



INVESTIGACIÓN/RESEARCH

Recibido: 24/05/2011---**Revisado:** 06/07/2011 **Aceptado:** 19/08/2011---**Publicado:** 15/11/2011

"TU VOZ": LA CANCIÓN DE CAMPAÑA DE CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER

Natalia Soledad-D'Elia¹: Universidad Nacional de La Plata. Argentina
nataliasoledaddelia@yahoo.com.ar

RESUMEN

Este trabajo tratará de rastrear algunos de los aspectos que hacen a los actos de campaña de un candidato, particularmente los dispositivos complementarios utilizados para reforzar conceptos, ideas o simplemente para reafirmar la visión del mundo del postulante. Aquí, se analizará la canción "Tu Voz", de Abel Pintos, utilizada en la campaña presidencial del año 2007, por Cristina Fernández de Kirchner. Intentaré ver cómo este producto cultural cobró una significación diferente en el contexto de la campaña política, su intervención en las estructuras del sentir de los argentinos y cómo operó en la heterogeneidad de los diferentes grupos sociales.

PALABRAS CLAVE: Candidato - Sujeto político - Discurso - Identidad - Multiculturalismo - Diferencia - Ideología

"TU VOZ": THE SONG OF CAMPAIGN CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER

ABSTRACT

This work will try to track some of the aspects that make the acts of a candidate campaign, particularly additional devices used reinforce concepts, ideas, or simply reaffirm the candidate's world view. Here there will analyze the song "Tu voz" by Abel Pintos used in the Presidential campaign on 2007 by Cristina Fernandez de Kirchner. I'll try to see how cultural product gained a different significance in the context of the political campaign, the intervention in the structure of the feeling of Argentines and

¹ **Autor Correspondiente:**

Natalia Soledad D'Elia: Licenciada en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Argentina.

Correo: nataliasoledaddelia@yahoo.com.ar

how they operated in the heterogeneity of different social groups.

KEY WORDS: Candidate - Political subject - Speech - Identity - Multiculturalism - Difference - Ideology

1. INTRODUCCIÓN

Las campañas políticas son las que hacen al triunfo o derrota de un político en las elecciones. Por eso, cada detalle es pensado de manera minuciosa para que nada falle a la hora de expresarle a la ciudadanía que un candidato determinado es el indicado para representarla.

Aquí es donde la comunicación desempeña un papel fundamental, donde el candidato es un actor que sube a un escenario y despliega todo su arte retórico para impactar, movilizar y conmover a su público que lo vivará y aplaudirá si le gustó la función. Es por ello, que la planificación de un libreto debe estar tan bien escrito, para lograr el objetivo comunicacional deseado, en un escenario y tiempo determinados donde se establece una relación de poder, y lo simbólico adquiere relevancia.

Es interesante pensar en la "*conmoción*", esa apelación a los sentimientos del otro que espera escuchar, ver e identificarse con ese actor que se muestra en el escenario y logra emocionarse. Y también pensar en la injerencia de los discursos de un candidato en la "*identidad nacional*" para mantener el *statu quo*.

De eso se trata este trabajo, de rastrear algunos de los aspectos que hacen a los actos de campaña de un candidato, particularmente los dispositivos complementarios utilizados para reforzar conceptos, ideas o simplemente para reafirmar la visión del mundo del postulante.

2. METODOLOGÍA

La metodología empleada se basa en una analítica textual sobre los elementos comunicativos, de toda naturaleza, que fueron empleados en la campaña de la candidata, con especial atención a su valor semántico a partir de la canción *leit-motiv* de la misma.

Se analizará la canción "Tu Voz", de Abel Pintos², utilizada en la campaña presidencial del año 2007, por Cristina Fernández de Kirchner. Se podrá comprobar cómo este producto cultural cobró una significación diferente en el contexto de la campaña política, su intervención en las estructuras del sentir de los argentinos y cómo operó en la heterogeneidad de los diferentes grupos sociales.

² Abel Federico Pintos, cantante argentino de folklore nacido en la localidad de Ingeniero White, Provincia de Buenos Aires (República Argentina) el 11 de mayo de 1984 y radicado en Cutral-Co, Neuquén. Considerado dentro de la camada de nuevas promesas del folklore nacional.

3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

3.1 Identidad, multiculturalismo y la canción

Las campañas políticas deben impactar en la ciudadanía y son pensadas para que el candidato se muestre como el representante de todos, o por lo menos, de la mayoría de la población votante³. Y los discursos son planificados en ese sentido, teniendo en cuenta las diferencias y aquello que nos une como argentinos, en la identidad nacional.

