

Más allá de la promesa electoral Repensar la representación en Argentina

Beyond the election promise. Rethinking Representation in Argentina

Dra. Rocío Annunziata

(UBA- FLACSO- CONICET) - rocio.annunziata@gmail.com

Resumen:

El presente trabajo aborda las transformaciones contemporáneas de la representación, considerando particularmente el rol de la promesa electoral y asumiendo que nos encontramos actualmente frente a vínculos representativos post-promisorios. La representación post-promisoria cambia el lazo entre representantes y representados así como la temporalidad de la representación. A modo de ilustración, se consideran las campañas electorales del Frente para la Victoria durante la última década en Argentina, observando cómo las decisiones tomadas desde el gobierno y las posiciones asumidas nunca han sido prometidas como tales en el transcurso de las campañas. El proyecto político del kirchnerismo y su identidad se construyeron de modo retrospectivo. Pero, en este caso, se trata de una ilustración paradójica, puesto que se ha dado creciente peso desde el oficialismo a la legitimidad electoral, al tiempo que ha producido una fuerte re-politización, contrariamente a lo que el debilitamiento de la promesa electoral como vínculo representativo podría conducirnos a prever.

Palabras clave: Representación, Promesa Electoral, Campañas, Legitimidad, Argentina

Summary:

This paper aims to analyze the contemporary transformations of representation, considering specially the role of the electoral promise, and assuming that we are facing at the present post-promissory representative linkages. Post-promissory representation changes the link between representatives and citizens as well as the temporality of representation. As an example, we consider the *Frente para la Victoria* electoral campaigns during the last decade in Argentina, observing the way in which government decisions and the political positions that he assumed have never been promised as such in the course of the campaigns. The political 'project' of the *kirchnerismo* and its political identity were built in a retrospective way. However, in this case, we have a paradoxical example, because of the increasing weight of the electoral legitimacy and strong re-politicization promoted by the ruling party, contrary to the weakening of electoral promise as representative linkage could lead us to foresee.

Key words: Representation, Electoral Promise, Campaigns, Legitimacy, Argentina

Fecha de recepción: 01/08/2014

Fecha de aprobación: 30/10/2014

1. Más allá de la promesa electoral

Los estudios políticos de las últimas décadas han advertido -y fundamentado empíricamente- que la representación política no se adecua ya a los modelos con los que la concebimos durante la mayor parte del siglo XX. El debilitamiento del rol de los partidos políticos en los vínculos representativos, y el paralelo ascenso de los líderes y de la personalización de la política conforman hoy en día un diagnóstico ampliamente compartido. Aunque mucho se habló de una “crisis de la representación” cuando estos cambios comenzaron a hacerse evidentes, la experiencia mostró que no estábamos frente al fin de la representación o de la democracia representativa, pero que indudablemente la representación se había transformado de un modo irreversible. Así, Bernard Manin (1998) demostró, por ejemplo, que habíamos pasado de una “democracia de partidos” a una “democracia de audiencia”, pero que los principios constitutivos de la representación permanecían. Por tratarse de un sistema complejo y flexible, ha incluso acuñado más recientemente el término de “resiliencia de la democracia representativa” (Manin, 2011).

El caso argentino no ha sido la excepción; las investigaciones han confirmado estos rasgos generales de las transformaciones en la representación, subrayando el pasaje de una “representación de partidos” a una “representación personalizada” ya en los años noventa (Novaro, 1994, 2000), y demostrando cómo la escena pública se encontraba estructurada cada vez más por “líderes de popularidad”, que establecían una relación directa con la ciudadanía, a su vez fluctuante en sus preferencias y autonomizada respecto de las pertenencias políticas de antaño (Cheresky, 2006, 2008). De hecho, como han señalado Cheresky y Pousadela (2004), la campaña electoral de 1983 había sido la primera de la nueva era y la última de la vieja: al mismo tiempo que parecían instalarse por primera vez en el país los partidos políticos como actores centrales de la democracia que aceptaban las reglas del juego, los mismos ya estaban dejando de crear y mantener identidades sólidas. Enseguida surgirían nuevas fuerzas políticas en torno de líderes con capacidad de manejarse en los medios de comunicación, sobre todo en la televisión, como ocurrió en primer lugar con el Frepaso y Carlos “Chacho” Álvarez, y luego con el ARI de Elisa Carrió, Acción por la República de Domingo Cavallo, Compromiso para el Cambio, de Mauricio Macri, Recrear, de Ricardo López Murphy. Al mismo tiempo iría en aumento el peso de los denominados *outsiders* en todo el arco político. Estos líderes se desprenderían más tarde de las fuerzas políticas que habían creado, las fusionarían con otras nuevas, y emergerían otros líderes, conformándose nuevas fuerzas a su alrededor, por ejemplo: la Coalición Cívica, el PRO, el Frente Progresista Cívico y Social, la coalición UNA, la coalición UNEN, etc. Estas fuerzas políticas, por lo demás, elegirían

crecientemente sus candidatos según los datos arrojados por las encuestas de imagen, y no según los roles al interior de los partidos. A partir del estallido ciudadano de 2001, los rasgos que podían estar ya presentes en los noventa se intensificaron: los partidos políticos tradicionales se fragmentaron al punto de que no quedaban rastros de sus etiquetas en las elecciones presidenciales de 2003. Desde entonces, los sellos o etiquetas con las que se compite cambian sucesivamente de elección en elección.

Pero aunque se haya establecido este cambio en los actores característicos de la representación -que podemos resumir en los términos de líderes con alta popularidad que prevalecen sobre los partidos como organizaciones-, se ha pensado menos en qué implica esto para los principios constitutivos de la representación, uno de los cuales, para Bernard Manin (1998)¹ y para otros autores destacados en este campo, como Hannah Pitkin (1967), es la autorización. En la democracia la autorización se realiza por medio de las elecciones, y como señala Mark Brown (2006), el sentido del momento de la autorización tiene una influencia mayor en el tipo de representación que se produce².

