

Gran movida de frentes electorales argentinos en redes sociales

Por: [Maylín Vidal](#)

Globalización, 07 de julio 2019

[Prensa Latina](#) 7 julio, 2019

Región: [América Latina, Caribe](#)

Tema: [Democracia, Política](#)

Cuando quedan apenas unos días para que arranque la campaña electoral en los medios audiovisuales, muchos frentes y precandidatos presidenciales argentinos se apoyan hoy en las redes sociales para difundir sus propuestas y tratar de convencer al electorado.

Falta alrededor de un mes para las Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO) del 11 de agosto, donde quedarán cotejados los candidatos a presidentes, vicepresidentes y las listas de quienes irán por un puesto en el Congreso o altos cargos en las 23 provincias.

En un país polarizado, la campaña de diferentes aspirantes a llegar a la Casa Rosada avanza a todo ritmo y ya se han visto a algunos exponiendo con spot y videos su mirada del país que quieren para los argentinos.

Juntos vamos a ordenar el caos que nos están dejando, apuntó la víspera en su mensaje audiovisual el precandidato Alberto Fernández, quien forma binomio para las presidenciales con la exmandataria Cristina Fernández como vice, ambos por el Frente de Todos, que une a más de 10 fuerzas políticas.

En su spot, subido a las redes sociales, el otrora jefe de Gabinete en el gobierno de Néstor Kirchner y de su ahora compañera de fórmula, sostiene: 'cuando no estoy de acuerdo en algo, digo que no. Cristina (Fernández) piensa que soy muy conciliador y es cierto, pero cuando es necesario se ponen las cosas en su lugar'.

Tras resaltar que es profesor de la Universidad de Buenos Aires, el precandidato a presidente señala que es un tipo común. Quizás, dice, por eso es que puedo entender tus problemas, hoy soy candidato a presidente y junto a Cristina voy a ordenar el caos que no están dejando.

Tenemos la fuerza para hacerlo, hay futuro para vos, hay futuro para todos, concluye en su video.

Mientras tanto, el presidente Mauricio Macri, quien aspira a reelegirse junto a su compañero de fórmula, el senador Miguel Angel Pichetto, además de sus intervenciones públicas para reivindicar lo hecho por su Gobierno, se apoya en las redes sociales para compartir, sobre todo, avances en la obra pública.

Cambiar sin parar, publicó la víspera con un video del parque eólico Corti, en Bahía Blanca.

Su campaña, hasta el momento, la ha ventilado con las obras que va inaugurando por varias partes del país como lo hizo el pasado 4 de julio con el túnel del Arroyo Vega, que permitir la descarga de agua de lluvia en el Río de la Plata para reducir el riesgo de las inundaciones.

Empero, muchas voces de la oposición y sobre todo líderes de organizaciones sociales han criticado su discurso y arremetieron en abril pasado con una frase que dijo en una entrevista que brindó: me angustia que haya chicos que no tienen para comer, pero antes no tenían cloacas.

Por otro lado también se ha visto al precandidato y exministro de Economía Roberto Lavagna con su acompañante en la boleta, el actual gobernador de Salta Juan Manuel Urtubey, visitando algunas provincias y reuniéndose con varios empresarios.

También este binomio ya sacó a la luz el video de campaña con el que intentarán convencer a los electores.

‘Solo se puede construir con consenso, nunca con odio. Puedes tener una vida mejor y depende de vos. Junto a Roberto Lavagna vamos a sacar a Argentina adelante’, sostiene en un mensaje hoy Urtubey que acompaña con el video de la campaña de este binomio, que se alza como una alternativa diferente a Macri o Fernández.

Desde el Frente de Izquierda-Unidad, su aspirante presidencial, el actual diputado Nicolás del Caño, junto a su fórmula, Romina de Plá, también tienen video difundido en twitter.

‘Nuestra campaña es a pulmón, como nuestra militancia, como nuestras historias. No recibimos plata de los grandes empresarios, justamente porque estamos siempre del mismo lado, ¡junto a las y los trabajadores! Por eso comparto este spot para que nos ayuden a difundir’, señala.

En el material, Del Caño, de 39 años, uno de los dos postulantes más jóvenes, se define como un hombre criado en un barrio de trabajadores.

Mis viejos desde muy chico me enseñaron a ser frente a las injusticias desde entonces estuve siempre de un mismo lado, luchando por un mundo sin opresión y explotación señala en el spot, donde fustiga duro a Macri por su acuerdo con el FMI.

De las ocho fórmulas, también ya cuenta con spot la única aspirante mujer para llegar a la presidencia y la más joven, Manuela Castañeira, de 34 años, representando a Nuevo Más junto a Eduardo Mulhall, como vicepresidente.

‘Se hizo desde abajo, esta con los trabajadores, porque sabe que los derechos se confirman desde abajo, es hora de renovar a la izquierda’, señala su propuesta audiovisual.

En las plataformas digitales la movida abarca además a los aspirantes a gobernadores, intendentes y los que van por un curul en el Congreso.

La campaña toma cada vez más fuerza y se esperan aún días más agitados camino a las primarias, la primera fase de unas elecciones que definirán presidente el 27 de octubre venidero.

Maylín Vidal

La fuente original de este artículo es [Prensa Latina](#)
Derechos de autor © [Maylín Vidal](#), [Prensa Latina](#), 2019

[Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook](#)
[Conviértase en miembro de Globalización](#)

Artículos de: [Maylín Vidal](#)

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca