, 5.17 A.M.)
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/22610794816>>

¹² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de septiembre de 2010, 3.56 P.M.)
<<https://twitter.com/cfkargentina/statuses/23184464886>>

¹³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de septiembre de 2010, 4.17 P.M.)
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/23185816167>>

¹⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de septiembre de 2010, 4.17 P.M.)
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/23185834649>>

Las variantes lingüísticas encontradas en los mensajes de la ex mandataria serán abordadas en otro capítulo, como también las razones políticas que la llevaron a utilizarlas. Es más, algunas de esas variantes llegaron a provocar debates a nivel internacional y pusieron a este perfil tuitero en boca de todos. Con respecto a las publicaciones citadas, podría discutirse si el uso de las comas es correcto o no, cuestión que volvería a poner a la ortografía en primer plano y a pensar en el interrogante sobre quién se encargaba de escribir los tuits. Esta última temática también será desarrollada más adelante, donde se esclarecerá el asunto con declaraciones de la misma CFK.

Desde aquel puntapié inicial hasta el 26 de octubre de 2010, el uso que la ex presidenta hizo de *Twitter* fue intenso. Una de las jornadas más curiosas y particulares ocurrió con el breve diálogo tuitero que mantuvo con Hugo Chávez, presidente de la República Bolivariana de Venezuela en ese momento. Era la primera vez que un presidente argentino, en este caso presidenta, hablaba con un par a través de *Twitter*. Ocurrió el 7 de septiembre de 2010 y Cristina lo emprendió así: "@chavezcandanga Hugo, no quiero dejar de contarte un excelente momento que me tocó vivir como Presidenta de los argentinos..."¹⁵; y tras otro mensaje, prosiguió:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (7 de septiembre de 2010, 5.23 P.M.)
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/23866579666>>

El presidente venezolano respondió con dos tuits un rato después, y en el primero de ellos expresó:

¹⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (7 de septiembre de 2010, 5.23 P.M.)
<<https://twitter.com/CFKArgentina/statuses/23866127169>>



Chávez Frías, Hugo. [@chavezcandanga]. (7 de septiembre de 2010. 10.40 P.M.)
<<https://twitter.com/chavezcandanga/status/23872040253>>

De esta manera, ambos fueron protagonistas de un momento histórico en el que se efectivizaba esta nueva vía de comunicación entre mandatarios, por fuera de los conocidos llamados telefónicos, notas o comunicados formales y oficiales.

No fue la última vez que ambos mantuvieron contacto a través de esta red social, ya que también lo hicieron los días 17, 18 y 27 de septiembre. En una oportunidad CFK hasta le pidió disculpas por la demora en contestarle¹⁶. De igual manera, Cristina habló con Sebastián Piñera, quien estaba transitando su primer mandato como presidente de la República de Chile, y en uno de los tuits le indicó: "@sebastianpinera Sebastián, en estos momentos está arribando el Ministro De Vido a la Mina San José. Estará con las familias."¹⁷; a lo que su par trasandino respondió con agradecimientos¹⁸. Esta publicación dejó de manifiesto el uso de la red social como medio de comunicación por parte de @CFKArgentina, incluso cuando el receptor se trataba de otro mandatario.

El ingreso de la ex presidenta a *Twitter* provocó una rápida respuesta de los medios tradicionales, que se ocuparon de analizar el modo en que CFK se manejaba en la plataforma 2.0. El 9 de octubre de 2010, *La Nación* publicó un artículo donde sostuvo:

"Cristina Kirchner es imparable en Twitter. Llegó última al club de los presidentes que se comunican por la red social de moda, pero en sólo un

¹⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (17 de septiembre de 2010, 7.28 P.M.)
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/24796924141>>

¹⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (8 de septiembre de 2010, 8.01 A.M.)
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/23921315892>>

¹⁸ Piñera y Cristina Fernández sostienen diálogo vía Twitter por situación de mineros. (8 de septiembre de 2010). *La Tercera*. <<http://www.latercera.com/noticia/pinera-y-cristina-fernandez-sostienen-dialogo-via-twitter-por-situacion-de-mineros-2/>>

mes se convirtió, y por una buena diferencia, en la que más mensajes envía."¹⁹;

y en otro párrafo agregó:

"Críticas furibundas a opositores, jueces y periodistas; autoelogios, anécdotas de su día de trabajo. Sus textitos de 140 caracteres empezaron a sorprender y a ocupar un espacio en la agenda informativa desde el momento en que se le animó al mundo de la comunicación virtual."

Lo escrito en el diario *La Nación* le ahorró palabras a estas páginas a la hora de detallar el papel preponderante que la comunicación tuitera presidencial comenzaba a ocupar en la agenda mediática, y en dónde hicieron foco ciertos medios masivos en relación a lo expresado por Cristina en sus posteos, puntualizando en las "críticas furibundas a opositores, jueces y periodistas", cuestión sobre la que se intentará no abusar pero que será reiterativa a lo largo de la tesina.

Un tema de gran repercusión a nivel nacional fue la muerte de Mariano Ferreyra, militante del Partido Obrero, a manos de una patota sindical, el 20 de octubre de 2010. CFK hizo mención a este asesinato y aprovechó para volver a cuestionar a *Clarín* y a *La Nación* por la publicación de unas fotos del presunto autor material del crimen, Cristian Favale, junto a Amado Boudou, Ministro de Economía de ese momento, y a Alberto Sileoni, Ministro de Educación de aquellos días.

Clarín tituló de esta forma: "Cristian Favale aparece en fotos con Boudou y Sileoni"²⁰, con el objetivo de vincular al asesino de Ferreyra con los ministros de la gestión kirchnerista. A raíz de esto, podría definirse a este hecho como una ofensiva por parte del grupo mediático hacia el gobierno de Cristina, utilizando el asesinato de un militante para involucrar a funcionarios del Poder Ejecutivo de ese entonces. Es bueno remarcar que, en dicha ocasión, fue *Clarín* quien tuvo la iniciativa en este enfrentamiento con el kirchnerismo, y en la disputa por la construcción de sentido respecto al caso Ferreyra.

Como se mencionó anteriormente, CFK cuestionó la estrategia mediática empleada por dicho diario, e ironizó con que ella, como presidenta de la Nación, tenía fotos con

¹⁹ Nueva estrategia de comunicación. Cristina, la presidenta mas *twittera*. (9 de octubre de 2010). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1313296-cristina-la-presidenta-mas-twittera>>

²⁰ Cristian Favale aparece en fotos con Boudou y Sileoni. (23 de octubre de 2010). *Clarín*. <https://www.clarin.com/policiales/sospechoso-Mariano-aparece-Boudou-Sileoni_0_Bkgf7Dj6DQe.html>

cientos de personas que le solicitaban tomarse una. Entre esos tuits, mencionó al titular del *Grupo Clarín*: "Uyyy... me acordé. Con este asunto de las fotos, me había olvidado que tengo una foto con Magnetto. Ojo, mirá que te avisé"²¹. Aquí se ve cómo la ex presidenta, con ironía incluida, recurso lingüístico muy utilizado por ella, eligió *Twitter* como medio para contraatacar a los artículos periodísticos, dejando en evidencia la disputa que tenía lugar en el campo mediático. Lo que quedaba en claro es que *Twitter* se había transformado en un nuevo campo de batalla, y los contrincantes no sólo tenían nombres de personas jurídicas, sino que también tenían nombres de personas físicas, como Héctor Magnetto.

El diario *La Nación* tomó nota de los mensajes de Cristina y tituló: "Críticas a los medios por publicar las fotos del presunto autor junto a Boudou y Sileoni"²²; mientras que en el cuerpo de la nota aseguró: "La presidenta Cristina Kirchner volvió a embestir contra los medios (...)". Estas citas muestran con claridad el ida y vuelta entre dos de los medios que más se opusieron a la gestión kirchnerista, y la ex mandataria. En este caso, *La Nación* se hizo eco de la respuesta presidencial a *Clarín* y llevó a cabo una contraofensiva, acusando al gobierno de "embestir" contra los medios. El uso del lenguaje bélico en los titulares y cuerpos de artículos periodísticos, como también en ciertos pasajes de la tesina, ponen en evidencia la disputa analizada en este trabajo.

En este contexto, y siguiendo a Carlón (2015), podría introducirse el hecho de que estamos en una "sociedad hipermediatizada" (p. 7), atravesada por procesos de circulación intermediáticos e intersistémicos: ascendentes y horizontales, donde el contenido se inicia en los medios con base en internet, además de los descendentes, característicos de la era de los medios masivos (Slimovich, 2020, p. 180). En este sentido, y retomando a ambos autores, se ha visto con estas idas y vueltas entre CFK y dos de los medios masivos más importantes del país que están presentes procesos de interacción no sólo entre distintos medios, sino entre el sistema de medios y el de las redes sociales (Slimovich, 2020).

Los tuits de Cristina haciendo referencia a las publicaciones de *Clarín* y *La Nación*, no hacen otra cosa que mostrar la influencia que estos procesos de circulación mediática tienen en la comunicación política, cuyas redes sociales permiten a los actores del campo

²¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (24 de octubre de 2010, 3.40 P.M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/28635126696>>

²² Críticas a los medios por publicar las fotos del presunto autor junto a Boudou y Sileoni. (24 de octubre de 2010). *La Nación*. <<https://www.lanacion.com.ar/1318164-criticas-a-los-medios-por-publicar-las-fotos-del-presunto-autor-junto-boudou-y-sileoni>>

político expresarse sin la necesidad de recurrir a un periodista; es decir, tienen la posibilidad de hacerse oír de manera desintermediada, lo que produjo un "*ensanchamiento del espacio público*" (Slimovich, 2020, p. 181).

Entre septiembre y octubre de 2010, la ex presidenta emitió mensajes casi todos los días en series que llegaron a ser de 23 consecutivos, como la del 1° de octubre. Esto demuestra que Cristina había llegado a *Twitter* con el objetivo de convertirlo en un canal más de su comunicación. Las cadenas largas de tuits que CFK acostumbró a publicar en la red social, llegando a escribir hasta más de 60 mensajes seguidos, muestran que la ex mandataria no se limitó a posteos cortos y aislados de 140 caracteres, sino que empleó la plataforma con un sello característico. Con esta impronta, también puede introducirse el concepto de la politización de lo mediático, en el sentido de que las extensas exposiciones que suelen realizar los políticos se filtran en los esquemas impuestos por las plataformas 2.0, transgrediendo de alguna forma a dichos esquemas.

La muerte de Néstor Kirchner, el miércoles 27 de octubre 2010, marcó un antes y un después en @CFKArgentina. El 26 de octubre a la noche, día previo al censo nacional realizado aquel año, CFK tuiteó por última vez con los rasgos de subjetividad y con los detalles íntimos que enriquecían la lectura de sus mensajes.

Algunos tuits de esta jornada bisagra pueden leerse a continuación: "Espero no haber contagiado ni gripe ni anginas a nadie. Sorry"²³, escribió al anochecer de aquel martes 26. Se dirigió en primera persona, contó que estaba engripada, y empleó una palabra en inglés, *sorry*, utilizada a la hora de pedir perdón también en nuestro país, sobre todo entre los jóvenes. En una de las siguientes publicaciones informó: "Acaba de irse el médico. Dice que tengo que descansar y cuidarme. Lo mismo que me aconsejó Mempo Giardinelli"²⁴. Volvió a referirse en primera persona, y recomendó un artículo del escritor y periodista argentino Mempo Giardinelli del diario *Página 12*, del cual compartió el link en otro posteo para facilitar el acceso al mismo de los potenciales interesados.

CFK no sólo recomendó un artículo periodístico sino también el libro *La búsqueda, un reportaje a Charly Moore*, de Miguel Robles; y en el tuit posterior a dicha recomendación expresó: "¿Te acordás? El hijo del Comisario Principal asesinado por

²³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (26 de octubre de 2010, 6.59 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/statuses/28793240141>>

²⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (26 de octubre de 2010, 1.58 P.M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/statuses/28824845504>>

policías del D2 (Departamento de Informaciones de la Policía de Córdoba)"²⁵. Se citó este tuit por la interpelación realizada a los lectores con la pregunta "¿Te acordás?", como si le hablara a cada individuo por separado, algo que no coincide con su forma de expresarse en el último mensaje de esa noche, la última que compartió con Néstor Kirchner: "Les dejo un video que ya subimos hoy, para los que no lo vieron, estrenando el canal youtube de Casa Rosada"²⁶. El "Les dejo" da cuenta de un receptor plural, de una masa que lee a la presidenta. En este aspecto, podría decirse que Cristina no tenía un plan ni una manera definida en relación a la escritura de sus tuits y a cómo dirigirse a los receptores. Quizá la costumbre de hablar en público, en vivo, y dirigirse de manera plural a los presentes de, por ejemplo, un acto público, la llevaba a emplear el plural en ciertas ocasiones, y el singular en otras. Lo que sí es indiscutible, según el punto de vista de quien escribe estas líneas, es la sensación de fluidez y de diálogo no especulado como estrategia comunicacional en *Twitter*. En otras palabras, CFK se dirigía con familiaridad y confianza a sus seguidores y potenciales lectores en la red social, más que como primera mandataria; diferenciándose aún más de los mensajes formales y puramente informativos de actividades presidenciales que también estaban presentes en su perfil 2.0.

Sin embargo, tras el fallecimiento de su marido, Cristina se alejó totalmente de la actividad tuitera. La cuenta siguió activa de una manera muy distinta. Nunca dejó de tener contenido actualizado, pero era notoria la ausencia de CFK a la hora de producir aquellos mensajes. No estaba presente la intimidad, tampoco la primera persona, y sobre todo las críticas a medios de comunicación con sus respectivos efectos en las empresas mediáticas.

Sólo hubo expresiones puramente institucionales que anunciaban obras públicas, incluían fotos y videos de actividades de gestión, y reproducían discursos presidenciales. A esto debe sumarse la cantidad de tuits publicados, que dan la pauta de este cambio: @CFKArgentina emitió 91 tuits en septiembre y 276 en octubre de 2010, totalizando unos 367 en dos meses; mientras que en noviembre, tras la muerte de Néstor Kirchner, publicó 27, y en diciembre 33; o sea 60 en total. La merma comunicativa fue notoria.

Durante los siguientes dos años, aún con una campaña presidencial de por medio, la de 2011, la cuenta fue casi pura y exclusivamente un canal oficial formal que se dedicó a

²⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (26 de octubre de 2010, 1.59 P.M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/28824875308>>

²⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (26 de octubre de 2010, 7.22 P.M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/28851150219>>

emitir mensajes sobre las diversas actividades y tareas de CFK como presidenta de la Nación. Por esta razón, en el siguiente capítulo se detallará este período de tiempo haciendo foco en conceptos teóricos que enmarcan el análisis llevado a cabo sobre @CFKArgentina, ya que la mayor parte de sus mensajes durante esos años no enriquecen ni aportan demasiados argumentos para dilucidar los objetivos e hipótesis de la tesina.

En este contexto, se hace mención al pensador Pierre Bourdieu, quien en su obra *Meditaciones pascalianas* (1999) sostuvo que "la lucha política es una lucha cognitiva (práctica y teórica) por el poder de imponer la visión legítima del mundo social"(p. 60). Al mismo tiempo, Bourdieu planteó que

"El mundo social es, pues, fruto y apuesta, a la vez, de luchas simbólicas, inseparablemente cognitivas y políticas, por el conocimiento y el reconocimiento, en las que cada cual persigue no sólo la imposición de una representación ventajosa de sí mismo, (...) sino también el poder de imponer como legítimos los principios de la elaboración de la realidad social más favorable a su ser social, así como a la acumulación de un capital simbólico de reconocimiento." (1999, p. 62).

Este último párrafo resume la principal meta de la tesina, que es reflejar la lucha por la imposición de sentido entre CFK y los medios masivos dentro del campo mediático, posibilidad que las nuevas plataformas 2.0 brindaron a los miembros del campo político como Cristina. Este antagonismo atravesará de manera transversal a todos los capítulos venideros.

2.1. La etapa institucional de @CFKArgentina

**"Ayer pusimos en marcha el programa
"Argentina con vos, siempre" aquí dejamos
la versión texto del anuncio
<http://tinyurl.com/6avm27z>"²⁷**

Tuit de @CFKArgentina
durante su etapa institucional.

²⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (13 de enero de 2011, 1.33 P.M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/25591347549315072>>

Como ya se ha mencionado, tras la muerte de Néstor Kirchner se produjo un rotundo cambio en la comunicación de la cuenta de *Twitter* de CFK. La interpelación a los usuarios, el uso de la primera persona del singular para dirigirse a los lectores, el empleo del humor, la metáfora y la ironía, pero sobre todo la disputa y el debate con diversos actores sociales, sobre todo con los medios de comunicación tradicionales, fueron características que desaparecieron casi por completo de @CFKArgentina.

En este sentido, los posteos publicados en la cuenta de la ex mandataria entre el 1 de noviembre de 2010 y enero de 2013, exceptuando una reaparición fugaz sobre la que se hará referencia en páginas siguientes, se limitaron a replicar actividades de gobierno tales como inauguraciones, actos de la campaña presidencial de 2011, y fragmentos de discursos de la ex presidenta, entre otras pocas temáticas. Por este motivo es que en este capítulo se habla de una etapa en la cuenta cuya tendencia mayoritaria fue la institucionalidad.

Los mensajes emitidos en este período parecen tener la particularidad de perseguir un único objetivo: reproducir, vía *Twitter*, actividades realizadas y palabras ya expresadas por Cristina. La cantidad de tuits difundidos durante este lapso temporal es otra evidencia de la ausencia de CFK. Mientras que entre agosto y diciembre de 2010 publicó 434 mensajes, a lo largo de todo 2011 lo hizo 739 veces. Es decir, hubo un notable descenso en la actividad de @CFKArgentina, que pasó de un promedio de 86,8 mensajes mensuales en 2010, a 61,5 en todo 2011.

Algunos de los típicos tuits redactados por @CFKArgentina en este período fueron los siguientes: "Hoy anunciamos obras estratégicas para la generación e interconexión de energía en el país, algunas fotos en fb <http://tinyurl.com/355dgm3>"²⁸; "En Kuwait. Hoy x la mañana llegamos al aeropuerto Inter Farwaniya y nos recibió el príncipe del Emirato, Nawaf Al-Ahmad Al-Jaber Al-Sabah"²⁹; "Estamos transmitiendo en vivo por facebook el inicio de las sesiones ordinarias del Congreso <http://tinyurl.com/4zp53uv>"³⁰.

A comienzos de 2012 quedó más claro aún que el perfil presidencial era administrado por colaboradores de Cristina, debido a que durante aquellos días CFK fue sometida a una cirugía. El mensaje publicado en su cuenta el 4 de enero de ese año lo

²⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (25 de noviembre de 2010. 6.19 P.M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/7906173634224128>>

²⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (16 de enero de 2011. 12.43 P.M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/26665768821202944>>

³⁰ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (1 de marzo de 2011. 11.31 A.M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/42592774079520768>>

corroborar: "<http://t.co/RTY57idQ> Parte sobre la salud presidencial EN VIVO AHORA desde el Hospital Austral"³¹; y a los dos días pudo leerse: "Ya desde Olivos, agradecemos a todas las personas, ciudadanos, militantes y personalidades, por las muestras de afecto y preocupación."³².

El uso del plural fue una costumbre a lo largo de estos años en los que el perfil estudiado tuvo una función estrictamente informativa e institucional, y en su empleo se esclarece que no era la ex presidenta quien se expresaba. Debe rescatarse el hecho de que, sin ser prioridad de CFK el uso de *Twitter* a la hora de comunicar de forma personal, en ningún momento la cuenta estuvo inactiva.

A raíz de esto, se observa cómo la red social ya se había convertido en un medio de comunicación con base en internet, adoptándolo como plataforma para emitir mensajes y decisiones políticas. En este marco, puede asegurarse que la ex presidenta, como integrante del campo político, incorporó *Twitter* como herramienta de sus estrategias de prensa y difusión, ingresando así en el campo mediático. Es decir, una herramienta del campo mediático fue adoptada y utilizada por un actor hegemónico del campo político para expresarse con la sociedad sin intermediarios.

Uno de los motivos por los cuales aquí se sostiene que la ex mandataria eligió comunicar a través de esta plataforma 2.0 se debe a las disputas ideológicas, y al papel que en esas contiendas ocupa el lenguaje. En este sentido, el lingüista ruso Volóshinov (2009) desarrolló la teoría del signo ideológico, señalando que "Todo producto ideológico posee una significación: representa, reproduce, sustituye algo que se encuentra fuera de él, esto es, aparece como signo. Donde no hay signo no hay ideología" (p. 26).

Los conceptos por él utilizados se familiarizan con *Twitter* y con los mensajes que allí circulan. El hecho de asegurar que el mundo de los signos pertenece a la esfera ideológica, tiene como consecuencia en esta tesina que las plataformas por las que se intercambian millones de relatos y signos sean consideradas parte de esa esfera ideológica. En la obra citada, el lingüista destacó que el signo refleja y refracta la realidad, y que puede distorsionarla o serle fiel. Por eso hizo hincapié en lo que él denominó "criterios de valoración ideológica (mentira, verdad, corrección, justicia, bien, etc.," (2009, p. 27).

³¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (4 de enero de 2012. 2.06 P.M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/154609636836786176>>

³² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (7 de enero de 2012. 12.01 P.M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/155665337407373313>>

Si bien el presente capítulo no centra su análisis ni en el contenido de los tuits de CFK por tratarse de la etapa puramente institucional de la cuenta, ni en los efectos producidos en los medios de comunicación tradicionales, es pertinente referirse a estos conceptos teóricos debido a que, a pesar de no haber participado activamente en su perfil, la ex presidenta decidió no abandonar el uso de la red social ni dejar en blanco a @CFKArgentina, justamente por tratarse *Twitter* de uno de los principales escenarios de interacción social y de flujo de información dentro del campo mediático.

Los anuncios de actos de campaña, la inclusión de fragmentos de sus discursos, y el simple hecho de publicar las actividades que la ex mandataria llevaba a cabo, aún sin contar con su subjetividad, mantenían el objetivo de informar a la sociedad sobre los pasos que daba CFK, y de multiplicar los posibles receptores de sus ideas, o mejor dicho de su ideología, para no apartarse de los conceptos teóricos planteados; y al mismo tiempo para no apartarse de lo que Volóshinov (2009) llamó *proceso de interacción social*, donde la palabra, según el lingüista, "es el fenómeno ideológico por excelencia" (p. 33).

El objetivo no es abundar en este capítulo con contenido teórico, pero se considera pertinente agregar la concepción de ideología planteada por Althusser, pensador nacido en Argelia, quien en su obra *Tres notas sobre la teoría de los discursos* (1966) manifestó que:

"La ideología interpela al individuo constituyéndolo como sujeto (ideológico, por lo tanto de su discurso)(...). Para que el individuo se constituya como sujeto interpelado, es necesario que se reconozca como sujeto del discurso ideológico, tiene que figurar en él." (p. 118).

En este sentido, también podría agregarse una de las características planteadas por CFK en sus tuits, donde no siempre se manifiesta en primera persona del singular, sino que lo hace de manera plural, inclusiva, ubicándose como sujeto del enunciado, "sin asumir la primera persona de la enunciación" (Slimovich, 2020, p. 185).

Con relación al carácter ideológico del discurso, se ha visto y continuará observándose en este trabajo cómo @CFKArgentina interpelaba a los individuos receptores de sus tuits, con el objeto de que se sintieran identificados con la red de sentido por ella expuesta. Tal como dice Althusser (1966), "(...) este reconocimiento es una empresa de

convicción-persuasión"(p. 33), considerando a la persuasión como una característica propia de los políticos exitosos a la hora de obtener legitimidad social.

Los signos de interpelación que se reconocen en los tuits de la ex mandataria son, por ejemplo, las preguntas que realiza a quienes leen sus mensajes. Ya fueron incluidas algunas de ellas en páginas precedentes, pero a continuación podrá leerse otro mensaje donde queda evidenciado este recurso, ya un poco más adelante en el tiempo, debido a que corresponde a 2013:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2013. 5.47 P.M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/287661594220036096>>

Este enunciado hacía referencia a una causa judicial que involucraba la venta del predio de la Rural en el barrio porteño de Palermo, y queda claro cómo al adoptar la pregunta retórica incluyó el sarcasmo y no esperó una respuesta, sino que la proporcionó en la misma frase, llamando a reflexionar al receptor. La ironía, como la aparición del idioma inglés, serán temas a profundizar más adelante.