Es preciso extraer todas las consecuencias de estos cambios y comenzar un camino de renovación conceptual. Si existe un elemento de la representación política que parece estar en extinción es la idea de “promesa electoral”³, que cumplía en el pasado un rol muy significativo al estructurar cierta relación entre representantes y representados -entendida por la ciencia política como *accountability*⁴- y cierta temporalidad durable en los lazos representativos.

La ausencia de promesas electorales supone, en efecto, una disociación entre la legitimidad de establecimiento o autorización (el modo en que los representantes son designados) y la legitimidad de sus acciones y

¹El gobierno representativo se ha establecido sobre la base del abandono del sorteo y su reemplazo por la elección de representantes. Su significación no es menor: el sorteo no es en sí mismo un procedimiento de legitimación, sino puramente de selección de gobernantes. En cambio, como principio, la elección tiene dos funciones simultáneas: selecciona a los gobernantes y legitima su poder, creando en ellos un sentimiento de obligación y compromiso con quienes los han designado (Manin, 1998).

² Brown (2006) y algunos otros autores han destacado también recientemente la necesidad de considerar que las expresiones de la representación se han pluralizado y que es preciso conceptualizar formas no-electorales de autorización y representación. Mencionemos entre ellos a Urbinati y Warren (2008) y a Ramírez y Espinosa (2012).

³ Vale aclarar que no entendemos aquí la promesa como obligatoria. El gobierno representativo, como lo indica Bernard Manin, se estructuró otorgando autonomía a los representantes electos con respecto a la voluntad de los representados, y eliminando tanto el mandato imperativo como las promesas obligatorias. Incluso cuando los electores tomaran en cuenta las promesas electorales de los candidatos para decidir su voto, siempre sabían que la credibilidad de esas promesas era una cuestión abierta (Manin, 1998). Entendemos la promesa como una forma del vínculo político representativo cuya función es ligar la legitimidad electoral a la legitimidad de las decisiones durante el periodo de gobierno o mandato.

⁴ Ver, por ejemplo, Abal Medina (2009).

decisiones (el modo que gobiernan o ejercen en su cargo hasta la próxima elección). La democracia electoral está consolidada, pero las elecciones han dejado de implicar la opción por un rumbo político concreto, pasando a significar la mera selección de gobernantes. En palabras de Pierre Rosanvallon (2010), las elecciones se han “desacralizado”. Hoy resulta cada vez menos operante una de las ficciones fundadoras de nuestras democracias representativas: la que hace equivaler el momento electoral con la duración del mandato. La promesa electoral cumplía precisamente la función de articular la legitimidad electoral y la legitimidad de ejercicio; sin promesa, la legitimidad de ejercicio no está ya garantizada por las urnas.

Como hemos afirmado en otro lado (Annunziata, 2012, 2014), el lugar que antes ocupaba la promesa electoral aparece cada vez más ocupado por la “escucha”. Los candidatos ofrecen cada vez más la imagen de personas capaces de “escuchar” las inquietudes de los ciudadanos comunes, de recorrer sus barrios y compartir sus vivencias, de mostrar empatía y compasión por lo que experimentan y sufren cotidianamente. En este registro, “hacer participar” deviene interior al “representar”, y los ciudadanos aparecen invitados por los representantes a expresar sus preocupaciones y aspiraciones de manera permanente, incluso en las propias campañas electorales, en las que las historias de vida de algunos hombres y mujeres comunes se colocan en el centro de los mensajes⁵.

Si observamos los procesos electorales de los últimos años, otra noción aparece con frecuencia, en reemplazo de la de “promesa”. Se trata de la noción de “propuesta”⁶. Podríamos decir que tanto la “escucha” como las “propuestas” aparecen como sustitutas posibles de la promesa en la constitución de los lazos representativos contemporáneos. Sin embargo, las propuestas no se plantean como un lazo social y político, como un vínculo subjetivo entre representantes y representados, sino como un vínculo objetivo entre problemas concretos y soluciones adecuadas. Cada propuesta es la solución a un problema específico; a diferencia de la promesa, la propuesta liga objetos (problemas y soluciones) más que personas. Por otra

⁵ Hemos inscripto estas transformaciones en el marco de lo que llamamos una “representación de proximidad” (Rosanvallon, 2010; Annunziata, 2012, 2014), de la que los distintos líderes políticos del kirchnerismo han dado diferentes muestras, así como los de otras fuerzas políticas. En particular, ha sido significativa la figura de Néstor Kirchner como la del “hombre común”, en ruptura con el protocolo, la figura del Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Daniel Scioli, como signada por la compasión y la empatía con los ciudadanos comunes, la campaña “intimista” de Martín Insaurralde en las elecciones de 2013, o algunos rasgos del tipo del comunicación política establecida por Cristina Kirchner, sobre todo, en su uso de las redes sociales. Sobre este último punto, ver también el trabajo de María Helena Qués (2012).

⁶ En el caso argentino, esta noción de “propuestas” ha sido característica del PRO, fuerza política gobernante en la Ciudad de Buenos Aires; pero también se observa en otras fuerzas políticas, particularmente en la última campaña electoral para las legislativas de 2013, en el Frente Renovador de Sergio Massa.

parte, estos proyectos específicos de solución a problemas específicos que son las propuestas, no necesitan estar articulados en un horizonte de construcción de la comunidad política. Sólo la escucha puede constituir, en reemplazo de la promesa, un lazo representativo.

