



Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

BIBLIOTECA OSCAR GARAT

**LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN CONTEXTOS DE CRISIS Y POSVERDAD:
UN ANÁLISIS DE LA COBERTURA MEDIÁTICA
SOBRE EL INICIO DE LA PANDEMIA POR CORONAVIRUS**

Rayén Carolina Guido

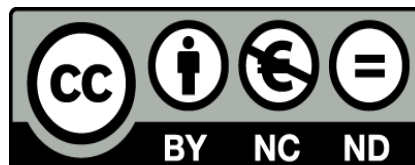
Lara Villarruel Parma

Cita sugerida del Trabajo Final:

Guido, Rayén Carolina; Villarruel Parma, Lara. (2021). " La comunicación política en contextos de crisis y posverdad: Un análisis de la cobertura mediática sobre el inicio de la pandemia por coronavirus". Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inédita). Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional





FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Licenciatura en Comunicación Social

La comunicación política en contextos de crisis y posverdad

Un análisis de la cobertura mediática sobre el inicio de la pandemia por coronavirus

Integrantes:

Rayén Carolina Guido
DNI: 36.737.955

Lara Villarruel Parma
DNI: 37617390

Dirección:

Lic. José Luis Taricco
Legajo UNC: 25699

Co-dirección:

Lic. Manuel Silva
Legajo UNC: 53015





Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Licenciatura en Comunicación Social

Trabajo Final de Grado

*La comunicación política en contextos de crisis y posverdad:
Un análisis de la cobertura mediática sobre el inicio de la pandemia por coronavirus*

*Rayén Carolina Guido
Lara Villarruel Parma
Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación
2021*

Abstract

El siguiente trabajo consiste en una investigación cualitativa acerca de la comunicación política y la cobertura mediática de los principales medios de comunicación del país. Para ello se realizó un análisis en función de la circulación de los discursos emitidos por el presidente de la nación durante los meses de marzo a julio del año 2020 y las notas periodísticas que cubrieron esos discursos y que fueron emitidas en dichos meses.

Esta investigación tiene como principal interés el impacto de la crisis de emergencia sanitaria causada por el coronavirus en la Argentina en la cobertura mediática realizada tanto por los medios hegemónicos como así también medios alternativos en el país. Así mismo se procedió a seleccionar y analizar de los discursos presidenciales emitidos acerca de la pandemia. Para elaborar este trabajo final se tuvo en cuenta un marco teórico que contempló los conceptos de posverdad, pandemia, crisis, digitalidad y construcción de los posibles destinatarios.

La metodología utilizada que se planteó para realizar este estudio fue el análisis del discurso y el análisis documental con el fin de observar cómo circularon en aquel entonces los discursos presidenciales en los medios de comunicación. Para ello se analizaron cuatro discursos presidenciales y luego se seleccionó un total de 19 notas periodísticas correspondiente a los medios hegemónicos del país, 8 notas correspondientes a los medios alternativos y 16 recortes de YouTube de medios televisivos locales que se emitieron en el lapso de los meses anteriormente seleccionados.

Los resultados del análisis permitirán observar las características y huellas en la cobertura mediática correspondientes a la difusión temporal de los discursos seleccionados, como así también las estrategias discursivas empleadas por el enunciador y actualmente presidente de la nación Alberto Fernández.

Palabras claves: comunicación política, crisis, discursos, medios de comunicación, análisis documental, análisis del discurso, periodismo digital.

Agradecimientos

A nuestras familias y compañeros del día a día por confiar en nosotras,

A nuestro director y codirector por su guía,

*A nuestra escuelita por las experiencias como sujetos políticos y permitirnos cuestionar la
realidad,*

A la política como herramienta de transformación social

A la universidad pública por permitirnos estudiar.

Índice

1. Abstract	p. 4
2. Agradecimientos	p. 5
3. Introducción	p. 8
4. Presentación del problema de investigación y fundamentación teórica	p. 10
5. Marco Teórico	p. 11
5.1 El discurso político.....	p.12
5.2 La crisis y la comunicación.....	p.14
5.3 La semiosis social.....	p.18
5.4 Elementos del análisis del discurso: la triple destinación, las entidades y los componentes.....	p.19
5.5 La enunciación y sus gramáticas de lectura.....	p. 21
6. Marco referencial	p. 24
6.1 Lo digital como escenario de la comunicación del S. XXI.....	p. 25
6.2 La construcción de la ciudadanía digital.....	p. 26
6.3 Fake News.....	p. 26
6.4 Posverdad.....	p. 30
6.5 La última década y el futuro de la comunicación política: la hegemonía de las redes sociales.....	p. 31
6.6 El origen de las redes sociales.....	p. 32
6.7 La comunicación hegemónica.....	p. 33
6.8 La comunicación alternativa en la digitalidad, una opción viable a la hegemonía de los medios.....	p. 34
6.9 El contexto político.....	p. 35
7. Abordaje metodológico	p. 40
7.1 Aplicación metodológica.....	p. 41
7.2 El análisis del discurso como metodología de abordaje.....	p.42
7.3 Análisis documental.....	p. 43
8. Desarrollo del estudio	p. 51
8.1 Corpus del material estudiado - Discursos analizados.....	p. 52
8.2 Análisis del discurso 1 del 20 de Marzo del 2020.....	p. 52
8.3 Análisis del discurso 2 del 30 de Marzo del 2020.....	p.55
8.4 Análisis del discurso 3 del 12 de Mayo del 2020.....	p. 57

8.5 Análisis del discurso 4 del 09 de Julio del 2020.....	p. 60
9. Corpus del material estudiado - Discursos mediáticos periodísticos.....	p. 64
9.1 Procesamiento de datos de la cobertura mediática hegemónica.....	p. 64
9.2 Procesamiento de datos de la cobertura del tercer sector.....	p. 66
10. La cobertura mediática sobre los discursos presidenciales.....	p.78
10.1 Análisis de la cobertura mediática realizada por los medios alternativos.....	p.78
10.2 Análisis de los recortes de Youtube propuestos por los principales noticieros locales (de la ciudad de Córdoba)	p. 78
10.3 Análisis de la cobertura mediática realizada por los medios hegemónicos.....	p. 84
10.4 Análisis de la cobertura mediática del tercer sector.....	p. 86
11. Aplicación de herramienta de análisis documental (comparación de variables)...	p.87
12. Análisis en clave de circulación y reconocimiento.....	p. 91
13. Conclusiones.....	p.96
14. Bibliografía.....	p.103
15. Anexos.....	p.114
15.1 Discursos analizados y sus referencias para analizar las categorías presentes.....	p. 115
15.2 Información legislativa completa del DNU N° 260/20.....	p. 136
15.3 Gráficos de los informes de Zuban Córdoba y Asociados utilizados.....	p. 136