Cuando digo "*identidad*" me refiero al proceso de identificación que realizan los sujetos en contextos históricos determinados y en una marco de relaciones localizadas por el cual una persona dice "*yo soy esto y no aquello*" o bien "*me identifico con esto y no con aquello*". Rodrigo Alsina refiere:

Disponer de una respuesta a la pregunta '¿quién soy?' y sentirse, así, poseedor de una identidad única y diferenciada sirve de punto de arraigo y satisface la necesidad básica de pertenencia psicológica. Sentirse integrante de un grupo neutraliza el miedo al aislamiento a partir de la realidad de verse miembro de algo; pero también permite definirse a uno mismo a partir de las características que definen al grupo al cual uno siente pertenecer y con el cual uno se identifica. De alguna manera, la identidad nos aleja del miedo a la soledad y al vacío existencial. Hablar(se) uno mismo significa, implícitamente, aceptar la existencia del "*otro*", un "*otro*" que sirve a la propuesta de responderse qué es lo que se comparte y qué lo que es exclusivo, esencial y no compartido. Durante siglos, hemos podido, fácilmente, situar al "*otro*" más allá de nuestras fronteras físicas (y emocionales) estableciendo estereotipos simplificadores, pero que producían la íntima tranquilidad de un mundo en orden. (Alsina, 2006).

Aquí hay que hablar de identidad colectiva donde intervienen muchos sujetos. Entonces, se puede decir que la identidad colectiva tiene un carácter relacional en donde, al mismo tiempo, se define un "*nosotros*" y un "*ellos*", en el cual se establecen relaciones de pertenencia a un grupo social. El otro carácter es histórico ya que se trata de las vivencias del pasado que han marcado a los sujetos y que condiciona su identificación en el presente y puede condicionar su futuro, transformándola. Pero hay un tercer carácter que es la producción de la diferencia (Grimson, 2001).

Es interesante observar cómo, en una sociedad, a partir de la producción de la diferencia, se van construyendo identidades fragmentadas, diferentes concepciones

³ En la República Argentina el voto es obligatorio. La población votante está constituida por: "Todos los ciudadanos de ambos sexos -nativos, por opción o naturalizados- desde los dieciocho hasta los setenta años de edad, que no estén comprendidos en ninguna de las inhabilidades previstas por las normas reglamentarias. A los fines del sufragio, la calidad de elector se prueba exclusivamente por su inclusión en el registro electoral". Véase la página web del Poder Judicial de la Nación: www.pjn.gov.ar/02_Central/ViewDoc.Asp?Doc=33427

culturales, por lo cual un sujeto se adscribe a un determinado grupo y no a otro, de acuerdo a sus motivaciones y creencias, ya que es en la interacción social donde construye su subjetividad. Danilo Martuccelli dice:

El individuo se concibe él mismo de cierta manera tanto en sus relaciones consigo como con los demás [...]; la subjetividad es también el resultado de un conjunto de prácticas sociales (Martuccelli, 2007).

Así se van conformando distintos grupos sociales. Lo que propicia una diversidad social, diferentes maneras de ver el mundo y de vivir. A lo que se suman las diferencias étnico-culturales que conviven, interaccionan, se fusionan continuamente y hacen que la cultura evolucione. Rodrigo Alsina dice:

Hay que decir que el ser humano es un ser básicamente cultural y que la cultura es una construcción del ser humano. A grandes rasgos podríamos decir que cada persona ha nacido en una comunidad de vida en la que se ha socializado. La persona interioriza unas maneras de pensar, de sentir y de actuar. A partir de esta interiorización no sólo comprende el mundo de su comunidad, sino que éste se va a convertir en su mundo. Pero al mismo tiempo esta persona va a ser un elemento constitutivo de esta cultura e, inevitablemente, va a ayudar a su transmisión, su conservación y su transformación. Puede parecer contradictorio, pero téngase en cuenta que una cultura es dinámica y cambiante. Por ello algunas de sus manifestaciones se conservan, otras cambian y otras desaparecen. Todo esto sucede por la interacción comunicativa que se produce en el seno de cualquier comunidad de vida [...]. Por consiguiente, aunque una persona nace en una comunidad de vida, las sociedades modernas se caracterizan por un pluralismo cultural, que hace difícil establecer cuáles son las fronteras culturales o los criterios de diferenciación cultural (Alsina, 2006).

Argentina, siempre fue multicultural, las oleadas inmigratorias propiciaron movimientos de las fronteras culturales. Es que Latinoamérica es multicultural y las políticas de Estado deben tener en cuenta esta diversidad.