Jane Mansbridge (2013) ha aportado herramientas interesantes para pensar estos cambios. El modelo tradicional de representación, para ella, “se centraba en la idea de que durante las campañas los representantes hacían promesas, que luego podían cumplir o no” (Mansbridge, 2013: 126). Pero la autora sostiene que durante los últimos años, han aparecido nuevos modelos de representación que ya no colocan en el centro a la promesa electoral.

Caracterizando ese modelo tradicional, el que llama “representación promisoría”, señala que en el mismo los representantes representan la voluntad de los votantes en el momento de la elección. En este modelo la relación entre representantes y representados se desarrolla de manera lineal: cuando hay promesa, se supone que el votante expresó su voluntad en las elecciones y que luego durante el período de gobierno intentará mantener el control sobre los representantes en función de esta promesa, exigiendo que sean *accountable*, que rindan cuentas. La idea de *accountability* tiene sentido, efectivamente, en una representación basada en la promesa electoral.

Pero Mansbridge habla también de otros modelos de representación, que se observan en la política contemporánea, dos de los cuales nos interesan aquí. Uno es el modelo de la “representación anticipatoria”, que, según la autora, deriva de la idea del “voto retrospectivo”: en este caso, el representante no representa la voluntad de los ciudadanos en las elecciones pasadas sino la voluntad que suponen que tendrán o que tratan de formar en las elecciones futuras; representa al votante en el momento de la próxima elección, es decir: “...los representantes se centran en lo que ellos piensan que sus electores avalarán en las próximas elecciones y no en lo que ellos prometieron hacer” (Mansbridge, 2013: 126). El elemento de *accountability* es reemplazado entonces por una *comunicación* más intensa con el electorado durante el período de gobierno. Como lo que se representa es la voluntad futura, los representantes necesitan conocer más cómo van cambiando las opiniones, e incluso modificarlas, educarlas, y así se vuelven más centrales los elementos deliberativo y argumentativo.

El otro modelo significativo es el que la autora llama “representación giroscópica”, en el cual los electores eligen, no ya una orientación política determinada, sino personas que consideran capaces de orientarse en las situaciones, cada vez más inciertas, impredecibles y contingentes, a las que es preciso enfrentar durante el gobierno. Esta figura de los representantes “brújulas”, acentúa la importancia de sus cualidades personales o rasgos de carácter. Bernard Manin (1998) había destacado también el carácter impredecible de la política contemporánea como uno de

los factores que llevan a los electores a optar por las imágenes vagas de los líderes en lugar de optar por las plataformas de los partidos políticos, en el marco de la democracia de audiencia o de lo público. Como señala el autor, los políticos saben bien que cuando se proponen como gobernantes, deberán enfrentarse a lo imprevisible. Es por eso que tienen una suerte de “poder de prerrogativa” lockeano, no con respecto a las leyes, sino con respecto a los programas políticos. Si es preciso acordar cierta discrecionalidad a los representantes en el mundo contemporáneo, es razonable elegirlos en función de lo que se cree que es su aptitud para tomar decisiones apropiadas más que en base a la promesa de decisiones determinadas.

Para Mansbridge, los modelos de la “representación anticipatoria” y de la “representación giroscópica” tienden a ser contradictorios; nosotros creemos, sin embargo, que es posible verlos como complementarios, como aspectos de un modelo general de lo que cabría llamar “representación post-promisoria”. La misma se acomoda bien a la disociación entre la legitimidad electoral y la legitimidad de las decisiones que acabamos de señalar. La autora ubica en el centro la comunicación entre representantes y representados, pero nosotros podemos identificar esta comunicación, justamente, con la noción de “escucha”.

La representación post-promisoria supone, además del cambio en el vínculo entre representantes y representados, un cambio en la temporalidad de la representación. La temporalidad de los lazos representativos apoyados en la promesa electoral establece un juego de ruptura y duración: ruptura en los momentos electorales, y duración que extiende esos momentos en el mandato. En cambio, los lazos representativos contemporáneos acogen una temporalidad de la inmediatez. La escucha debe ser permanente, pero esto significa que hace falta, frente a cada decisión o cada acontecimiento singular, una escucha nueva.

Lazos y temporalidades de la representación

Representación	Promisoria	Post-promisoria
Actores característicos	Partidos políticos	Líderes de popularidad
Lazo con los representados	Promesa	Escucha
Temporalidad de la representación	Duración	Inmediatez

2. Las campañas electorales del Frente para la Victoria

Con respecto a las transformaciones en la representación política mencionadas más arriba –posiblemente válidas de un modo general para la mayoría de las democracias contemporáneas, y para las diferentes etiquetas partidarias⁷-, la fuerza política en el gobierno durante la última década en Argentina, el Frente para la Victoria (FPV), ofrece una ilustración paradójica.

Es indudable que la última década en Argentina ha sido una década de intensidad en la acción y en el discurso. Muchas decisiones significativas e inesperadas se tomaron en estos años, y al mismo tiempo se elaboró socialmente una narración en torno al “proyecto” nacional que se estaba construyendo. No obstante, si recordamos las principales campañas del período y las acciones políticas que luego se llevaron adelante, veremos que

⁷ Las afirmaciones que hacemos aquí tienen un carácter exploratorio; investigaciones ulteriores a lo largo del tiempo y del espacio deberían llevarse a cabo para sostener mejor nuestro argumento. En el caso argentino, consideremos, a modo de ilustración, algunos ejemplos de las campañas presidenciales desde el retorno de la democracia, en las que el problema de la promesa y el compromiso electoral estaban todavía más presentes. Uno de los spots de Raúl Alfonsín como candidato a presidente en 1983 rezaba: “Nos comprometemos a sostener como prioridades de nuestra acción de gobierno en lo económico. Primero, combatir la miseria para desterrar la inmoralidad de la pobreza. Segundo, combatir la desocupación para desterrar la inmoralidad de la riqueza no productiva. Tercero, combatir la inflación para desterrar la inmoralidad del robo periódico del esfuerzo del trabajador argentino. ¡Ahora, Alfonsín!”. Tomemos también un fragmento del discurso de Carlos Saúl Menem en 1989: “Yo, Carlos Saúl Menem, ante mi pueblo y ante la historia, vengo a asumir el compromiso irrevocable de construir una Argentina de todos y para todos, una Argentina que merezca ser vivida (...) Mi compromiso es con todos ustedes, es con el pueblo, es con cada uno de los argentinos. Con el pueblo, reitero, y solo con el pueblo (...) Yo no prometo milagros de la noche a la mañana, no prometo salidas mágicas, no soy un súper hombre, no soy un mentiroso, no soy un hipócrita ni un demagogo. Yo, en cambio, sí prometo que el derecho social número uno de todo argentino será el derecho al trabajo. Este es el sentido más profundo y vital de lo que nosotros hemos dado en llamar «revolución productiva», que hoy se ha transformado en un auténtico clamor en todo el país. Gobernar es dar trabajo y dar trabajo es, lisa y llanamente, la revolución productiva.” En la campaña presidencial de Fernando De La Rúa en 1999, ya la noción de promesa se encontraba más diluida, pero sin embargo seguía más presente que en las campañas de la última década, por ejemplo: “Voy a ser el empleador de cada argentino que quiera trabajar. Voy a ser el maestro de cada niño que va a ser educado. Seré el médico de cada argentino que deba ser sanado. Quien le dé de comer a cada chico que tenga hambre; voy a ser un presidente en que la gente pueda creer. Voy a ser el que empuje a la cárcel a cada delincuente, a cada corrupto. Alguien está pensando en la gente”. Más allá de estos spots ilustrativos (Ministerio de Educación de la Nación, 2013), es posible afirmar que Raúl Alfonsín prometió el respeto de la constitución y las reglas del juego democráticas en su campaña, Carlos Menem prometió la “revolución productiva” y Fernando De la Rúa prometió el combate de la corrupción con la continuidad de la convertibilidad.

nunca durante las campañas se realizaron promesas en relación a lo que ocurrió después, o a lo que el propio kirchnerismo postularía como lo más significativo de dicho proyecto o modelo de país.

De este modo, es posible sostener que “el proyecto” o “el modelo” del kirchnerismo es siempre una construcción retrospectiva, pero nunca se postula como promesa. En efecto, el kirchnerismo es un movimiento político que actuó desde el comienzo de un modo instituyente: desde el poder produjo decisiones que eran inesperadas o que parecían incluso imposibles, que sólo más tarde se fueron tejiendo en la trama del proyecto; para sus partidarios, la defensa del “proyecto” es siempre una defensa de decisiones ya tomadas pero no la de un rumbo definido de antemano.

Para reparar en esta relación entre las campañas electorales del FPV durante la última década y el conjunto de medidas o decisiones reivindicadas como parte del “proyecto”, comencemos por las legislativas de 2013. En esta campaña, con la consigna “en la vida hay que elegir” se apeló a recordar una serie de “elecciones” realizadas desde el gobierno y que conformarían de algún modo la identidad de la fuerza política gobernante o de los gobiernos Kirchner. Con este slogan se difundieron una serie de spots: uno general, en el se mencionaban todas estas “elecciones” reivindicadas, y luego un conjunto desagregado en el que se focalizaba en cada una separadamente.

En el spot general, con la voz de la Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, y sobre el fondo de una sucesión de imágenes a las que se iba haciendo referencia –en muchas de las cuales la Presidenta estaba presente-, se afirmaba:

“En la vida hay que elegir. Este gobierno eligió. Eligió igualar las posibilidades. Eligió a los que más necesitan. Eligió la memoria al olvido. Eligió el trabajo y la producción. Eligió que nos respeten. Eligió desendeudarnos. Eligió no someterse. Eligió cuidar lo nuestro. Eligió la unión. Eligió recuperar. Eligió que puedas elegir. Eligió no mirar para otro lado. Eligió la libertad de expresión. Eligió la vida. Eligió escuchar a los jóvenes. Eligió el porvenir. Eligió la Patria. En la vida hay que elegir. 11 de agosto de 2013. Frente para la Victoria.”

Las distintas “elecciones” aludidas sucesivamente eran, entre otras: el denominado “Programa Conectar Igualdad”, por el cual se habían distribuido netbooks en las escuelas; los distintos programas de vivienda; la política de Derechos Humanos en defensa de las víctimas de la última dictadura militar; la política internacional y de pago de la deuda externa, el fortalecimiento de lazos regionales; la re-estatización de Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) y de la aerolínea de bandera, Aerolíneas Argentinas; la llamada Ley de Matrimonio Igualitario que permitió el matrimonio entre personas del mismo sexo; la Ley de Servicios de

Comunicación Audiovisual o “Ley de Medios” con un objetivo anti-monopólico; la Ley de Fertilización Asistida; la significativa movilización política de la juventud.

Luego se difundieron varios spots televisivos que se concentraban en algunas de estas elecciones, por ejemplo, en el terreno de la comunicación. Nuevamente la voz de Cristina Fernández de Kirchner acompañaba las imágenes, diciendo:

“Una de las mayores expresiones de la libertad es la libertad de expresión. Que todos y todas puedan decir lo que piensan y mirar lo que quieran. Ahí están la Televisión Digital Abierta (TDA) y gratuita, y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ahí está la publicidad gratuita e igualitaria para todos los partidos políticos argentinos. Ahí está el Fútbol para Todos. Ahí está una sociedad más plural y más democrática. Y ¿viste? Nadie dejó de hablar ni de estar.”