Para ahondar un poco más con los conceptos trabajados por Althusser, en su obra *Marxismo y humanismo* (1967) se refirió a la ideología como un sistema de representaciones que son, en muchas ocasiones, imágenes, conceptos que se imponen como estructuras a la inmensa mayoría de los hombres, sin pasar por su conciencia. En este sentido, aseguró que "Son objetos culturales percibidos-aceptados-soportados que actúan funcionalmente sobre los hombres mediante un proceso que se les escapa" (p. 193).

Por estos motivos, es interesante plantear que los tuits de Cristina formaban parte de esa contienda política-mediática que existía entre ella y los medios tradicionales de comunicación, y que al mismo tiempo actuaban como *representaciones* que llegaban a la ciudadanía por primera vez en la historia de nuestro país desde quien ocupaba la presidencia y desde una red social.

En la lucha político-mediática que se realiza en este trabajo, es necesario introducir el término de Aparatos Ideológicos del Estado (AIE), presentado por Althusser (1970) para progresar en la teoría marxista del Estado, y distinguir a los AIE del aparato de Estado, es decir de la "fuerza de ejecución y de intervención represiva" (p. 21) del poder estatal.

En este sentido, Althusser (1970) definió a los AIE como "(...) cierto número de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas"(p. 28). A raíz de esto, distinguió el aparato ideológico del Estado de información, que abarca a la prensa, la radio, la televisión, y por motivos de época el pensador no llegó a incluir a las redes sociales. Lo que realmente diferencia a los AIE del aparato de Estado, es que los primeros funcionan mediante la ideología, mientras que el segundo lo hace a través de la violencia (1970, p. 30); motivo por el cual diremos que *Twitter*, que de ninguna manera se trata de una plataforma estatal sino de una iniciativa privada cuya plataforma utilizan, entre otros actores sociales, las personalidades políticas, funciona en la esfera ideológica.

Una vez dicho esto, la disputa entre Cristina y los medios de comunicación tradicionales ya no sólo se trataba de una contienda que ocurría, como diría Bourdieu, en un campo, o en los campos político y mediático, sino también en los AIE que forman parte de cada uno de esos campos. Althusser aseguró que:

"(...) ninguna clase puede tener en sus manos el poder de Estado en forma duradera sin ejercer al mismo tiempo su hegemonía sobre y en los aparatos ideológicos del Estado. (...) La clase (o alianza) en el poder no puede imponer su ley en los aparatos ideológicos de Estado tan fácilmente como en el aparato (represivo) de Estado (...)" (1970, pp. 32-33).

En este contexto, puede decirse que la disputa de hegemonía en el campo mediático por parte de Cristina atravesará las siguientes páginas, y quedará evidenciado lo expresado

por Althusser en la coyuntura mediática y política del período analizado, en referencia a que los actores hegemónicos del campo político no imponen su sentido tan fácilmente en ámbitos que escapan a su control, como la esfera mediática.

Por esta razón, se destaca una vez más que uno de los principales objetivos de CFK a la hora de abrir una cuenta de *Twitter* fue la de disputar hegemonía, sentido y poder, interpelando a la sociedad en un campo externo al político, donde a raíz de las nuevas plataformas 2.0 y la consecuente circulación de la información, es difícil distinguir a los actores dominantes de un campo y de otro debido a la mediatización de lo político y a la politización de lo mediático; y todo en el contexto de la comunicación directa que permiten las redes sociales, por donde fluyen millones de cadenas de significación cada día. En el caso que compete a la tesina, se trata de la intervención directa en el campo mediático, sin intermediarios, de un actor social hegemónico del campo político como una presidenta de la Nación. Como diría Michel Pêcheux (2003), filósofo francés y discípulo de Althusser:

"La ideología de la clase dominante no se convierte en dominante por gracia divina, lo que significa que los AIE no son la expresión de la dominación de la ideología dominante, (...) sino el lugar y el medio de realización de esa dominación" (p. 89).

Como se ha dicho al abordar el trabajo de Althusser, en los últimos años los AIE se complejizaron con la incorporación de las plataformas 2.0 y la hipermediatización de la circulación discursiva, planteada en páginas previas. En este marco, Verón (1995) coincide en dar cuenta de la dimensión ideológica de todo discurso, pero al asegurar que "Lo ideológico es el nombre del sistema de relaciones entre un conjunto significativo dado y sus condiciones sociales de producción" (p. 26), se distancia de la concepción de *discurso ideológico* planteada por Althusser.

Verón remarca que el concepto de ideología no puede definirse en el nivel de los contenidos, y es aquí donde incluye a la cuestión del poder. El pensador argentino sostiene que:

"Cuando se trata de dar cuenta, en el interior de un proceso determinado de circulación, de los efectos de sentido de un conjunto significativo dado, es decir, cuando se mira del lado del reconocimiento, enfrentamos la cuestión

del poder. (...) La noción de poder de un discurso sólo puede designar los efectos de ese discurso en el interior de un tejido determinado de relaciones sociales" (pp. 26-27).

Esta noción de poder podrá observarse cuando se analicen los efectos que los tuits de CFK tuvieron en los medios tradicionales de comunicación, convirtiendo al contenido de @CFKArgentina en un protagonista central de la esfera mediática.

A su vez, Verón introduce lo trabajado por el filósofo Michel Foucault definir que "el poder no es una institución ni una estructura, no es cierta potencia de la que algunos estarían dotados: es el nombre dado a una situación estratégica compleja, en una sociedad determinada" (p. 31); y el argentino sumará que "esas estrategias no existen fuera de los paquetes significantes que las contienen, no existen sin el acople, en las relaciones sociales, de los innumerables discursos que atraviesan la sociedad" (p. 31). Por estos motivos es que el concepto de poder atravesará el análisis no sólo de los tuits de Cristina, sino también de los efectos por estos provocados en la circulación hipermediática de la sociedad actual.

A raíz de esto, no podría dejarse de hacer hincapié con más profundidad en el concepto de la mediatización de lo político, que se enmarca en una sociedad a la que Carlón (2015) denomina "hipermediatizada", debido a que la circulación discursiva se transformó a raíz del surgimiento del sistema mediático con base en internet, y de las relaciones que se generan con el sistema de medios tradicionales (Slimovich, 2019, p. 33).

En este marco, y continuando con lo trabajado por Slimovich (2019), el proceso de mediatización de lo político sufrió transformaciones específicas:

"En la era de los medios masivos, en esa primera etapa que Verón (2001[1984]) denomina "sociedad mediática", las prácticas políticas se ven influidas por los medios masivos de comunicación que se proponen como "espejos" de un "exterior social" y generan así una estrategia de representación. En la "sociedad mediatizada" posterior, la que cuenta con plena hegemonía de los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión, los medios se asumen como capaces de producir hechos y las prácticas políticas se estructuran en función de las lógicas de los medios masivos" (p. 33).

En la nueva etapa que estamos viviendo de la mediatización de lo político (Slimovich, 2012, 2019), se produce la imbricación de la política en las redes sociales, es decir la "digitalización de lo político" (2019, p. 33), con sus consecuentes relaciones entre las lógicas mediáticas tradicionales y las redes sociales tanto en la construcción de los discursos políticos como en las estrategias adoptadas por los actores de los campos mediáticos y políticos a la hora de disputar sentido, tema central de esta tesina.

Una característica del discurso político en esta la sociedad hipermediatizada son las "micro-argumentaciones lógicas y pasionales, pildorizaciones de sentido, operaciones y lógicas que cruzan distintos medios" (Slimovich, 2019, p. 34). Por estos motivos se ha tomado como objeto de estudio central al perfil tuitero de la ex presidenta, donde puede visualizarse este proceso micro-argumentativo, pasional. A esto habría que sumarle lo señalado en páginas anteriores respecto a la politización de lo mediático, no sólo en el sentido de trasladar las disputas del campo político a este campo, sino de adaptar los dispositivos técnicos a las costumbres de los actores políticos, como podrían ser las extensas cadenas que CFK acostumbró a publicar en *Twitter*.

En este contexto, y para ir finalizando con este capítulo dedicado a la etapa institucional de @CFKArgentina, se retomará lo trabajado por Slimovich (2017) para señalar, más allá de que en este período no está presente la subjetividad de Cristina en sus mensajes tuiteros, la función que cumplió *Twitter* en la comunicación presidencial, sobre todo en la campaña por el sillón de Rivadavia en 2011.

La teórica hace hincapié en que ciertas publicaciones de @CFKArgentina sobre actos de gestión o inauguraciones, iban acompañadas de micro-relatos para apelar a la emoción del votante. Pone como ejemplos los tuits publicados el 6 y 7 de septiembre de aquel año. El primero de ellos informa: "Recorrimos Virrey del Pino, La Matanza, donde inauguramos una red de agua potable <http://t.co/h3L8ssR>"³³; y continúa con otro donde expresa: "En Virrey del Pino estuvimos en la casa de Maria, que hace 44 años vino de Santiago del Estero <http://t.co/0ibsp9n>"³⁴. Este último mensaje está acompañado de una

³³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de septiembre de 2011. 09.58 P.M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/111241978821353472>>

³⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de septiembre de 2011. 10.07 P.M.).

foto de la ex mandataria junto a María, en la que juntas abren un grifo del que sale agua potable.

A raíz de esto, Slimovich (2017) resaltó que:

"la narración de historias aparece en los discursos de campaña de 2011 en las redes sociales en Argentina. No obstante, hemos registrado que suelen combinarse con una micro-argumentación lógica: un entimema o un ejemplo que apela a convencer al votante -y no sólo a producir emociones a través del relato político. (...) Por consiguiente, si bien se trata de citas directas de los discursos de Fernández de Kirchner en los spots, en la serie de tuits y en las publicaciones de Facebook se construyen como microentimemas y microejemplos en los cuales los videos funcionan como prueba de la argumentación. En otras palabras, son microargumentaciones multimediáticas" (p. 202).

Ésta fue la característica que adoptó @CFKArgentina en el período temporal analizado en el presente capítulo. A pesar de la ausencia de subjetividad de Cristina a la hora de redactar los tuits, su estrategia comunicativa empleó *Twitter* para apelar a la ciudadanía a través de micro-relatos, imágenes y la réplica de discursos de campaña a la hora de captar adhesiones en las urnas y profundizar las características gestión kirchnerista.

2.2. El regreso fugaz

"Hola. No escribía desde el 26 de octubre, en El Calafate. Él, desde el sillón, miraba TV y me decía ¡Otra vez con eso!"³⁵

Regreso de CFK a Twitter, el 13 de julio de 2011.

Al retomar la lectura de los tuits de CFK, se observa que el miércoles 13 de julio de 2011 fue el día elegido por ella para reaparecer en la red social, ocho meses y medio después de la muerte de Néstor Kirchner. Decidió hacerlo a través del tuit citado al

³⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (13 de julio de 2011. 11.08 A.M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/91147053866024960>>

comienzo del capítulo, dejando en claro que el contenido emitido por @CFKArgentina durante los meses previos no había sido producido por ella.

En el siguiente mensaje hizo alusión nuevamente a su ex marido, a quien se refirió mediante un "él", incluyó a Diego Maradona, ídolo popular argentino y emblema del fútbol a nivel mundial, y expresó su gusto por *Twitter*: "Eso, es esto, que me encanta. Él era un gladiador (Maradona dixit). Lo suyo era cuerpo a cuerpo. Diego, un sabio"³⁶. Aquí la ex mandataria expresó de forma explícita la atracción que sentía por la red social, que le permitía dirigirse directamente a la ciudadanía, sin intermediarios. Como se verá en páginas de futuros capítulos, no se trató de la última vez que CFK hizo alusión a Maradona en *Twitter*, en este caso para resaltar la figura de Néstor.

Cuando continúa la lectura de la cadena de tuits emitida ese día, puede decirse que no fue casual la elección de la fecha para volver a hacerse presente en la red. Aquel 26 de octubre de 2010 había sido su última incursión 2.0 debido a la muerte del ex presidente, mientras que el 13 de julio de 2011 regresó con una noticia que traía vida y que, en palabras de Cristina, sería del agrado de Néstor:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (13 de julio de 2011. 11.09 A. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/91147152381849601>>

Aquí se distingue el recurso de emplear dichos populares como el "Dios te quita..., Dios te da", que provocan cercanía y empatizan con quienes leen; como también se observa la característica de agregar signos de exclamación. Otro rasgo destacable es la combinación

³⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (13 de julio de 2011. 11.08 A. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/91147087730847746>>

de la primera persona con la tercera, recurriendo nuevamente al recurso de convertirse en sujeto del enunciado (Slimovich, 2020, p. 185) en la frase "¡CFK abuela!".

Al mismo tiempo, estos posts dejaron más elementos para mencionar. El foco estuvo en la intimidad familiar, no sólo con la noticia de que Máximo Kirchner y su esposa esperaban un hijo, sino también con la hija de Alicia Kirchner, hermana de Néstor: "Hay más... Natalia, hija de Alicia K buscaba un hijo desde 2005. Mil tratamientos, fertilización asistida inclusive. Mucha frustración y dolor"³⁷; y continuó: "¿Sabés qué? Está embarazada de cinco meses. Acaba de contárnoslo. Tenía mucho miedo. Qué lindo Naty...!!!"³⁸.

Si bien el contenido de los párrafos precedentes parece no estar vinculado al enfrentamiento y a la disputa por la construcción de sentido con los medios de comunicación señalados con anterioridad, estos mensajes fueron incluidos en el trabajo ya que sintetizan parte del uso que la ex presidenta le dio a su perfil en *Twitter*. No sólo por el relato de su intimidad familiar, sino también por los recursos lingüísticos, la interpelación a los lectores y la forma de expresarse que utilizó en los mismos.

A su vez, en la tesina se demostrará que la expresión de intimidad sí formaba parte de la disputa de sentido con otros actores sociales, en este caso en el ámbito de la construcción de sentido, en la construcción a través de la plataforma 2.0 de su imagen en el mundo virtual y en la mirada que la sociedad o sus lectores formaban sobre su persona. En este contexto, la información volcada en la web sobre Cristina venía de la propia Cristina, de la presidenta de la Nación, y esto era un nuevo fenómeno que sitios como *Twitter* hicieron posible. Esta acción le permitía confrontar con información publicada por los medios tradicionales sobre su vida personal, que no siempre tenía que ver con aspectos positivos de la ex mandataria, como ya se verá.

La cadena de mensajes fue replicada por *Clarín*, *La Nación* y *Ámbito Financiero*, diarios escogidos para analizar la repercusión de esta serie de tuits en los medios de comunicación tradicionales. *Clarín* tituló: "La presidenta anunció en Twitter que será abuela"³⁹; mientras que *La Nación* sostuvo: "Cristina anunció que será abuela"⁴⁰. Por su

³⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (13 de julio de 2011. 11.09 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/91147187014221824>>

³⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (13 de julio de 2011. 11.09 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/91147226050600960>>

³⁹ Sanz, Juan Cruz. (14 de julio de 2011). La Presidenta anunció en Twitter que será abuela. *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/Presidenta-anuncio-Twitter-abuela_0_H1Df6y6PXx.html>

parte, *Ámbito Financiero* incluyó un textual de la ex mandataria y expresó: "La Presidente reveló que será abuela: "Dios te quita... Dios te da""⁴¹.

Uno de los aspectos fundamentales de este trabajo se refiere a los efectos que los tuits de Cristina produjeron en los medios tradicionales, y en base a eso concluir si su comunicación fue exitosa o no a la hora de imponer sentido frente a otros discursos. Para esto, se planteó como hipótesis que entre los objetivos perseguidos por CFK a la hora de utilizar *Twitter* estaba presente el de lograr cercanía con la sociedad activa en las redes a través de un perfil 2.0 más íntimo, de una imagen más terrenal, interpelando a los internautas con un lenguaje familiar, sabiendo que ese matiz personal sería replicado por otros medios, con el efecto consecuente de expandir su mensaje más allá del mundo *Twitter*.

Aquí puede introducirse lo elaborado por Slimovich respecto a la "personalización de la política y la reposición de los aspectos íntimos/privados de los políticos" (2020, p. 183). La pensadora asegura que los espacios digitales acentúan este proceso de personalización, en donde los candidatos se presentan como "hombres comunes" (Annunziata, 2018; Slimovich 2020, p. 183), colocándose cerca de la ciudadanía y disimulando la diferencia representativa que existe entre los distintos actores sociales. Como asegura Slimovich, esto se relaciona con el concepto de "legitimidad de proximidad" (2020, p. 182) de Rosanvallon (2009), que implica la atención a lo individual/particular. La ausencia de intermediarios vino a facilitar estos procesos en la comunicación de la clase política, que a través de las redes sociales encontraron un medio para dirigirse directamente a la sociedad y para tener la potestad de construir un perfil íntimo en base a sus propios deseos y estrategias.

En el caso mencionado en párrafos anteriores, podría decirse que tal meta fue exitosa. Es más, en el cuerpo de uno de los artículos citados previamente, *Clarín* especificó: "En minutos, la red social explotó y la noticia llegó a todos los medios", lo que corrobora la expansión que la red social facilitó a lo expresado por Cristina. Mientras que en otro de sus párrafos manifestó algo ya destacado: "Durante muchos meses, ese usuario se utilizó para la publicación de discursos y videos institucionales, ayer Cristina recuperó el control".

⁴⁰ Cristina anunció que será abuela. (13 de julio de 2011). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1389252-cristina-anuncio-que-sera-abuela>>

⁴¹ La Presidente reveló que será abuela: "Dios te quita... Dios te da". (13 de julio de 2011). *Ámbito Financiero*. <<http://www.ambito.com/592344-la-presidente-revelo-que-sera-abuela-dios-te-quita-dios-te-da>>

Al observar más en detalle uno de los mensajes de CFK, se advierte la presencia de la pregunta "¿Sabés qué?(...)", con la que se dirige de manera directa a sus receptores, interpelándolos mediante la segunda persona del singular. Como se explicó anteriormente, en otras oportunidades optó por dirigirse a los cibernautas empleando la segunda persona del plural, como si se tratara de un público numeroso que escuchara sus expresiones en un acto público. En este sentido, seguía sin vislumbrarse una estrategia lingüística definida en @CFKArgentina a la hora de dirigirse a los ciudadanos, aunque sin dudas existía un marcado objetivo de interpelarlos.

Para finalizar con la jornada en la cual Cristina retomó el uso de su cuenta y que esclareció el tema de su autoría a la hora de redactar los tuits, la ex presidenta agradeció a quienes habían mantenido activo el perfil durante su ausencia: "Gracias a los colaboradores y amigos q mantuvieron el vínculo subiendo discursos, videos y el resto d la actividad. Gracias, muchas gracias!"⁴². En este tuit aparece el recurso de abreviar palabras, en este caso empleando la *d* y la *q*, una metodología muy usada por los usuarios de redes sociales, sobre todo los jóvenes y en especial de *Twitter*, como método para ahorrar caracteres. Por este motivo, aquí se considera oportuno decir que CFK estaba adaptada a esta característica 2.0 y al uso del lenguaje en este medio.

Al mismo tiempo, la ex presidenta aludió al "vínculo" que se produce en la red. El vínculo, para afirmar de manera contundente, era más cercano cuando los tuits de su perfil daban la impresión de estar escritos por ella y no por un colaborador o un amigo, como la misma Cristina se encargó de aclarar. Incluir intimidades, privacidad, emociones, alejaba a CFK del rol de presidenta y la mostraba como una ciudadana de a pie, por eso la sensación de proximidad.

El regreso de la ex mandataria al control de su perfil duró sólo una semana, ya que el 20 de julio de 2011 fue el último día en el que le dedicó tiempo a *Twitter*, y lo hizo para contar otra intimidad: "Me dio pena no estar en el acto (viaje a Santa Fe) pero hoy en TV vi a Cleo, Martita y Vito. Morí de amor"⁴³;

⁴² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (13 de julio de 2011. 11.10 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/91147368522723328>>

⁴³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (20 de julio de 2011. 11.56 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/93695683726557184>>



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (20 de julio de 2011. 11.56 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/93695742715248640>>

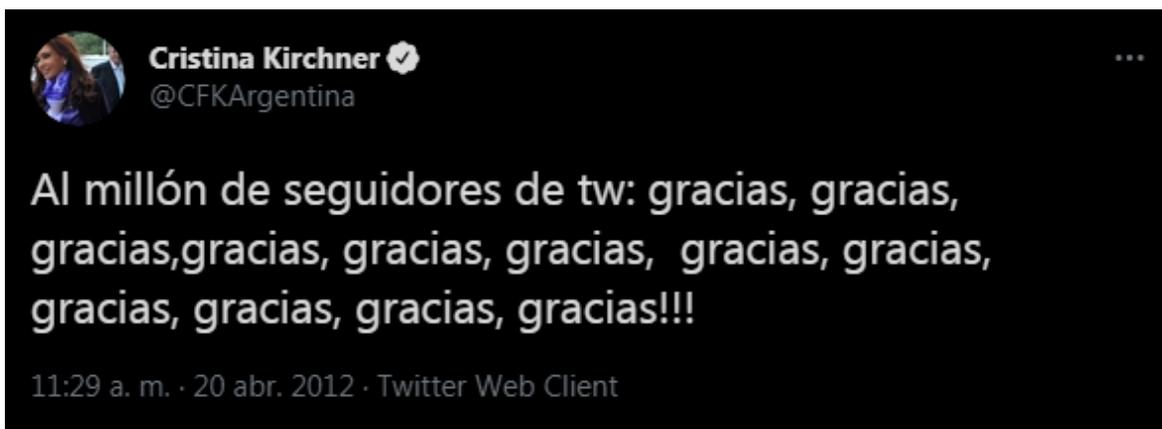
En esta ocasión, la intimidad hacía referencia a sus perros y a los de su familia. Se trataba de la primera vez que un presidente presentaba sus perros a la ciudadanía a través de *Twitter*, y los medios no lo dejaron pasar. *Infobae* tituló: "Los perros de Cristina"⁴⁴.

Luego de aquella jornada, la cuenta volvió a convertirse en un perfil netamente institucional. Cabe destacar que esta decisión tuvo lugar en medio de la campaña rumbo a las elecciones presidenciales llevadas a cabo el domingo 23 de octubre de 2011. Es evidente que la presidenta tuvo la agenda cargada de actividades, algo que puede constatarse en la misma cuenta de *Twitter* con todos los actos y fragmentos de discursos que fueron cargados. Si bien esto se traduce en el uso de la red social como refuerzo de la comunicación oficial, también queda claro que CFK no eligió *Twitter* como medio prioritario para difundir otro tipo de mensaje, de tipo más personal e íntimo, como estrategia para llegar al electorado y seducirlo en busca de votos; ni para disputarle sentido en primera persona a los grandes medios de comunicación que se mostraban contrarios a su gobierno. De los 739 tuits que emitió @CFKArgentina en todo 2011, octubre, mes de las elecciones, fue el que mayor actividad tuvo con 106 mensajes, superando al promedio ya señalado de 61,5 publicaciones mensuales que tuvo dicho año.

La lógica institucional de 2011 también reinó en el perfil presidencial durante todo 2012, año en el que CFK publicó 766 posteos con un promedio de 63,8 mensuales,

⁴⁴ Los perros de Cristina. (20 de julio de 2011). *Infobae.com*. <<https://www.infobae.com/2011/07/20/594701-los-perros-cristina-kirchner/>>

levemente por encima de lo ocurrido en 2011. La serie más extensa de tuits por parte de @CFKArgentina durante los meses de contenido institucional fue de 15 mensajes, cifra que no es menor pero sí lejana a lo que alguna vez había sido costumbre para este perfil, y también para lo que vendría en 2013. Entre estos mensajes formales, pudo leerse uno en el que agradeció haber llegado al primer millón de seguidores:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (20 de abril de 2012. 11.29 A. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/193345736539242496>>

Y en otra jornada de julio de ese mismo año, @CFKArgentina expresó "Vieron que hay una cadena nacional del miedo y el desánimo que larga todos los días pálidas y cada media hora dicen cosas y nunca una buena"⁴⁵. Estas fueron expresiones replicadas en *Twitter* a partir de un discurso que Cristina llevó a cabo en un acto presencial de gestión; lo que refuerza la idea de que su disputa con los medios seguía en pie, pero la misma no tenía a *Twitter* como principal escenario de batalla en ese momento.

Lo mismo sucedió cuando el gobierno nombró al dirigente Martín Sabbatella al frente de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) en octubre de 2012. Durante el acto de presentación del funcionario, Cristina anticipó lo que sería el trato que los medios tradicionales tendrían con Sabbatella, y esto fue reiterado en @CFKArgentina: "Desde ahora @sabbatella se convertirá en feo, sucio y malo, tergiversarán sus dichos y le descontextualizarán frases como a mí."⁴⁶. Aquí quedaba bien en claro la concepción y las características que atribuía CFK a ciertas compañías mediáticas: tergiversar y descontextualizar los actos que ella y sus allegados realizaban.

⁴⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (23 de julio de 2012. 9.35 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/227562692938985472>>

⁴⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (1 de octubre de 2012. 8.05 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/252907003704393729>>

Estos mensajes fueron la antesala de lo que sería el futuro de @CFKArgentina, ya con Cristina al frente de sus mensajes y haciendo mucho hincapié en la contienda que mantuvo a lo largo de sus años de gobierno con los medios de comunicación masivos.

2.3. El giro definitivo

"En la ex-ESMA se han hecho y se seguirán haciendo asados, festivales, reuniones, Hebe cocinando, el Canal Encuentro, Paka Paka, etc.".⁴⁷

Tuit emitido el 5 de enero de 2013, dando inicio a una nueva era en @CFKArgentina

En enero de 2013 se produjo un nuevo giro en el uso de la cuenta presidencial de *Twitter*, ya que la ex mandataria tomó el control definitivo de la misma. Esto se apreció en la suba exponencial de la cantidad de mensajes posteados día a día, y en el despliegue de un amplio abanico temático y lingüístico en el usuario aquí estudiado. De ese modo, quedaron atrás los años en los que el perfil 2.0 sólo se utilizó casi con exclusividad a lo formal e institucional. En este sentido, 2013 marcó un nuevo rumbo con un total de 3117 tuits, o sea un promedio de 259,75 mensajes por mes, muy superior a los poco más de 60 emitidos en los años previos. Esto deja en claro el rol protagónico que adquirió *Twitter* en la comunicación encabezada por Cristina.

En este contexto, CFK volvió a escribir en primera persona sobre sus viajes oficiales, que bien podrían merecer un trabajo exclusivo, retomó la costumbre de replicar conversaciones con mandatarios sudamericanos, y sobre todo la de compartir su intimidad y confrontar con medios masivos, entre otros aspectos incluidos en su comunicación tuitera. Dentro de este espectro temático, se hará hincapié en el regreso de los tuits que Cristina dedicaba a los medios, al Poder Judicial, y a diversos actores sociales que aquí se han señalado como antagónicos a la ex mandataria a la hora de disputar sentido.

A partir del análisis de este giro definitivo, quedará más claro aún que CFK dedicó un tiempo importante de su agenda comunicativa a volcar contenido en *Twitter* para, además de la contienda mencionada, construir su imagen 2.0, reincorporando a la red social como herramienta para lograr sus objetivos. Producido este giro, los medios no se quedaron

⁴⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2013. 5.45 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/287661231957999617>>

atrás y retomaron no sólo las prácticas contestatarias hacia los mensajes expresados por Cristina, sino también las notas de opinión y análisis sobre la forma en que ella se desenvolvía en la web, emprendiendo nuevamente los debates acerca del uso que la por entonces presidenta le daba a la plataforma.

La intimidad expresada por @CFKArgentina es un asunto que atraviesa a este trabajo, ya que como resaltó Beatriz Sarlo (2011): "Las redes sociales necesitan la subjetividad. La subjetividad y la intimidad no son simplemente un agregado al mensaje, para volverlo más simpático o personal, sino que lo configuran desde adentro." (p. 66).

Desde este punto de vista, y desde las características ya mencionadas que adoptó la ex mandataria en su cuenta de *Twitter*, @CFKArgentina se posicionó definitivamente de manera subjetiva de cara a la contienda que mantuvo con los principales medios masivos de comunicación tradicionales. Claro está que, como se ha señalado, no sólo utilizó esta red social para debatir con los medios que en mayor medida se oponían a sus medidas. Por esta razón, se ha decidido describir los demás rasgos exteriorizados por este perfil 2.0 para entender de forma más global el uso que la ex presidenta llevó a cabo en *Twitter*, y para advertir cómo los actores del campo político adoptaron a las redes sociales para divulgar sus actividades e inmiscuirse en el campo mediático.

El giro definitivo comenzó el 3 de enero de 2013 con un tuit en el que CFK reclamó a Gran Bretaña sentarse a negociar por la soberanía de las Islas Malvinas⁴⁸, y continuó tres días después, con una cadena de 22 tuits. En el posteo citado al comienzo del capítulo, la ex presidenta hizo mención a la polémica que generó en aquel momento la realización de un asado en las instalaciones de la ex ESMA por parte de Julio Alak, ministro de justicia de ese entonces, y al mismo tiempo empleó el humor y la ironía para cuestionar a los medios.

Es precisamente la ironía, como ya se ha visto, uno de los recursos más comunes en @CFKArgentina. En este aspecto, es importante retomar lo que planteó Sarlo (2011) para describir el esquema que presenta *Twitter* a los usuarios. Los políticos, acostumbrados a largos discursos argumentativos, se vieron obligados a replantearse el modo de comunicar a través de las nuevas herramientas tecnológicas. Como sostuvo la pensadora argentina, la argumentación pierde poder frente a la creatividad, el humor y lo breve que uno puede aparecer en las redes sociales para transmitir los contenidos que pretende, ya que:

⁴⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (2 de enero de 2013. 12.17 A. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/286672711911100416>>

"El humor se sostiene por la repetición de rasgos, la caricatura y la parodia. Pero también por la ironía, por la distancia reflexiva y no sólo por el pegoteo mimético con la realidad; por la invención que convierte a un personaje en algo extraño y no sólo en la gigantografía de su modelo; por la incorporación de signos que no estaban antes en el diseño de una figura pública" (pp. 21-22).

En este caso, el humor y la ironía dieron cuenta de una buena adaptación por parte de CFK a los usos de la red social, y a la comprensión de los modos acordes a la tecnología para transmitir mensajes. El humor fue, en reiteradas oportunidades, un pilar que sostuvo los posteos emitidos y que reemplazaba en cierto sentido a la argumentación tradicional a la que acostumbran los políticos en sus ámbitos comunes, tales como reuniones partidarias o actos multitudinarios.

A su vez, Sarlo se adentró en la descripción del contenido de @CFKArgentina, y escribió (2011) que: "Los tuits de Cristina tienen esa vibración de la política en directo. En ese sentido son únicos. Tienen que ver con el cargo que ocupa" (p. 73).

Podría agregarse que, más allá de que la ex presidenta muchas veces trasladó a *Twitter* la argumentación política tradicional a través de cadenas extensas de mensajes, cuestión que podría señalarse como una no adaptación a la estética y a la brevedad que impone la red social, el uso que llevó a cabo terminó provocando una adaptación inversa, o sea CFK adaptó *Twitter* a los discursos prolongados, logrando mantener esa "vibración política". Este uso fue señalado en capítulos previos como la politización de lo mediático, no en el sentido teórico abordado por los pensadores citados, sino en el sentido práctico adoptado por la ex presidenta en la red de microblogging.

Pocos días después del giro definitivo, Cristina se ocupó de criticar tanto a los medios masivos como a la Justicia por el hecho que involucró a su ministro de Justicia: "Denuncia ex-ESMA - Julio Alak: Típica "noticia" cazabobos de la cadena del odio y el desánimo."⁴⁹. Fue una constante de CFK señalar que los medios de comunicación tradicionales y opositores a sus medidas se encargaban de sembrar una "cadena del odio y del desánimo". En consecuencia, dichos actores sociales eran señalados por la ex presidenta

⁴⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2013. 5.43 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/287660665089449984>>

como representantes de un sector maligno, si se permite el término, dentro del campo mediático. El antagonismo volvía a formar parte de la comunicación tuitera de @CFKArgentina, suceso que en esta tesina se intenta describir a partir de la disputa por la hegemonía y la construcción del sentido sobre la realidad social y política que existió en la Argentina durante el periodo de tiempo escogido.

Aquí es donde se suman conceptos de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe como el de hegemonía y antagonismo, para aportar ejemplos y contextualizar el enfrentamiento entre CFK y los medios masivos de comunicación. En el libro *Hegemonía y estrategia socialista* (1987), ambos pensadores aseguraron que "(...) el concepto de hegemonía supone un campo teórico dominado por la categoría de articulación. Y ésta supone la posibilidad de especificar separadamente la identidad de los elementos articulados." (pp. 156-157).

Se hará hincapié en el término *articulación* con el objetivo de clarificar la práctica que llevó a cabo la ex mandataria en su cuenta de *Twitter* a través de sus mensajes, y se citará nuevamente a estos pensadores, quienes sostuvieron (1987) que:

"(...) una estructura discursiva es una práctica articuladora que constituye y organiza a las relaciones sociales (...). La práctica de la articulación consiste, por tanto, en la construcción de puntos nodales que fijan parcialmente el sentido; y el carácter parcial de esa fijación procede de la apertura de lo social, resultante a su vez del constante desbordamiento de todo discurso por la infinitud del campo de la discursividad." (p. 193).

Podría hacerse foco en el concepto de puntos nodales y describirlo a partir del lenguaje que utilizaban tanto CFK como los medios masivos para fijar sentido, o en el concepto de apertura social, pero en esta tesina se considera prioritario el concepto de *estructura discursiva* como práctica articuladora, cuyo objetivo es fijar y construir sentido. Esto es lo que, a entender de quien escribe, buscó CFK a partir de gran parte de sus posteos tuiteros, articulados de un modo definido con la meta de interpelar a la ciudadanía y confrontar con actores sociales como los medios de comunicación tradicionales desde una herramienta como *Twitter*; adoptándola y adaptándola a las prácticas del campo político. En este sentido, podría agregarse que Cristina aprovechó la web para reforzar la relación hegemónica que mantenía desde su cargo como presidenta en el campo político. El

concepto de relación hegemónica también fue abordado por Laclau (2004), quien explicó que "Su condición inherente es que una fuerza social particular asuma la representación de una totalidad" (p. 10); concibiendo la noción de lo social como un espacio discursivo donde los actores sociales tienen posiciones diferenciales, que permiten el surgimiento de las relaciones de representación. En consecuencia, las expresiones de @CFKArgentina actuaron, como se sostendrá en este trabajo, como representación discursiva de una fuerza social que planteaba posiciones específicas y que disputaba sentido con otras posturas, encabezadas en el desarrollo de esta tesina por los medios de comunicación tradicionales citados en reiteradas oportunidades.

Antes de ingresar de lleno en el antagonismo y en la contienda por la imposición de sentido, se hará mención de forma breve al concepto de *campo*. Bourdieu ([1980], 2007) también trabajó este término, considerando justamente que las sociedades modernas están divididas en *campos*. A su vez, hizo hincapié en que, dentro de cada campo, los cuales gozan de una autonomía relativa en la sociedad (p. 180), se gestan luchas sostenidas entre los agentes sociales que los componen. Y que esas luchas, entre otras cosas, promueven los mecanismos de reproducción de jerarquías sociales.

En las páginas de este análisis se habló del campo político, ya que el principal objeto de estudio de este trabajo es el contenido que la por entonces presidenta volcaba en *Twitter*; pero por otro lado se incorporó al campo mediático, ya que el perfil tuitero pertenece a un medio de comunicación con base en internet, más específicamente a una red social, por donde circulan mensajes, información, y todo tipo de enunciaciones sociales que exceden estrictamente lo político.

En este sentido, podría decirse que CFK, sujeto dominante del campo político como presidenta en aquel momento, se involucró en el campo mediático para dar una batalla comunicativa desde adentro de dicho campo y constituirse en dominante también como productora de sentido y de contenido dentro de ese ámbito.

Para retomar el enfoque de algunos conceptos, Bourdieu (2007) empleó términos como el de *juego*, *habitus* y *estrategia*, para dar cuenta de las prácticas y de las luchas que, en determinados campos, se llevan a cabo entre sus integrantes. Por este motivo, el sociólogo expresó que:

"Cuando se trata de juego, el campo (es decir el espacio de juego, las reglas del juego, las apuestas, etc.) se ofrece claramente como lo que es, una construcción social arbitraria y artificial, un artefacto que se invoca como tal en todo lo que define su autonomía, reglas explícitas y específicas, espacio y tiempo estrictamente delimitados y extraordinarios, y la entrada en el juego adquiere la forma de un cuasi contrato que a veces es explícitamente evocado (...) o expresamente recordado a aquellos que "se meten en el juego" al punto de olvidar que se trata de un juego" (p. 55).

En resumidas cuentas, y para hacer honor al título de este capítulo, tras el giro definitivo que se produjo a comienzos de 2013, Cristina ingresó nuevamente en el *juego* del campo mediático a través de *Twitter*, con las reglas y el espacio delimitados por la red social, tanto para disputar sentido e intentar fijar el suyo, como para difundir aspectos de su vida y de su actividad, que hubieran sido muy difíciles de expresar a través de las prácticas tradicionales del campo político. Esta apropiación y esta utilidad que la ex mandataria encontró en la red 2.0 formaron parte de su estrategia para, teniendo en cuenta a Bourdieu, intentar imponer sus producciones simbólicas y sostener su posición dominante en el campo político, en este caso empleando herramientas del campo mediático.

En referencia a las contiendas, Bourdieu (2007) indicó que:

"(...) la relación entre las distribuciones y las representaciones es al mismo tiempo el producto y el asunto en juego [enjeux] de una lucha permanente entre aquellos que, debido a la posición social que ocupan en ella, tienen interés en subvertir las distribuciones modificando las clasificaciones en las que aquellas se expresan y se legitiman o, al contrario, en perpetuar el desconocimiento (...)" (p. 226).

A partir de lo expresado en los últimos párrafos, cobran mayor sentido las palabras de Beatriz Sarlo (2011). En este caso, Cristina trasladó su habitus y su jerarquía política al campo mediático, haciendo caso omiso al límite espacial impuesto por *Twitter* y escribiendo series de 60 tuits consecutivos tal como si le estuviera hablando sobre un escenario a la masa que la escucha atenta. Quien escribe agrega que puede hablarse de

límite espacial pero también de libertades otorgadas por esta plataforma, que no impone un tope máximo a la cantidad de mensajes que cualquier usuario puede publicar. Mientras que, y retomando a Sarlo, el traslado de su jerarquía está representado no sólo por la cantidad de seguidores que tenía su perfil 2.0, sino por los retuits y *likes* que recibía, sobre todo al comparar las cifras con otros políticos tuiteros, donde CFK sobresalía por amplia diferencia.

Esto último lo destacó el periodista Pablo Sirvén en un artículo de *La Nación* poco tiempo después de producido el regreso de Cristina a la plataforma, donde opinó que:

"(...) al fin la Presidenta encontró su lugar en el mundo mediático (...) Cada vez se siente más a gusto en las redes sociales, en especial en Twitter y, en particular, los fines de semana. Ha percibido que el natural descenso de noticias los días de descanso le brinda una excelente oportunidad para hacerse notar más y conseguir cierta repercusión en los "medios hegemónicos", tan poco afectos a reflejar sus largos discursos y monólogos."⁵⁰.

Y en relación a la supremacía de CFK respecto a otros políticos, Sirvén escribió que "@CFKArgentina es una celebridad tuitera creciente que lidera la tabla de políticos argentinos en esa red. La sigue, pero de muy lejos, Mauricio Macri."

Los conceptos vertidos en los párrafos precedentes y el artículo periodístico citado conforman, de algún modo, la introducción de lo que será la descripción más detallada de la contienda que mantuvieron CFK y los medios tradicionales escogidos; medios que, en palabras de la ex mandataria, actuaban en sincronía con sectores del poder económico, judicial y político.

Esto pudo observarse de manera clara en los mensajes que @CFKArgentina publicó aquel 5 de enero de 2013, donde también empleó una metáfora para cuestionar al Poder Judicial y a la Sociedad Rural, entidad representante del sector agroexportador argentino. En esa jornada, Cristina llamó "Cámara Cautelar en lo Clarín y lo Rural"⁵¹ a la Cámara Civil y Comercial Federal, que había decretado la inconstitucionalidad parcial de la Ley

⁵⁰ Sirvén, P. (16 de febrero de 2013). Pantallas. CFK, la reina del Twitter, y Binner, un tapado. *La Nación*.

<<https://www.lanacion.com.ar/opinion/cfk-la-reina-del-twitter-y-binner-un-tapado-nid1555231/>>

⁵¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2013. 5.46 P. M.).

<<https://twitter.com/cfkargentina/status/287661381350719488>>

26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada en 2009 por el Congreso de la Nación. Esa decisión judicial beneficiaba al *Grupo Clarín* ya que le permitía al multimedia mantener su estructura y no adecuarse al texto legal, que le ordenaba desmembrar la sociedad económica o desprenderse de licencias mediáticas. En una sola frase, y con el uso de la metáfora, CFK definió a la Justicia, a *Clarín* y a la Sociedad Rural como una alianza opositora a su gobierno; y culminó afirmando en otro tuit, ya citado en esta tesina previamente, que los magistrados siempre favorecerían a "las corporaciones"⁵².

Por todo lo visto, el 5 de enero se produjo la verdadera reinauguración del discurso 2.0 de Cristina. Su retorno a la red social mantuvo la misma sintonía que @CFKArgentina había mostrado entre agosto y octubre de 2010: diferenciación entre el Estado y las corporaciones, en este caso la mediática, la judicial y la rural. Debido a esto, se destaca una continuidad, interrumpida en su momento por la muerte de Néstor Kirchner, respecto al camino que había comenzado allá por 2010. Al mismo tiempo, los posteos emitidos el 5 de enero sintetizan gran parte del objetivo de este trabajo, que tiene que ver con la disputa por la construcción de sentido y con focalizar a los actores que participaban en ella.

2013 fue, por lejos, el año con mayor actividad en la cuenta de @CFKArgentina dentro del período estudiado, y abril el mes con más mensajes emitidos: 461, casi 8 veces superior a los promedios de 2011 y 2012. Que se tratara de un año atravesado por una elección legislativa quizás haya sido motivo de una actividad sobrecargada en comparación a otros años, aunque aquí se sostendrá que la verdadera razón se relaciona con la decisión de Cristina de priorizar una vez más este medio para exponer sus puntos de vista.

El próximo capítulo se dedicará a analizar algunas de las tantas controversias que se produjeron entre @CFKArgentina y los medios tradicionales escogidos, lo que dará un amplio panorama de la disputa por imponer la propia visión de la realidad social que se llevó a cabo. Un adelanto de esto último es el título que publicó *Clarín* tras la vuelta de Cristina a *Twitter*: "Las internas políticas del Twitter de CFK"⁵³, donde en el cuerpo de la nota el diario se refirió al regreso mediático de la ex mandataria, y aseguró que:

"El cambio radical se debió a una interna que surgió con la firma que desde el inicio le administra cada uno de sus movimientos en el mundo 2.0, Dogo

⁵² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2013. 5.47 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/287661594220036096>>

⁵³ Las internas políticas del Twitter de CFK. (12 de enero de 2013). *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/internas-politicas-Twitter-CFK_0_Sylbd1hoP7e.html>

Creativo, de los hermanos Marcos y Ricardo Codd, acercados al Gobierno por el senador Aníbal Fernández. (...) 'Ese gesto cayó pésimo en el Gobierno y a partir de entonces se puso a tuitear ella misma', agregaron. La marca indiscutible de CFK puede verse con claridad en sus tuits sobre el asado de Alak en la ex Esma (...)"

Lo manifestado en la nota de *Clarín* generó desmentidas por parte de la empresa *Dogo Creativo*, donde aseguraron que nunca manejaron los posts de la ex presidenta⁵⁴, pero además quedaba clara la intención por parte del multimedio de describir al perfil tuitero de la ex mandataria como una herramienta que no estaba exenta de internas políticas. En este sentido, podría decirse que *Clarín* intentó imponer en el campo mediático su opinión sobre la cuenta @CFKArgentina y lo que ocurría en ella.

El análisis por parte de los medios sobre el perfil de *Twitter* en cuestión, y el intercambio de opiniones e información que se produjo entre la ex mandataria y algunos sectores del periodismo, para no hablar en todo momento de confrontación, es lo que se desarrollará en el siguiente capítulo.

⁵⁴ Ramallo, F. (13 de febrero de 2014). La historia detrás de la imagen digital de Cristina Fernández de Kirchner. *Infotechnology*. <<https://www.infotechnology.com/negocios/La-historia-detras-de-la-imagen-digital-de-Cristina-Fernandez-de-Kirchner-20140213-0003.html>>

3. Antagonismo: el ida y vuelta entre @CFKArgentina y los medios masivos

“My God. Una lee todos los días mentiras varias. Personajes variopintos. Inventando y difamando a sabiendas sin que se les mueva un pelo.”⁵⁵

Tuit emitido por @CFKArgentina
el 16 de mayo de 2013

Como ya se ha mencionado, si hubo una práctica que Cristina Fernández de Kirchner eligió para postear contenido a través de *Twitter* fue la de mostrar sus diferencias ideológicas con algunos medios tradicionales de comunicación. Esto lo llevó a cabo de diversas maneras, desde respuestas a artículos periodísticos que se publicaban sobre su persona o sobre gestiones de su gobierno, hasta comentarios críticos de sus lecturas de noticias.

A esta altura del trabajo, y tratándose de la ex mandataria, casi no hace falta aclarar que los conceptos volcados por ella en relación a los medios masivos perseguían objetivos claros: refutar, desmentir y cuestionar la información publicada por estos actores.

Por su parte, las empresas periodísticas no tuvieron un rol neutral, ya que dedicaron infinidad de páginas a describir, informar, y opinar, no muy favorablemente, sobre el uso que Cristina hacía de *Twitter*, con estrategias bien definidas que serán desarrolladas en las próximas páginas, en las que se detallará la lucha 2.0 llevada a cabo entre CFK y estos medios, con el fin de disputar sentido e imponer sus respectivas visiones sobre la realidad social, económica y política de la Argentina.

Antes de comenzar a citar tuits y publicaciones mediáticas, es necesario anticipar que la mayoría de los artículos periodísticos incluidos pertenecen a los considerados por Cristina medios opositores y hegemónicos, como *Clarín*, *La Nación* y *Perfil*.

La mención inicial de la propia ex presidenta sobre *Clarín* se realizó el 26 de septiembre de 2010, cuando cuestionó una medida cautelar que favorecía al grupo mediático. En esa oportunidad, CFK hizo hincapié en dos sectores de poder que, como se ha anticipado, aparecieron de manera frecuente en sus publicaciones: los medios y la justicia. En contraposición a ellos, entre otros, fue construyendo su antagonismo 2.0 para

⁵⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (16 de mayo de 2013. 11.15 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/335035735071678465>>

dejar en claro su punto de vista y consolidar su perfil confrontativo hacia estas corporaciones, reforzando en *Twitter* lo que acostumbraba a decir en otros ámbitos.

Los mensajes del 26 de septiembre comenzaron de la siguiente manera:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (26 de septiembre de 2010. 8.00 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/25631672890>>

Como se observa, no sólo cuestionó a la justicia y la relacionó con la defensa de los intereses del *Grupo Clarín*, sino que incluyó al CEO del grupo mediático, Héctor Magnetto, nombre que apareció en más tuits a lo largo de los años, pero no tanto como podría imaginarse, ya que dentro del período temporal aquí analizado volvió a hacerlo sólo en siete oportunidades durante 2013.

Al mismo tiempo, en este posteo la ex presidenta interpeló a los lectores y los incorporó mediante preguntas retóricas que ella misma respondió, recurso muy utilizado en su cuenta para reforzar su propio pensamiento. A su vez, se dirigió a los destinatarios tuteándolos en primera persona para achicar las distancias y generar un vínculo estrecho. Esto último se relaciona con lo expresado por Sarlo (2011), quien a pesar de asegurar que: "La horizontalidad formal de Twitter es su plusvalor ideológico y alimenta su imaginario. Se tiene la impresión de que allí somos todos iguales: todos deben ajustarse a la norma de los 140 caracteres" (p. 64), dejó en claro que:

"Un desconocido puede llegar a los miles de seguidores, pero eso no disuelve las diferencias entre su enunciado y el de un ministro. No pesan lo mismo. Esto tiene que ver con el imaginario igualitarista de las redes sociales. La utopía de twitter es bondadosa porque nivela las diferencias. Sin

embargo, salvo casos excepcionales, no es una nueva forma de hacer política, sino una nueva forma de hablar de política." (p. 76).

Aquí coincidimos con Sarlo en que Cristina, al hablar en un tono coloquial e interpelar de la forma en que lo hacía a los receptores, intentaba provocar un efecto de cercanía y de empatía; pero sin olvidar que al ser la presidenta de la Nación sus dichos tendrían mayor alcance que el de un ciudadano de a pie, que es la verdadera finalidad de su uso de *Twitter* en el marco de la disputa de sentido.

Con la inclusión de próceres como San Martín o Rosas, CFK recurrió a la ironía para dar cuenta de la supuesta injusticia que, según ella, se estaba llevando a cabo con la medida cautelar impartida desde el Poder Judicial. Fue por estos motivos que se incluyó el tuit, donde Cristina desplegó, en los inicios de su incursión mediático-tuitera, varios recursos lingüísticos en su contienda con dos sectores de poder bien definidos.

Con otro mensaje, la ex mandataria pretendió dejar en evidencia los vínculos que Magnetto mantenía con la justicia: "El hombre que en Argentina maneja la sentencia fácil. A veces el humor es único antídoto contra la obscenidad judicial: la justicia cautelar"⁵⁶. Una vez más, CFK apuntaba al empresario en cuestión y a la Justicia, señalándolos como miembros de un mismo bando.

Aquí se leyó de forma clara cómo CFK confrontaba con esos dos grupos de poder y los posicionaba de manera antagónica a ella y al Gobierno. Se refería al "Monopolio" mediático que, con el aval de sectores judiciales, mantenía su poder corporativo con un fallo favorable a la empresa Fibertel⁵⁷, perteneciente al *Grupo Clarín*. La palabra monopolio fue muy utilizada por la ex mandataria como sinónimo de dicho conglomerado de medios, estrategia que perseguía el objetivo de imprimirle una carga negativa y, al mismo tiempo, adjudicarle el rol hegemónico que poseía en el campo mediático.

El posteo que resumió esta dicotomía planteada por la ex presidenta fue el siguiente: "Es como si tuviéramos una justicia para El Monopolio y otra para el resto de la sociedad,

⁵⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (26 de septiembre de 2010. 8.00 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/25631684932>>

⁵⁷ La Presidente criticó duro a la Justicia por fallo a favor de Fibertel. (26 de septiembre de 2010). *Ámbito Financiero*. <<https://www.ambito.com/politica/la-presidente-critico-duro-la-justicia-fallo-favor-fibertel-n3644956>>

sean empresas o ciudadanos"⁵⁸. En este sentido, CFK esclarecía una división entre los intereses de "El Monopolio", apañado por la justicia, y los del resto de la ciudadanía. Al criticarlo, ella se ubicaba del lado de los "ciudadanos", sector con menos privilegios, siguiendo la teoría de Cristina, respecto al *Grupo Clarín*. En definitiva, la ex mandataria escribió dichos mensajes con la meta de, como titular del Poder Ejecutivo nacional, no sólo evidenciar el antagonismo existente entre grupos de poder, sino también mostrarse como una representante que iba a combatir y denunciar los privilegios de esos sectores.

Ante estas publicaciones, desde el diario aludido no se quedaron callados. En un artículo publicado el 29 de septiembre de aquel año, tituló: "Néstor por teléfono y Cristina, por Twitter"⁵⁹, en donde dejaba en claro que lo escrito en la red social por quien era la presidenta no pasaba desapercibido y cobraba centralidad en la agenda mediática. En el cuerpo de la nota, pudo leerse:

"La presidenta Cristina Kirchner, también desde su gira neoyorquina, y ya al mando del G77, prefirió el Twitter al teléfono para ocuparse de la Justicia y los medios. A través de ocho "tweets" volvió a criticar al juez de La Plata Elvio Sagarra".

Un concepto interesante que se encuentra en el mismo artículo es el de "cyber-declaración", para hacer referencia a lo manifestado por la ex presidenta en *Twitter*. De esta forma, se incorpora un nuevo término en la tesina a la hora de señalar contenido volcado en la web. En resumidas cuentas, desde los inicios del relato tuitero de Cristina hubo un intento de diferenciar a su gobierno de los intereses de algunos sectores de poder en la Argentina. El *Grupo Clarín*, con Magnetto a la cabeza, y el Poder Judicial fueron los primeros apuntados. Hasta llegó a escribir: "Jueces fans y Camaristas admiradores de Magnetto y el Grupo Clarín"⁶⁰; y en otro mensaje ironizó con una histórica frase de un rey francés: "El Estado soy yo! ¿Vos pensás que hablo de Luís XIV? No. Estoy hablando de Héctor Magnetto"⁶¹.

⁵⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (26 de septiembre de 2010. 8.01 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/25631733025>>

⁵⁹ Néstor por teléfono y Cristina, por Twitter. (29 de septiembre de 2010). *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/nelstor-telefono-cristina-twitter_0_B1KdhavXI.html>

⁶⁰ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (2 de octubre de 2010. 10.48 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/26225482380>>

⁶¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (2 de octubre de 2010. 10.49 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/26225529375>>

Tampoco quedaron afuera de estas denuncias por parte de CFK algunos periodistas, miembros de las redacciones tanto del *Grupo Clarín* como de *La Nación*. En uno de los tuits que lo resume, Cristina opinó:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de octubre de 2010. 11.58 A. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/26558713053>>

Y en relación al rol de estos grupos de poder como el mediático y el judicial, CFK destacó: "Feíto, muy feíto. Muuuy feíto. A veces da miedo tanto poder oculto que nadie votó y ninguno controla."⁶². Más allá del particular lenguaje escogido por Cristina, se intenta remarcar el antagonismo que señalaba con los actores sociales involucrados. Es más, la ex mandataria no sólo se refería a ellos, sino que también emitía burlas: "(...) inauguraremos Hospital General Güemes. Memoria Nac y Pop. No pongo and pq Clarín se enoja. Uyyy q miedo"⁶³.

Estas son las evidencias de que *Twitter* se había convertido en un nuevo campo de batalla por la construcción e imposición de sentido en busca de hegemonía, sin perder de vista la disputa de intereses entre distintos sectores de poder, bien apuntados por Cristina en sus *cyber-declaraciones*. En ese sentido, CFK demarcó de forma clara los grupos antagónicos, ya fueran corporaciones mediáticas, ramas del Poder Judicial, el campo, representado por la Sociedad Rural; frente al Poder Ejecutivo nacional de aquel momento y a la misma Cristina Fernández de Kirchner.

Retomado por el pensador Luis Fanlo, aquí se vuelve al concepto de poder trabajado por Foucault, quien resignificó este término entendiéndolo como relaciones de poder. Es

⁶² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (4 de octubre de 2010. 6.39 P. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/26397378792>>

⁶³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (12 de octubre de 2010. 10.52 A. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/27140058005>>

decir, el filósofo dejó en claro que no puede analizarse la forma en que el poder es ejercido sin tener en cuenta el análisis de las resistencias que se le oponen. Por eso Fanlo (2012) aseguró que la lucha y el enfrentamiento son constitutivas de lo social:

"Las relaciones de poder atraviesan y constituyen las prácticas sociales produciendo (...) posiciones de sujeto que se caracterizan por ser inestables ya que dependen del estado de relaciones de fuerza que define el campo de poder que las constituye." (p. 109).

Se ha incluido esta cita ya que el antagonismo expresado entre CFK y los medios de comunicación masiva reflejó estas relaciones de poder y las resistencias entre ambos. La resistencia por parte de los medios se visualizaba en las críticas a la gestión gubernamental de Cristina, mientras que la resistencia de la ex mandataria se mostró en la incorporación de *Twitter* a su estrategia comunicativa, ámbito en el que disputó sentido publicando opiniones, información, y también cuestionando las prácticas de medios masivos hacia su persona y su gobierno.

Ernesto Laclau (1987) trabajó el concepto de antagonismo y manifestó que los antagonismos: "establecen los límites de la sociedad, la imposibilidad de ésta para constituirse plenamente. (...) El antagonismo como negación de cierto orden es, simplemente, sólo el límite de dicho orden." (pp. 216-217). En este sentido, el filósofo sostuvo que el antagonismo constituye la instancia en la que se hace plenamente visible otra posibilidad al orden ya establecido y la posibilidad de institución de un nuevo orden.

Carlos Pagni, periodista de *La Nación*, también hizo referencia al antagonismo como una estrategia propia de CFK:

"Su liderazgo, como todo liderazgo populista, se basa en el conflicto. El modo en que ella delimita a su propio grupo es la confrontación. El kirchnerismo es mucho más impreciso en definir aquello a lo que adhiere que aquello contra lo cual pelea"⁶⁴.

Estas palabras se suman a lo planteado por Laclau y son útiles para sumar una postura a la hora de describir la práctica antagónica no sólo de Cristina sino también de los medios de comunicación tradicionales.

⁶⁴ Pagni, C. (29 de octubre de 2020). La carta documento de Cristina Kirchner a Alberto Fernández. *La Nación*. <<https://www.lanacion.com.ar/politica/la-carta-documento-cristina-kirchner-alberto-fernandez-nid2492778>>

Los párrafos precedentes describen buena parte de lo planteado en este trabajo: que CFK utilizó *Twitter*, más allá de la contienda por imponer sentido, para revelar relaciones de poder existentes en la sociedad, como por ejemplo la de la justicia con los medios de comunicación masiva; y también para cuestionar dichas relaciones estableciendo un antagonismo entre los sectores denunciados y la fuerza política que ella encabezaba y que gobernaba el país.

Por estos motivos, en la tesina se argumenta que CFK empleó la plataforma 2.0 para dar una lucha de sentido y consolidar una alternativa para contrarrestar a otros sectores de poder, que defendieron sus posiciones cuestionando y construyendo una imagen de Cristina que se intentará detallar en las siguientes páginas.

Una de las características que la prensa crítica del kirchnerismo utilizó para construir el relato sobre los usos que la ex presidenta hacía de la red social fueron los titulares y las bajadas de artículos periodísticos con la inclusión de lenguaje bélico:

"Recrudece la **tensión** entre la Casa Rosada y la Justicia. Fuerte **embate** oficial contra la Corte"⁶⁵; "Al igual que Cristina Kirchner, Axel Kicillof usó Twitter para **descargarse** contra Thomas Griesa"⁶⁶; "La ex mandataria utilizó la red social para **disparar** contra los que se quejaban de sus largas secuencias de mensajes."⁶⁷; "Cristina **apuntó** contra el militante del PRO que la insultó en una marcha"⁶⁸; "Cristina **fustigó** al macrismo por Twitter"⁶⁹; "Desde Twitter, Cristina se sumó a la **carga** contra Fayt"⁷⁰; "Cristina Kirchner volvió a **embestir** contra el fiscal Marijuan"⁷¹; "En otra **catarata** de tuits, Cristina **lanzó** un irónico balance de la semana"⁷²; "Otro **ataque** de **furia** de CFK por

⁶⁵ Colonna, Lucas. (4 de octubre de 2010). Recrudece la tensión entre la Casa Rosada y la Justicia. Fuerte embate oficial contra la Corte. *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1311120-fuerte-embate-oficial-contra-la-corte>>

⁶⁶ Al igual que Cristina Kirchner, Axel Kicillof usó Twitter para descargarse contra Thomas Griesa. (7 de enero de 2015). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1758234-al-igual-que-cristina-kirchner-axel-kicillof-uso-twitter-para-descargarse-contra-thomas-griesa>>

⁶⁷ La insólita "tormenta" de tuits sobre las "cataratas de tuits" de Cristina Kirchner. (4 de diciembre de 2016). *Perfil*. <<https://www.perfil.com/noticias/politica/la-insolita-tormenta-de-tuits-sobre-las-cataratas-de-tuits-de-cristina.phtml>>

⁶⁸ Cristina apuntó contra el militante del PRO que la insultó en una marcha. (15 de septiembre de 2016). *Ámbito financiero*. <<https://www.ambito.com/politica/cristina-apunto-contra-el-militante-del-pro-que-la-insulto-una-marcha-n3955164>>

⁶⁹ Cristina fustigó al macrismo por Twitter. (28 de abril de 2013). *La Voz del Interior*. <<https://www.lavoz.com.ar/noticias/politica/cristina-fustigo-al-macrismo-twitter>>

⁷⁰ Desde Twitter, Cristina se sumó a la carga contra Fayt. (10 de mayo de 2015). *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/fayt-corte-cristina-twitter_0_rJNdoFYP7x.html>

⁷¹ Cristina Kirchner volvió a embestir contra el fiscal Marijuan. (18 de septiembre de 2016). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1939066-cristina-kirchner-volvio-a-embestir-contra-el-fiscal-marijuan>>

⁷² En otra catarata de tuits, Cristina lanzó un irónico balance de la semana. (1 de septiembre de 2016). *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/catarata-cristina-ironico-balance-semana_0_H19-yjVivXx.html>

Twitter"⁷³; "Cristina **atacó** por Twitter a otros jueces"⁷⁴. "A través de una **andanada** de Twitts de la presidenta Cristina Fernández, defendió la orden de rebajar los precios"⁷⁵.

Aquí puede introducirse el concepto de la metáfora y lo trabajado por Emmanúel Lizcano (1996), Doctor en filosofía, quien argumentó que "la oposición retórica consigue otro efecto paralelo (...), el que la irracionalidad nos invada y que lo haga por oleadas redonda dos veces en su carácter irracional (...) su opuesto retórico aparece dotado automáticamente de un plus de racionalidad" (p. 142).

Por esta razón, se observa cómo la estrategia retórica de los medios, y su lenguaje bélico para referirse a los mensajes de Cristina, persiguen ese claro objetivo de ubicar la racionalidad del lado de las publicaciones periodísticas y la irracionalidad del lado de la ex mandataria.

Con el recurso de incluir signos bélicos, no sólo pretendían construir una imagen confrontativa y bélica de CFK, sino también dar a entender que Cristina empleaba de una manera inadecuada su perfil en la red social. Otorgarle un carácter confrontativo y bélico a una cuenta presidencial se traduce en colocarla de manera antagónica a un carácter dialoguista y pacífico, características que suelen exigirse en las figuras políticas.

En este sentido, convertir una crítica, un punto de vista diferente, en una "embestida", un "disparo" o en un "ataque", se relaciona con la cita realizada al comienzo de este trabajo sobre las declaraciones del fallecido Julio Blanck, ex editor jefe del diario *Clarín*, cuando confesó que, durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, "Hicimos periodismo de guerra".

Los pensadores George Lakoff y Mark Johnson (1997) también abordaron el concepto de la metáfora, precisamente la discusión en términos de guerra, asegurando que en ese contexto no sólo hay alguien que pierde y alguien que gana, sino que "vemos a la persona con la que discutimos como un oponente. Atacamos sus posiciones y defendemos las nuestras. Ganamos y perdemos terreno" (p. 41). En otras palabras, los medios citados estructuraron la discusión en términos bélicos.

⁷³ Otro ataque de furia de CFK por Twitter. (7 de agosto de 2016). *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/ataque-furia-CFK-Twitter-medianoche_0_r1nJQONY.html>

⁷⁴ Cristina atacó por Twitter a otros jueces. (1 de junio de 2013). *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/Cristina-ataco-Twitter-jueces_0_HJ7gxzwivml.html>

⁷⁵ A través de Twitter, Cristina habló de "cartelización". (26 de junio de 2014). *Cronista Comercial*. <<https://www.cronista.com/negocios/A-traves-de-twitter-Cristina-hablo-de-cartelizacion-20140626-0008.html>>

Un artículo que sintetiza lo planteado fue el del diario *La Nación*, titulado "Las polémicas prácticas de @CFKArgentina en Twitter"⁷⁶. En el cuerpo de la nota, sin firma, se remarcó que CFK "Alterna entre tuits escritos por ella, con su verborragia característica, y mensajes más de estilo protocolar, que se supone delega en un colaborador". Mientras que, en la continuidad del análisis, explicó que "Su estilo directo y a veces provocador, la interpelación a quienes no comparten su opinión, la frecuencia a veces frenética con la que escribe en la red social y algunos contenidos que comparte se convierten en tema de agenda mediática."

Esto último es justamente lo que aquí se pretende destacar, ya que se relaciona con una de las hipótesis de esta tesina sobre los motivos del uso de la red social por parte de Cristina. Los mensajes emitidos por @CFKArgentina no sólo se convirtieron en parte de la agenda mediática, sino que en muchas ocasiones marcaron dicha agenda. Los rebotes que tenían sus tuits en los medios multiplicaron el alcance del contenido publicado. En términos de llegada masiva, el uso que hizo la ex presidenta de *Twitter* cumplió con uno de sus objetivos: que sus posteos lograran imponerse en la agenda mediática, penetraran en el engranaje de los medios tradicionales, y de ese modo alcanzaran a un público masivo.

La "verborragia característica" y la "frecuencia frenética" de CFK en la red también fue motivo de análisis en la prensa. En este contexto, algunos artículos reflejaron la costumbre de enviar muchos tuits en un período corto de tiempo. En la nota de *La Nación* titulada "Las cataratas de tuits de Cristina, bajo la lupa de los especialistas"⁷⁷, la periodista Lucrecia Bullrich incluyó la opinión de diversas personalidades, entre ellos la de Orlando D'Adamo, profesor de psicología política, quien entendió que "Da la sensación de que hay una necesidad de descarga catártica y algo del orden de lo compulsivo. El de la Presidenta parece un manejo bastante adictivo de la red".

Estas opiniones se refieren a las cadenas extensas que CFK acostumbró a postear en la red social, que llegaron a ser, por ejemplo, de 68 mensajes consecutivos el 27 de abril de 2013, fecha en la que se cumplieron 10 años del triunfo en las elecciones presidenciales de 2003 por parte de Néstor Kirchner; o de 56 tuits el 20 de abril de ese mismo año, día en el que relató varios episodios vividos por ella en un viaje a Venezuela.

⁷⁶ Las polémicas prácticas de @CFKArgentina en Twitter. (16 de agosto de 2013). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1605786-las-polemicas-practicas-de-cfkargentina-en-twitter>>

⁷⁷ Bullrich, Lucrecia. (5 de mayo de 2013). Las cataratas de tuits de Cristina, bajo la lupa de los especialistas. *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1579119-las-cataratas-de-tuits-de-cristina-bajo-la-lupa-de-los-especialistas>>

En el mismo artículo pudo leerse la opinión de María Elena Qués, presentada como especialista en análisis del discurso, quien se expresó sobre la cantidad de tuits de la ex mandataria y dijo que:

"(...) veo una intención de poner en escena la vorágine de la gestión. Es como si [la Presidenta] dijera «Somos activos y eficientes y acá te lo muestro», y completó: "Estamos en un año electoral en el que, vía Twitter, la Presidenta ofrece argumentos a sus seguidores, les da letra a los militantes".

En la tesina se coincide con Qués sobre estos últimos dichos, vinculados a que otro de los objetivos de @CFKArgentina fue el de brindar herramientas a los militantes de su proyecto político a la hora de defender la gestión. Sobre todo teniendo en cuenta que se trataba de 2013, año de elecciones legislativas, por lo que esta observación adquiere mayor fuerza y validez en el uso que Cristina realizó aquel año en la red social.

Por otro lado, al hablar de "manejo adictivo", "descarga catártica" y de "orden compulsivo", como hizo D'Adamo, se trasladó el análisis a otro plano, al de las características psicológicas. Se trató de un análisis reducido en mayor medida a las formas y no a los objetivos de los tuits de CFK. En los artículos periodísticos citados no fueron incluidas opiniones favorables sobre los mensajes 2.0 de la ex mandataria.

Para continuar con la imagen que se construía de @CFKArgentina desde los medios masivos, es importante rescatar otra nota de opinión escrita por el periodista Sirvén en *La Nación*, y titulada "La señora de los 140 caracteres"⁷⁸. Entre sus palabras, se encontró el siguiente párrafo:

"CFK busca en Twitter mostrarse aún más audaz, juguetona, amistosa con los suyos y descortés con los de la vereda de enfrente. Usa el lenguaje de la calle y alterna estilos: por momentos apela a los modos de una proveccta doña Rosa, pero en otros se convierte en una virtual adolescente deseosa de exhibir su diario íntimo o se asimila a cierta tilinguería cuando incluye de manera forzada palabras en inglés, idioma que ni habla ni domina."

En otro párrafo, agregó:

⁷⁸ Sirvén, P. (4 de agosto de 2013). La señora de los 140 caracteres. *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1607346-la-senora-de-los-140-caracteres>>

"Produce la sensación de estar dirigiéndose de manera más personalizada a quien la lee, como en una rueda de amigos, con giros juveniles y cancheros, buscando humanizarse en tono de confidencias. También gusta emerger con su febril tanda de mensajitos fuera de los horarios laborales (a la noche o, particularmente, los fines de semana o feriados) como una manera de mostrar que siempre está presente en nuestras vidas y, seguramente, para paliar sus propias soledades."

Esta tesina podría tomar como propias algunas frases de Sirvén. De todos modos, aquí el objetivo es mostrar cómo a través de estos análisis se construía otra imagen de CFK. Al Hablar de "febril tanda de mensajitos" o de "paliar sus propias soledades", Sirvén también ingresaba en el terreno de lo personal, intentando conformar un perfil psicológico de la ex mandataria, algo que se vincula a lo citado previamente. En este sentido, así como CFK utilizó la red social para mostrar intimidades, acercarse a la ciudadanía sin intermediarios y expresar cuestiones que de otro modo serían difíciles de compartir con la sociedad, construyendo su perfil, los medios citados y sus periodistas hicieron lo mismo a través de sus artículos. Esta posibilidad brindada por los medios de comunicación con base en internet dio lugar a los que Carlón denominó "medios de comunicación individuales" (2018), a través de los cuales los individuos hacen circular sus discursos; por lo que aquí ingresa nuevamente el proceso de mediatización no sólo de lo político sino también de la vida social y de cada actor social.

Carlón (2018) agregará que "los contenidos ahora no van 'hacia afuera' sólo desde los voceros o los medios institucionales de partidos políticos, empresas, etcétera, como lo hacían en la modernidad y la posmodernidad. (...) También lo hacen cotidianamente desde los 'medios individuales' que administran quienes forman parte de cada institución". Por estos motivos, el pensador habla de una circulación transversal, que se suma a la ascendente y descendente analizada por otros autores ya citados.

La intención no es abusar de citas para clarificar el ida y vuelta que se produjo entre CFK y los medios tradicionales. Por tal motivo, a continuación serán incluidos los siguientes títulos mediáticos para sintetizar aún más cómo los medios construyeron opinión sobre la práctica de la ex mandataria en *Twitter*. "Cristina Kirchner perdió la paciencia con

una nota del diario La Prensa y respondió por Twitter"⁷⁹; "Cristina volvió a tuitear e ignoró el 18A"⁸⁰; "Volvió a tuitear Cristina pero no habló del dólar"⁸¹; "La Presidenta criticó a American Airlines y tildó a los medios de "buitres"⁸²; "Cristina Kirchner resaltó las reservas del BCRA y criticó a quienes anunciaron "catástrofes"⁸³; "Cristina Kirchner: "A numerosos periodistas les sobra y les falta estupidez y preparación"⁸⁴; "Ola de tuits de Cristina Kirchner, horas después del discurso en el Congreso"⁸⁵.