Introducción

La comunicación es una actividad esencial del ser humano. Según Watzlawick, Beavin y Jackson (1985) en su *“Teoría de la comunicación humana”*, visualizaron la existencia de cinco grandes principios o axiomas que se toman como verdaderos y se cumplen siempre para una comunicación efectiva. Uno de ellos, plantea que no se puede no comunicar. Es decir, *todo comunica*. Este será el puntapié para intentar explicar e interpretar la comunicación política (y gubernamental) en contexto de crisis. Para ello, entendemos a la comunicación gubernamental como aquella que es empleada por las personas que ocupan cargos en la administración pública. En este caso analizaremos la comunicación por parte del poder ejecutivo. La comunicación gubernamental nos permite establecer un vínculo entre el poder ejecutivo y la sociedad, pretendiendo ser lo más claro posible para así instaurar un contrato social con base en la honestidad. A lo largo de la historia -y sobre todo en momentos de campañas electorales- observamos que el contrato social toma forma y se esclarece ya que se presentan plataformas de propuestas específicas por parte de quienes se postulan. Con el paso del tiempo, dicho contrato va cambiando de forma o más bien se deforma. Esto genera conflictos comunicativos planteando dificultades en la trama de dicho contrato social. Muchos de ellos surgen de la idea de que el estado habla a través de sus representantes con total verdad hacia su pueblo. Lo interesante de pensar la comunicación gubernamental o política es que nos permitirá descubrir cuáles son los detrás de escena ante cada emisión comunicativa. Pensar la comunicación política en clave estratégica es intentar conocer cuáles son los causales de cada una de las emisiones.

Para nuestro análisis se tomará como delimitación temporo espacial el año 2020, puntualmente desde el 20 de Marzo 2020 al 10 Julio 2020 inclusive (lo que duró la etapa de A.S.P.O: Aislamiento social, preventivo y obligatorio) donde el poder ejecutivo emitió una serie de discursos a partir de la contingencia del Covid-19, entendiendo a este período como un contexto particular de crisis sanitaria no sólo nacional, sino mundial.

Para intentar definir el concepto de crisis se debe pensar en diversos escenarios, es decir, se debe pensar la crisis como un puntapié de inicio. Riorda y Bentolilla (2020) señalaron que “desde el Covid-19; crisis es la palabra del siglo (...) toda crisis conmociona; altera o estalla la normalidad y necesita ser gestionada y encauzada para ser menos brutal” (p. 17).

Por lo tanto, se partirá de esta base para pensar cómo el Estado -y en realidad el poder ejecutivo- eligió diversas maneras de gestionar la crisis. Por ejemplo, qué medidas utilizó, cuáles creó, qué ámbitos de la sociedad el estado priorizó y sobre todo cómo le contó a la

sociedad lo que estaba aconteciendo. Es decir, qué comunicó, de qué manera lo hizo y cómo circuló este discurso en la sociedad.

Partiendo del axioma presentado anteriormente, es que creemos que en la comunicación gubernamental nada es azaroso, esto quiere decir que todo tiene un por qué. Nuestro impulso investigativo será entonces buscar cuáles son las causalidades de la comunicación en tiempos de Covid-19 por parte del gobierno y cómo estos discursos circularon en los medios.

La siguiente investigación tiene como tema orientador la “*Comunicación política en contexto de crisis*”. Este trabajo constituye un estudio de tipo explicativo ya que está orientado a conocer los causales de nuestra hipótesis y la relación que existe entre las variables teóricas intervinientes. A través del presente trabajo se intentará explicar cómo fue la circulación discursiva en el marco de Covid-19- Es decir, realizaremos un análisis minucioso de dichos discursos para observar el comportamiento del enunciador, su relación con el o los destinatarios y la aparición de algunos segmentos discursivos en los medios de comunicación. Es por ésto que planteamos como problema el siguiente interrogante: *¿Cómo circulan en los medios de comunicación los discursos presidenciales relacionados al COVID-19 durante los meses de Marzo a Julio del 2020?* Para su mayor comprensión, se expondrán a continuación el objetivo general que acarrea esta investigación y los objetivos específicos.

Objetivo general:

- Observar cómo circulan los discursos sociales presidenciales en los medios tradicionales de comunicación (en sus plataformas digitales).

Objetivos específicos:

- Indagar cuáles fueron las estrategias discursivas utilizadas por parte del Presidente de la Nación en las cadenas nacionales de radio y televisión argentina emitidas durante la etapa de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio.
- Analizar cómo se construye discursivamente la otredad o destinatario durante la etapa de aislamiento social obligatorio.
- Observar cuáles fueron las características de la cobertura mediática en torno a los discursos presidenciales seleccionados durante los meses de Marzo a Julio del 2020 tanto en los medios alternativos como en los hegemónicos.

Marco Teórico

5.1 El discurso político

El siguiente trabajo se realizará en base al análisis de un corpus del material estudiado, constituido por los discursos sociales emitidos por el presidente de la Nación desde el día 20 de Marzo de 2020 hasta el 10 de Julio 2020 inclusive y las notas periodísticas publicadas de forma digital en dicho recorte temporal. En primer lugar, esto constituye una característica particular ya que existen un montón de elementos que intervienen en la producción y por sobre todo en el análisis de estos discursos. Esto quiere decir que se tendrán en cuenta dichas características para intentar abordarlo en su totalidad. Van Dikj y Mendizabal en 1999 se hicieron la siguiente pregunta: *¿Qué es el análisis del discurso político?* Intentando aportar al campo diciendo que cuando hablamos de discurso político debemos tener en cuenta que en la enunciación de dichos discursos intervienen muchos más actores. Es decir que hasta que el discurso sea emitido el mismo pasa por un montón de edición y preparaciones. Por esta razón es que cuando hablamos de análisis del discurso político propiamente dicho, no deberíamos reducir el análisis solamente al aspecto gramatical o semántico, sino sobre todo, teniendo en cuenta al marco contextual en el que estos discursos circulan. Mencionamos anteriormente que el discurso al ser social, adquiere su sentido dentro de la red de significantes, por lo que cuando tratamos con discursos políticos, su sentido también está dado por esta condición.

En tanto todo texto y habla indirectamente tienen consecuencias y condiciones socio-políticas, nuevamente requerimos de un condicional, conjunto arbitrario de criterios para decir qué discurso puede categorizarse como (principalmente) político, cuando tiene un papel funcional directo dentro de un tipo de acción política en el proceso político. (Van Dikj 1999:35)

Lo específico del análisis del discurso político, por lo tanto, debería buscarse en las relaciones entre las estructuras de discurso y las estructuras contextuales políticas. (Van Dikj 1999:37)

Tomaremos de este autor, también, la explicación acerca de cómo los enunciadores mediante el lenguaje construyen roles tanto de manera positiva como negativa. Cuando se refiere a “nosotros”, en términos generales las evaluaciones son positivas, mientras que cuando se habla discursivamente del otro, se realiza en términos negativos. La construcción del

“nosotros” y el “Otro” fueron aspectos a estudiar por diversos teóricos, entre quienes se encuentra Eliseo Verón, cuyas categorías se intentarán analizar. Esta construcción de los roles dentro de la enunciación, varía según una multiplicidad de condiciones. Para descubrir cómo es dicha construcción, se buscarán las marcas o huellas en los discursos que aparecen dentro de los pronombres deícticos, por ejemplo. En términos generales, es difícil encontrar en los discursos sociales marcas que demuestran una visión crítica del nosotros. Cuando esto sucede, dicho discurso político suele generar un efecto sorpresivo en la audiencia. En este sentido, Teun Van Dijk (1999) plantea que la utilización del nosotros en términos positivos tiene implicancias generalmente en alianzas de solidaridad.