Ahora bien, a la hora de planificar la campaña política es en ese campo diverso donde operarán los discursos del candidato. Volvamos a los votantes argentinos del año 2007: se trataba de un grupo importante de la población constituida por nativos o naturalizados mayores de 18 y hasta los 70 años, lo que muestra un recorte de la ciudadanía que tiene sus características. Se puede decir que en ese gran grupo hay, por lo menos, tres generaciones, con vivencias compartidas en espacio y tiempo determinados, relaciones sociales que se desprenden de esa historicidad. Hay abuelos, hijos y nietos... Padres de desaparecidos políticos, amigos o allegados de los desaparecidos e hijos de desaparecidos. No es casual que los discursos de la, entonces, candidata Cristina Fernández de Kirchner (desde ahora CFK) se centraran en los Derechos Humanos y, contando su historia de militancia en la década del '70 y su

experiencia en la época del Proceso Militar, se diferenciara tajantemente de aquel modelo dictatorial.

Entonces, a la hora de elegir un dispositivo discursivo complementario, como una canción, hay que pensar en ese público multicultural al que están dirigidos los discursos. Y encontrar aquello que nos constituye como sujetos argentinos, nuestra "*identidad nacional*", se torna clave en el proceso de búsqueda de un producto comunicacional/cultural que logre intervenir en las estructuras del sentir. Zygmunt Bauman dice:

La identidad nacional, déjeme añadir, nunca fue como otras identidades. Al contrario de otras identidades que jamás exigieron lealtad sin ambages y fidelidad exclusiva, la identidad nacional no reconoce la competencia, ni mucho menos una oposición. La identidad nacional concienzudamente construida por el Estado y sus organismos [...] tiene por objetivo el derecho de monopolio para trazar el límite entre el 'nosotros' y el 'ellos' (Bauman, 2005).

En la campaña de CFK se eligió la canción "Tu Voz", de Abel Pintos. Es un tema musical que tiene varias características. Se puede comenzar mencionando aquello que se dice sin palabras, lo simbólico, ese discurso que está detrás de la canción misma. En principio, el cantante es un joven veinteañero que pertenece a lo que llamo "*Neo Folklore*", movimiento que utiliza instrumentos musicales modernos (guitarra eléctrica, batería, y nuevas tecnologías) y mezcla las melodías típicas con el pop y el rock. Además, este artista fue apadrinado por León Gieco, otro cantante argentino que mediante sus canciones, se manifestó en contra de las políticas represivas que sufrió el país. Así, con estos elementos, se apeló a: las raíces culturales argentinas que se guardan en las entrañas de los sujetos a través del folklore, por lo cual rescata las raíces culturales y lo inserta en este momento histórico cultural, aggiornando los modos discursivos, y también, se buscó movilizar el recuerdo de una historia compartida.

Cabe aclarar que este producto cultural fue editado en el año 2004 y formó parte de un CD llamado "Sentidos", es decir que el cantante no lo compuso para ser utilizado en una campaña política. Ergo, ¿qué significados adquirió la canción al transformarse en discurso político complementario?

3.2 "Tu voz", mi voz, las voces

En el apartado anterior, se mencionó el multiculturalismo que caracteriza a una sociedad con identidades fragmentadas. Por lo tanto el desafío de todo producto cultural, utilizado políticamente en campaña como dispositivo discursivo complementario, es intentar reforzar conceptos, ideas y reafirmar la visión del mundo de un candidato.

El tema fuerte de los discursos de CFK es "Derechos Humanos", el *leit motiv* que apela a la subjetividad colectiva, al dolor que provocó la represión, a la "desaparición" de las

ideas diferentes al régimen dictatorial, al silencio obligatorio de una generación con potencial intelectual. En este sentido, la canción "Tu Voz" adquirió un significado político, porque al decir:

Por una gota de tu voz
en el desierto de mi corazón
por encontrarte una vez más
abro el cielo de par en par.
Para vivir, respirar y ser feliz
necesario es para mí
empaparme de tu voz
volaré, cuando el día llegue al fin
y en la luna me verás
escribiendo esta canción que dice:
por una gota de tu voz
en el desierto de mi corazón
por encontrarte una vez más
abro el cielo de par en par.

Al referirse a "tu voz" la candidata, claramente, define su postura contraria hacia el proceso militar histórico que vivieron los argentinos, porque está apelando al despertar de las palabras dormidas, calladas. Está diciendo que es necesaria la participación ciudadana, e invita a encontrarse en la interacción subjetiva de ideas.

Entonces, se puede interpretar que "la voz" es igual al "*self*", ya que es en esa interacción subjetiva de ideas, que se constituye como una voz política. O sea, es en la interacción política que el sujeto se constituye como sujeto político. Es así como el "*yó*" CFK, busca la voz de ese "otro generalizado", para poder instituirse como un sujeto político para ese "*otro*" –generalizado- (Mead, 1968).