Podría realizarse una investigación específica sobre los títulos periodísticos que provocó el *Twitter* de CFK. A su vez, tal como se hizo con el lenguaje bélico, cabría la posibilidad de detenerse en la cantidad de veces que los medios vincularon metafóricamente los posteos de @CFKArgentina con elementos de la naturaleza, llámense *cataratas, olas* o *tormentas*. Lo que quiere dejarse en claro es que, tanto las características de los títulos y de las notas citadas, como los análisis que realizaron sobre el uso 2.0 de Cristina, estuvieron, en la mayoría de los casos, cargados de críticas y de puntos de vista cuyo objetivo no sólo fue cuestionar ese uso, sino también, y sobre todo, conformar un perfil de la ex mandataria con características bélicas, polémicas, intolerantes y en ocasiones hasta con desórdenes psicológicos.

Para retomar los posteos con críticas a los medios por parte de la ex mandataria, el 31 de enero de 2014 la ex presidenta opinó sobre los diarios opositores *Clarín* y *La Nación*. Entre los 23 tuits que envió ese día, CFK recomendó una nota del diario *Tiempo Argentino* que hacía referencia a la construcción de la agenda mediática por parte de los medios masivos más consumidos, y se dirigió nuevamente a sus seguidores a través de preguntas que ella misma respondió:

⁷⁹ Cristina Kirchner perdió la paciencia con una nota del diario La Prensa y respondió por Twitter. (16 de mayo de 2013). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1582528-cristina-kirchner-perdio-la-paciencia-con-una-nota-del-diario-la-prensa-y-respndio-por-twit>>

⁸⁰ Cristina volvió a tuitear e ignoró el 18A. (19 de abril de 2013). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1574307-cristina-volvio-a-tuitear-e-ignoro-el-18a>>

⁸¹ Volvió a tuitear Cristina pero no habló del dólar. (23 de enero de 2014). *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/cristina-twitter-dolar_0_Sku9lNejvQg.html>

⁸² La Presidenta criticó a American Airlines y tildó a los medios de "buitres". (18 de septiembre de 2014). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1728323-la-presidenta-critico-a-american-airlines-y-tildo-a-los-medios-de-buitres-con-turbinas>>

⁸³ Cristina Kirchner resaltó las reservas del BCRA y criticó a quienes anunciaron "catástrofes". (30 de diciembre de 2014). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1756446-cristina-kirchner-resalto-las-reservas-del-bcra-y-critico-a-quienes-anunciaron-catastrofes>>

⁸⁴ Cristina Kirchner: "A numerosos periodistas les sobra y les falta estupidez y preparación". (9 de marzo de 2015). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1774735-cristina-kirchner-a-numerosos-periodistas-les-sobra-y-les-falta-estupidez-y-preparacion>>

⁸⁵ Ola de tuits de Cristina Kirchner, horas después del discurso en el Congreso. (2 de marzo de 2014). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1668638-ola-de-tuits-de-cristina-kirchner-horas-despues-del-discurso-en-el-congreso>>



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (31 de enero de 2014).
<https://twitter.com/cfkargentina/status/429087927100911616>

A su vez, la ex presidenta aprovechó esta serie de expresiones tuiteras para referirse a ella misma como sujeto del enunciado, y nuevamente con preguntas retóricas sumadas a un poco de humor, "CFK...¿no será que estás muy susceptible? ¿te parece? ¿querés que te tire algunos títulos más?..."⁸⁶. Ese mismo día, la ex mandataria continuó con la crítica a los medios y abrió otra cadena de nueve tuits diciendo: "Breve aporte a “La construcción de la mentira diaria, la contradicción patética y la catástrofe permanente”. Remember yesterday."⁸⁷. En lo que respecta a una de las hipótesis de este trabajo, aquí Cristina manifestó que existía una "mentira diaria", ubicándose a ella misma del lado de la verdad, de las buenas noticias, en una muestra más del antagonismo protagónico en

⁸⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (31 de enero de 2014. 12.10 A.M.).
<https://twitter.com/cfkargentina/status/429089182405771264>

⁸⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (31 de enero de 2014. 11.34 P.M.).
<https://twitter.com/cfkargentina/status/429442675599634432>

@CFKArgentina. Si hay una "construcción de la mentira", podría decirse que hay una construcción de la verdad. En este sentido, en estos capítulos se intenta determinar de qué modo CFK construía su relato a través de *Twitter*, un relato antagónico al de los medios masivos tradicionales, a quienes les disputaba sentido al tiempo que construía su imagen.

A continuación se incorpora un ejemplo más para dejar en claro la contienda que se estaba llevando a cabo. En diciembre de 2014, CFK anunció por *Twitter* que se podría viajar con mascotas pequeñas en la cabina de los aviones de Aerolíneas Argentinas⁸⁸. Ante tal anuncio, en un programa de *Radio Mitre* se criticó a Cristina por utilizar las redes sociales para informar noticias como aquella. A raíz de esto, la ex presidenta se hizo eco de los cuestionamientos, y un día después, el 31 de diciembre, tuiteó "Ah! Para terminar el año con un poco de humor. Me contó un pajarito que uno de los que vocifera siempre contra el Gobierno..."⁸⁹; y continuó en clara señal metafórica a *Radio Mitre*, "Y por donde va a ser? Por "radio buitres"! Decía hoy, refiriéndose a mi twitter sobre nuevo servicio de mascotas de Aerolíneas Argentinas:"⁹⁰.

Lo más llamativo fue el modo elegido para llamar a *Radio Mitre* como "radio buitres", vinculando los intereses de la radio con los de los fondos buitres, que se encontraban en juicio con nuestro país en el juzgado del recordado juez norteamericano Thomas Griesa por el pago de la deuda externa en default.

Este se trató de un caso en el que CFK realizó un anuncio por *Twitter*, el cual fue replicado en los medios masivos tradicionales, tanto en radios como en diarios; y esas réplicas, algunas con cargas negativas como la incluida, fueron respondidas por la ex presidenta nuevamente a través de la red social donde se había originado la noticia. En consecuencia, aquí está presente el concepto ya citado de sociedad hipermediatizada, y el rol de *Twitter* como ámbito de circulación de mensajes, como medio y fuente de información, y como plataforma desde la cual Cristina marcaba la agenda mediática.

No fue la última vez que CFK utilizó el término de "radio buitres". En enero de 2015 los hechos sucedieron a la inversa. Desde *Radio Mitre*, el periodista Guillermo "Willy" Kohan cuestionó la política económica del gobierno y aseguró que la costa atlántica

⁸⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (30 de diciembre de 2014. 5.11 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/550021268951793664>>

⁸⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (31 de diciembre de 2014. 6.12 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/550399045802659840>>

⁹⁰ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (31 de diciembre de 2014. 6.13 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/550399423646552064>>

argentina tenía mucha concurrencia durante aquel verano como consecuencia del cepo cambiario y de la devaluación del peso. A raíz de esto, fue la ex mandataria la que respondió vía *Twitter* y tomó lo expresado para replicarlo y opinar en @CFKArgentina:

"Olivos.- Me alcanzan comentarios de vocero de Radio Buitre, hoy por la mañana. Tema económico s/ temporada turística en Argentina."⁹¹; "Lo que no se puede creer es que las cosas buenas que pasan en la Argentina son resultado de las "cosas malas" que "hace" el Gobierno..."⁹²; "... o sea que los argentinos veranean no porque tienen poder adquisitivo, sino según Radio Buitre por el "cepo" y la devaluación."⁹³; "El fracaso de tanta mala onda, profecías y mentiras de Radio Buitre, "anche" algunos más."⁹⁴.

En estos mensajes Cristina no sólo volvió a llamar "Buitre" a *Radio Mitre*, sino que hizo alusión a la carga negativa que dicha radio le asignaba a su gobierno incluso, en su opinión, en "las cosas buenas que pasan en la Argentina". Este intercambio entre CFK y los medios es interesante, porque permitió visualizar el antagonismo existente y la disputa de sentido que tenía lugar en el campo mediático. Ante lo que la ex mandataria consideraba positivo, en este caso *Radio Mitre* le imprimía negatividad y cuestionaba al Poder Ejecutivo nacional, distinguiendo con claridad las diferentes posturas.

Podría decirse que a través del antagonismo, Cristina intentó quitarle el velo a los intereses de ciertos sectores de poder, y hasta alcanzó a tildar de ilegal a la constante publicación de noticias que cuestionaban tanto a funcionarios como a sus políticas gubernamentales: "Es q la cadena ilegal nacional del desánimo y el temor tiene fecha de vencimiento: el 7 de diciembre, fecha d aplicación de la Ley de Medios"⁹⁵. Este tuit corresponde a 2012, y como se explicó en capítulos pasados, ese año el uso que se hizo de @CFKArgentina fue meramente formal e institucional. Por eso el posteo citado corresponde a la reproducción de un discurso que la ex mandataria pronunció en un evento público. El 7 de diciembre aludido por ella se convertiría en el famoso 7D, jornada que

⁹¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2015. 8.09 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/552240514511437824>>

⁹² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2015. 8.14 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/552241714350817280>>

⁹³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2015. 8.16 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/552242307526049793>>

⁹⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2015. 8.38 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/552247869810700288>>

⁹⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (7 de septiembre de 2012. 10.27 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/244245585719336960>>

estaba señalada por la misma Corte Suprema de Justicia de la Nación para que comenzara a regir de manera íntegra la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Sin embargo, la aplicación efectiva de dicha ley nunca se llegó a concretar, sobre todo en lo que respecta al *Grupo Clarín*, que a través de medidas cautelares y luego por cuestiones burocráticas en lo referente a la adecuación del Grupo, jamás cumplió con la norma, derogada por el Gobierno de Mauricio Macri al poco tiempo de asumir la presidencia, el 10 de diciembre de 2015.

Este uso de *Twitter* para replicar fragmentos de discursos que Cristina enunciaba en eventos públicos o en cadenas nacionales también tiene su particularidad. En muchas oportunidades la ex presidenta se encargó de explicar que las cadenas nacionales, muy criticadas por la duración y la habitualidad que habían adquirido durante los últimos años de su mandato⁹⁶⁻⁹⁷, se debían a la desinformación por parte de los medios masivos respecto a las medidas de gestión que llevaba a cabo el Gobierno nacional⁹⁸. Es decir, CFK acusaba a los medios de ocultar información referida a nuevas obras, nuevos derechos ciudadanos, y a toda política pública que favoreciera a la población y fuera impulsada por su gestión.

Por este motivo es que aquí se considera como un refuerzo la réplica en *Twitter* de sus discursos, ya que los mensajes tuiteros provocaban comentarios y nuevos artículos periodísticos que expandían el contenido. Este uso resulta importante ya que conduce a sostener que el sitio de *microblogging* actuaba como medio de reproducción con el objetivo de multiplicar el alcance de las palabras de CFK, objetivo que era logrado. Por esta razón, aquí se sostendrá que la estrategia fue exitosa. A su vez, la red social no sólo funcionó para replicar sus dichos, sino también para que Cristina volcara contenido que había olvidado mencionar en discursos públicos. Esto sucedió el 1 de marzo de 2014, cuando participó de la apertura de un nuevo período de sesiones ordinarias en el Congreso de la Nación. Aquel día, CFK pronunció el tradicional discurso que los presidentes llevan a cabo en el recinto de

⁹⁶ Sanz, Juan Cruz. (18 de enero de 2013). Sin cadena nacional, Cristina Kirchner detuvo la caída en su imagen. *Infobae.com* <<https://www.infobae.com/2013/01/18/692026-sin-cadena-nacional-cristina-kirchner-detuvo-la-caida-su-imagen/>>

⁹⁷ Macri contra Cristina: "Usar la cadena nacional para hacer campaña es abuso de poder". (25 de julio de 2015). *Diario Perfil*. <<https://www.perfil.com/noticias/politica/macri-contra-cristina-usar-la-cadena-nacional-para-hacer-campana-es-abuso-de-poder-0724-0052.phtml>>

⁹⁸ Cristina Fernández de Kirchner justificó el uso de la cadena nacional. (9 de agosto de 2012). *Diario Perfil*. <<https://www.perfil.com/noticias/politica/cristina-fernandez-de-kirchner-justifico-el-uso-de-la-cadena-nacional-20120809-0029.phtml>>

la Cámara de Diputados, pero omitió información que horas más tarde fue expresada por ella en la red social:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (3 de mayo de 2013. 8.52 P.M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/439911085383352321>>

y continuó: "Lo más importante. Que ayer viernes mandé al Congreso el Proyecto Ley para tratar Acuerdo entre Estado Argentino y Repsol por expropiación."⁹⁹.

Sobre la temática de la reproducción y el rol de *Twitter* en las estrategias comunicativas de las figuras políticas también se expresó Sarlo (2011): "Los políticos entrenados en las formas largas del discurso, ya sea en la invectiva o en la argumentación, deben cambiar o contratar un asistente. La red no está hecha para el discurso político en término modernos." (p. 66).

Al hacer referencia a @CFKArgentina, afirmó: "Divide en 140 caracteres los bloques de texto que requieren más espacio, no respetando las reglas formales de twitter. (...) Los diarios la siguen en twitter, multiplicando las intervenciones." (p. 72).

De este modo, las palabras de Sarlo confirman lo planteado en estas páginas. Los diarios multiplicaban el contenido volcado por CFK en *Twitter*, y sus largas cadenas de mensajes no respetaban las reglas que impone la plataforma, adaptando las posibilidades que brinda el sitio a su necesidad de escribir textos extensos. Esto no quiere decir que Cristina no tuviera creatividad o poder de síntesis, sino que se trataba justamente de la

⁹⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (3 de mayo de 2013. 8.53 P.M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/439911266669572096>>

estrategia adoptada por ella, en ciertas ocasiones, para emitir opiniones y comunicar no sólo sus actos de gestión, sino también cuestiones de su vida personal.

El antagonismo entre @CFKArgentina y la prensa no tuvo como protagonistas sólo a los medios nacionales, sino que también involucró a empresas mediáticas extranjeras. En el marco de un viaje oficial realizado por Cristina a Italia en 2008, el diario italiano *Corriere della Sera* publicó un artículo, reproducido por *La Nación* el 6 de junio de ese mismo año¹⁰⁰, en el que acusaba a la ex mandataria de gastar miles de euros en carteras y joyas en Roma. Ante esto, CFK decidió denunciar al diario italiano y emprender un juicio por difamación, el cual ganó en 2013. Así lo informó por *Twitter*: "El abogado me comunicó que se dictó sentencia contra la periodista del *Corriere della Sera* María Gisla Faschetti y el director, Paolo Mieli"¹⁰¹; y explicó: "Decidí presentar querrela, no por mí, porque sentí que le estaban faltando el respeto a la República Argentina."¹⁰².

Corriere della Sera no fue el único medio extranjero involucrado en una confrontación con CFK. En enero de 2013, el diario español *El País* publicó una supuesta foto del por entonces presidente venezolano Hugo Chávez mientras se encontraba internado y entubado en un hospital. Luego de comprobarse que la persona de la imagen no se trataba de Chávez, *El País* retiró la foto de su página web, pero miles de ejemplares impresos ya estaban en circulación, por lo que sólo pudo emitir las disculpas del caso¹⁰³. De todos modos, Cristina decidió no quedarse callada y eligió *Twitter* para explayarse. "Prensa canalla. No se me ocurre otro adjetivo. Es igual en todas partes: "El País" en Madrid..."¹⁰⁴; "... "The Sun" en el Londres de Murdoch, enredado en tramas de corrupción con el gobierno de Cameron, y vaya a saber que otras cosas más."¹⁰⁵; "Aquí es el "Clarín" de Héctor Magnetto. Sobre esto no hacen falta adjetivos, sobran y son demasiado

¹⁰⁰ Visita a Bulgari antes de la cumbre. (6 de junio de 2008). *La Nación*. <<https://www.lanacion.com.ar/politica/visita-a-bulgari-antes-de-la-cumbre-nid1018962/>>

¹⁰¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (3 de mayo de 2013. 10.56 A. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/330319864969437184>>

¹⁰² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (3 de mayo de 2013. 10.52 A. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/330318868084035584>>

¹⁰³ La foto que EL PAÍS nunca debió publicar. (24 de enero de 2013). *El País*. <https://elpais.com/internacional/2013/01/24/actualidad/1359060599_118030.html>

¹⁰⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (24 de enero de 2013. 10.45 A. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/294440829714563073>>

¹⁰⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (24 de enero de 2013. 10.47 A. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/294441263955050496>>

conocidos."¹⁰⁶. Se advierte con claridad cómo Cristina denunció a este conjunto de medios, entre los que incluyó al local *Clarín*, tratándolos de corruptos y de canallas; dando a entender que existía un *modus operandi* a nivel global en el que un grupo de compañías mediáticas falseaban y mentían para imponer su visión de la realidad social.

En otra oportunidad, CFK llegó a citar declaraciones de Obama y reflexionó en un tuit lo siguiente:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (30 de enero de 2013. 3.56 P. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/296693402798530560>>

De esta forma, CFK reforzó sus creencias sobre las empresas mediáticas a través de las declaraciones de Obama, y las sumó con la intención de fortalecer su cadena de sentido con respecto al rol que desempeñaban los medios en la sociedad.

En este contexto, y para finalizar con este capítulo donde se reflejó el antagonismo a partir de algunos de los idas y vueltas producidos entre CFK y los medios tradicionales, se ha visto que la ex mandataria confrontó con los artículos periodísticos de los medios que cuestionaban sus medidas, y se refirió a ellos como los autores de una "cadena nacional del miedo y del desánimo". Aquí el antagonismo quedaba establecido, desde su punto de vista, entre la cadena nacional encabezada por ella para informar avances productivos y medidas de gestión que favorecían a la sociedad argentina; y la cadena nacional del desánimo que llevaban adelante los medios masivos criticando el accionar de su gobierno. En el siguiente capítulo se desarrollarán más idas y vueltas entre estos dos actores sociales en relación al lenguaje implementado en @CFKArgentina.

¹⁰⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (24 de enero de 2013. 10.48 A. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/294441507258253312>>

4. El lenguaje de Cristina en *Twitter*: objetivos y consecuencias

"I'm sorry. Gran premio gran, y otorgado el 9 de julio. Que Dios es argentino? Never. Es universal. De todos... y todas."¹⁰⁷

Tuit emitido el 9 de julio de 2013 por @CFKArgentina

El análisis del lenguaje utilizado por @CFKArgentina podría consistir, sin dudas, en un trabajo aparte. Desde su estilo coloquial, informal, canchero, con abreviaturas propias de adolescentes, las mencionadas preguntas retóricas, el uso de otros idiomas e incluso la formalidad. El abanico lingüístico empleado por la ex mandataria enriqueció el estudio de la disputa de sentido que existió en el campo mediático entre CFK y los medios de comunicación tradicionales.

En este capítulo podría haberse hecho foco en una sola característica para acotar la investigación. Ya sea en los errores ortográficos que muchas veces presentaron los posteos, en las fallas de puntuación, en la cantidad de onomatopeyas incluidas, o en las metáforas que se han señalado en capítulos previos. Con respecto a estas últimas, son muchos los pensadores que las han estudiado, junto a la metonimia, y retomando lo ya citado del trabajo de Lakoff, Johnson y Lizcano, se incluirán otros análisis para enriquecer la tesina.

El psicoanalista francés Jacques Lacan (1957) fue uno de ellos, y entre sus abordajes remarcó que una cadena signifiante:

"puede significar muy otra cosa que lo que ella dice (...). Ese nombre es la metonimia. La otra función es la metáfora. Toda conjunción de dos significantes sería equivalente para constituir una metáfora (...). Una palabra por otra, tal es la fórmula de la metáfora", (pp. 485-487).

A su vez, Lizcano (1996) se refirió a la metáfora como estrategia retórica de singular eficacia persuasiva que articula y da coherencia a toda una orientación discursiva, en especial cuando "esta metáfora central, por lo habitual de su uso, ya no se percibe como tal metáfora sino como expresión de las cosas tal y como son" (p. 137). En este sentido, el uso repetitivo que realizó CFK de las metáforas se adapta a la definición de Lizcano, ya que

¹⁰⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (9 de julio de 2013. 7.22 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/354727382353059842>>

llegó un punto en el que dichas metáforas actuaban como conceptos y frases en sí, logrando efectividad a medida que pasaban desapercibidas.

A lo largo del capítulo se han incluido diversos tuits, por medio de los cuales se exhibirá el conjunto de singularidades lingüísticas aplicadas por la ex presidenta, y así obtener conclusiones acerca del modo que adoptó para comunicarse en *Twitter*. Al mismo tiempo, fueron considerados una serie de análisis publicados por los medios sobre la manera de expresarse de Cristina, que serán útiles a la hora de evidenciar la existencia de la lucha por la imposición de sentido entre dichos actores.

Como se ha visto, las abreviaciones de @CFKArgentina dan cuenta un lenguaje adaptado a las condiciones y a la estructura que impone *Twitter*. Funcionan como atajos a la hora de ahorrar caracteres y acortar frases para no exceder los 140 caracteres, que en la actualidad son 280. Cuanto menos tiempo, traducido en menos espacio, deba dedicar cada persona a leer un tuit para comprenderlo, más eficaz se vuelve ese mensaje en el ámbito de circulación de contenido que implica *Twitter*.

En este contexto, claro está que CFK no creó un lenguaje nuevo, sino que se adaptó y utilizó el ya existente, moldeado sobre todo por los jóvenes, por las generaciones que han crecido con estas tecnologías; y a la ex presidenta no le tembló el pulso para escribir una "q" en lugar de un "que", o una "x" en lugar de un "por".

A continuación, podrán leerse algunos tuits de Cristina donde se aprecian las abreviaciones, el uso de las mayúsculas, onomatopeyas y otros idiomas, marcadas en color negro por quien escribe, entre las diversas variantes que desplegó en su cuenta tuitera:

"Hace más de 2 hs acabo de llegar a Gallegos. Primer fin de semana en casa desde 6/1/13. **Good.**"¹⁰⁸; "Guillermo Borger, titular de AMIA: "Porque si esto avanza **ESTARIAMOS DANDO LUGAR A UN TERCER ATENTADO** muy lamentable". Estremece."¹⁰⁹; "ayer fue un día de mucho trabajo. **Bah!** Como todos los días. Se agregaron Intendentes y Gobernadores y firma que te firma."¹¹⁰.

¹⁰⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (9 de febrero de 2013. 7.11 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/300366396070719488>>

¹⁰⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (9 de febrero de 2013. 7.14 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/300367212923994114>>

¹¹⁰ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (1 de mayo de 2013. 6.44 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/329713059180449792>>

Los dos siguientes fueron incluidos a través de imágenes ya que no sólo dan cuenta de algunas particularidades lingüísticas empleadas por @CFKArgentina, sino también del antagonismo que reinaba entre la ex mandataria y ciertos medios de comunicación masiva:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (14 de agosto de 2013. 5.45 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/367748730390200320>>



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (14 de agosto de 2013. 5.45 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/367748894886600704>>

Como se vislumbra en este pequeño despliegue, las palabras escogidas reflejan usos lingüísticos que son propios de la era que inició la web 2.0 a través de sus plataformas. Palabras en mayúsculas para resaltar y dotar de emoción a fragmentos de una frase, signos de exclamación y de interrogación que sólo se emplean en el cierre de una oración, como ocurre en el idioma inglés, guiños como el uso de la palabra "Good", empleada en mayor medida por los jóvenes, son características de un lenguaje que se encuentra en las redes sociales, y no tan comunes en el habla de un primer mandatario.

En el marco de estas singularidades, también se detectó la confrontación con los medios. Llamar a *Infobae* como "House Organ de la Embajada", en alusión a la embajada de los Estados Unidos en la Argentina, o "Salieri de Clarín" al diario *Perfil*, consistió en

atribuir caracterizaciones que intentaban develar, desde el punto de vista de CFK, los verdaderos intereses de dichos medios.

En este contexto, se retoma a Sarlo (2011), quien manifestó que:

"Twitter responde con un género discursivo cuyo entrenamiento está en los mensajes de texto. Imagen lingüística o visual. La subjetividad de quien enuncia es importante: al prescindir de la argumentación, la política de clips depende casi por completo del poder de persuasión del sujeto y no del discurso." (p. 67).

Por estos motivos, podría decirse que el hecho de que una presidenta abreviara, omitiera tildes, o no respetara las reglas de los signos ortográficos, era una señal de que la transformación lingüística gestada con los nuevos instrumentos de comunicación estaba instalada en la sociedad.

Al mismo tiempo, aquí se sostiene que aprovechó estos recursos para acercarse al público e interpelar a quienes ya se encontraban familiarizados con ellos. De este modo, Cristina no sólo construía y consolidaba su perfil 2.0 a través del lenguaje, sino que también tomaba distancia de la típica imagen que un primer mandatario acostumbra a tener. En consecuencia, en estas líneas se sustenta la idea de que la figura que CFK edificaba en *Twitter* ostentaba el conocimiento de época a nivel lingüístico, apropiándose tanto de las costumbres como de las tendencias del momento a nivel comunicacional, característica que obtiene valor a la hora de construir y disputar sentido.

Es más, no sólo adoptó las prácticas de la época, sino que marcó tendencia en el campo político. Así tituló *Infobae* luego de que Francisco De Narváez, empresario que se involucró en política llegando a ser diputado nacional, le contestara a CFK por *Twitter*: "De Narváez 2.0: imitó a @CFKArgentina en Twitter y le solicitó "clear answers""¹¹¹.

En este contexto, se retoma nuevamente a Volóshinov (2009), donde expuso que, en su opinión, el área de los signos coincide con el de la ideología, y donde rescató el carácter multiacentuado del signo como su aspecto más importante, es decir como la característica que permite la lucha de clases, en lo que fue su análisis marxista. En esta tesina se pretende dejar en evidencia cómo CFK refractaba una realidad, su realidad como diría Volóshinov

¹¹¹ De Narváez 2.0: imitó a @CFKArgentina en Twitter y le solicitó "clear answers". (16 de mayo de 2013). *Infobae*. <<https://www.infobae.com/2013/05/16/710925-de-narvaez-20-imito-cfkargentina-twitter-y-le-solicito-clear-answers/>>

(2009), mientras que otros medios masivos reflejaban la suya. De ese modo disputaban sentido en el campo mediático.

Para el lingüista ruso lo que determina la refracción de la existencia en el signo es la intersección de los intereses sociales diversos dentro de un colectivo (p. 47). Motivo por el cual manifestó que el signo llega a ser la arena de la lucha de clases. "Como consecuencia, en cada signo ideológico se cruzan los acentos de orientaciones diversas. El signo llega a ser la arena de la lucha de clases. (...) Este carácter multiacentuado del signo ideológico es su aspecto más importante.", expresó Volóshinov (2009, p. 47).

La lucha, dentro de este trabajo, es exhibida como la lucha por la construcción e imposición del sentido, en la que *Twitter* fue una de las arenas del engranaje comunicacional donde se llevó a cabo.

Dicho esto, es necesario brindar más ejemplos tanto con mensajes de @CFKArgentina como con notas periodísticas que den cuenta de lo analizado y de la disputa que se llevó a cabo a partir del lenguaje. Hubo una serie de tuits de Cristina con gran repercusión no sólo en la Argentina sino en todo el mundo. Tuvo lugar durante una visita oficial de la ex presidenta a China, con el objetivo de sellar acuerdos económicos y fortalecer los vínculos bilaterales con el país asiático.

El 4 de febrero de 2015, CFK posteo lo siguiente:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (4 de febrero de 2015. 9.29 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/562951075230400513>>

El mensaje tuvo, al momento de redactar estas palabras, nada menos que 4893 retuits y 2837 usuarios indicaron que les gustaba, siendo el más retuiteado de la historia de una cuenta presidencial argentina hasta ese momento, aunque se encuentra lejos de las cifras que se manejan en la actualidad, con decenas de miles de megusteos.

Tras enviar ese contenido, Cristina expresó: “Sorry. ¿Sabes qué? Es que es tanto el exceso del ridículo y el absurdo, que sólo se digiere con humor. Sino son muy, pero muy tóxicos.”¹¹². Sus críticas vinculadas a la toxicidad fueron dirigidas a los medios tradicionales, algo que en esa ocasión no le hizo falta aclarar con nombres propios.

Los mensajes aludidos no sólo fueron levantados por medios locales, con la esperada respuesta por parte de *Clarín* y *La Nación*, sino que sitios internacionales también hicieron mención al comentario realizado por Cristina.

Un ejemplo de ello fue lo publicado en el sitio oficial de la agencia internacional de noticias *Reuters*, que tituló: “Argentina’s Fernandez makes diplomatic gaffe on China trip”¹¹³, traducido al castellano: “La presidenta argentina Fernández metió la pata diplomática en viaje a China”. Por su parte, la página web de *Business Insider*, medio norteamericano dedicado a economía y finanzas, tituló: “Argentina’s president made an extremely offensive joke while meeting China’s president”¹¹⁴. En castellano: “La presidenta argentina hizo una extrema broma ofensiva en su visita al presidente chino”. Mientras que *Bloomberg*, otra compañía norteamericana especializada, entre otras temáticas, en brindar información financiera, sostuvo: “Argentine President’s tweet mocks chinese accent during official visit”¹¹⁵; o sea: “Tuit de la Presidenta argentina se burla del acento chino durante visita oficial”. Se aprecia que los medios internacionales no repararon en el humor que emitió Cristina. En todo caso, lo tomaron como una broma de mal gusto.

Los medios locales no dejaron pasar la repercusión internacional, remarcándola y utilizándola para hacer hincapié en la supuesta falta de respeto y el inapropiado uso de *Twitter* por parte de la ex presidenta. Por este motivo, *La Nación* tituló “Medios de todo el mundo criticaron a Cristina Kirchner por burlarse del acento chino”¹¹⁶. Mientras que en el

¹¹² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (4 de febrero de 2015. 9.30 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/562951315526258689>>

¹¹³ Argentina’s Fernandez makes diplomatic gaffe on China trip. (5 de febrero de 2015). *Reuters*. <<http://www.reuters.com/article/us-argentina-china-fernandez/argentin-as-fernandez-makes-diplomatic-gaffe-on-china-trip-idUSKBN0L81V020150205>>

¹¹⁴ Shane Ferro y Linette Lopez. (4 de febrero de 2015). Argentina’s president made an extremely offensive joke while meeting China’s president. *Business Insider*. <<http://www.businessinsider.com/argentina-president-makes-racist-joke-in-china-2015-2>>

¹¹⁵ Daniel Cancel, Pablo Gonzalez y Charlie Devereux. (4 de febrero de 2015). Argentine President’s tweet mocks chinese accent during official visit. *Bloomberg*. <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-02-04/argentine-president-s-tweet-mimics-chinese-during-official-visit>>

¹¹⁶ Medios de todo el mundo criticaron a Cristina Kirchner por burlarse del acento chino. (4 de febrero de 2015). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1765712-medios-de-todo-el-mundo-criticaron-a-cristina-kirchner-por-burlarse-del-acento-chino>>

cuerpo de la nota se destacó que “Medios prestigiosos criticaron la forma en que la mandataria se burló del cambio que hacen los chinos de la "r" por la "l"”.

A su vez, el tuit en cuestión provocó que algunos medios aprovecharan para realizar consultas con expertos en protocolo para evaluar el accionar 2.0 de CFK. A raíz de esto, en otro artículo de *La Nación* se resaltó la opinión de Karina Vilella, asesora en relaciones públicas, ceremonial y protocolo, quien sostuvo lo siguiente:

"Mi visión sobre el tuit de la Señora Presidenta es que fue una situación totalmente desacertada, con mayúsculas. Es cierto que los presidentes y hasta las Casas Reales tienen cuenta oficial en Twitter pero su uso es pura y exclusivamente formal y se supone que lo utilizan para comunicar de una manera correcta con el lenguaje propio de un mandatario"¹¹⁷.

Las expresiones de Vilella cuestionaban el uso informal y el lenguaje adoptado por CFK, considerándolo inapropiado para el rol que ocupaba. “Creo que últimamente se olvida su rol de representante de los 40 millones de argentinos, seamos kirchneristas o no”, agregó la especialista.

Aquí se observa lo descrito en el presente trabajo sobre las costumbres de la ex mandataria en *Twitter*. La constante informalidad, su tono coloquial, juvenil, con un contenido que escapaba al tradicional mensaje de una presidenta; y por otro lado se visualiza la crítica expresada desde algunos medios sobre dicho empleo de la red social.

Cuestionar la práctica de Cristina en la web, tal como se ha demostrado, formaba parte de la carga negativa que los medios intentaban atribuir a CFK y su perfil 2.0. No sólo juzgaban gran parte de sus políticas de gobierno, sino, y sobre todo, las formas con las cuales las comunicaba. Su lenguaje, sus "ataques" a la prensa o a la justicia, su "incontinencia" a la hora de tuitear, tienen que ver con la reprobación y el permanente señalamiento que hacían sobre @CFKArgentina.

En este contexto, el periodista Mariano Obarrio escribió en *Clarín* una columna de opinión sobre el tuit de Cristina al que se viene haciendo referencia. Entre algunos de sus comentarios, destacó:

¹¹⁷ Para una experta en protocolo, los chistes de Cristina sobre el acento chino fueron "totalmente desacertados". (4 de febrero de 2015). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1765754-para-una-experta-en-protocolo-los-chistes-de-cristina-sobre-el-acento-chino-fueron-totalmente-desacertados>>

"Hasta la reunión bilateral con el presidente chino Xi Jinping, todo le había salido razonablemente bien a la presidenta Cristina Kirchner. (...) Pero su incontinencia verbal, su revanchismo y su irreverencia adolescente le jugaron en contra: se puso a tuitear creyendo que estaba conversando con su familia en el living de su casa."¹¹⁸.

Éste, a juicio de quien escribe esta tesina, es justamente el efecto que pretendía dar Cristina en su perfil tuitero. Ser una más, mezclarse entre los millones de usuarios que utilizaban la red social y proyectar una sensación de horizontalidad, como si "estuviera conversando con su familia en el living de su casa". En todo caso, quedará en la opinión de cada individuo considerar si se trató de un uso adecuado, o no, el que hizo CFK de *Twitter*.

Al respecto, aquí se considera que el posteo analizado en los párrafos precedentes continuaba con la línea del humor y la ironía que la ex presidenta solía incluir en sus mensajes. Sin embargo, no está de más reconocer que pudo haber puesto en riesgo una relación bilateral o afectar la susceptibilidad de los ciudadanos chinos y la de sus funcionarios, ya que fue enviado durante una visita oficial. También puede agregarse que tuvo lugar a pocos días de la muerte del fiscal Alberto Nisman, caso aún no resuelto por la justicia argentina, y que en aquel momento era el tema central de la agenda mediática.

En este sentido, *La Nación* publicó: "Con el caso Nisman en el centro de la escena, Cristina bromea por Twitter: habla de "La Cámpola, aloz y petróleo"¹¹⁹. Aquí queda en evidencia cómo *La Nación* hizo foco en la presunta falta de tacto por parte de Cristina, y en la irresponsabilidad de bromear tras un episodio tan resonante como el del fiscal Nisman, que días antes de su muerte había denunciado a CFK con la hipótesis de haber llevado a cabo un pacto de impunidad con autoridades iraníes respecto al atentado a la AMIA, ocurrido el 18 de julio de 1994.

Las repercusiones del tuit desde China también llegaron a la televisión internacional. En este caso, se hará mención a la crítica que hizo el conductor estadounidense del popular programa *Last week tonight* de *HBO*, John Oliver, quien

¹¹⁸ Obarrio, M. (5 de febrero de 2015). La falta de tacto de Cristina Kirchner. *Clarín*.

<<http://www.lanacion.com.ar/1765907-con-sus-tuits-desde-china-cristina-kirchner-volvio-a-caer-en-sus-errores-propios>>

¹¹⁹ Con el caso Nisman en el centro de la escena, Cristina bromea por Twitter: habla de "La Cámpola, aloz y petróleo". (4 de febrero de 2015). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1765637-con-el-caso-nisman-en-el-centro-de-la-escena-cristina-bromea-por-twitter-habla-de-la-campola-aloz-y-petroleo>>

aseguró: “Ese es un nivel de racismo ignorante en Internet que uno esperaría del juramento de una fraternidad sureña. Y quizás lo más sorprendente es que tuiteó esto durante una visita de Estado de vital importancia”¹²⁰. Como era de esperarse, medios como *La Nación* no tardaron en hacer propia esta opinión y subirla a su web bajo el título "La ácida burla de John Oliver a Cristina Kirchner por su tuit sobre China"¹²¹.

Como se ha advertido en estas páginas, el diario *La Nación* le dedicó un gran espacio a las consecuencias de este posteo, aprovechando la ocasión para cuestionar a Cristina y sus formas, y sobre todo para construir la imagen de una presidenta que hacía quedar mal a la Argentina en el mundo.

La frase de Cristina fue muy popular en cuanto a la cantidad de retuits y repercusiones, e impopular ante las críticas mediáticas que recibió, pero no se alejó del modo en que la ex mandataria empleó la red social y del juego que implementó con el lenguaje y los idiomas. Por ejemplo, el 2 de julio de 2013 @CFKArgentina escribió: "Artistas haciendo patria en Corrientes, gracias a programas y políticas públicas. Very grosso."¹²², mezclando la palabra inglesa *very* con el coloquial término *grosso*, muy común entre los jóvenes para resaltar de manera positiva algo que se quiere destacar.

En este caso, *Clarín* señaló la particularidad lingüística, y tituló: "Cristina defendió vía Twitter los subsidios al cine y remató: "Very grosso"¹²³. Mientras que en el desarrollo del artículo explicó que:

"Con su habitual estilo en esa red social, la Presidenta defendió al INCAA, se refirió a Maradona y usó términos como “lara lara lara (...) Esa mención a Maradona es por una canción de La Cámpora que dice "como dice Maradona, que la chupen los gorilas"".

El inglés y el chino bromista no fueron los únicos idiomas que CFK ofreció en *Twitter*. En el marco de un viaje oficial a Rusia, @CFKArgentina expresó: "Ogromnoe pasib, Rossiya! Gracias, Rusia!"¹²⁴; a lo que *La Nación* tituló: "Cristina Kirchner:

¹²⁰ Oliver, J. (11 de febrero de 2015). Last week tonight. *HBO*. <<https://www.youtube.com/watch?v=CsxHOdDHE4w>>

¹²¹ La ácida burla de John Oliver a Cristina Kirchner por su tuit sobre China. (11 de febrero de 2015). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1767341-la-acida-burla-de-john-oliver-a-cristina-kirchner-por-su-tuit-sobre-china>>

¹²² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (2 de julio de 2013. 1.10 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/35209707535675392>>

¹²³ Cristina defendió vía Twitter los subsidios al cine y remató: “Very grosso”. (2 de julio de 2013). *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/cristina-defendio-twitter-subsidios-very_0_Bk_BlsUsP7l.html>

¹²⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (23 de abril de 2015. 10.55 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/591420119529746433>>

"Ogromnoe pasib, Rossiya!"¹²⁵, y aclaró que "La Presidenta tuiteó un agradecimiento a Rusia en ruso".

Para continuar con el análisis que hicieron los medios sobre el lenguaje de Cristina en la plataforma 2.0, se traerá a escena un artículo de *Infobae* titulado: "A quiénes está dirigido el lenguaje "tuitero" de @CFKArgentina"¹²⁶. En la nota, la periodista Daniela Blanco consideró que

"la cuenta de Cristina Kirchner incluyó giros idiomáticos del discurso joven, uso del "spanglish" y creación de palabras. (...) Los 140 caracteres que propone como unidad de comunicación la red social Twitter a la presidente Cristina Kirchner no le alcanzan. Ella comprendió la dimensión de este microblogging y además de asociarle un discurso joven, lo utiliza para perfilar su mensaje público, quizás uno de sus más sólidos atributos."

A su vez, el artículo incluyó la opinión de la doctora en lingüística Silvia Ramírez Gelbes, de la Universidad de Buenos Aires, quien sostuvo:

"La Presidente supo reconocer la familiaridad ambiental del formato Twitter y así con su catarata diaria de tuits logra conformar una especie de cadena nacional íntima. Sus tuits reflejan con sagacidad el estilo discursivo público que tiene CFK, uno de sus grandes bastiones de construcción de poder. Yo creo por momentos que de verdad es la propia Presidente la que tuitea."

Los dichos de Ramírez Gelbes coinciden con lo que se viene afirmando en este trabajo, y la doctora agregó una cuestión ya destacada respecto a la finalidad de Cristina de asemejarse a un ciudadano de a pie:

"Ella tiene un objetivo de construcción simbólica desde su propio discurso. La Presidente -de manera simbólica- está diciendo: ¡Yo soy una más! Aunque no lo sea, ella lo dice. Y por supuesto lo simbólico es sumamente importante en la construcción de la historia".

¹²⁵ Cristina Kirchner: "Ogromnoe pasib, Rossiya!". (24 de abril de 2015). *La Nación*.

<<http://www.lanacion.com.ar/1787234-cristina-kirchner-ogromnoe-pasib-rossiya>>

¹²⁶ Blanco, Daniel. (3 de julio de 2013). A quiénes está dirigido el lenguaje "tuitero" de @CFKArgentina". *Infobae*. <<http://www.infobae.com/2013/07/03/718436-a-quienes-esta-dirigido-el-lenguaje-tuitero-cfkargentina/>>

En síntesis, la estrategia lingüística escogida por CFK buscaba construir sentido, y disputarlo, de un modo novedoso para una presidenta, adaptándose al esquema ofrecido por *Twitter* y a diversos usos sociales de la lengua, no sólo para interpelar a cada lector, sino también para mostrarse de una manera peculiar para una persona con sus obligaciones.

En este capítulo se describieron, de manera breve, algunos usos lingüísticos de @CFKArgentina y sus repercusiones para destacar la importancia que tuvo la primera cuenta de *Twitter* de una presidenta de la Nación. Podría afirmarse que el repertorio desplegado por la ex presidenta en esta red social fue impresionante, pero @CFKArgentina diría "I-M-P-R-E-S-I-O-N-A-N-T-E"¹²⁷.

Retomando a Laclau, quien explicó que las relaciones sociales se construyen discursivamente y que esto hace posible la existencia de la contradicción (1987, p. 187), el objetivo de estas páginas fue dejar en evidencia que CFK pretendió construir su identidad 2.0 en base a ciertas estrategias, y al mismo tiempo combatir las características que los medios tradicionales citados le asignaban a su personalidad y a su gobierno, disputando sentido en el marco de la construcción de las relaciones sociales a la que hizo referencia Laclau.

Con respecto a la identidad 2.0 y a las posibilidades que brindan las TIC, el sociólogo Zygmunt Bauman aseguró: "Ahora tenemos más opciones, no tenemos que jurar lealtad incondicional a una sola identidad. Podemos ampliar nuestras identidades, mejorarlas, y las redes sociales son como compuertas que podemos abrir para eso"¹²⁸.

Por estos motivos, las próximas páginas harán referencia a cuestiones vinculadas con la intimidad y otras singularidades que CFK compartió en su cuenta, y a cómo a partir de éstas potenció el objetivo de mostrarse como una ciudadana más y moldear su identidad 2.0 desligándose de muchos adjetivos que le atribuían otros actores sociales, que en el caso aquí analizado se trata de los medios masivos de comunicación tradicionales.

4.1. Intimidad y singularidades en @CFKArgentina

"La verdad que siempre he comprado en Home Collection o en Arredo las sábanas,

¹²⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (2 de febrero de 2015. 12.21 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/562269469788340224>>

¹²⁸ Bauman, el teórico de la liquidez, se enamoró de la Web a los 85. (27 de octubre de 2010). *Revista Ñ en Clarín*. <https://www.clarin.com/rn/ideas/Bauman-Facebook-internet_0_H1BQv4jawme.html>

les voy a decir la verdad."¹²⁹.

Tuit publicado por Cristina
el 3 de mayo de 2013

Ante la imposibilidad de incluir los miles de tuits publicados por CFK en el período de tiempo abarcado, aquí se hará foco en mensajes que, en términos periodísticos, podrían ser considerados "de color", pero que sintetizan y describen gran parte del uso que le dio la ex presidenta a *Twitter*. Uno de estos ítems es la intimidad de Cristina. En este capítulo podrán leerse publicaciones de @CFKArgentina no sólo vinculados a su intimidad personal o familiar, sino también a la intimidad que guarda relación con lo laboral. De no haber existido esta red social, seguramente nunca hubieran dado a conocerse algunos de los hechos que serán relatados. En general, el acceso a la intimidad presidencial no es narrada por quien ocupa el sillón de Rivadavia en Balcarce 50, sino por periodistas, que actúan como intermediarios, en publicaciones mediáticas. Y aquí se sostiene que esto forma parte de la disputa que Cristina llevó a cabo con los medios de comunicación masiva.

En este marco, puede asegurarse que Cristina aprovechó el alcance y el impulso que tenían sus tuits para expandir su imagen de mandataria a un costado más íntimo, de ciudadana de a pie. De esta manera, CFK intentó acortar la distancia jerárquica, mencionada en otros capítulos, tanto con sus seguidores como con los receptores indirectos de sus mensajes, ya fueran lectores de diarios u oyentes de radio, por ejemplo.

El cargo que ocupaba Cristina generaba una atracción distinta a la que produce cualquier otro ciudadano en su cuenta de *Twitter*. Por este motivo, Sarlo (2011) expresó que "La comunicación directa, en directo, produce un efecto de transparencia que es difícil lograr por otros medios. Que lo haga la presidenta le da intensidad." (p. 74).

CFK vio en *Twitter* un medio a través del cual exponer cuestiones difíciles de exteriorizar en un acto público, la inauguración de una obra, y menos en una cadena nacional. A través de esta estrategia, pareciera que Cristina intentó provocar la empatía de los receptores alejándose del rol de presidenta y disputar la construcción de su imagen.

Entre los tuits que se han podido leer en su perfil, a los que podrá accederse a través de los links en las citas, se observó cómo relató intimidades, señaló qué libros leía¹³⁰, las

¹²⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (3 de mayo de 2013. 10.44 A. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/330316919972446208>>

películas que miraba¹³¹, o su personaje favorito, la "Madre de Dragones"¹³², de la serie que más disfrutaba, *Game of Thrones*; otorgó primicias como la de su futuro abuelazgo, subió fotos de sus perros como se expuso en capítulos previos, describió con qué sábanas dormía, fragmentos de diálogos con el papa Francisco¹³³, sensaciones personales durante viajes al exterior, como por ejemplo en Venezuela tras la muerte de Hugo Chávez¹³⁴; y hasta recordó cuántos cigarrillos acostumbraba a fumar en viejas épocas, entre otras particularidades, para dar cuenta del perfil que CFK fue construyendo a través de *Twitter*.

Una intimidad develada por CFK tuvo lugar el 16 de julio de 2013, con el nacimiento de su primer nieto, Néstor Iván, hijo de Máximo Kirchner: "Acabo de llegar al sanatorio. Son más de las 23hs. Recién salgo de la Rosada. Vengo a visitar a Néstor Iván, mi nieto..."¹³⁵. Y en uno de los siguientes tuits, sostuvo: "Saben qué? Es muy bonito. Pero muy, muy bonito. Bueno, ya sé. Soy la abuela. Si no te elogia la abuela, quién?"¹³⁶. Con el uso de las preguntas, recurso muy recurrente en @CFKArgentina, convirtió a los lectores en partícipes de un relato que podía compararse a una conversación presencial con amigas o por *Whatsapp*.

A su vez, aludió a sí misma como *abuela*, en primera persona, no sólo reforzando la idea de que era ella quien escribía los mensajes y se dirigía sin intermediarios a los internautas, sino dando la impresión de olvidar su rol de presidenta para convertirse en una simple abuela que estaba contenta y que admiraba la belleza de su nieto. En este sentido, también cabe remarcar que seguramente se trataba de una estrategia para provocar empatía y demostrar que poseía un costado cariñoso y familiar. Estas expresiones también intentaban alejarla del perfil bélico que los medios le atribuían.