Cuando hablamos de análisis de discurso y sobre todo cuando hacemos referencia al discurso como discurso político, se hace imprescindible realizar un análisis previo del contexto en el cual se produce la enunciación. A su vez, se debe poner en relación a las estructuras discursivas con el contexto en el que se da dicho discurso. Atendiendo a que estos discursos, se hayan producido o hayan sido creados en escenarios donde intervienen más de un actor enunciativo. Estos espacios propios de la política producen significaciones y tiñen de sentido la producción del discurso. Para ello, es necesario conocer o cuanto menos indagar cómo funcionan dichos espacios. Un análisis detallado de los discursos en tanto prácticas sociales y políticas, permitirá comprender mejor cuáles son esas estructuras discursivas como así también cómo se organizan y cómo se relacionan entre sí en la trama discursiva, o más bien, en la semiosis social. Bajo la premisa de que “Quien controla el discurso público, por lo menos parcialmente, controla la mente pública, de modo que el análisis de discurso de tal control es a la vez inherentemente un tipo de análisis político” (Van Dijk 1999: 77), se hace imposible no pensar en que detrás de los discursos sociales, existen diversas estrategias de comunicación, según distintos fines. Por otro lado, se hace imprescindible pensar en la utilización del lenguaje en pos de un objetivo u horizonte específico.

En la búsqueda por definir el objeto de estudio de esta investigación, mencionamos anteriormente que el discurso político tiene condiciones particulares y características específicas. Por esto, existen también discursos que no son políticos. Para ello, Eliseo Verón (1987) propone que lo interesante en el análisis de discurso estará en encontrar cuáles son las variaciones de los discursos sociales y políticos. Para ello, será necesario también reconocer al mismo tiempo cuáles son las invariaciones de los discursos para analizar su circulación en los distintos medios. Desde esta dualidad, podremos encontrar las estrategias discursivas que existen o no por detrás de cada discurso. Por esta razón, es importante resaltar también que

cuando intentamos definir cuál es un discurso político y cuál no -ya sea desde la perspectiva de Verón o la de Teun Van Dijk- entendemos que hay discursos particulares que entrarían dentro de la categoría de lo político. Pero para intentar salirnos de la respuesta de sentido común a este dilema, Verón (1987) propone que “conceptuar no es nunca un solo discurso sino un campo discursivo (...) dicho de otra manera, nuestro objetivo no es construir una tipología de discursos sino una tipología de juegos de discursos” De esta manera, el autor propone que, para la definición del objeto de estudio, debemos pensar en un objeto que es amplio y no es definible fácilmente. Es decir, debemos pensar en los discursos políticos como aquellas zonas del discursos que generan juegos discursivos.

Es preciso diferenciar lo esencial del accesorio, lo específico del discurso de lo que no lo es, es decir; los elementos que constituyen el núcleo del juego discursivo político de aquellos que pueden manifestarse en dicho juego pero que parecen a otros discursos. (Verón. 1987: p.2)

En este sentido hay que tener en cuenta que analizar discursos políticos implica que se trabaje en simultáneo en varios niveles, pero a su vez; que se trabaje en diacronía con los discursos sociales. Cuando hablamos de discursos políticos, debemos prestar atención a las funciones de los que intervienen en la enunciación. Es por esto que para cada enunciación, le corresponde uno o más enunciadorees (según el momento y el contexto) y en particular en el discurso político; le corresponden tres tipos de destinatarios, como lo explicamos anteriormente.

5.2 La crisis y la comunicación

Este trabajo se centrará en analizar y ubicar a la comunicación dentro de su marco contextual; es por eso que el contexto espacio temporal elegido define la mirada en la que se analizará la comunicación. La definición de comunicación estará ligada entonces a la noción de crisis y la comunicación de riesgo. Para ello se tomará como referente teórico a Mario Riorda explica que “la palabra *crisis* se hace muy presente cuando aparece un problema y/o un diálogo en torno a ese problema, hay una cultura de crisis. El Covid-19 probablemente se convirtió en la palabra del siglo” (Riorda y Bentolila, 2020, p.17). Debido a nuestro marco situacional o referencial la condición de pandemia declarada según la OMS hizo que la comunicación de los distintos países adquiriera un rol ejemplar. Esta misma circunstancia demostró a su vez las falencias que atraviesa la comunicación; en especial la estatal en

momentos de crisis. Las nociones tanto de crisis como de riesgo y emergencia no son fácilmente definidas. en términos de Riorda:

Las definiciones de los términos *crisis*, *emergencia* y *desastre* provienen de diversos campos, organismos y disciplinas (...). Así, por ejemplo, desde la perspectiva de la Gestión Integral para la reducción de Riesgo de Desastres (GIR), la crisis es una alteración o desequilibrio en el estado emocional de la persona que se ve incapaz de recuperarse y salir de ella con los habituales recursos de afrontamiento. (Riorda y Bentolila, 2020 p.19)

Pensemos entonces ahora, cómo impacta esta noción de crisis en materia de la comunicación y más aún cuáles son sus impactos en las distintas áreas del Estado. Incluso podríamos pensar cómo esto afecta a los líderes políticos en el acto de la enunciación. Cuando hablamos o pensamos en crisis pensamos en aquellos momentos en los que se produce un quiebre en algún aspecto de la vida ya sea individual o social. Se habla de crisis económicas, crisis políticas, crisis institucionales, crisis de legitimidad, etc., La palabra crisis es entendida como un momento o situación que está marcado por una ruptura de algún elemento y provoca sensaciones o efectos inesperados.

