
Investigación original

Los usos políticos del consumo durante la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner

TEXTOS y CONTEXTOS
Revista de la Facultad de Comunicación Social
de la Universidad Central del Ecuador

The political uses of consumption during the presidency of Cristina Fernández de Kirchner

Palomo, Natalia Andrea

 **Natalia Andrea Palomo**
nathaliapalom@gmail.com
Universidad Nacional de La Matanza, Argentina

Textos y Contextos
Universidad Central del Ecuador, Ecuador
ISSN: 1390-695X
ISSN-e: 2600-5735
Periodicidad: Semestral
núm. 24, e3486, 2022
textosycontextos@uce.edu.ec

Recepción: 30 Noviembre 2021
Revisado: 05 Enero 2022
Aprobación: 12 Febrero 2022

URL: <http://portal.amelica.org/amei/journal/588/5882764004/>

DOI: <https://doi.org/10.29166/tyc.v1i24.3486>

Resumen: En Argentina, el lugar otorgado al consumo ha sido abordado de diversas maneras, acorde a la orientación política, económica y social de cada gobierno. Durante el mandato de Juan Domingo Perón (1946-1955) se produjo una democratización del consumo. Luego, con el advenimiento del modelo neoliberal, se le concibe como producto del mérito de cada individuo en particular. Es con la llegada del gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) que el consumo empieza a ser resignificado, asociándolo al crecimiento económico. Este abordaje se intensifica durante los dos periodos presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), a través de usos políticos que se fueron configurando discursivamente, desde diversas alocuciones de la mandataria. En este trabajo se analizaron los discursos a propósito del lanzamiento de cinco políticas públicas: Asignación Universal por Hijo (2009), Programa ARGENTA (2012), Programa de Crédito Argentino del Bicentenario para la Vivienda Única Familiar (2012), Programa Procreauto (2014) y Plan Ahora 12 (2014). Para ello, se parte de la teoría del discurso propuesta por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe. Como resultado, gracias a la identificación de cuatro usos políticos del consumo, se sostiene que hubo una resignificación del mismo durante el gobierno de Cristina Fernández.

Palabras clave: consumo, significante, discurso, inclusión, Cristina Fernández de Kirchner.

Abstract: In Argentina, the place given to consumption has been approached in various ways, according to the political, economic and social orientation of each government. During Juan Domingo Perón government (1946-1955) there was a democratization of consumption. Then, with the advent of the neoliberal model, consumption is conceived as a product of the merit of each individual in particular. It is with the arrival of the government of Néstor Kirchner (2003-2007) that consumption begins to be resignified, associated with economic growth. This approach is intensified during the two presidential periods of Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), through political uses that were configured discursively, from various speeches by the president. In this work, the speeches were analyzed regarding the launch of five public policies: Universal Child Allowance (2009), ARGENTA Program (2012), Argentine Bicentennial Credit Program for Single Family Housing (2012), Procreauto Program (2014) and Plan Now 12 (2014). To do this, we

start from the theory discourse proposed by Ernesto Laclau and Chantal Mouffe. As a result, thanks to the identification of four political uses of consumption, it is argued that there was a resignification of it during the government of Cristina Fernández.

Keywords: consumption, significant, discourse, inclusion, Cristina Fernández de Kirchner.

1. Introducción

El significativo consumo ha sido abordado, y se le ha dado un uso político diferente, dependiendo de la plataforma discursiva donde se ha inscrito, y a partir de la interpelación que se ha planteado desde el mismo. Durante los dos mandatos presidenciales de Juan Domingo Perón (1946-1955), el uso político del consumo se inscribió en una plataforma articuladora, cuyo punto nodal giraba en torno a la igualdad y la justicia social. La llegada de Perón cambió el acceso a bienes de consumo antes vedados, que sólo podían obtener los sectores de mayor poder adquisitivo, mediante políticas públicas orientadas hacia la ampliación de derechos de los trabajadores.