A raíz de esto, los medios de comunicación prestaron atención a la mayor parte de estas cadenas de tuits, multiplicándolas y, como se explica en la tesina, favoreciendo la

¹³⁰ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (26 de octubre de 2010. 5.59 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/28824865783>>

¹³¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (12 de mayo de 2013. 7.36 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/333712318615662592>>

¹³² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (28 de abril de 2013. 8.30 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/328652433586790400>>

¹³³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (21 de marzo de 2013. 11.02 A. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/314738766562594817>>

¹³⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (20 de abril de 2013. 11.06 A. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/325611498221236224>>

¹³⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (16 de julio de 2013. 12.05 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/356972824868556801>>

¹³⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (16 de julio de 2013. 12.07 A. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/356973253660655618>>

estrategia de CFK de exponer y divulgar su intimidad para construir su imagen. *La Nación*, por ejemplo, tuvo en cuenta el nacimiento de su nieto e informó: “Cristina Kirchner recurrió nuevamente a su cuenta personal de Twitter para contar algunas intimidades del hijo de Máximo y de Rocío García”¹³⁷.

Estas páginas no tienen como meta abundar en ejemplos que clarifiquen lo que fue la narración tuitera de CFK en relación a su intimidad, porque a pesar de evidenciar cómo construía su imagen 2.0 no enriquece en demasía el objetivo de esta tesina, que es dar cuenta y analizar la disputa que existió entre la ex mandataria y los medios masivos. De todos modos, sí se decidió citar algunos de sus mensajes para fortalecer la inclusión de ciertos conceptos académicos que han sido señaladas en capítulo previos.

Es difícil clasificar los tuits de Cristina en categorías, sobre todo en lo referido a curiosidades o a intimidad. Esto se debe al modo de expresarse que tenía la ex presidenta en su perfil de *Twitter*. Al informar temáticas de interés general, como por ejemplo alguna medida de gobierno, era común que usara la ironía o el humor para darle un matiz propio; pero como se detalló en este trabajo, también compartió muchas cuestiones personales que la describían y que marcaban una distinción con otros actores sociales, sobre todo con los que disputaban sentido con ella.

Episodios que en la actualidad son moneda corriente a la hora de leer posteos de mandatarios mundiales, en los años aquí analizados no formaban parte de lo tradicional. Hoy en día, es común que una presidenta publique en sus redes sociales un encuentro con personalidades populares de la cultura o el deporte, por señalar ciertas áreas, y comparta con la sociedad algunos aspectos de su vida íntima. En este marco, podría decirse que Cristina fue la encargada de iniciar este camino en la Argentina, empleando *Twitter* para hacer públicos determinados episodios que, hasta ese entonces, no salían a la luz excepto que algún medio de comunicación lo publicara. Por esta razón, en esta tesina se hace hincapié en la posibilidad que brindaron las plataformas 2.0 para establecer una comunicación directa, sin intermediarios, entre la sociedad y sus representantes.

En este sentido, @CFKArgentina no explotó el potencial de *Twitter* a la hora de dialogar con otros usuarios. La ex presidenta era de forma clara la emisora de los mensajes, pero casi no ocupó el rol de receptora que tiene toda comunicación, aunque sí hubo

¹³⁷ Cristina Kirchner contó por Twitter detalles sobre el nacimiento de su primer nieto (16 de julio de 2013). *La Nación*. <<https://www.lanacion.com.ar/politica/cristina-kirchner-primer-nieto-nestor-ivan-nid1601491/>>

excepciones. El 8 de abril de 2013 se produjo la primera interacción virtual a través de *Twitter* entre una presidenta y una ciudadana de a pie en la Argentina. Ese día, @CFKArgentina escribió:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (8 de abril de 2013. 5.09 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/321354020126089216>>

Además de informarle sobre la ayuda que habían recibido las familias por parte del gobierno, CFK incluyó en el posteo el mensaje que la ciudadana Cecilia Cavallaro le había enviado por *Facebook* para reclamar asistencia a quienes habían perdido sus viviendas y pertenencias a orillas del arroyo Maldonado, tras la trágica inundación vivida aquel año en la ciudad de La Plata.

@CFKArgentina continuó dirigiéndose a Cavallaro: "Es lógico que tengas dudas y está bueno que las expreses."¹³⁸; y culminó con otro tuit en el que le envió fotos sobre la asistencia brindada: "Te envió las fotos por si no pudiste enterarte del trabajo realizado por un grupo de jóvenes militantes."¹³⁹.

¹³⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (8 de abril de 2013. 5.10 P. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/321354409374277633>>

¹³⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (8 de abril de 2013. 5.11 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/321354528798674944>>

En este episodio se apreció cómo Cristina aprovechó la posibilidad de entablar diálogo directo con los ciudadanos a través de las redes sociales. Lo mismo sucedió el 28 de abril del mismo año, cuando CFK agradeció el posteo de una señora de la localidad de Ituzaingó sobre Néstor, y luego le dijo: "Susana, nos vemos pronto en la inauguración de la Nueva Sede Municipal."¹⁴⁰. También se dirigió a otra ciudadana, a quien le expresó: "Juana Florio. Me encantaría conocer a tu madre. Tengo la impresión que debe ser todo un personaje."¹⁴¹, en alusión a un mensaje que Florio le había enviado a la ex mandataria, también por redes sociales.

La misma práctica se repitió en julio de 2013. Una vez más, Cristina respondió mensajes recibidos: "Querida Magdalena, no sería extraño lo que me decís. Estamos en tiempos de elecciones y siempre hay alguno, bueno...ya sabemos."¹⁴²; "Mensaje para Viviana Benítez, de Francisco Alvarez, partido de Moreno, Pcia. de Bs. As..."¹⁴³.

Los medios se hicieron eco de estas interacciones, pero se limitaron a informar y reproducir los mensajes, motivo por el cual no fueron incluidos en estas páginas. Lo que sí se pretendió remarcar fue que, aunque efímero, @CFKArgentina estableció contacto directo con miembros de la sociedad, evidenciando las facilidades de la web 2.0.

Para evidenciar la construcción de su imagen que la ex mandataria llevaba a cabo con el posteo de ciertas particularidades, se escogió el siguiente mensaje: "Martes, en unas horas parto a Indonesia, recién se acaba de ir Diego. Qué Diego? Quien va a ser, Maradona. Lo vi muy bien. Está contento."¹⁴⁴. Maradona ha sido una figura recurrente en @CFKArgentina. El ex jugador de fútbol siempre manifestó abiertamente su apoyo político al kirchnerismo, desde el gobierno Néstor Kirchner entre 2003 y 2007, por lo que las menciones de Cristina parecían referirse a un "amigo de la casa".

Tanto la intimidad como algunas particularidades contadas por CFK son aspectos rescatados en este trabajo porque brindan acceso a un costado muy interesante del perfil que la ex presidenta intentó construir. La imagen de un primer mandatario se construye día

¹⁴⁰ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (28 de abril de 2013. 8.34 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/328653506405859328>>

¹⁴¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (28 de abril de 2013. 8.38 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/328654388774195202>>

¹⁴² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (25 de julio de 2013. 12.14 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/360417717645348864>>

¹⁴³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (29 de julio de 2013. 5.14 P. M.). <<https://mobile.twitter.com/cfkargentina/status/361942743469129728>>

¹⁴⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (15 de enero de 2013. 12.49 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/291210427990421504>>

a día, sobre todo a partir del contenido de los medios masivos de comunicación, que con el surgimiento de la web 2.0 y sus plataformas perdieron, del algún modo, el monopolio que ostentaban en relación a esto. En consecuencia, aquí se sostiene que Cristina aprovechó *Twitter* para forjar su perfil y su imagen con la información que ella escogía, en primera persona, evitando intermediarios. Esto último ha sido una característica en la comunicación del kirchnerismo que ameritaría una tesina aparte, pero el uso de las redes sociales es una evidencia de este objetivo: comunicarse de forma directa con la ciudadanía, escapar a las caracterizaciones mediáticas y disputar la construcción de la propia imagen y del sentido.

En otro hecho, CFK informó lo siguiente al cierre de una jornada laboral: "El día termina... con Charly García, que me viene a traer una invitación para su show en el Colón el día domingo."¹⁴⁵; "Creo que después podré cenar con Florencia y descansar. Si me queda tiempo. Chau, hasta mañana."¹⁴⁶; "Te dije hasta mañana? Bueno, no. Estoy esperando a Charly, que viene retrasado por el tránsito."¹⁴⁷. En primera persona, CFK comentó ese 19 de septiembre de 2013 que se encontraba en Casa Rosada esperando que el músico popular Charly García le llevara una invitación, para luego ir a comer con su hija Florencia.

La existencia de *Twitter* permitió que esa información saliera a luz en el mismo momento en que ocurría. La ciudadanía supo que Charly García le estaba llevando en persona una invitación a la por entonces presidenta, y que se encontraba en medio de un embotellamiento de tránsito. La web 2.0 y @CFKArgentina lo hicieron posible.

Sobre este episodio hizo referencia el diario *La Nación*, que tituló: "Tras un día cargado de citas, Cristina se quejó por una demora de Charly García"¹⁴⁸. Aquí se observa cómo este medio utilizó el mensaje de CFK y lo convirtió en una queja por parte de la por entonces presidenta hacia el popular músico, dotándolo de un carácter negativo.

Ricardo Darín, seguramente el actor argentino más popular de las últimas décadas, también tuvo su rol protagónico en el *Twitter* de la ex presidenta, más precisamente el 6 de enero de 2013, cuando @CFKArgentina dio el giro definitivo en su perfil. En esta ocasión,

¹⁴⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (19 de septiembre de 2013. 7.48 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/380825777068978176>>

¹⁴⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (19 de septiembre de 2013. 7.50 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/380826148038377472>>

¹⁴⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (19 de septiembre de 2013. 8.41 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/380839166415630337>>

¹⁴⁸ Tras un día cargado de citas, Cristina se quejó por una demora de Charly García. (19 de septiembre de 2013). *La Nación*. <<https://www.lanacion.com.ar/politica/tras-un-dia-cargado-de-citas-cristina-se-queja-por-una-demora-de-charly-garcia-nid1621491/>>

Cristina replicó declaraciones públicas del actor y le dedicó algunos posteos. En primer término dijo: "Ricardo Darín, uno de los mejores actores argentinos. Su interpretación en *El Secreto de sus Ojos* y *Un Cuento Chino* son memorables."¹⁴⁹; y continuó: "Ayer en varios diarios y en *Brando* (revista de *La Nación*) leí declaraciones tuyas."¹⁵⁰, incluyendo un link que derivaba en un texto escrito por ella en su perfil de *Facebook*, donde desarrollaba aún más una aclaración que dedicaba a las declaraciones de Darín. "Ante algunos interrogantes que plantea sobre "los Kirchner"(sic) me pareció oportuno dar una respuesta."¹⁵¹.

Con un poco de ironía, y anticipando lo que los medios masivos podrían reflejar tras su cadena de mensajes en *Twitter*, @CFKArgentina expresó: "Adelanto los titulares de mañana de la Cadena Nacional del Odio y Desánimo: "Ahora va contra Darín" "CFK enfrenta a Darín" o "Se volvió loca""¹⁵².

Efectivamente, los medios no se quedaron en silencio ante esta curiosa respuesta presidencial a las declaraciones del actor. *La Nación* tituló "Cristina le respondió a Ricardo Darín"¹⁵³, mientras que *Clarín*, en el desarrollo de una nota, sostuvo: "La Presidenta le recordó al actor su roce con el Poder Judicial por una vieja causa. Dijo que su Declaración Jurada y la de Néstor Kirchner son a las que se accede con más facilidad."¹⁵⁴.

Aquí se menciona el episodio que involucró a Darín porque muestra el funcionamiento de la maquinaria mediática y el rol que fueron adquiriendo las redes sociales en la misma. En este caso, CFK tomó una entrevista realizada al actor en la revista *Brando*, y a partir de ella escribió un texto que fue subido a sus perfiles de *Facebook* y *Twitter*. A su vez, las declaraciones de la ex presidenta fueron replicadas por los medios tradicionales, generando nuevos artículos y retroalimentando lo emitido en un primer momento. En este caso, las redes sociales le permitieron a Cristina emitir su opinión sin la necesidad de intermediarios. Se trató de un resumen tanto de los usos de *Twitter* como del

¹⁴⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de enero de 2013. 8.20 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/288062608408453120>>

¹⁵⁰ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de enero de 2013. 8.21 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/288062706831990785>>

¹⁵¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de enero de 2013. 8.21 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/288062836654100481>>

¹⁵² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de enero de 2013. 8.23 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/288063147116462083>>

¹⁵³ Cristina le respondió a Ricardo Darín. (7 de enero de 2013). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1543443-cristina-le-respondio-a-ricardo-darin>>

¹⁵⁴ Cristina le contestó a Darín por Facebook: "Usted quería que alguien le explicara, ya lo hicimos a la Justicia". (6 de enero de 2013). *Clarín*. <https://www.clarin.com/politica/cristina-darin-facebook-usted-justicia_0_S1yuqG3ov7g.html>

diálogo al que en este trabajo se hace alusión entre la ex presidenta y los medios tradicionales de comunicación.

En relación a esta circulación de mensajes mediáticos dentro de una sociedad hipermediatizada, hubo un episodio que tuvo lugar en las redes sociales e involucró tanto a CFK como a un nene llamado Agustín. Durante el mandato presidencial 2011-2015, militantes, agrupaciones y ciudadanos de a pie que apoyaban al Gobierno nacional se movilizaban a Plaza de Mayo cada 25 de Mayo, no sólo para conmemorar el aniversario de la Revolución de Mayo, sino también, y sobre todo, el aniversario de la asunción presidencial de Néstor Kirchner en 2003.

De la movilización del 25 de Mayo de 2013 surgió un video casero grabado por un padre a su hijo, Agustín, en el que pudo observarse al nene, en plena movilización, diciéndole a su papá que quería ver a Cristina "en la vida real"¹⁵⁵. La cuestión es que, unos días después, y tras ser viralizado por los internautas y por el espacio que le dieron los medios masivos, el video llegó a manos de CFK, quien se encargó de cumplirle el deseo al niño. La ex presidenta contó el hecho del siguiente modo cuatro días después, el 29 de mayo:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (29 de mayo de 2013. 9.44 A. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/339723817976991744>>

¹⁵⁵ Haurat, Sergio. (25 de mayo de 2013). Agustín enojado porque no pudo ver a Cristina. *Youtube*.
<<https://www.youtube.com/watch?v=JHsOyerlsRY>>

En el tuit, @CFKArgentina publicó el video en donde se lo veía a Agustín con ganas de conocerla. Los mensajes prosiguieron así: "El domingo por la tarde alguien me dice: "Dra. ¿vió el video del nene que la quiere ver?".¹⁵⁶; "¿De qué me hablás? Miro la pantalla de la compu y aparece Agustín. Campera azul. Super abrigado. Chiquito. Terco. Adorable."¹⁵⁷.

De este modo, se conoció el detrás de escena y las sensaciones de CFK al ver el video de Agustín. El término "vida real" pronunciado por el niño fue adoptado por la ex presidenta, que lo aprovechó para distinguir lo que construían los medios y lo que ocurría en la vida real. Por este motivo, @CFKArgentina continuó diciendo: "Agustín, que no debe llegar a los cuatro años, distingue perfectamente, entre la vida real y la tele. Qué notable ¿No?"¹⁵⁸; "Hay algunos que no se dan cuenta de la diferencia durante toda su vida. Una lástima, no saben lo que se pierden."¹⁵⁹. Aquel 29 de mayo, Agustín pudo conocer a Cristina. Lo que había comenzado con un video subido a las redes sociales, se convirtió en un hecho presencial, otro logro más de la web 2.0.

El diario *La Nación* se refirió al tema y tituló: "En una nueva serie de tuits, Cristina Kirchner repasó la visita de Agustín y Mara"¹⁶⁰. Una vez más, quedó evidenciado cómo *Twitter* era parte del círculo mediático que se retroalimentaba a partir de los posteos que allí se publicaban. Es decir, la red social actuaba ya no sólo como fuente de información, sino también como medio en sí, en el que los usuarios producen contenido.

Como ya se ha dicho, vivimos en una sociedad hipermediática en la que conviven los medios masivos y el sistema de las redes sociales, donde los internautas producen contenido. Esto generó cambios en la circulación y el direccionamiento de cada mensaje. En este sentido, Slimovich (2020) sostuvo que

"los actores individuales generan colectivos y las direcciones comunicacionales, además de la histórica 'descendente' -desde los medios masivos hacia los actores individuales-, se incorporan la 'horizontal' -entre

¹⁵⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (29 de mayo de 2013. 9.44 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/339724030590468096>>

¹⁵⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (29 de mayo de 2013. 9.45 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/339724189760118784>>

¹⁵⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (29 de mayo de 2013. 9.50 A. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/339725357408198656>>

¹⁵⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (29 de mayo de 2013. 9.50 A. M.). <<http://twitter.com/CFKArgentina/status/339725463020789760>>

¹⁶⁰ En una nueva serie de tuits, Cristina Kirchner repasó la visita de Agustín y Mara. (1 de junio de 2013). *La Nación*. <<http://www.lanacion.com.ar/1587708-en-una-nueva-serie-de-tuits-cristina-kirchner-repaso-la-visita-de-agustin-y-mara>>

enunciadores de igual estatuto- y la 'ascendente': la que surge desde las redes sociales y genera repercusiones, e incluso colectivos, que surgen desde internautas desconocidos y alcanza a los medios masivos (Carlón, 2015)" (p. 179).

En el caso del nene llamado Agustín, podría decirse que se produjo una dirección ascendente, ya que el posteo de un ciudadano de a pie llegó a la mismísima presidenta de la Nación gracias a la circulación masiva que alcanzó gracias a la misma repercusión de dicho posteo en los medios, y gracias a la divulgación que hicieron los medios masivos tradicionales del mismo. Es decir, sin los medios masivos, es difícil que el video de Agustín hubiera llegado a manos de Cristina.

En este marco también puede introducirse lo trabajado por Eliseo Verón en relación al proceso de imbricación del campo político con el campo mediático. Tal como señala Slimovich (2020), Verón diferenció una sociedad mediática de una mediatizada, donde en la primera:

"los medios (...) constituyen una clase de espejo (más o menos deformante poco importa) donde la sociedad industrial se refleja y se comunica. O sea, existe una frontera entre lo real social y la representación que realizan los medios de comunicación. En la mediatizada, por el contrario, 'el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios' y se borra el límite entre 'lo real' y sus 'representaciones'." (p. 180).

En consecuencia, a través del ejemplo del caso de Agustín y el movimiento ascendente del posteo de su padre, puede observarse este sistema de circulación y representación que se teje entre los diversos medios que conforman el campo mediático.

A lo largo de las últimas páginas se divulgaron episodios en los que CFK mostró a través de su cuenta tuitera un perfil completamente diferente a la formalidad propia de una primera mandataria. El objetivo fue enmarcar esto con la disputa de sentido que tenía lugar en el campo mediático con los medios masivos tradicionales, y con la construcción de su imagen a partir de información brindada por ella misma, contrarrestando el perfil que fomentaban los medios opositores a su gobierno.

5. Confesión y fin del mandato como cuenta presidencial



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de mayo de 2014. 11.27 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/463867643963785217>>

El presente trabajo lleva citados gran cantidad de tuits de la ex presidenta, pero hasta el momento sólo en una oportunidad, durante la mención al "regreso fugaz", se aclaró si era ella la responsable de escribir el contenido de @CFKArgentina o si lo hacía un colaborador suyo. En este marco, la propia Cristina se encargó de quitar todo tipo de dudas el 6 de mayo de 2014, día en el que confesó la autoría de los tuits. Además de asegurar que ella misma redactaba los mensajes, se animó a opinar sobre la comunicación en la era 2.0:

"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."¹⁶¹; "La gente, hoy, a través de los medios formales se siente muy intermediada y se pregunta: "¿será verdad?" "¿No será verdad?"¹⁶²; y continuó: "En cambio, Facebook y todas las redes, en general, te dejan expresar lo que vos sentís, lo que vos crees y hacerlo con libertad."¹⁶³; "Conectarte desde la familia, desde lo personal, desde lo cotidiano y yo creo que esto vale mucho, muchísimo."¹⁶⁴; "Por lo menos a mí como Presidenta me ha sido de muchísima utilidad, como militante también y como ser humano."¹⁶⁵.

Los tuits incluidos en el párrafo precedente resumen en gran medida muchos de los abordajes de la tesina, y responden a aspectos de las hipótesis que se han planteado. Por

¹⁶¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de mayo de 2014. 11.28 P. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/463867871936786432>>

¹⁶² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de mayo de 2014. 11.29 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/463868071770202112>>

¹⁶³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de mayo de 2014. 11.29 P. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/463868259431768065>>

¹⁶⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de mayo de 2014. 11.33 P. M.).
<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/463869095381725184>>

¹⁶⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de mayo de 2014. 11.33 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/463869285937328128>>

empezar, Cristina dejó en claro que el uso de *Twitter* tenía que ver con la comunicación sin intermediarios, contrapuesta a la analizada por Sarlo en relación a los "medios formales" (2011, p. 37), a los que CFK les atribuyó una crisis de credibilidad.

Al mismo tiempo, es interesante prestarle atención al concepto de *conexión* introducido por CFK, quien resaltó la libertad que sentía a la hora de escribir sensaciones y creencias desde lo cotidiano, lo personal y lo familiar. Esto cobra relevancia en torno a lo sostenido en la tesina sobre el uso de *Twitter* por parte de la ex mandataria. Tanto la elección de temáticas personales, familiares, como también las creencias y opiniones sobre los medios de comunicación, periodistas y decisiones de gestión, y el hecho de volcarlas en la web, formaron parte de una clara estrategia comunicativa por parte de ella.

Si bien Cristina tuiteó menos que en 2013, año en el que emitió más de tres mil tuits, en 2014 consolidó el uso que venía haciendo de esta red social con 1597 mensajes, con un promedio de 133,08 mensuales; muy inferior al de 2013 pero superior a los años institucionales que se han descrito en capítulos precedentes.

Durante el período analizado, CFK también tuvo la costumbre de comenzar sus cadenas de posteos informando el lugar desde el cual escribía, característica que les otorgaba mayor credibilidad y verosimilitud a sus mensajes.

"**La Habana.** Lunes 27. (...) Junto a Florencia, invitación de Fidel para almorzar con familia."¹⁶⁶; "**Olivos.** Esta mañana a solicitud de la Embajada rusa, tuvimos una conferencia telefónica con el Presidente de la Fed. Rusa, Vladimir Putin."¹⁶⁷; "**Tango 01.** Rumbo a El Calafate en avión y con silla de ruedas. Ya sabés: fractura de tobillo..."¹⁶⁸;

5.1 2015: @CFKArgentina deja de ser presidenta

2015 no fue un año más para la vida política de la Argentina. Se llevaron a cabo elecciones presidenciales y Cristina Fernández de Kirchner dejó de ser presidenta. En cuanto a su *Twitter*, objeto de estudio del presente trabajo, se observó una continuidad en su uso, por lo que el perfil 2.0 estuvo muy activo. En total fueron 2271 los posteos de @CFKArgentina a lo largo del año, con un promedio de 189,25 por mes, sólo superado por

¹⁶⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (27 de enero de 2014. 2.51 P. M.).

<<https://twitter.com/cfkargentina/status/427861396965978112>>

¹⁶⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (25 de marzo de 2014. 4.32 P. M.).

<<https://twitter.com/cfkargentina/status/448542886578388992>>

¹⁶⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (30 de diciembre de 2014. 5.04 P. M.).

<<https://twitter.com/cfkargentina/status/55001963587437728>>

2013 como año de mayor actividad. En este sentido, no se abusará con la inclusión de mensajes, que no harían otra cosa que reiterar la modalidad adoptada por la ex mandataria en los años previos y el contenido que se detalló en capítulos anteriores. En este contexto, se hará foco en tuits que marcaron la disputa de sentido, la construcción de la imagen de CFK y la despedida de este perfil como cuenta presidencial.

El comienzo tuitero de 2015 fue temprano y fiel al estilo de Cristina, cuestionando a medios de comunicación y en especial a *Radio Mitre*, tuits que fueron citados con anterioridad. En aquella serie de mensajes, la ex presidenta dejó en claro su postura y su posición en la lucha por la producción e imposición de sentido, siendo irónica y dirigiéndose a los propios medios de comunicación con un "Por favor abstenerse de titular: "Catarata de tweets de CFK". Más creatividad muchachos que empezó el 2015... Perdón, y "muchachas", también"¹⁶⁹.