A pesar de que se encuentran muchas maneras de entender las crisis, siempre hay constantes. Una crisis implica una reacción, desata actos comunicativos y aparecen situaciones impensables donde lo psicológico juega un rol central. Implica cambio y desequilibrio. Temores. El equilibrio subjetivo y social de la normalidad construida en el tiempo (...) se altera y se rompe. Y sus efectos suelen ser tan devastadores que modifican la realidad y las personas. Los gobiernos, los partidos y los políticos lo saben. Los pueblos también. (Riorda y Bentolila, 2020, p.22)

Tomando las palabras de Mario Riorda (2020) reconocemos que toda crisis también acarrea consecuencias inesperadas tanto social como psicológica y emotivamente. En esta situación de crisis o emergencia sanitaria en la cual se enmarca nuestro trabajo, tendremos en cuenta cómo se realiza la comunicación presidencial y cómo circula este mensaje en diferentes

plataformas digitales de medios tanto tradicionales como alternativos. Teniendo en cuenta que la comunicación en contextos tranquilos, pueden planificarse, organizarse y priorizar algunos temas por sobre otros, se entiende que en estos contextos de crisis no puede realizarse, pero tampoco justificarse. Es decir, el carácter sorpresivo y disruptor de la crisis genera que la comunicación deba adaptarse y muestre más de una vez sus falencias. Por estas razones, es interesante

Entender las primeras reacciones (personales e institucionales) y con ello los primeros actos comunicativos enmarcados en situaciones de sorpresa, inimaginables. Una crisis es una reacción emocional aguda a un poderoso estímulo o demanda. Un estado de agitación caracterizado por tres elementos: el trastocamiento del equilibrio habitual, la perturbación del pensamiento y las emociones; la falla de los mecanismos habituales de afrontamiento y por eso la evidencia de la discapacidad en el individuo o grupo involucrado en la crisis .(Riorda y Bentolila, 2020, p.22)

Utilizar la comunicación institucional o estatal a favor de cada “enunciador” será una tarea ardua y requerirá de mucha estrategia discursiva del enunciador y su equipo. En este marco se intentará observar y señalar las estrategias discursivas de la comunicación presidencial durante la pandemia atendiendo a puntualizar en aquellas que circularon en la digitalidad de los medios. Existen varios ejemplos de comunicaciones en momentos de riesgos, donde una de las características principales es brindar tranquilidad y contención a la sociedad en este marco. Para ello, algunas de las maneras de hacerlo puede ser contando la situación en su totalidad y comentando cuáles son las medidas que se tomarán. Esto genera una reducción de la incertidumbre social y brinda un manto de claridad. El desafío está en que al momento de realizar dichas emisiones comunicativas muchas veces -en el caso de la pandemia producida por el covid 19- no se cuenta con la totalidad de la información disponible para realizar una comunicación asertiva. En nuestro caso, la realidad situacional cambia rápidamente. El escenario que se le planteó al gobierno y al equipo de comunicación fue un doble desafío. Construir una comunicación eficaz, asertiva y al mismo tiempo lidiar con la incertidumbre social que es a su vez mundial. La comunicación en estos momentos y situaciones es más que importante y adquiere un rol significativo.

Se proclama y se entiende que la mejor manera de gestionar las crisis es evitarlas, o bien estar preparado para ellas. Pero si no es sencillo resolver una crisis, aún con varias opciones de respuesta posible, no siempre se está preparado para reaccionar de modo previo ante las crisis. El apremio de una crisis implica muchas veces que las reacciones son tardías con respecto a los acontecimientos que se suceden. Así aparece ‘el factor sorpresa’. (Riorda y Bentolila, 2020 p.27)

Ahora bien, una vez que se reconoce la existencia de la crisis o que se está viviendo en una crisis; la pregunta del millón sería: ¿Qué hacer con ella?

Gestionar una crisis exige la explicación continua del interés en la continuidad. Una crisis genera amenazas, urgencias, e incertidumbre. ¿Pero puede actuar igual un gobierno, una empresa multinacional, una empresa familiar, un grupo de amigos o una persona en una crisis familiar? Ciertamente, no. (Riorda y Bentolila, 2020; p.22)

Para analizar la comunicación en este marco, es importante primero visualizar qué esfera o estrato de la sociedad se responsabiliza de la comunicación. En nuestro trabajo se estudiará la comunicación presidencial, por lo que la característica de lo político en torno a la comunicación, en nuestro trabajo será esencial para entenderla.

Son muchos los autores que han acentuado la importancia de lo sorpresivo por sobre lo planificado. Por eso se repite la importancia de pensar en baterías de capacidades y habilidades para que la exposición a la improvisación no sea la única condición de actuación. Capacidades, habilidades, actitudes y parámetros necesitan ser cultivados. (Riorda y Bentolila, 2020, p. 27)

5.3 La semiosis social

El siguiente trabajo triangulará los conceptos de comunicación política según Teun Van Dijk (1999), comunicación gubernamental según Mario Riorda (2020) y el análisis del discurso según Eliseo Verón (1987).

El análisis discurso nos permite indagar e interpretar las estrategias comunicativas y la construcción de sentido que realiza el enunciatario en el propio acto de la enunciación. Una de las nociones fundamentales de la teoría de los discursos sociales es el concepto de *semiosis social*.

Eliseo Verón define a la *semiosis social* como la dimensión significativa de los fenómenos sociales y explica que el estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido. En su teoría remarca dos distinciones o hipótesis sobre la teoría de los discursos sociales: por un lado, que toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar eficazmente un proceso significativo sin tener en cuenta sus condiciones sociales productivas. Y por el otro lado, todo fenómeno social es (en una de sus dimensiones constitutivas) un proceso de producción de sentido, cualquiera fuere el nivel de análisis.

El autor también afirma que es en esta semiosis donde se construye la realidad de lo social. Todas las formas de organización social o de relaciones sociales, según el autor, tienen una dimensión significativa. De este modo la *semiosis social* es una red significativa infinita. Esta red se desenvuelve en el espacio-tiempo de las materias significantes. Por lo tanto se puede decir que al analizar un discurso, se pueden reconocer momentos en los que estos se ven conectados con discursos pasados y luego se podrá reconocer parte de los mismos en discursos futuros. Es importante destacar que estos discursos no pueden ser analizados fuera de la *semiosis social* ya que es la misma red la que le propicia sentido a los discursos.

Sobre el análisis del discurso, lo analizable no se encuentra ni adentro ni afuera del texto. Se encuentra en el sistema de relaciones de las condiciones de producción y en sus efectos. Según el autor, es importante identificar el conjunto discursivo sobre el cual se hará el análisis, pero en lo que consta a la semiosis se puede encontrar tanto en las condiciones de producción como en los objetos, donde ambos poseen sentido. Debemos tener en cuenta que en la *semiosis social* existen reglas en las condiciones de generación como así también en su

lectura. Ambas reglas están cargadas de sentido, es decir que el sentido se construye a partir de su generación y su recepción. Esto demuestra que el sentido no está dado, no viene dado por sí, sino que se crea a medida que el discurso se genera y/o se pone en circulación. Cuando hablamos de la producción, estas reglas se denominan gramáticas mientras que si hablamos de recepción se denominan gramáticas de reconocimiento. Para realizar el análisis del discurso se extraerá una parte de la red significativa en búsqueda de aquellas marcas y huellas de los discursos sociales. Hablamos de marcas cuando la relación que existe entre las condiciones de producción y su significante es clara, mientras que cuando esa relación no es fácil de desentramar, se denominan huellas. Lo analizable de los discursos radica en encontrar dichas marcas para poder desandar su origen y sobre todo su sentido. Sentido que no puede ser objetivo ni subjetivo sino que resulta de una relación compleja entre la producción y la recepción. Esta relación puede ser efectivamente descubierta por los observadores que analizan el discurso, en este caso, nosotras.