Díaz Rosaenz (2017) expone que durante su mandato el trabajador devino en consumidor, pues se asistió a una democratización del consumo. Bajo el ideal de “vida digna”, desde el Estado se promovieron políticas para incluir a la clase trabajadora en el acceso masivo a bienes, fortaleciendo el mercado interno en congruencia con un modelo económico de carácter intervencionista. Medidas redistributivas incrementaron el ingreso de los trabajadores, que podían acceder no solo a bienes “tangibles” sino también culturales. Entre estas pueden mencionarse: las negociaciones salariales en convenios colectivos de trabajo; la implementación del aguinaldo; la regulación de los precios de alquileres y la aprobación de normas como la Ley de Precios Máximos, y la Ley contra el Agio, los precios abusivos. Estos cambios permiten la ocupación de espacios tradicionalmente exclusivos de sectores medios y altos, provocando el rechazo y descontento de estos hacia las políticas implementadas. Milanésio (2014) señala que las élites sentían amenazadas su identidad y su pertenencia de clase debido a la participación de los trabajadores en el consumo. Este, por tanto, significa ese momento de activación de lo político.

Con el derrocamiento de Perón, en 1955, habiéndose impuesto la dictadura cívico militar denominada “revolución libertadora”, el término consumo empieza a simbolizar lo contrario a lo pregonado en las presidencias de Perón. Durante la última dictadura de 1976, se implementaron las bases del paradigma neoliberal que imperaría desde 1990, con la llegada de Carlos Menem a la presidencia (1989-1999) (Díaz Rosaenz, 2017). El significativo consumo ya no estaría en equivalencia con la igualdad y la justicia social. Pasaría a inscribirse en un discurso de corte individualista, según el cual el sujeto deviene en consumidor, asociado a la idea del mérito. El Estado ya no garantiza el derecho de las clases populares al consumo, pero sí lo asocia con estándares de vida y reconocimiento social. Díaz Rosaenz (2017) sostiene que desde el discurso menemista se ostentaba el consumo de bienes de lujo, junto a referentes del mundo del espectáculo y del deportivo. Mientras, amplios sectores de la sociedad

eran excluidos, cayendo por debajo de la línea de la pobreza. El consumo pasó a ser imperativo de estatus, prestigio y éxito individual. No obstante, este modelo económico-político encontraría sus límites, provocando una crisis generalizada en Argentina, la cual tuvo su apogeo en el 2001. Luego de un periodo de inestabilidad, el 25 de mayo de 2003, asume la presidencia Néstor Kirchner (2003-2007). Durante su mandato, el consumo se resignifica al ser considerado como eje del crecimiento. Era un país devastado por la crisis producto de las políticas neoliberales, pero el contexto internacional era favorable. El alza en los precios de los *commodities*, y la asunción de liderazgos populares en la región latinoamericana, entre otros factores, acondicionaron el espacio para la rehabilitación económica. El consumo se erigió como motor del crecimiento, inscribiéndose en una plataforma discursiva cuyo significativo nodal fue la inclusión de los sectores excluidos por el sistema institucional, estabilizando el país que luego gobernaría, a partir de 2007, su sucesora Cristina Fernández (2007- 2015). Para estos años, el consumo no sólo tendrá el mismo uso político mencionado, sino que adquirirá mayor preponderancia luego de la crisis económica mundial de 2008. Por todo lo anterior, en este artículo se analiza cómo se configuró discursivamente el significativo consumo en las alocuciones de Cristina Fernández de Kirchner durante su gobierno, específicamente entre 2009 y 2015, luego de que se desatara la crisis económica mundial de 2008, conocida como “La gran recesión”.