Otra serie de spots de la misma campaña se inscribió en la idea de las “elecciones” del gobierno, pero la consigna cambiaba a “Elegir sentirte elegido”. La locución era también de Cristina Fernández de Kirchner, aunque en las imágenes se mostraban ciudadanos comunes siendo beneficiados por alguna de las políticas del gobierno. En uno de los spots se hacía referencia al descenso del desempleo, los beneficios para las PYMES, las convenciones colectivas y a la inclusión jubilatoria; en otro, al programa de Asignación Universal por Hijo, a la Asignación por Embarazo, y al desarrollo de la política científica y creación de universidades nacionales.

Pero todas las campañas del período fueron similares en esta estructura. Podría pensarse que la campaña de 2013 era particular, puesto se cumplía entonces una década de gobiernos kirchneristas, que incluían el mandato de Néstor Kirchner como presidente y el mandato de Cristina Fernández de Kirchner y los dos primeros años luego de su reelección. Después de diez años, y en el contexto de un debate público sobre la significación política de esta “década disputada”⁸, cabía probablemente la estrategia de apelar a los logros conseguidos desde la gestión⁹. Sin embargo,

⁸ Tomamos prestado aquí el título del presente dossier.

⁹ Podría pensarse también que la referencia a las acciones realizadas en reemplazo de la promesa es característica de las campañas de los oficialismos, es decir, de las fuerzas políticas que están en el gobierno. No obstante, si observamos las campañas de las distintas fuerzas de oposición, al menos en el proceso electoral de 2013, el debilitamiento de la promesa electoral se constata también. Un ejemplo interesante es la campaña de Sergio Massa por el Frente Renovador en la Provincia de Buenos Aires, principal candidato de oposición en estos comicios. En su caso se observaron dos aspectos de este fenómeno: el reemplazo de la promesa por las propuestas, por un lado, y la sobreactuación y judicialización de la promesa, por otro. Con esto último nos referimos a la firma ante escribano público, con organizaciones de la sociedad civil como veedoras, del compromiso según el cual el candidato renunciaría a

esta campaña no fue particular, en las campañas electorales anteriores también se verifica una apelación a las decisiones ya tomadas o a los resultados ya obtenidos.

En 2011¹⁰ la campaña presidencial se estructuró en torno al slogan “la fuerza de Argentina” y “Fuerza Cristina”; se trataba de una consigna que hacía referencia a las manifestaciones espontáneas por la muerte de Néstor Kirchner, ocasión en la que habían aparecido carteles con la leyenda “Gracias, Néstor. Fuerza, Cristina”. Se hicieron varios spots, entonces, relativos a distintas políticas o medidas del gobierno, o a resultados de la gestión, asociados a la idea de “fuerza”. Estaba, por ejemplo: “la fuerza de la igualdad” (sobre la Ley de Matrimonio Igualitario); “la fuerza de la verdad” (sobre la política de Derechos Humanos), “la fuerza del crecimiento” (sobre los resultados económicos), “la fuerza de la ciencia” (sobre la política científica), “la fuerza del trabajo” (sobre la recuperación del empleo), “la fuerza de la producción” (sobre la recuperación de la producción nacional). En cada uno de ellos se hacía referencia a decisiones o resultados de la gestión. Por ejemplo:

“En el año 2003 la Argentina destinaba el 5% de su Producto Bruto Interno a pagar la deuda, y solamente el 2% a la educación. Hoy destina el 2% de su PBI a pagar la deuda y el 6,47 % a la educación. A veces los números no te dicen nada pero otras veces te marcan de dónde viene y hacia dónde va un país. La fuerza de la educación”

“Hoy hemos incorporado a más de dos millones y medio de argentinos a los beneficios de una jubilación. Consagramos por ley la movilidad jubilatoria con dos aumentos anuales, después de haber recuperado la administración de los recursos de los trabajadores. La fuerza de la dignidad”

Vemos que en la campaña para las legislativas de 2013 el FVP aludía a hitos de los gobiernos kirchneristas a los que ya se había apelado en

su cargo de Diputado Nacional en el caso de apoyar la reforma de la Constitución para habilitar la re-reelección. Es un hecho revelador: la promesa pasa de ser política a legal; pero también muestra que aquello en que los candidatos pueden decidir comprometerse está signado por la negatividad; si hay promesa, sólo puede ser la promesa de no hacer algo, o de rechazar determinado curso de acción. El candidato principal del oficialismo, Martín Insaurralde (candidato a Diputado Nacional de la Provincia de Buenos Aires por el FPV), realizó por su parte una campaña con un fuerte rasgo de figuración intimista del poder, en la que la “promesa” más significativa fue ser él mismo. También puede verse cómo la escucha ocupó un lugar central en las campañas de las distintas fuerzas políticas en los últimos procesos electorales. Sobre las campañas de Sergio Massa y Martín Insaurralde, puede consultarse Annunziata, 2014.

¹⁰ Pueden verse los distintos spots en: <http://www.youtube.com/watch?v=bn6dSnBhdtI>

campañas anteriores, particularmente en 2011. Es decir, en 2013 se construía durante la campaña una nueva versión retrospectiva del proyecto político, inscribiendo en gran medida los mismos acontecimientos.

Pero en las elecciones presidenciales de 2007, encontramos también esta estrategia de campaña, en la que se apela a decisiones ya tomadas. Tenemos como ejemplo el spot en el que se mostraba a un grupo de niños que decían distintos disparates ante la pregunta sobre qué era el “FMI” (Fondo Monetario Internacional). Luego de una ronda de intervenciones de los niños, se afirmaba que se había logrado que los chicos no supieran qué era el FMI:

“A mí me parece que el FMI es una banda de caballos”; ‘el FMI es un satélite que chocó contra la luna’; ‘FMI es un país que es todo al revés’; ‘es el FMI paseando a su perro’; ‘el FMI es un lugar donde hay muchos animales’...Logramos que tus hijos y los hijos de tus hijos no tengan idea de lo que significa lo que es el FMI. Ahora falta que del exterior, en vez de prestarnos, vengan a invertir. Sabemos lo que falta, sabemos cómo hacerlo.”

Esta campaña era en torno al slogan “Sabemos lo que falta, sabemos cómo hacerlo”, que funcionaba como un nexo entre la gestión pasada -la presidencia de Néstor Kirchner- y la posible gestión futura de la candidata Cristina Fernández de Kirchner. Pero en ese “lo que falta” no se establecía ninguna dirección específica que funcionara como promesa de un rumbo en particular; en todo caso, la significación de “lo que falta” estaba asociada vagamente a lo ya emprendido.

El spot que quizá se recuerde más de la campaña de 2007 es el de la historia metafórica de “Dolores Argentina”, que narra, con la sucesión de imágenes de una niña desde que nace, la salida de la crisis y la posibilidad de crecimiento que implicó el gobierno Kirchner para el país. A medida que se sucedían las imágenes, distintas personalidades iban afirmando:

“Dolores Argentina. La nena que nació el día que todos nos queríamos morir. Un día de diciembre de 2001 a las 6 y cuarto en punto nació una nena. Parto normal, tres kilos y medio...No era buen momento para traer un hijo al mundo. Pero ya sabemos cómo somos los argentinos en los momentos bravos...la parimos. El padre tardó una semana en anotarla en el registro civil, todos los días había un cartel distinto: ‘cerrado por asunción de presidentes’. Cuando finalmente abrieron le pusieron un nombre lógico: Dolores Argentina. Al principio, como a todos, a Dolores Argentina le costaba comer, le costaba caminar, le costaba dormir de noche. Poco a poco los vecinos comenzaron a adoptarla como si fuera su

propia hija, en algunas cacerolas abolladas, la gente empezó a cocinarle, desde el campo llegó la leche para los cientos de biberones que la nena tomaba. A falta de pañales importados, la gente empezó a fabricarlos acá. Venían a apoyarla de todos los rincones del país. No había día que alguien no se acercara a jugar con ella. La gente le puso mucha garra para que esta nena crezca bien. Cuando ya empezaba a caminar, a los padres les agarró miedo de que sus primeras palabras fueran ‘patacones’, ‘lecop’, ‘default’..., pero gracias a Dios Dolores Argentina dijo ‘mamá’, como todos los chicos. Dolores Argentina aprendió a sumar antes que a restar, aprendió que había otros chicos que necesitaban una madre, aprendió que su país quedaba en lugar que se llamaba Latinoamérica. Hoy, Dolores Argentina es una chica normal. Los que la conocen, cada vez más la llaman Argentina y menos Dolores. El año que viene empieza primer grado, todavía no sabemos si en capital, en Jujuy o en Tierra del Fuego, pero eso es lo de menos, lo más importante es que siga creciendo en paz. ¿Sabés lo que es tener una Argentina que crece todos los días un poquito? Sí, sabés, porque la hacemos juntos. Cristina, Cobos y vos”¹¹.

Quizá más llamativo sea que incluso en la campaña electoral de 2003¹² con Néstor Kirchner como candidato a presidente, el FPV difundió spots que señalaban sus logros de gestión como Gobernador de la Provincia de Santa Cruz. Por ejemplo:

“Usted no lo conoce demasiado, porque es nuevo, no pertenece a la generación política del fracaso. Tomó su provincia muy endeudada, pagó, ahorró y hoy Santa Cruz tiene el menor índice de desocupación y los más altos salarios de Argentina. Tiene equipos, tiene planes, sabe gobernar. Anda tranquilo por la calle, quiere a su familia, no miente, hace lo que dice, es tal como lo ves. Un día vamos a decir que con Kirchner pudimos mejorar el futuro de nuestros hijos. Los que seguimos amando a la Argentina, construyamos con Kirchner esa Argentina que queremos.”

Una vez en el gobierno, Néstor Kirchner tomó medidas inesperadas, no prometidas, que recibieron muchísimo respaldo: juicio político a los

¹¹ El spot puede consultarse en: <https://www.youtube.com/watch?v=dAuqZrRYAp0>

¹² En las legislativas de 2005 y 2009 se constata la misma lógica. En 2009 el slogan era “Nosotros hacemos” y hay dos ejemplos de spots interesantes disponibles en: http://www.youtube.com/watch?v=WDLvQO_6VZs;
<http://www.youtube.com/watch?v=TdawQELfN20>

miembros de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, reapertura de juicios vinculados a la dictadura, política de Derechos Humanos que le valió el acercamiento de los organismos más importantes, desplazamiento de altos mandos en las fuerzas armadas, reestructuración de la deuda externa, entre otras. Desde el comienzo, el kirchnerismo actuó de una manera instituyente, es decir, creando la voluntad política y el diagnóstico sobre la realidad; tomando decisiones con un perfil político claro; no actuó en función de preferencias ciudadanas dadas, sino que las configuró. Como lo señalaba ya en 2004 Isidoro Cheresky:

“Probablemente si Kirchner hubiera sido más explícito durante la campaña electoral sobre estas dimensiones de su acción, hubiese recibido críticas que lo habrían desacreditado ante la mayoría pues por ese entonces existía la convicción de que los límites de la acción política eran estrechos [...] Es decir que la acción emprendida tuvo una dimensión instituyente: probó que políticas deseadas pero riesgosas eran posibles, que otras políticas relegadas podían ser revalorizadas e incluso que otras impensadas podrían recibir adhesión [...] La relación con la ciudadanía era de tipo plebiscitaria en el sentido de que convocaba la adhesión ante la evidencia de lo que se decidía sin mayor despliegue argumentativo o de consulta.” (Cheresky, 2004: 39-40).