5.4 Elementos del análisis de discurso: la triple destinación, las entidades y los componentes

Otro de los conceptos importantes dentro de la teoría de los discursos sociales se refiere al de los destinatarios. Para ello, Eliseo Verón realizó una teorización sobre cómo puede ser construido el destinatario. Planteando que, de acuerdo al nivel de correspondencia que exista entre la postura ideológica del enunciador y el destinatario, se clasifican en tres tipos. Uno de ellos es el *prodestinatario* (aquel que tiene completa correspondencia o acuerda con la visión del enunciador, es decir el otro positivo que adhiere a mi creencia. Generalmente este destinatario se encuentra bajo la forma específica de una característica denominada colectivo de identificación que se representa en un nosotros inclusivo), el *contradestinataro* (aquel que se encuentra en las antípodas del enunciador, es ese otro negativo que refuta lo que dice el enunciador. Adquiere su identidad tanto por diferencia como por oposición) y el *paradestinataro* (aquellos destinatarios indecisos que se encuentran persuadidos por el enunciador). El autor afirma que el discurso político es, entonces, un discurso social que refuerza las creencias del *prodestinatario*, polemiza con el *contradestinataro* y persuade solo en lo que concierne al *paradestinataro*. En este sentido, las tres funciones son igual de relevantes en la economía del discurso y generan estrategias discursivas distintas.

Cuando hablamos del acto de enunciación, reconocemos distintos niveles de acción en el análisis. Para ello, nos basaremos en las identidades y componentes que propone Eliseo Verón (1987) para analizarlas.

El primero de ellos es el *colectivo de identificación* del nosotros inclusivo; que a su vez es un colectivo que puede ser dividido. En segundo lugar se encuentran las entidades o colectivos que no funcionan como identificación, sino que más bien, se ubican en posición de recepción. Estas entidades son más abarcativas que los colectivos de identificación y son colectivos asociados al paradestinatario denominados *colectivos más amplios* (ej: ciudadanía). En tercer lugar, se encuentran los *metacolectivos singulares* que no admiten cuantificación ni fragmentación. Estas entidades son de extrema importancia ya que fundan la identidad de los enunciadores (por ejemplo: país, república, etc).

Existen también *formas nominalizadoras* que se encargan de poseer un valor metafórico y son expresiones con autonomía semántica (por ejemplo: la participación, la otra política). Por último se encuentran las *formas nominales* que poseen valor explicativo y son operadoras de interpretación.

Como se mencionó anteriormente, este trabajo estipula como conceptos claves los de *comunicación política, comunicación gubernamental y discursos sociales*. Para intentar acercar una aproximación o definición sobre la *comunicación política*, tomaremos la teoría de Teun Van Dijk (1999) para desandar este concepto; junto con el de *discurso político*, intenta desarmar el término y explicar qué diferencias existen entre los conceptos de *discurso* y *discurso político* y cómo eso implica un abordaje distinto. Por lo que tomaremos del autor dichas categorías. Cuando se habla de *comunicación política*; los primeros estudios de investigaciones existentes, hacen referencia a los estudios sobre la televisión, la relación -y utilización- de dicho medio por parte de los actores políticos y sus consecuentes efectos en la sociedad. En lo que refiere al estudio de esta área, se puede decir que tiene sus comienzos en Francia, en la década del '70, donde se marca el desarrollo de la *comunicación política*. En un primer momento todo lo referido a la *comunicación política* era entendido desde la lógica unidireccional, la lógica del target o bien conocido hoy como la lógica del marketing. Claro está que, hoy en día, la acepción de política para hablar de comunicación es mucho más amplia que antes cuando la sola asociación de estos dos términos hacían referencia únicamente a la publicidad (y su lógica del discurso como producto).

5.5 La enunciación y sus gramáticas de lectura

Verón (1987) plantea que la *enunciación* corresponde a un nivel de análisis del funcionamiento discursivo es decir que, la enunciación debe analizarse como un proceso. Aquí radica su complejidad tanto analítica como interpretativa. En este sentido y según el autor, cuando se habla de la sucesión de los enunciados, se hace referencia al *acto de enunciación*. Siguiendo con esta línea de teorización, el enunciador, es entendido como aquel que emite el discurso pero a su vez como quien permite el anclaje de las operaciones discursivas.

Cuando nuestra intención está puesta en analizar o interpretar discursos políticos debemos saber que tendremos que trabajar en varios niveles al mismo tiempo. Estos son por un lado, el nivel de las *identidades* y por el otro, el de los *componentes*. En cuanto al último concepto, existen cuatro: el componente descriptivo, el programático, el didáctico y el interrelativo. Todos estos componentes son considerados como zonas discursivas. En cuanto al *componente descriptivo* es aquel donde predominan los verbos en presente indicativo, donde “el enunciador político ejercita la constatación en este componente” (Verón 1987: p. 20).

El *componente didáctico* es aquel donde el enunciador político “enuncia un principio general, no describe una coyuntura específica sino que formula una verdad universal.” (Verón 1987: p 21). Mientras tanto, el *componente prescriptivo* hace referencia al orden del deber ser, aquello que se refiere a lo políticamente correcto.

Por último, el *componente programático* es aquel donde el enunciador político se encarga de prometer, anunciar y se compromete con sus destinatarios. Este componente se encuentra caracterizado por verbos en infinitivo y por el predominio del futuro como tiempo verbal.

Todos estos niveles de análisis se ponen en juego al momento de extraer un discurso social de la red significativa para ser analizado en el modelo de Verón. Cada una de sus partes pertenece a una de estas categorías de análisis. Al mismo tiempo, la relación que tiene el enunciador con estas categorías al ser infinita, es lo que denominaremos de ahora en más como *estrategias discursivas*.

Cuando hablamos de discursos sociales y teoría de la discursividad, indudablemente pensamos en el análisis de discursos producidos en la sociedad. Para poder analizar o interpretar dichos discursos, en este sentido, Eliseo Verón (1987) plantea que existen diversas *reglas o gramáticas* para poder comprender esta producción de sentido. En este punto, se

hace referencia a la posición del analista y cuál es el vínculo que puede establecer con el discurso en sí mismo. Para ello, es importante aclarar que Verón no plantea las gramáticas haciendo referencia a los actores de la enunciación, sino al observador. Luego de aclarar este punto, podemos decir que estas reglas o gramáticas que propone el autor, se diferencian de acuerdo a dónde se decida focalizar en el análisis. Esto quiere decir que, si la idea es analizar cuáles son los efectos en la sociedad que producen uno o un conjunto de discursos; estaremos hablando de *gramáticas de reconocimiento*. Estas gramáticas están constituidas por *condiciones de reconocimiento*. Es decir que la intención del enunciador al emitir tal discurso, se replica en el reconocimiento.