En lo que respecta al consumo, Lazzarato (2013,2015), Gago (2015) y Cavallero y Gago (2019), critican la “inclusión” que se genera cuando este depende del endeudamiento de los sectores populares, por la obtención de microcréditos con altas tasas de interés. Groisman y Reynares (2013) coinciden en que su utilización por parte del gobierno kirchnerista encierra una paradoja, en tanto se promueve un proceso de inclusión ciudadana, pero, a la vez, se limita la posibilidad de un proyecto emancipatorio de más largo alcance. Diaz Rosaenz (2017) compara los periodos peronista (1946-1955), menemista (1989-1999) y kirchnerista (2003-2015). Se centra en la definición política del consumo en los discursos presidenciales durante el kirchnerismo, contabilizando que al término se le menciona en 168 de 1342 alocuciones, relacionándolo con el crecimiento; pero, no realiza un análisis exhaustivo de ningún discurso que tenga como temática principal el consumo. Por su parte, Dettano (2015) asume el concepto como un significativo en disputa, desde una perspectiva lacaniana, poniendo el foco en el goce y en lo efímero del disfrute del aquí y el ahora. Sin embargo, en ninguno de los estudios mencionados se examinan los usos del significativo consumo durante la presidencia de Cristina Fernández (2007-2015), a partir de los siguientes ejes: como un derecho material para los sectores populares excluidos por las políticas neoliberales implementadas a fines del siglo XX; como un factor colectivo, tendiente a beneficiar a todos los sectores de la sociedad; su relación con el crecimiento económico y la inclusión social; y su relación con el rol del Estado como promotor del mismo. Por lo tanto, el presente texto trabaja, a partir de la teoría del discurso de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe (2015), los cuatros ejes previamente descriptos, que se configuran como los usos políticos del consumo en el periodo analizado, mostrando que hubo una resignificación del mismo durante la presidencia de Cristina Fernández.

2. La teoría del discurso de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe

La investigación es un estudio de carácter cualitativo, planteado desde la teoría del discurso de Laclau y Mouffe (2015), que se constituye en el marco teórico y de análisis. Se propone que el consumo es un concepto en disputa y que, por lo tanto, puede ser resignificado, lo que conduce a analizar sus usos políticos en un periodo específico.

Desde temas como el hábitat, el consumo, los diferentes servicios, se pueden construir terrenos para la lucha contra las desigualdades y la reivindicación de derechos, asumiendo la multiplicidad de relaciones sociales que están en el origen de antagonismos y conflictos (Laclau y Mouffe, 2015). Como se observó en el apartado anterior, el consumo cobra un significado distinto dependiendo de la plataforma discursiva en la que se articule. Puede representar ampliación de derechos de las clases trabajadoras, democratización, o girar en torno a un estatus de vida, separando a aquellos que pueden consumir, porque “poseen el mérito” para hacerlo, de los que no. Laclau y Mouffe (2015) sostienen que hay una proliferación de sentidos, en la medida en que ningún término está definido a priori, ningún elemento existe fuera del discurso, pues toda identidad discursiva es relacional y no hay una fijación, en última instancia, de significado alguno. De ahí que Laclau (2005) defina el discurso como “el terreno primario de la constitución de la objetividad” (p. 92), el cual no se reduce a actos locutivos y de escritura, aunque estos forman parte. El discurso es entendido por la teoría laclausiana como el conjunto de fenómenos de la producción social de sentido que constituye una sociedad, donde no hay ningún objeto que se conforme por fuera.

Partiendo de este carácter relacional del discurso, se desprende que las identidades se construyen a partir del sistema de las diferencias: uno es lo que el otro no es; y cualquier centralidad que adquiera un elemento debe ser explicada desde ese enfoque. Según esta lógica, todas las identidades sociales son diferentes entre sí, demostrándose la imposibilidad de representación, ya que la totalidad es la condición de significación y, a la vez, es imposible, pero necesaria, presentándose siempre como una totalidad fallida. En tanto la totalidad se presenta como fallida, se sostiene que un significante no está anclado a un significado a priori, lo que muestra el carácter contingente de toda estructura social, evidencia que la misma está sobredeterminada, y que lo político se reactiva a partir del momento antagónico. “No es la pobreza de significados, sino al contrario, la polisemia, la que desarticula una estructura discursiva. Esto es lo que establece la dimensión sobredeterminada, simbólica, de toda formación social” (Laclau y Mouffe, 2015, p. 154).

Laclau y Mouffe (2015), y Laclau (1990, 2005), proponen revertir el orden de prioridad entre lo político y lo social, estableciendo una diferencia ontológica entre ambas dimensiones. Lo social es definido como el ámbito de prácticas discursivas sedimentadas, donde se ha perdido la huella de su origen político contingente, por tanto, estas se presentan como prácticas naturales. Mientras, lo político es el momento de reactivación de las mismas, donde el antagonismo cumple un rol preponderante en el momento instituyente. No obstante, que un significante no tenga un significado predeterminado no quiere decir que no se intente establecer su sentido, pues lo contrario sería el discurrir del psicótico.

La práctica de articulación consiste en la construcción de puntos nodales que fijan parcialmente el sentido. 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. Toda práctica social es, por tanto, articularia. Al no ser el momento interno de una totalidad autodefinida, no puede ser la expresión de algo adquirido, sino que consiste siempre en la construcción de nuevas diferencias. “Lo social es articulación en la medida en que lo social no tiene esencia” (Laclau y Mouffe, 2015, p.154).

De lo anterior se desprende que ningún contenido se encuentra delimitado de una vez para siempre, y que depende del sistema de articulaciones diferenciales y equivalenciales dentro del cual se inscribe (Laclau, 2005). Es decir que, en la búsqueda de la sutura de la totalidad fallida, de la sutura precaria de la sociedad, hay significantes en disputa (Biglieri y Perelló, 2012). Por consiguiente, se entiende que los usos políticos hacen referencia al momento de análisis de las prácticas que, sedimentadas, naturalizadas, fueron reactivadas mostrando la contingencia en la fijación de sentido, y que pueden ser articuladas en una plataforma discursiva diferente, donde también se resignifiquen.

Para dar cuenta de los diversos usos políticos del consumo y su resignificación, se utilizan como corpus de análisis las alocuciones pronunciadas por Cristina Fernández de Kirchner a propósito del “lanzamiento” de las siguientes políticas públicas: Asignación Universal por Hijo (2009), Programa ARGENTA (2012), Programa de Crédito Argentino del Bicentenario para la Vivienda Única Familiar (2012), Programa Procreauto (2014) y Plan Ahora 12 (2014). Este corpus fue seleccionado porque tales políticas tendían a sostener y fomentar el consumo, luego de la crisis económica de 2008. Como se ha mencionado, el análisis se orientó desde cuatro ejes: como un derecho material para los sectores populares excluidos por las políticas neoliberales implementadas a fines del siglo XX; como un factor colectivo, tendiente a beneficiar a todos los sectores de la sociedad; su relación con el crecimiento económico y la inclusión social; y su relación con el rol del Estado como promotor del mismo.

3. Resultados y discusión. Los usos políticos del consumo

Gracias a la teoría del discurso de Laclau y Mouffe (2015), se pudieron identificar cuatro usos políticos del consumo durante la presidencia de Cristina Fernández, y la consecuente resignificación del término frente a concepciones anteriores. Esta resignificación se diferenció, respecto a los usos durante el gobierno de Perón, debido a que las identidades fueron modificadas y las demandas pasaron a ser otras. En lugar de instalar la idea de la democratización del consumo, pensada para las clases trabajadoras, ahora se observaba como una ampliación de derechos para los sectores más vulnerables de la sociedad, excluidos del mercado laboral producto de las medidas neoliberales que fueron calando en la sociedad argentina desde la década del setenta, y cuyo auge se produjo en los noventa durante la presidencia de Menem. En esos años, el consumo se instaló en una plataforma discursiva antagónica al modelo previo. Igualmente, en el gobierno de Néstor Kirchner, y principalmente en el de Cristina Fernández, se produjo una resignificación con respecto a la concepción neoliberal del consumo. Este deja de relacionarse con significantes como el sujeto individual, la meritocracia, el ajuste,

y se inscribe en una cadena equivalencial (Laclau, 2005) vinculada a crecimiento económico e inclusión social.

En los discursos analizados, el significativo consumo se presenta como la ampliación de derechos materiales hacia los sectores más vulnerables de la sociedad, representando al Estado como promotor mediante políticas públicas que garantizan el acceso. No obstante, la resignificación no se agota en ello. Al concebir el consumo con una forma diferente de entender el lazo social, y no de manera individual, al modo de sujetos desagregados, dicho derecho se extiende a toda la sociedad que se beneficia mediante la articulación del consumo con la producción, el empleo, la inclusión y el crecimiento económico.

Como se señaló, la literatura que explora la discusión sobre el consumo, ya sea como un significativo en disputa, o en su relación con alguna política pública o con el Estado, no ahonda en los usos políticos que se le asignan. Por lo tanto, en este apartado se abordan tales usos durante la presidencia de Cristina Fernández, a través del análisis de las alocuciones realizadas en el lanzamiento de políticas públicas orientadas a sostener el consumo y fortalecer el mercado interno, luego de la crisis económica de 2008. Al respecto, Trucco y Tussie (2012) sostienen que los países sudamericanos, entre ellos Argentina, afrontaron esta crisis de forma diferente a los desarrollados, gracias a medidas tomadas por líderes que optaron por la estabilidad y sustentabilidad económica de cada país, y de la región. Esto se relaciona con las alocuciones analizadas de la exmandataria, en las que se identificaron cuatro ejes ya mencionados, y que es posible sintetizar del siguiente modo: 1) el consumo como un derecho material de las clases populares; 2) el consumo como lazo social; 3) consumo, crecimiento económico e inclusión; y 4) el Estado como promotor del consumo.

Respecto al primero, del consumo como un derecho material de las clases populares, es importante acotar que esta práctica se ha relacionado, desde el neoliberalismo (Brown, 2015; Alemán, 2016), al concepto de meritocracia. Según este, sólo pueden acceder a ciertos bienes y servicios aquellos que “se lo merecen”, excluyendo vastos sectores de la sociedad y recalando que no son merecedores. En los enunciados de Cristina Fernández, se puede observar un cambio de perspectiva en relación a los sujetos que pueden y han de ser depositarios de dicho derecho. Luego de la oleada neoliberal, y de la crisis del 2001 en Argentina, la configuración política, social y económica de la sociedad se vio afectada. El sistema institucional se volvió ineficiente al no poder incorporar los reclamos de diversos sectores. Desde el año 2003, durante la presidencia de Néstor Kirchner, y luego con los dos periodos de Cristina Fernández, las diferentes demandas fueron articuladas en torno a la inclusión, entendiendo que el neoliberalismo predominante desde los años setenta dejó una sociedad sumergida en la desigualdad y la pobreza. Las políticas públicas orientadas a sostener el consumo no podían dirigirse sólo a los trabajadores, como se hizo antes en el gobierno de Perón, ya que el empleo informal y la desocupación seguían vigentes. Si bien la tasa de empleo no registrado bajó del 48,5%, en 2003, al 34% en 2010 (Abal Medina, 2016), frente a una situación de no pleno empleo, urgía reconocer el consumo como un derecho material no sólo de las clases trabajadoras. En esa articulación donde la equivalencia de demandas, diferentes entre sí, se constituía frente a un otro que excluye, era necesario reconocer y hacer efectivo el acceso a bienes para los sectores más vulnerables.

Esta proyección política puede observarse en la firma del decreto para la Asignación Universal por Hijo (AUH),[1] cuando Cristina Fernández expone que la misma se transforma en un instrumento para fomentar y extender el consumo hacia sectores que hacen circular la rueda de la actividad económica, generando ingresos al Estado a través de los impuestos indirectos. La gobernante manifiesta que se activa la economía al lograr más fondos para los sectores vulnerables, que no tienen capacidad de ahorro y que, por lo tanto, consumen todo lo que reciben (Fernández, 2009).

Algo similar sucede con el Programa ARGENTA. A partir del Plan de Inclusión Previsional, Ley 26970 (2014), se incorporaba a jubilados con falta de pagos jubilatorios, producto del desempleo o porque sus empleadores no realizaron los aportes correspondientes. Estos podían solicitar un préstamo con la tarjeta ARGENTA, para compras en comercios adheridos. En el discurso de lanzamiento de esta política, la entonces presidenta sostiene: “Lo importante es que esta es una de las medidas que tienden, como lo venimos haciendo desde el 2003, a sostener el consumo” (Fernández, 2012a, p.1). A la vez, se vela por la tasa de interés, evitando que alcance porcentajes usureros, cuidando el poder adquisitivo de dicho sector. En resumen, es un beneficio que no tienen con otra tarjeta de crédito, ya que las entidades bancarias cobran intereses. Es relevante observar cómo Fernández utiliza el significante consumo dentro de una articulación discursiva más amplia, apostando por la inclusión de sectores y el crecimiento económico: “No es razonable que la economía pueda crecer si le restringe el acceso a todo a la gente, porque la que consume es la sociedad” (Fernández, 2012b, p.6).

El segundo eje identificado, del consumo como lazo social, define la categoría como un factor colectivo dentro de la sociedad, lo que sugiere un significante en disputa, pues la razón neoliberal (Brown, 2015) lo concibe desde una perspectiva individualista. En los enunciados de Cristina Fernández se le representa al modo de lazo social, dado que se entiende como un beneficio para la mayoría. Las diversas políticas orientadas a sostener el consumo encuentran un sujeto beneficiario en los sectores más vulnerables, pero, este mismo acceso al consumo, como se ha mencionado, activa la economía favoreciendo otros sectores: comerciantes, trabajadores, pequeña y mediana empresa, entre otros.

A la par, se impulsaron políticas públicas orientadas a los sectores medios, como el Programa de Crédito Argentino del Bicentenario para la Vivienda Única Familiar (PRO.CRE.AR) y el Programa Procreauto (PRO.CRE.AUTO). En el discurso, la mandataria anunció que se realizaría un sorteo para acceder al crédito de PRO.CRE.AR: “otra medida también absolutamente destinada a mantener la actividad económica, a mantener el nivel de consumo, a mantener la demanda agregada” (Fernández de Kirchner, 2012b, p.1). Como parte de las políticas implementadas, se priorizó la construcción de viviendas, y no su compra, lo que incentiva el consumo de bienes y materiales necesarios para dicho propósito. “Esto también va a exigir (...) un acuerdo con todas las empresas del sector, ustedes saben que a la construcción se la denomina madre de industrias” (Fernández, 2012b, p.3). Sobre las políticas públicas, sostiene que estas se extienden a diversas industrias, como, por ejemplo, hacia la recuperación de la producción de autos, impactando favorablemente en la rama automotriz (Fernández, 2014a).

Otra experiencia en la que el consumo opera como lazo social corresponde al Plan Ahora 12. Al respecto, algunos autores sostienen que el único lazo social, originado en tales políticas públicas, fue el de acreedores y deudores (Lazzarato, 2013, 2015; Gago, 2015; Cavallero y Gago, 2019). No obstante, el Plan Ahora 12 permite acceder a bienes de origen nacional en 12 cuotas, sin interés, a través de una amplia gama de tarjetas de crédito –lo que no solo beneficia a quien compra, también a toda la cadena de producción y venta: “es un instrumento más para impulsar el consumo de los argentinos” (Fernández, 2014b, p.3). Este plan permitía adquirir electrodomésticos de producción nacional, lo que también beneficiaba la generación de trabajo en el país (Fernández, 2014b). Por lo tanto, Cristina Fernández muestra formas en que el consumo opera como lazo, favoreciendo a amplios sectores de la sociedad, “porque nadie se salva solo” (Fernández, 2014a, p. 5).

En cuanto al eje 3, sobre consumo, crecimiento económico e inclusión social, la intersección entre estos resulta frecuente en las alocuciones de Cristina Fernández de Kirchner, cuando presenta el consumo como eslabón fundamental en la cadena que va de la producción y el empleo a la inclusión y el crecimiento económico. Señala que no se puede hablar de crecimiento si no hay inclusión, y esta se genera fomentando el consumo, pero del tipo que genera empleo y activa la producción. Entiende estos momentos como eslabones de la misma cadena equivalencial, en antagonismo con las visiones del consumo como variable que no se articula con la inclusión, pues un país puede crecer, económicamente, excluyendo vastos sectores de la sociedad. Sin embargo, según el discurso de la mandataria, no hay verdadero crecimiento económico sin inclusión social, y el primero se produce mediante el desarrollo de prácticas de consumo que demanden bienes y servicios y, en consecuencia, generen nuevos empleos. A propósito, expone en alocución del 12 de junio de 2012: “Estamos convencidos de que la política para poder superar las dificultades económicas es generar consumo, desarrollo e inclusión” (Fernández, 2012b, p.1).

Tomando en cuenta lo anterior, puede sustentarse en cierta medida el eje del Estado como promotor del consumo. El propio vínculo Estado-consumo (Milanesio, 2014) resulta interesante en un contexto regional marcado por avances neoliberales. En tal escenario, en Argentina se promueven políticas orientadas a incrementar el consumo, pero facilitando el acceso de las clases populares a bienes y servicios antes vedados, y poniendo en el centro el tema de la inclusión. En los discursos de presentación de los planes y programas que componen el corpus de análisis, se enfatiza en el nexo entre el Estado y el consumo, resignificando este como motor no solo del crecimiento económico, sino especialmente de la inclusión y el derecho de las clases económicamente más precarias. Se trata de una estrategia formulada al modo de una “política macroeconómica”, orientada a fortalecer el mercado interno, con un Estado como sujeto económico activo, que enfrenta los problemas de la sociedad y el mundo (Fernández, 2012b). Además, no se concibe el crecimiento económico si se restringe el acceso de la mayoría al consumo: “Hoy estamos nosotros anunciando una medida de créditos para los jubilados, mientras en otras partes del mundo están proponiendo medidas como la de bajar la edad de jubilación” (Fernández, 2012a, p.3). Lo más relevante de esta resignificación reside precisamente en cómo la comprensión del consumo como práctica de la

mayoría, y motor de crecimiento social e inclusión, es abiertamente antagonista de la visión que lo asocia con medidas de ajuste.

En esta línea se ubican políticas públicas dirigidas a cuidar el poder adquisitivo de beneficiarios directos e indirectos, como el Programa Precios Cuidados (2014), y a regular las tasas de interés. Lo que se integra a subsidios en servicios energéticos, de agua y de transporte, entre otros servicios básicos (Fernández, 2012a). De este modo, en la medida en que el consumo está asociado a la idea de crecimiento económico e inclusión, el Estado se erige como promotor del mismo, mediante una diversidad de políticas dirigidas a fomentar y sostener el mercado interno. Por tanto, con la reformulación del significativo consumo se produce un “parteaguas” entre un “nosotros” que disputa el consumo, que debe ser sostenido por políticas desde el Estado, desde la concepción de esta práctica como motor del crecimiento económico y la inclusión social; frente a un “ellos” que apela a reducir el déficit, el gasto público, y desregular la economía: “si elimino el gasto público, subo todas las tarifas de gas, de luz, a precios internacionales, a lo que realmente cuesta la energía en el mundo, y la Argentina no tiene más déficit, pero sabes qué, los que entran en déficit son todos los argentinos” (Fernández, 2014b, p.10).

4. Conclusiones

A través de este artículo se da cuenta de los usos políticos del significativo consumo en alocuciones realizadas por Cristina Fernández de Kirchner, quien presidió el gobierno argentino durante el periodo (2007-2015). Se analizaron los discursos pronunciados en Cadena Nacional, a propósito de la implementación de cinco políticas públicas (AUH, ARGENTA, PRO.CRE.AR, PRO.CRE.AUTO y Ahora 12), cuyo fin era precisamente fomentar prácticas de consumo que promovieran la inclusión y el crecimiento económico, la generación de empleos y la activación del mercado interno. A partir de la muestra, se identificaron cuatro usos políticos del significativo consumo, esgrimidos por la primera mandataria, y a partir de los cuales se muestra la resignificación de este respecto a concepciones anteriores, y en antagonismo con la visión que tradicionalmente lo asocia a medidas de ajuste neoliberal. De ese modo, el consumo se resignificó como un derecho material de los sectores más vulnerables de la sociedad, concibiéndolo como una forma de lazo social, de vínculo colectivo, a la vez que se enfatizaba su relación con el crecimiento económico y la inclusión, y erigiéndose el Estado como promotor del mismo, mediante la implementación de políticas públicas.

Referencias

- Abal Medina, P. (2016). Los trabajadores y sus organizaciones durante los gobiernos kirchneristas, *Nueva Sociedad*, 264, (6), 72-86. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/47093/CONICET_Digital_Nro.33d786ba-bfe4-460e-917a-51a4e3f7a432_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Alemán, J. (2016). *Horizontes neoliberales en la subjetividad*. Grama ediciones.
- Biglieri, P. y Perelló, G. (2012). *Los usos del psicoanálisis en la teoría de la hegemonía de Ernesto Laclau*. Grama ediciones.
- Brown, W. (2015). *Undoing the demos: Neoliberalism's stealth revolution*. Zone Books.

- Cavallero, L. y Gago, V. (2019). *Una lectura feminista de la deuda. ¡Vivas, libres y desendeudadas nos queremos!* Fundación Rosa Luxemburgo.
- Dettano, A. (2015). El consumo como significante en disputa, una aproximación desde el psicoanálisis. *Diferencias*, 1(1), 87-106. <http://revista.diferencias.com.ar/index.php/diferencias/article/view/13>
- Díaz Rosaenz, M. (2017). Consumidores y ciudadanía en la Argentina Kirchnerista: ¿Un nuevo discurso presidencial? *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 104, 89–112. <http://doi.org/10.18352/erlacs.10222>
- Fernández de Kirchner, C. (2009, 29 de octubre). *Anuncio de la asignación universal por hijo*. [Grabación de audio de un discurso]. Casa Rosada Presidencia. <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/21538-blank-13587957>
- Fernández de Kirchner, C. (2012a, 26 de junio). *La presidenta anunció un programa de créditos para jubilados*. [Grabación de audio de un discurso]. Casa Rosada Presidencia. <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/25940-la-presidenta-anuncio-un-programa-de-creditos-para-jubilados>
- Fernández de Kirchner, C. (2012b, 12 de junio). *Creación del Programa de Crédito Argentino del Bicentenario: Palabras de la presidenta de la Nación*. [Grabación de audio de un discurso]. Casa Rosada Presidencia. <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/25910-creacion-del-programa-de-credito-argentino-del-bicentenario-palabras-de-la-presidenta-de-la-nacion>
- Fernández de Kirchner, C. (2014a, 23 de junio). *Acto de presentación del Procreauto: Palabras de la presidenta de la Nación*. [Grabación de audio de un discurso]. Casa Rosada Presidencia. <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/27641-acto-de-presentacion-del-procreauto-palabras-de-la-presidenta-de-la-nacion>
- Fernández de Kirchner, C. (2014b, 11 de septiembre). *Acto de lanzamiento del plan Ahora 12: Palabras de la presidenta de la Nación*. [Grabación de audio de un discurso]. Casa Rosada Presidencia. <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/27912-acto-de-lanzamiento-del-plan-ahora-12-palabras-de-la-presidenta-de-la-nacion>
- Gago, V. (2015) *La razón neoliberal: economías barrocas y pragmática popular*. Traficantes de sueños.
- Groisman, D. y Reynares, J. (2013). Lo real del kirchnerismo: democracia y consumo. *X Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina. <https://cdsa.academica.org/000-038/427>
- Laclau, E. (1990). *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*. Ediciones Nueva Visión.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. y Mouffé, C. (2015). *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. Fondo de Cultura Económica.
- Lazzarato, M. (2013). *La fábrica del hombre endeudado. Ensayo sobre la condición neoliberal*. Amorrortu.
- Lazzarato, M. (2015). *Gobernar a través de la deuda: Tecnologías de poder del capitalismo neoliberal*. Amorrortu.
- Ley N° 26970. (2014, 9 de septiembre). *Sistema Integrado Previsional Argentino*. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/230000-234999/234847/norma.htm>
- Milanesio, N. (2014). *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el peronismo*. Siglo XXI Editores.

Resolución N° 20/2014. (2014, 14 de febrero). *Programa Precios Cuidados*. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/225000-229999/227372/norma.htm>

Trucco, P. y Tussie, D. (2012). La gran recesión y el retorno de la política en América del Sur. *Iberoamericana* 12(46), 163-170. <https://journals.iai.spk-berlin.de/index.php/iberoamericana/article/view/1060/740>

Notas

- [1] La política de Asignación Universal por Hijo (AUH) consiste en una ampliación de derechos en torno a la igualdad, en tanto que, además de los trabajadores formales, los desocupados y los sectores de la economía informal van a recibir una asignación del Estado por cada hijo, incluyéndolos socialmente.