Durante este último año como mandataria, la inclusión de intimidad, opiniones y críticas en su *Twitter* alternó con mensajes de estilo formal y puramente informativos sobre actos de gestión gubernamental. Es probable que las elecciones presidenciales hayan influido en esta estrategia comunicativa.

Un hecho que marcó la agenda mediática y la vida política del país fue la muerte del fiscal Alberto Nisman, el 18 de enero de 2015. Nisman era el titular de la Unidad Especial encargada de investigar el atentado a la AMIA perpetrado en 1994. Recién al cuarto día del fallecimiento del fiscal, Cristina utilizó la red social para replicar un escrito suyo publicado en su web personal¹⁷⁰. La muerte de Nisman no desencadenó una amplia serie de tuits por parte de la ex presidenta, como quizás se hubiera esperado, sino que realizó una aparición breve, con unos diez mensajes que refutaban lo que había sido la denuncia del fiscal en su contra, que la acusaba de encubrir el atentado a la AMIA a través del memorándum de entendimiento con Irán que el Congreso de la Nación aprobó y convalidó en febrero de 2013. En este marco, una particularidad de aquellos posteos fue el uso del inglés como idioma elegido. "AMIA and prosecutor Nisman's accusation"¹⁷¹. Su uso seguramente se debió a la repercusión internacional del tema y al peso que tenían las palabras de CFK en

¹⁶⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (5 de enero de 2015. 8.46 P. M.).

<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/552249712297148416>>

¹⁷⁰ Fernández de Kirchner Cristina. (22 de enero de 2015). AMIA y la denuncia del fiscal Nisman. *cfkargentina.com*.

<<http://www.cfkargentina.com/amia-y-la-denuncia-del-fiscal-nisman/>>

¹⁷¹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (22 de enero de 2015. 9.38 P. M.).

<<https://twitter.com/CFKArgentina/status/558423589385297920>>

ese momento. Además, confirmaba que la disputa de sentido incluía a actores extranjeros, como ya se ha detallado, más allá de sectores políticos y mediáticos de nuestro país que no se quedaban en silencio con respecto al caso Nisman¹⁷²⁻¹⁷³.

Como se ha dicho, 2015 fue un año de gran actividad en el perfil 2.0 de la ex presidenta, en el que aplicó todo el repertorio analizado en este trabajo. Esta red social también fue un medio a través del cual reivindicó la importancia simbólica que tenía cada 24 de marzo, recordando el aniversario del último golpe de Estado llevado a cabo en nuestro país en 1976¹⁷⁴. De esta manera, la ex mandataria marcó de forma clara su posición ideológica frente a hechos históricos, algo que realizó durante todo el período tuitero analizado. Por este motivo aquí se afirma que *Twitter* actuó como refuerzo de lo que Cristina expresaba en otros ámbitos, y en muchas ocasiones no sólo como refuerzo, sino como medio principal y protagónico de su comunicación.

En capítulos previos se han examinado curiosidades expresadas por CFK en la red social. Ya sobre el cierre de esta tesina, y para exponer otro uso interesante de esta cuenta de *Twitter*, se exhibirá la defensa que hizo la ex presidenta de su hijo Máximo, tras ser acusado por la revista brasileña *Veja* de tener una presunta cuenta bancaria en el exterior, información replicada por los medios locales¹⁷⁵. Para refutar esto, Máximo emitió un comunicado de prensa, publicado por varios medios¹⁷⁶, y también por el *Twitter* de Cristina, su madre: "Máximo: No tengo ni tuve ninguna cuenta, ni individual ni conjunta con nadie, en el exterior"¹⁷⁷. No deja de ser particular que la por entonces presidenta de la Nación defendiera a su hijo a través de una red social, otorgando de manera definitiva un rol central a *Twitter* en su estrategia comunicativa.

¹⁷² Dapelo, Santiago. (20 de enero de 2015). Patricia Bullrich: "Me cuesta creer que la Presidenta haya ordenado que lo maten". *La Nación*. <<https://www.lanacion.com.ar/politica/patricia-bullrich-me-cuesta-creer-que-la-presidenta-haya-ordenado-que-lo-maten-nid1761485/>>

¹⁷³ López Peiró, Belén. (22 de enero de 2015). Patricia Bullrich: 'No concibo que Nisman se haya suicidado'. *El Mundo*. <<https://www.elmundo.es/internacional/2015/01/22/54bffc3222601dff0a8b4573.html>>

¹⁷⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (25 de marzo de 2015. 8.51 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/580879641725902849>>

¹⁷⁵ Acusan a Máximo de poseer cuentas con Garré en EEUU y las Islas Caimán. (30 de marzo de 2015). *Perfil*. <<https://www.perfil.com/noticias/politica/Acusan-a-Maximo-K-de-poseer-cuentas-bancarias-con-Nilda-Garre-en-EEUU-y-las-Islas-Caiman-20150330-0031.phtml>>

¹⁷⁶ Máximo negó tener cuentas en el exterior y dijo que será candidato, aunque no precisó a qué cargo. (1 de abril de 2015). *La Nación*. <<https://www.lanacion.com.ar/politica/maximo-nego-tener-cuentas-en-el-exterior-y-dijo-que-sera-candidato-aunque-no-preciso-a-que-cargo-nid1780820/?outputType=amp>>

¹⁷⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (30 de marzo de 2015. 10.56 P. M.). <<https://twitter.com/CFKArgentina/status/582723202654302208>>

Durante varios meses de aquel año, ya iniciada la campaña electoral por la presidencia que tenía a Daniel Scioli como candidato del oficialismo, @CFKArgentina dedicó gran parte de su espacio a publicar material institucional, sobre todo contenido que tuviera relación con inauguraciones de obras y anuncios de ampliación de derechos. Ante esta metodología, era notoria la ausencia de CFK a la hora de escribir sus posteos, no sólo por el lenguaje y las temáticas de los mensajes, sino también por la ausencia de las cadenas con decenas de tuits que la ex mandataria acostumbraba a enviar.

Las presentes líneas podrían describir el día a día de las publicaciones tuiteras de CFK durante 2015, pero sería redundar en recursos y herramientas ya analizadas en la tesina, que persigue el objetivo de señalar la disputa y la construcción de sentido que se llevaba a cabo en el campo mediático y que tenían al *Twitter* de la ex presidenta como protagonista.

Por estos motivos, quien escribe considera que los mensajes incluidos en este trabajo son suficientes para dejar en evidencia tanto el modo en que CFK empleó esta comunicación sin intermediarios como las metas que perseguía. De todas maneras, es curiosa la forma en la que @CFKArgentina dejó de ser la cuenta de quien fuera presidenta de la Argentina. El antagonismo y la construcción de sentido perduró hasta el fin de su mandato.

El 22 de noviembre de 2015, día en el que se llevó a cabo el ballottage presidencial entre los candidatos Mauricio Macri y Daniel Scioli, Cristina se despachó con una seguidilla de mensajes. Cabe recordar que las redes sociales no estaban comprendidas en la ley que regula, entre otras cosas, la veda electoral, y eran un terreno en el que los dirigentes y partidos políticos podían continuar volcando contenido mientras la ciudadanía votaba.

El objetivo de la ex mandataria fue reflejar el momento histórico que, a su parecer, estaba viviendo el país, con índices favorables en lo económico y social. "Nunca voté con un 5,9 por ciento de desocupación; nunca con un proceso de generación de millones y millones de puestos de trabajo."¹⁷⁸; "Si no hubiéramos logrado todas estas cosas, ¿habría

¹⁷⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (22 de noviembre de 2015. 4.24 P. M.). <<https://twitter.com/cfkargentina/status/668510360564080640>>

tanta gente defendiendo esto? Evidentemente, hemos hecho un salto cualitativo fenomenal."¹⁷⁹; escribió CFK.

Tras el ballottage, donde Macri se impuso con el 51,1% de los votos, Cristina se alejó de la actividad tuitera. Si bien en su cuenta se publicaron algunos mensajes referidos a inauguraciones y actos de gestión que aún se llevaban a cabo, era notorio que ella no redactaba dichas publicaciones debido a las ausencias de todas las características que se han descrito. Esto cambió el 6 de diciembre, cuatro días antes de dejar la presidencia. Aquel día emitió la cadena de tuits más larga de toda la historia de la cuenta, con nada menos que 80 mensajes consecutivos.

Como si se tratara de una despedida, que en efecto así lo fue, Cristina comenzó la serie con un posteo que remitía a un artículo publicado en su página web^{180 181}. No se hará foco en el contenido del artículo, titulado "De «dichos» y gritos, de amenazas y la Corte, la CN, las instituciones. La realidad y la impunidad mediática", al que dedicó varios tuits en los que reiteró el contenido del mismo. De todos modos, no puede dejar de señalarse la referencia a la Corte Suprema y a la "impunidad mediática", sectores a los que, como se explicó, CFK dedicó muchos posteos en el marco de la disputa de sentido.

El mismo 6 de diciembre Cristina informó: "Al finalizar el acto un colaborador me informa que el presidente electo había enviado un sms diciendo que quería hablar conmigo."¹⁸²; "Al llegar a Olivos –era imposible contestarle en medio de tanta gente- lo llamé..."¹⁸³. A continuación, CFK dedicó el resto de los tuits a relatar lo que había sido la conversación con el presidente electo, quien según ella comenzó el diálogo con un "elevado tono de voz"¹⁸⁴ a través del cual le exigía "entregarle Bastón y Banda presidenciales en la Casa Rosada, porque era "su ceremonia""¹⁸⁵.

¹⁷⁹ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (22 de noviembre de 2015. 4.28 P. M.) <<https://twitter.com/cfkargentina/status/668511431394992128>>

¹⁸⁰ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de diciembre de 2015. 5.27 P. M.) <<https://twitter.com/cfkargentina/status/673599598200492032>>

¹⁸¹ Fernández de Kirchner, Cristina. (6 de diciembre de 2015). De «dichos» y gritos, de amenazas y la Corte, la CN, las instituciones. La realidad y la impunidad mediática. *cfkargentina.com*. <<https://www.cfkargentina.com/de-dichos-y-gritos-de-amenazas-y-la-corte-la-cn-las-instituciones-la-realidad-y-la-impunidad-mediatica-ca/>>

¹⁸² Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de diciembre de 2015. 5.35 P. M.) <<https://twitter.com/cfkargentina/status/673601581191835648>>

¹⁸³ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de diciembre de 2015. 5.36 P. M.) <<https://twitter.com/cfkargentina/status/673601870561157122>>

¹⁸⁴ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de diciembre de 2015. 5.40 P. M.) <<https://twitter.com/cfkargentina/status/673602837570568194>>

¹⁸⁵ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de diciembre de 2015. 5.40 P. M.) <<https://twitter.com/cfkargentina/status/673602963760357376>>

Esta fue la última cadena de posteos de Cristina como presidenta. Era la primera vez que la ciudadanía accedía de primera mano a la charla sostenida entre la mandataria saliente y quien estaba por asumir, en esta oportunidad en medio de un conflicto.

@CFKArgentina continuó explicando:



Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de diciembre de 2015. 6.01 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/673608173819965440>>

y continuó: "Porque debo reconocer q el maltrato de esa llamada telefónica que me hiciera el presidente electo me resultaba inexplicable y casi increíble"¹⁸⁶. Es curioso que una presidenta cuente por *Twitter* un supuesto maltrato recibido por quien la iba a suceder en el cargo. Esto es lo que ocurrió el 6 de diciembre de 2015 en @CFKArgentina.

Los últimos dos mensajes de CFK como primera mandataria hicieron referencia a la pronta llegada de Macri a la residencia presidencial de Olivos. Cristina comunicó lo siguiente: "frente al chalet presidencial están recién sembrados de flores de un solo color: amarillo el color preferido del presidente electo."¹⁸⁷, y finalizó: "Quedaron muy lindas y en unas semanas más van a lucir aún mejor, cuando florezcan en todo su esplendor"¹⁸⁸.

Con la descripción de la Quinta presidencial de Olivos y fotos de sus jardines, Cristina se despidió de *Twitter* en su rol de presidenta. En los años que siguieron, la ex mandataria mantuvo la costumbre de utilizar su perfil 2.0 para volcar todo tipo de

¹⁸⁶ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de diciembre de 2015. 6.24 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/673613887510593536>>

¹⁸⁷ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de diciembre de 2015. 6.50 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/673620626184216576>>

¹⁸⁸ Fernández de Kirchner, Cristina. [@CFKArgentina]. (6 de diciembre de 2015. 6.51 P. M.).
<<https://twitter.com/cfkargentina/status/673620763707105280>>

contenido, en lo que podría considerarse una continuidad en su estrategia comunicativa. La disputa y la construcción de sentido no terminó, sino que se profundizó y se volvió más vehemente; pero en todo caso será tema para un próximo trabajo.

6. Conclusiones

A lo largo de este trabajo se analizaron cientos de tuits de @CFKArgentina, y decenas de artículos periodísticos de medios de comunicación para dar cuenta de la disputa por la imposición de sentido que existió entre dichos actores sociales en el período de tiempo abarcado. No sólo se hizo hincapié en la confrontación por el sentido, sino también en las estrategias discursivas adoptadas por cada uno de ellos en pos de lograr la supremacía de sus cadenas de significación y, a su vez, deslegitimar a sus oponentes.

Este ida y vuelta entre los posts de CFK y los medios de comunicación tradicionales ocurrió en el marco una sociedad hipermediatizada, con la irrupción en el campo mediático de las herramientas pertenecientes a la web 2.0. Plataformas como *Twitter* hicieron posible la comunicación sin intermediarios y la producción de contenido por parte de los cibernautas, que pasaron de ser receptores pasivos de los medios a generadores de opinión y contenido. Ante este escenario, la dirigencia política no se quedó atrás e incorporó las tecnologías de la comunicación y la información a sus estrategias de prensa y difusión.

En este contexto, y recordando uno de los objetivos planteados al comienzo de esta tesis, aquí se asegura que la comunicación tuitera de CFK fue exitosa a la hora de disputar e imponer sentido en el campo mediático. Esta afirmación se sustenta, a partir de lo incluido en este trabajo, en la repercusión que los posts de CFK causaron en la prensa, en las opiniones de periodistas que dieron cuenta del uso de la ex presidenta en *Twitter*, y en el protagonismo que los mensajes de Cristina tuvieron en la agenda mediática.

Desde la estadística, a través de artículos periodísticos también se demostró la preponderancia de @CFKArgentina sobre el resto de los perfiles políticos 2.0 de la Argentina, aventajándolos en número de seguidores, retuits y *likes*. En diciembre de 2015, la cuenta de la ex mandataria superó los cuatro millones de *followers*, número que refleja el gran alcance que tenía cualquier mensaje allí publicado. Es más, era uno de los perfiles presidenciales tuiteros más seguidos del mundo, ubicándose entre los primeros diez lugares¹⁸⁹. Una cifra tan alta de seguidores tiene que ver con el interés y el atractivo que

¹⁸⁹ La Presidenta está entre los 10 políticos más seguidos del mundo en Twitter. (10 de diciembre de 2014). *Télam*. <<https://www.telam.com.ar/notas/201412/88341-cristina-kirchner-entre-los-10-politicos-mas-seguidos-del-mundo-en-twitter.html>>

despertó el contenido por ella emitido. Por ende, el perfil 2.0 de CFK, que inició su camino mediático el 26 de agosto de 2010, se convirtió en un medio de comunicación. A través del mismo, Cristina informó actos de gobierno, opinó sobre empresas periodísticas, contó intimidades, y hasta entabló diálogos no sólo con mandatarios extranjeros sino también con ciudadanos. Por lo tanto, si @CFKArgentina nació con el objetivo de reforzar la comunicación de la ex presidenta, tal refuerzo se logró con creces.

Por otro lado, se ha considerado a la circulación como un nuevo campo de batalla en las disputas por la hegemonía. A raíz del proceso de la politización de lo mediático propuesto a lo largo de la tesina, podría decirse que la apropiación de *Twitter* por parte de CFK y las consecuencias que provocó en el campo mediático reafirman tanto la existencia de esta contienda, como el objetivo de Cristina de llevar la disputa al terreno de los signos, concepto que también fue abordado para poner en evidencia las cargas ideológicas que encierran.

El hecho de que una presidenta utilice una red social para hacer llegar sus mensajes a la ciudadanía lo convierte en un fenómeno de interés para ser estudiado en el campo de la comunicación, sobre todo en un contexto en el que sobreabunda la información. Poder leer una opinión presidencial sin depender de intermediarios es, en opinión de quien escribe, un acontecimiento que merece ser analizado, como intentó hacerse a lo largo de estas páginas. Muchas temáticas planteadas ameritarían trabajos exclusivos de investigación, pero aquí el objetivo fue clarificar la disputa de sentido que tuvo lugar entre CFK y los medios masivos.

El lenguaje informal, canchero y juvenil desplegado por la ex presidenta fue otro ejemplo de la adaptación que realizó para desenvolverse en el ámbito tuitero. Los propios medios destacaron y dedicaron infinidad de párrafos a describir las prácticas lingüísticas de Cristina. Este es otro motivo para considerar exitoso el estilo adoptado por CFK.

Al mismo tiempo, en varios capítulos se detalló cómo la ex mandataria dedicó gran parte de su contenido a construir su propia imagen. En parte para continuar con su persuasión y su interpelación a la sociedad, y en parte para contrarrestar la figura que los medios erigían de ella. Esto se transformó en una lucha paralela a la de la imposición de sentido, y está directamente relacionada con la legitimidad. En este contexto, Cristina decidió expresarse sobre asuntos que excedían sus labores como presidenta de la Nación, otro indicio del enfrentamiento que tenía lugar en el campo mediático. Esta práctica se

extendió de manera exponencial en 2016, cuando CFK ya no era mandataria. Los números de retuits y *likes* que recibían los mensajes por ella emitidos llegaron en muchos casos a ser decenas de miles, lo que marca un notable incremento respecto al período abarcado en la tesina.

A su vez, esto último también es indicador de que la preponderancia que la cuenta @CFKArgentina cobró en esta red social excedía a su rol de presidenta. Es evidente que su rol como figura del kirchnerismo y líder de dicho movimiento político, sumado a las características personales que se han detallado a lo largo de este trabajo, fueron fundamentales para que este perfil tuitero se convirtiera en uno de los más resonantes de la Argentina.

En este sentido puede asegurarse que Cristina desbordó lo institucional, en relación a lo que afirmaba Sarlo respecto a que la “vibración” que generan sus mensajes “tienen que ver con el cargo que ocupa”. Una vez fuera de su cargo como presidenta, @CFKArgentina no sólo mantuvo la centralidad en la agenda mediática y la disputa con los medios masivos, sino que por momentos aumentó su actividad, provocando la repercusión mediática ya analizada.

Por las razones expuestas, y tras haber distinguido todos los usos que Cristina llevó a cabo en *Twitter*, quien escribe estas líneas sostiene que la práctica tuitera de la ex presidenta enriqueció el estudio de la comunicación. El intercambio producido entre actores del campo político y mediático, sumado a la disputa de intereses de poder y a la imposición de sentido, provocaron una multiplicación de discursos y de conceptos a tener en cuenta a la hora de investigar y analizar la circulación de mensajes. Esto es lo que se ha abordado a lo largo de estas páginas teniendo en cuenta el período temporal 2010-2015. La construcción y la disputa de sentido entre los actores involucrados continuó, pero ese capítulo deberá ser parte de otra tesina.

Bibliografía

- Althusser, L. (1970). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires, Argentina. Nueva Visión.
- Althusser, L. (1967). *Marxismo y humanismo*. Buenos Aires, Argentina. Siglo XXI.
- Althusser, L. [1966]. Tres notas sobre la teoría de los discursos. En *Escritos sobre psicoanálisis. Freud y Lacan*. (1996). México. Siglo XXI.
- Annunziata, R., Ariza, A. Fernanda y March, V. (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), 71-93.
- Bourdieu, P. (1999). 5. Violencia simbólica y luchas políticas, en *Meditaciones pascalianas*. (p. 60). Barcelona, España. Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. [1980]. *El sentido práctico*. (2007) Buenos Aires, Argentina. Siglo XXI Editores.
- Carlón, M.(2018). "Medios individuales, medios colectivos y circulación transversal" (P.p.26-46). En Paulo Cesar Castro (2018). *Circulação discursiva e transformação da sociedade*. Campina Grande, Eduepb.
- Carlón, M. (2016). Apropriación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. In E. Vizer y C. Vidales (Coords.), *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional* (pp. 125-153). Barcelona: Editorial Comunicación Social.
- Carlón, M. (2015). Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. En Castro, P. C. (org.), *Dicotomía público/privado: estamos no caminho certo?* (pp. 211-232). Maceió, Brasil: EDUFA.
- Carlón, M. (2014). ¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? En Reviglio, M.C. y Rovetto, F. (comps.). *CIM. Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 24-41). Rosario: UNR Editora.
- Fanlo, Luis. (2012). "Twitter y la rebelión de los ciberfans de Gran Hermano 2.0". En Carlón, M. y Fausto Neto, A. (Comps.). *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. (p. 97). Buenos Aires, Argentina. La Crujía.

- Fernández, J. L. (1999). Reflexiones acerca del dispositivo técnico, en *Los lenguajes de la radio*. (p. 37). Buenos Aires, Argentina. Atuel.

- Lacan, J. (1957). La instancia de la letra en el inconciente o la razón desde Freud, en *Escritos I*. México. Siglo XXI.

- Laclau, E. y Mouffe, C. (2004). *Prefacio a la segunda edición de Hegemonía y estrategia socialista*. Buenos Aires, Argentina. Fondo de Cultura Económica.

- Laclau, E. y Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista*. Madrid, España. Siglo XXI.

- Lakoff, G.; Johnson, M. (1997). Los conceptos mediante los que vivimos. En *Metáforas de la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina. Atuel-Colección del Círculo.

- Lizcano, E. (1996). La construcción retórica de la imagen de la tecnociencia: impactos, invasiones y otras metáforas, en *Revista Política y Sociedad* n° 23. 1996.

- Pêcheux, M. (2003) El mecanismo del reconocimiento ideológico. En Zizek, S. *Ideología, un mapa de la cuestión*. Fondo de Cultura Económica.

- Rosanvallon, P. (2009). *La legitimidad democrática: Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires, Argentina. Manantial.

- Sarlo, B. (2011). *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010*. Buenos Aires, Argentina. Sudamericana.

- Slimovich, A. (2020). Instagram y política. Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri. En *Imagen e identidad política en América Latina. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (pp. 177-203) Facultad de Diseño y Comunicación, N°112. Buenos Aires, Argentina. Universidad de Palermo.

- Slimovich, A. (2019). La mediatización contemporánea de la política en Instagram. Un análisis desde la circulación hipermediática de los discursos de los candidatos argentinos. *Revista Sociedad*, N°39 (noviembre 2019 a abril 2020), 31-45. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. ISSN: 2618-3137. Disponible en: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/revistasociedad/article/view/5088/4222>

- Slimovich, A. (2017). "Todo tiempo pasado fue mejor". Convergencia, divergencia y circulación de los discursos políticos argentinos en las redes sociales. *Tópicos del seminario*, 38. (pp. 189-212). Universidad de Buenos Aires.

- Slimovich, A. (2014). El discurso macrista en Twitter: un análisis sobre la campaña para la reelección del jefe de gobierno de Buenos Aires. *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos* 2(1),8-27.

- Slimovich, A. (2012). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri. En Carlón, M. y Fausto Neto, A. (Comps.). *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 137-154). Buenos Aires. La Crujía.

- Verón, Eliseo. (2012). "La mediatización, ayer y hoy". En Carlón, M. y Fausto Neto, A. (Comps.). *La política de los internautas. Nuevas formas de participación*. (p.15). Buenos Aires, Argentina. La Crujía.

- Verón, Eliseo. (1995). "Semiosis de lo ideológico y del poder", en Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización, Facultad de Filosofía y Letras, U.B.A., Buenos Aires.

- Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Barcelona, España. Gedisa.

- Verón, E. (1984), "El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica", en *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires, Argentina. Norma.

- Volóshinov, V. (2009). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Godot.