Por otro lado, cuando la prioridad está puesta en conocer cuáles son las causas o los discursos predecesores al discurso (o conjunto de discursos) a analizar, se estará haciendo referencia a las *gramáticas de reconocimiento*. Las mismas están compuestas por *condiciones de reconocimiento*. Cuando hablamos de condiciones, entendemos que los discursos sociales -ya sean políticos o no- tienen su generación de sentido al encontrarse dentro de la red de significante. Estos discursos “conversan” o “dialogan” con otros discursos que ya existen en la red de la semiosis social. Es por esta razón que el análisis de dichos discursos no es más que la extracción de una zona discursiva de la red para su análisis. En base a esto, la decisión de los analistas está en elegir cuál es el tipo de análisis que se quiere hacer, entendiendo también que los discursos (o discursos objeto) están marcados tanto por condiciones de producción como de reconocimiento. A su vez, estos discursos al momento de su lectura se realizan en las gramáticas de producción y reconocimiento. Tanto las condiciones de producción como de reconocimiento se relacionan mediante la circulación de estos discursos.

En el intento de definir cada una de las condiciones, diríamos que las *condiciones de producción* son aquellas restricciones que dan cuenta de la generación de un discurso; es decir, son los discursos anteriores al que analizaremos. Mientras que las *condiciones de reconocimiento* hacen referencia a las formas en que el discurso objeto que estamos analizando es leído o escuchado.

Dada esta caracterización, podemos explicitar que los discursos sociales circulan dentro de la red significante, adquiriendo sentido en tanto y en cuanto se estudie la relación existente con otros. Esto quiere decir que no podremos analizar uno o más discursos aisladamente. Este desfase que existe entre las condiciones de producción y las de reconocimiento es lo que se conoce como *circulación* y se produce porque los discursos son creados en un contexto

histórico y social determinado al momento al que son emitidos y poseen otro marco referencial muy distinto (o similar) al momento de ser reconocidos por el resto de la sociedad.

Marco referencial

La pandemia declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) a causa de la enfermedad del coronavirus (COVID-19, por su acrónimo en inglés) cambió la escena política y social tal como la conocíamos. Mediante el dictado del Decreto de Necesidad y Urgencia N° 260/20¹ en Marzo del 2020, el estado argentino tomó la determinación de ampliar por el plazo de un año la voluntad política de proteger la salud pública del país en el transcurso de la emergencia sanitaria según lo establece la Ley de Solidaridad y Reactivación Productiva N° 27.541 de la Constitución Nacional.

En este contexto, la pandemia puso de manifiesto en todo el mundo, las profundas desigualdades sociales y económicas planteadas por la propia lógica del capitalismo. Especialistas en el tema destacan la particular situación de latinoamérica, región que, según el país del que se trate, ya se encontraba inmersa en una situación de crisis política y socioeconómica. En Argentina, el cambio de gobierno nacional elegido para su asunción el tradicional 10 de Diciembre, no sólo implicó la readecuación de políticas públicas pre-establecidas, la creación de nuevas medidas o un cambio total de gabinete, sino que también este inicio de gestión del nuevo gobierno se vió profundamente atravesada por los riesgos sanitarios que tuvo el COVID-19 no sólo en el país, sino en el mundo.

En este marco, y en relación a nuestro campo de estudio, nos propusimos analizar cuáles fueron las estrategias discursivas que utilizó el electo Presidente Alberto Fernandez durante las cadenas nacionales de radio y televisión argentina emitidas desde la disposición del decreto presidencial correspondiente al 19 de Marzo del 2020 hasta Julio del mismo año, en relación a la emergencia sanitaria, para luego, indagar y observar cómo circularon estos discursos presidenciales en el área mediática de los medios de comunicación elegidos.

6.1 Lo digital como escenario de la comunicación del S. XXI

Teniendo en cuenta la creciente digitalización de los medios de comunicación, junto con el cambio en el consumo de las audiencias; consideramos que estas características son fundamentales al momento de analizar cualquier emisión-ya sea audiovisual o gráficas- en especial, aquellas que son emisiones políticas. Para ello tomaremos en cuenta los últimos estudios realizados por Omar Rincón (2021) donde se habla acerca del paso de la Cultura a la Coolture. En este sentido, utilizaremos los siguientes aspectos y conceptos claves: la digitalización y la coolture. De esta manera, se establece que la cancha o más bien el escenario donde se juega el rol o papel de la comunicación es la coolture.

¹ Véase Anexos

Es por esto que para tener en cuenta estas nuevas características donde se da la comunicación mediadas por lo digital, analizaremos además de los discursos sociales seleccionados y emitidos por el presidente por cadena nacional, su cobertura mediática. Teniendo como horizonte vislumbrar qué características tiene esta cobertura mediática; y a su vez como es la circulación de los discursos sociales antes mencionados.

6.2 La construcción de la ciudadanía digital

La comunicación y su relación con los massmedia fue cambiando a lo largo de los años. Pasamos de creer en los medios como palabra absoluta a buscar alternativas de comunicación. Con ayuda del mercado y la globalización; las comunicaciones y los vínculos comunicativos sufrieron diversos cambios. De la misma manera sucede con los públicos o consumidores de dichos medios informativos. Para comprender nuestra realidad actual, debemos analizarla teniendo en cuenta la digitalidad o el escenario digital que nos ofrece el mundo en el siglo 21.

Luego del boom de la televisión en los años posteriores a la segunda guerra mundial; la lógica de los medios cambia y deja de ser entendida como una herramienta de entretenimiento social para comenzar a forjar sus pasos en el control de la sociedad. Para ello, los medios jugaron un papel importantísimo.

Ahora bien, ¿Qué sucede con los públicos en este momento? Eran tipificados como aquellos sujetos que acudían a los medios en primer lugar para entretenerse y luego para informarse. En paralelo surgió la publicidad política de guerra (con los panfletos) y junto a ella las primeras informaciones falsas (o lo que luego se denominará Fake News). Esto consistía en construir y producir información falsa para luego hacerla circular.

6.3 Fake news

Con la popularidad de internet y el fácil acceso a la misma, junto con la aparición de redes sociales se generó un lugar o espacio/escenario donde los ciudadanos y los públicos comenzaron a conocer lógicas nuevas de comunicación. La inmediatez, la espontaneidad y la gran diversidad de contenidos hicieron que la sociedad creara nuevas maneras de comunicarse. Junto con esto, la comunicación política no logró quedarse fuera de dicho escenario. Debió adaptar sus formas tradicionales a estas nuevas maneras; generando marcos nuevos de referencia y por supuesto estrategias distintas. Además, la comunicación política debió aceptar este escenario como regla de juego. Esto hizo que los equipos de comunicación

política pensarán estrategias emergentes para crear campañas políticas y a su vez para acercarse al candidato a la gente. Es bajo esta concepción que se comienza a utilizar la tendencia del marketing político; bajo el horizonte de vender un producto: en este caso un candidato. Desde el marketing político se recomienda que por ejemplo: a través de tweets, se cite textualmente sólo aquellos fragmentos del discurso que, a criterio del equipo de comunicación, son los más importantes destacar en comunicación directa con la sociedad de la totalidad del discurso. El objetivo de comunicar sólo un fragmento es que la misma publicación tenga la posibilidad de interactuar con los seguidores, en nuestro caso, destinatarios y la posibilidad de linkear o redireccionar al destinatario a una nota completa sobre el discurso o al enlace de de youtube del mismo. La idea de elegir sólo ciertos fragmentos de la totalidad del discurso por parte del equipo, obedece a una lógica jerárquica de la selección de la información que busca generar discusiones políticas y sociales, la posibilidad de ser tendencia en la red, es decir, aquello de lo que se está hablando en el país. Esto es solo un aspecto de una de las redes sociales existentes (quizás la más utilizada en el mundo de la política junto con Facebook)