Ahora bien, en un escenario político, de campaña, los discursos no apuntan a un solo sujeto, o a un solo grupo de sujetos, sino a la diversidad de grupos existentes. Por lo que, hay muchas voces convocadas. Y una característica de la política discursiva de CFK es destacar y aceptar la diferencia, pero en un discurso unificador que permita establecer una unidad. Esto último, se debe comprender como un acto político. Por ende, es en esa instancia donde opera la canción "Tu Voz", la cual invoca a las diferencias de voces, a su hibridación, a la multiculturalidad social, para homogeneizarlas y constituir las en una "*cultura nacional*" que apoye el proyecto de la candidata.

Buscar la igualdad en las diferencias es un acto político que tiene por finalidad unificar las distintas concepciones del mundo que tienen los sujetos y conformarlas en una sola ideología que se manifieste en todos los aspectos de la vida, individuales y colectivos. Antonio Gramsci define a la ideología como:

Concepción del mundo que se manifiesta implícitamente en el arte, en el derecho, en la actividad económica, en todas las manifestaciones de vida, individuales y colectivas (...) la elección y la crítica de una concepción del mundo constituyen por sí mismas un acto político (Gramsci, 1970).

Stuart Hall refiere que:

El lenguaje y el comportamiento son, por decirlo de alguna forma, los medios de difusión, del registro material de la ideología. Es la modalidad de su funcionamiento. Estos rituales y costumbres siempre suceden en lugares sociales, vinculados a aparatos sociales (Hall, 1998).

El Kirchnerismo es una muestra de ello porque nace desde el peronismo pero se construye con características propias de un movimiento con concepciones políticas distintivas. Y en ese sentido, CFK propuso un discurso de conservación del statu quo, ya que la candidata tenía como objetivo suceder a su marido en la presidencia, para mantenerse como fuerza histórica capaz de establecer un nuevo proyecto colectivo.

4. CONCLUSIONES

En este trabajo, se trató de rastrear algunos de los aspectos que hacen a los actos de campaña de un candidato, particularmente los dispositivos complementarios utilizados para reforzar conceptos, ideas o simplemente para reafirmar la visión del mundo del postulante.

En el caso de la canción "Tu Voz", de Abel Pintos, utilizada en la campaña presidencial del año 2007, por Cristina Fernández de Kirchner (CFK), funcionó como unificadora de las voces multiculturales de Argentina. En principio, trajo al presente las raíces argentinas con la melodía tradicional, y a la vez mezcló lo nuevo, representando el proyecto político que estaba naciendo. Incluso, actuó como discurso homogeneizador de las concepciones del mundo, destacando la voz de los "*otros generalizados*" reuniéndolos en una sola ideología.

Por otro lado, activó el recuerdo colectivo del dolor sufrido en los años 70 con el proceso dictatorial que vivió el país. Además, tradujo simbólicamente, la diferenciación categórica del modelo integracionista a favor de la igualdad derechos, propuesto por la candidata, de aquella política que impusieron los militares.

Finalmente, en el trayecto de la campaña, CFK trató de conmover, convencer e ilusionar a la población sufragante, buscando el voto favorable, sin el cual no habría podido constituirse en la primera Presidenta de la Nación elegida por el voto popular. En definitiva, el acto político de exaltar la diversidad, mostrar las diferencias y aceptarlas, permitió que su discurso las uniera en una sola voz, la de un movimiento que estaba emergiendo, el kirchnerismo, y que dio como resultado la victoria electoral con la que logró mantener el statu quo para seguir con el proyecto político que implementó su antecesor en la presidencia y su marido Néstor Kirchner.

5. REFERENCIAS

Alsina, R. (2006). Posmodernidad y Crisis de Identidad, en *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (3), Sección Selecta, Sevilla.

Bauman, Z. (2005). *Identidad*. Madrid: Losada.

Gramsci, A. (1970). *Antología*. México: Siglo XXI

Grimson, A. (2001). *Interculturalidad y comunicación*, *Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación*. Barcelona: Norma.

Hall, S. (1998). *Significado, representación, ideología: Althusser y los debates posestructuralista*. Barcelona: Paidós.

Martuccelli, D. (2007). *Gramáticas del individuo*. Buenos Aires: Losada.

Mead, G. (1968). *Espíritu, Persona y Sociedad*. Buenos Aires: Paidós.

Poder Judicial De La Nación. Consultado el 3 de Abril del 2011, Disponible en:
www.pjn.gov.ar/02_Central/ViewDoc.Asp?=33427 .

Natalia Soledad D'Elia

Doctoranda en Comunicación Social. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Licenciada en Comunicación Social con Orientación en Periodismo, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Trabajó en varios programas radiales como "Patas para arriba" (FM Difusión, ciudad de Berisso, Argentina), "Junto al flamear de mi bandera" (FM Ilusión, ciudad de La Plata, Argentina), "Amanece que no es poco" (FM Universidad, ciudad de La Plata, Argentina) y "Golpeando Puertas" (FM Génesis, ciudad de Bavio, Argentina).