Ninguna de estas acciones o decisiones tomadas desde la presidencia aparecía en la campaña electoral de 2003, como tampoco aparecieron siquiera esbozadas las políticas que se impulsarían durante los dos gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner, en las campañas ulteriores. Con algunas medidas más inesperadas que otras, la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner también funcionó de manera instituyente, y marcó rumbos políticos que difícilmente hubieran podido ser promesas de campaña, aunque luego recibieran una fuerte adhesión ciudadana. La ley de Matrimonio Igualitario, impulsada por el FPV, por ejemplo, no fue tanto producto de una presión ciudadana como de una decisión instituyente. Políticas reivindicadas por el kirchnerismo, y que fueron construyendo la identidad de esta fuerza política, como la inclusión jubilatoria, la Asignación Universal por Hijo, la Ley de Medios, sólo se vuelven referencias en las campañas electorales una vez que han ocurrido. Así, la identidad del proyecto, y el vínculo representativo mismo, se construyen de manera retrospectiva.

La impresión que produce la observación de las campañas electorales del FPV durante la última década es que se apeló sobre todo al voto retrospectivo, buscando ser premiado por los logros de la gestión y ajustándose a un modelo de representación que podríamos llamar, siguiendo a Mansbridge, anticipatoria. Al mismo tiempo, la construcción retrospectiva

de un proyecto y de una identidad política¹³ en crecimiento, y el rol clave de los líderes en este proceso, favoreció la conjunción con un modo de representación que, en los términos de Mansbridge, sería giroscópico: en los momentos electorales los ciudadanos optaron por candidatos “brújula”, que, en función de su carácter y sus acciones pasadas, se orientarían del modo deseado en las situaciones contingentes e imprevistas que les fuera tocando enfrentar.

3. Una ilustración paradójica de la representación post-promisoria

Pero el modo particular de elaborar un lazo representativo post-promisorio de los líderes del FPV fue paradójico. Porque esta ausencia de promesas electorales no se combinó con el elemento argumentativo/deliberativo correspondiente a estos tipos de representación. Esto no significa que los gobiernos Kirchner no le dieran importancia a la comunicación con la ciudadanía; por el contrario, durante la última década la propia comunicación se volvió objeto de acalorado debate, en particular desde el impulso que se le dio a la Ley de Medios. No obstante, lo paradójico fue la reivindicación de la legitimidad electoral como sostén de decisiones muy significativas y polémicas. Como si una promesa electoral garantizara la continuidad de la legitimidad de establecimiento en la legitimidad de ejercicio, se apeló a los altos porcentajes de votos obtenidos a la hora de poner en marcha políticas controvertidas, y en respuesta a las protestas ciudadanas. Si bien en el comienzo de la década de las presidencias kirchneristas el FPV ganó, gracias a la aprobación suscitada por sus acciones y decisiones, la legitimidad que no había logrado por la vía electoral, luego tendió a funcionar de manera contraria: se amparó en la fuerte legitimidad electoral¹⁴ como si fuera equivalente a la legitimidad durante todo el mandato.

Claro que los gobiernos kirchneristas convocaron a la ciudadanía, la movilizaron, la involucraron. Como se reivindica también en las campañas electorales, ofrecieron un reconocimiento particular a la juventud y produjeron así una nueva militancia, en un contexto en el que parecía imposible. Pero el rol que ha tenido la ciudadanía en estos años no ha sido tanto el de ser consultada sino el de respaldar las transformaciones

¹³ Es posible considerar que toda identidad se construye de manera retrospectiva, e incluso como parte de un proceso de representación, tal como lo hace, por ejemplo, Ernesto Laclau (2005).

¹⁴ Se reivindicó especialmente el 54% de los votos con los que fuera re-electa como Presidenta de la Nación Cristina Fernández de Kirchner, en el contexto del ciclo de protestas o “cacerolazos” que tuvieron lugar entre 2012 y 2013 (algunas de cuyas consignas se refirieron también a la sobrevaloración por parte del gobierno de su legitimidad electoral, como “Somos el 46%”, o “54%+46%=Argentina”).

encaradas. En algún sentido, el kirchnerismo ha sabido leer ciertas transformaciones de la representación política de la época y ha comprendido que ya no son los tiempos de las promesas electorales¹⁵; a la vez, le ha faltado probablemente aumentar los canales de consulta y de deliberación durante el período de gobierno.

Hay un segundo aspecto paradójico cuando nos referimos al kirchnerismo y la representación post-promisoria. La misma parece corresponder al modelo de los vínculos representativos también post-ideológicos. El debilitamiento de los partidos como organizaciones, la ausencia de programas y plataformas y, por lo tanto, de promesas, parece implicar una desideologización y despolitización de la política. Pero en el caso Argentino la última década, la “década disputada”, ha sido sin lugar a dudas una década de fuerte re-ideologización y repolitización, que revirtió en este sentido la tendencia de los años noventa.

Como nos recuerda Bernard Manin (1998), los electores saben que los gobernantes tendrán un margen de maniobra y discrecionalidad con respecto a las promesas que pudieran hacerse durante las campañas electorales. Esto siempre fue así en el gobierno representativo, pero la situación presente sólo hace visible un rasgo permanente de la representación. Quizá haya terminado la era de los programas detallados, y llegado la era de los balances. Ahora bien, siguiendo al autor, que ofrece en este punto un señalamiento sugerente, es posible pensar que la era de los balances es más democrática. Es por su juicio retrospectivo que el pueblo dispone de un poder soberano en el gobierno representativo. Esta es la dimensión puramente democrática de la elección; en su dimensión prospectiva, la elección no es democrática, puesto que los gobernados no pueden obligar a los gobernantes a poner en práctica la política por la cual han sido electos. Si es cierto que, cada vez que votan, observa Manin, los ciudadanos miran a la vez al pasado y al futuro, es en realidad por su mirada sobre lo que se hizo que pueden orientar el curso de lo que se hará.

Bibliografía

Abal Medina, Juan Manuel (2009): “La crisis de representación y el control sobre los representantes”, en Abal Medina, Juan Manuel (comp.): *Participación y control ciudadanos. El funcionamiento de los mecanismos institucionales electorales y societales de accountability en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina. Prometeo.

¹⁵Entre otras cosas, y específicamente en el caso argentino, porque el FPV fue el emergente de la crisis de 2001, que estalló contra “la clase política”, y mostró a una ciudadanía que descreería de toda promesa que pudieran hacerle “los políticos”.

- Annunziata, Rocío (2012): “¿Hacia un nuevo modelo de lazo representativo? La representación de proximidad en las campañas electorales de 2009 y 2011 en Argentina”, en Cheresky, Isidoro y Annunziata, Rocío (comps.): *Sin programa, sin promesa. Liderazgos y procesos electorales en Argentina*. Buenos Aires, Argentina. Prometeo.
- Annunziata, Rocío (2014): “Liderazgos de proximidad y procesos electorales: los casos de Sergio Massa y Martín Insaurralde en las legislativas de 2013”, en Annunziata, Rocío (comp.): *Pensar las elecciones. Democracia, líderes y ciudadanos*, Buenos Aires, Argentina. Prometeo (en prensa).
- Brown, Mark (2006): “Survey article: Citizen Panels and the concept of representation”, en *The Journal of Political Philosophy*, N° 2, vol. 14.
- Cheresky, Isidoro (2004): “De la crisis de representación al liderazgo presidencialista. Alcances y límites de la salida electoral de 2003”, en Cheresky, Isidoro y Pousadela, Inés (compiladores): *El voto liberado. Elecciones 2003: perspectiva histórica y estudio de casos*. Buenos Aires, Argentina. Biblos.
- Cheresky, Isidoro (2006): *La política después de los partidos*, Buenos Aires, Argentina. Prometeo.
- Cheresky, Isidoro (2008): *Poder presidencial, opinión pública y exclusión social*. Buenos Aires, Argentina. CLACSO-Manantial.
- Cheresky, Isidoro y Pousadela, Inés (2004): “La incertidumbre organizada. Elecciones y competencia política en Argentina (1983-2003)”, en Cheresky, Isidoro y Pousadela, Inés (compiladores): *El voto liberado. Elecciones 2003: perspectiva histórica y estudio de casos*. Buenos Aires, Argentina. Biblos.
- Laclau, Ernesto (2005): *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Mair, Peter (2005): “Democracy beyond parties”, paper du Center for the Study of Democracy, Irvine, USA. University of California.
- Manin, Bernard (1998): *Los principios del gobierno representativo*. Madrid, España. Alianza Editorial.
- Manin, Bernard (2011): «La résilience de la démocratie représentative», Conferencia dictada en la Université du Québec à Montréal, 18/11/2011. Disponible en : http://creum.umontreal.ca/wp-content/uploads/2011/11/pdf_Manin-Talk.pdf. Versión en español sobre el mismo tema: “Resiliencia de la democracia representativa”, Conferencia dictada en Fundación OSDE, Buenos Aires, 26/06/2013.
- Mansbridge, Jane (2013): “Repensando la representación”, en Robin, Silvia y Ford, Alberto (comps.): *Representación y participación democrática en los espacios locales*. Rosario, Argentina. Ediciones Del Revés. Traducción del artículo original aparecido en Mansbridge, Jane (2003): “Rethinking representation”, en *American Political Science Review*, vol. 97, n° 4.
- Mineur, Didier (2010): *Archéologie de la représentation politique. Structure et fondement d'une crise*. Paris, Francia. Presses de Science Po.
- Ministerio de Educación de la Nación (2013): “Colección 30 años. Los archivos de la democracia”, disponible en: http://colecciondemocracia.educ.ar/sitios/vocesdemocracia/Inicio/listado_eje?n=1&tipo=oral

- Novaro, Marcos (1994): *Pilotos de tormentas. Crisis de representación y personalización de la política en Argentina (1989-1993)*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Letra Buena.
- Novaro, Marcos (2000): *Representación y liderazgo en las democracias contemporáneas*. Rosario, Argentina. Homo Sapiens
- Pitkin, Hannah (1967): *The concept of representation*, California, USA. University of California Press.
- Qués, María Elena (2012): “Retóricas de la proximidad: los tweets presidenciales en Argentina”, en *Revista Latinoamericana de Opinión Pública* N° 2. WAPOR, Latinoamérica, sede Buenos Aires.
- Ramírez, Franklin y Espinosa Alejandra (2012): “Ocupando la silla vacía, Representación y participación en el tránsito postconstitucional del Ecuador”, *Cuadernos del Cendes* (81).
- Rosanvallon, Pierre (2007): *La contra-democracia. La política en la era de la desconfianza*. Buenos Aires, Argentina. Manantial.
- Rosanvallon, Pierre (2010): *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires, Argentina. Manantial.
- Urbinati, Nadia (2006): *Representative Democracy. Principles and Genealogy*. Chicago, USA. The University of Chicago Press.
- Urbinati, Nadia y Warren, Mark (2008): “The Concept of Representation in Contemporary Democratic Theory”, en *Annual Review of Political Science*, n°11.
- Warren, Mark (2008): “Citizen representatives”, en Warren, Mark y Pearse, Hilary (editores): *Designing Deliberative Democracy: The British Columbia Citizens’ Assembly*. Cambridge. Cambridge University Press.