La digitalidad como escenario demuestra una doble situación. En primer lugar, constituye una nueva manera de comunicar y los aspectos que están en juego adquieren características distintas, nuevas. Según Omar Rincón: la digitalidad es el escenario de la comunicación. Es decir, es la cancha en la que debe jugar la comunicación. De esta manera, la cultura del siglo 21 se basa en lo estético. Para afirmar esto, Omar Rincón (2020) realiza un recorrido histórico donde demuestra que la cultura fue cambiando a lo largo de los años y con ello cambió también las nociones estéticas y las prioridades. Así mientras en la modernidad lo prioritario fue el pensamiento crítico, en el siglo 20 lo que predomina es lo estético. Esto se debe a que se encuentra en auge la cultura pop y el cine hollywoodense. Allí se privilegian conceptos de deseo y se muestran qué es lo deseable. En los 90 aparece el www. y en el 2008 el iPhone. Eso genera una mutación cultural. El celular inteligente o smartphones sumada a las plataformas digitales que ya existían en los 90 hicieron que se generarán nuevas maneras de habitarlas y navegar las. El dato y el algoritmo pasan a ser un conjunto fundamental de la cultura. Esto produce un mapa nuevo, donde lo más importante es la narrativa y lo estético. Donde los conceptos y razones pasan a segundo plano. El entretenimiento es la forma cultural del siglo 21 y todo es una puesta en escena.

Con la comunicación y la política sucede lo mismo. Al existir nuevas maneras o espacios para habitarla y donde el dato y metadato pasa a ser la métrica y lo medible; la política (y con

ello los candidatos o actores principales) comienzan a jugar un papel fundamental. Podemos observar uno de los ejemplos más claro de ello en la candidatura de Donald Trump. De todas maneras, como mencionamos anteriormente, este nuevo mapa cultural propone también la aparición de las fake news. Con esto se pone en evidencia que el auge y el crecimiento de plataformas, redes y foros, no estuvo a la par de la educación digital para los ciudadanos con lo cual se producen nuevas estrategias de desinformación (que pone en jacque el lugar y la veracidad del periodismo). Uno de los conceptos importantes que mencionan Romero Rodriguez y Rogel (2019) en “La comunicación en el escenario digital” es el de analfanautas.

El 'analfanauta' es una persona que tiene plenas herramientas y capacidades de acceso e interacción con las TIC, pero que carece de la capacidad crítica y de la competencia mediática suficiente para el correcto filtrado de los contenidos que consume, crea y comparte. (Rodriguez Romero y Rogel, 2019 p. 388)

Es decir que los analfanautas son aquellas personas que tienen habilidades de acceso y navegación en internet pero que carecen con las capacidades de una infodieta.² Cuando hablamos de este concepto debemos remitirnos al concepto de infodemia. Entendemos a la misma como aquella cantidad excesiva de información a la que estamos expuestos los y las ciudadanas debido -justamente- al contexto de la digitalidad y las redes sociales. Es cierto que las redes proponen una nueva manera de comunicar (cualquier tema) pero por otro lado generan un exceso de información y su circulación es continua. Además las redes sociales cambiaron la manera de comunicar. “La autocomunicación sacudió las fundaciones de la estructura del poder de los medios tradicionales. Ahora cada uno escoge en las redes sociales qué leer y qué no leer”.(Arrosa Soares, 2021, p.8)

Incluso algunas personalidades surgen en las redes sociales como una voz autorizada y con gran cantidad de seguidores (lo que se conoce como influencer) pero carecen de la habilidad o la competencia lingüística-digital de poder seleccionar y organizar la información dentro de la marea digital. Como es lógico, todo lo anterior crea sujetos incapaces de analizar completamente un contenido, llegando incluso a ser tendientes a compartir información que no han leído, que no han analizado e incluso, dos informaciones que son contradictorias entre

² Infodieta: término que hace referencia a una regulación de la información consumida. Relacionado con la acepción de infodemia explicado en páginas anteriores

sí en un mismo post o tuit, solo porque las unidades informativas –o de pseudo–contenidos– son prediseñadas para atraer la atención del lector, como un anzuelo en un mar plagado de pescadores. Un círculo vicioso perfecto para la manipulación y el control social. (Rodríguez y Romero 2019, p.389)

Esto favorece la aparición (y la efectividad) de las Fake News. Esta categoría es una característica específica de la digitalidad. Cuando hablamos de Fake News, hablamos de aquellas “unidades informativas que presentan, intencionalmente, contenidos que inducen a error. Existen diversas tipologías de fake news sobre su intencionalidad de engañar (por ejemplo, noticias satíricas y de humor), pero independientemente de estas, las fake news intentan ser un método de manipulación de la realidad social como constructo.” (Romero Rodríguez y Rogel, 2019, p.391) Las fake News contribuyen a la desinformación. En este escenario muchos consumidores pasan a ser prosumidores. Esto quiere decir que cualquiera puede comenzar a generar o crear contenido desde su propia red social. Este contenido puede ser recreativo, social o incluso político. Y allí es donde se genera el conflicto.

Cuando pensamos en la comunicación política dentro de este escenario, debemos concientizar que algunos círculos o equipos comunicativos generan estrategias específicas para estos productos.

Si bien nuestro trabajo final no se centrará en el estudio de las Fake News producidas o en circulación, nos parece importante mencionarlas porque son de las características más específicas de este nuevo escenario y este contexto en el cual estudiamos la comunicación política. Es decir, no hay digitalidad posible sin Fake News. En el año 2016, el diccionario de Oxford incorporó al término posverdad

Como la ‘distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencia con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales’. El término se refiere a las circunstancias en las que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que las apelaciones a la emoción, a las creencias y los valores personales. (Arrosa Soares, 2021, p.12)

Este momento social o época se refiere a la actualidad, donde la palabra científica comienza a tener descreimiento y se deslegitima. Es decir, hay una crisis en el mundo teórico o racional donde la ciudadanía (en parte también gracias a las redes sociales) deja de informarse por los medios tradicionales y lo hace mediante las redes. Junto a esto, prioriza la información emocional y no la crítica. Esto hace que las fake News tengan éxito.

Nos parece importante rescatar las palabras de Susana Arrosa Soares (2021) donde menciona el fenómeno de las Fake News. La autora plantea la noción de guerras híbridas para explicar que en el siglo 21, donde este tipo de guerra no entra en la habitual distinción entre guerras convencionales (entre estados) y asimétricas (un ejército contra una guerrilla). Ella se refiere a la presencia de soldados con y sin uniforme, paramilitares, tácticas terroristas, ciberdefensa, narco conexiones, insurgencia urbana y fusiles AK-47. “Es una combinación de medios e instrumentos, de lo previsible y lo imprevisible. No hay fronteras entre lo legal y lo ilegal, entre la violencia y la no violencia. No hay una distinción real entre guerra y paz.” (Ballesteros 2014, citado en Arrosa Soares 2021 , p.4)

Ambos autores en su publicación denominada “Las guerras híbridas en el siglo 21” (2021) hacen referencia a que gracias al auge de las redes sociales (Facebook en 2004, Twitter en 2006 y whatsapp en 2009) dieron lugar a que la puja del poder pase ahora también por estos sectores cibernéticos. No alcanza sólo con tener una buena campaña electoral o tener un actor social que sea “candidateable”, la comunicación política debe pensar también contenido y estrategias exclusivas para el ciberespacio y además debe dar respuesta a las estrategias de desinformación cibernéticas.

Como mencionamos anteriormente, si bien no corresponde a nuestro objetivo analizar las *fake news*, nos parece interesante al momento de pensar en la circulación de los discursos sociales, tener en cuenta lo mencionado acerca de la desinformación en el contexto de posverdad.

6.4 Posverdad

Para el filósofo y profesor argentino Dario Sztajnszrajber (2020) el término posverdad ha adquirido más popularidad desde el año 2017 en nuestro país y dice:

Tal vez ha sido la palabra más mencionada y con mayor circulación en el mundo de los medios. Tanto que obviamente uno desconfía. No sólo la posverdad como problema en sí

mismo, sino también en su aplicación a cualquier cosa: la posverdad en la política, en el fútbol, en el amor. (Dario Sztajnszrajber, 2019, p.201)

En este sentido el autor propone que el término posverdad pone en disputa las acepciones de veracidad y falsedad diciendo que hoy se encuentra fuertemente atravesada por el fenómeno mediático y el fenómeno político, no como algo separado. Para Sztajnszrajber este término “nos permite entender cómo lo mediático y lo político ya no son esferas independientes” sino que “son parte de un mismo dispositivo, una misma forma de ordenamiento de la realidad social. Del mismo modo que después de estudiar filosofía nadie puede separar el saber del poder como si fueran dos esferas separadas”. (Darío Sztajnszrajber, 2019, p. 206).

Es decir que, según el autor, no entran en contacto sino que todo poder necesita ejercerse haciéndose pasar como si fuese la forma natural en la que se desenvuelven los acontecimientos. Por lo tanto, necesita su legitimidad en el saber, ya que sin esa legitimidad no tendría eficacia. En este sentido Sztajnszrajber (2019) dice que todo poder se normaliza o se naturaliza desde el saber; y al mismo tiempo, todo saber es, antes que nada, una forma de imposición de un tipo de sentido. Todo saber supone una cuestión de poder: eso es diferente a pensarlos por separados, pensar a uno como asistente del otro.

6.5 La última década y el futuro de la comunicación política: la hegemonía de las redes sociales

El auge de las redes sociales durante la última década que tienen una especial relevancia para la política y los gobiernos. El desplazamiento de las preferencias del público de los medios de comunicación tradicionales a las fuentes digitales ha cambiado la forma de seguir la política y el tipo de información a la que se accede. Actualmente, son muchos los ciudadanos que se informan a través de sus canales en las redes sociales, a esto hay que añadir que la aparición del llamado *Twitterverso* político (*referido a todas las herramientas, canales y personas que giran alrededor de Twitter. Estos elementos permiten complementar y potenciar la comunicación de los usuarios en Twitter a través del streaming, geoubicación, investigación, entre otros*) ha cambiado de manera radical la forma que tienen los políticos, los ciudadanos y la prensa de transmitir la información, incluyendo mensajes de gran importancia para el país. El *Twitterverso* se compone tanto de usuarios de plataformas de microblogueo como de aquellos que acceden a sus contenidos cuando se diseminan por otros medios, como los canales de información de 24 horas. En la era Trump, Twitter y otras redes sociales han potenciado la proliferación de desinformación, información falsa, «datos alternativos» y

«noticias falsas». Lo primordial es que la presidencia de Trump ha dado paso a una época «regida por el tuit», en la que los políticos hacen declaraciones importantes y realizan tareas de gobierno a través de Twitter. Por último, la expansión de los «desiertos informativos» (lugares de donde han desaparecido los medios de información local) ha puesto en peligro la capacidad de los medios institucionales para poner coto a la información falsa que propagan las redes sociales, fuentes sectarias y *bots* que difunden propaganda manipulada por medios informáticos.

6.6 El origen de las redes sociales

La época actual de comunicación en red se inició con la invención de la llamada World Wide Web en 1991 y con el desarrollo de blogs, listas de distribución y del correo electrónico en los que se basaban las comunidades virtuales. El primer medio social, Six Degrees, se creó en 1997 y desapareció en 2000 por falta de usuarios. A finales de la década de 1990 y comienzos de la de 2000 también surgieron portales especializados para grupos identitarios, como Asian Avenue, o para círculos de amigos, entre ellos Friendster y MySpace; para facilitar los contactos profesionales, como LinkedIn, y para partidarios de determinadas políticas públicas, como MoveOn. La aparición de la Web 2.0 a mediados de la década de 2000, con su énfasis en las plataformas participativas, los usuarios y la colaboración entre ellos, coincidió con el desarrollo de redes sociales longevas como Facebook (2004) y YouTube (2005) (Van Dijck, 2013; Edosomwan *et al.*, 2011), que se han convertido en elementos fundamentales para las campañas y las organizaciones políticas, y también para el gobierno.

Cuando se creó Twitter, en 2006, se concibió como un portal de microblogueo en el que grupos de amigos pudieran enviarse mensajes breves y en tiempo real (tuits) sobre lo que ocurría en su vida, como si fueran SMS. Los usuarios también podrían colgar fotos, GIF y vídeos cortos. Al principio, Twitter impuso un límite de 140 caracteres a los tuits, el mismo que imponían las empresas de telefonía móvil a los SMS. En 2017, el límite se extendió a 280 caracteres, cuando la plataforma estaba en pleno apogeo y las restricciones de los proveedores de servicios inalámbricos al volumen de los contenidos ya no tenían sentido. Era fácil sortear el límite de caracteres enviando múltiples tuits seguidos, algo que hacía con frecuencia Donald Trump. Los usuarios de Twitter no tardaron en intentar ampliar la funcionalidad de la plataforma utilizando el símbolo @ antes del nombre de un usuario para identificarlo e incluyendo *#hashtags* (etiquetas) para marcar los contenidos, con lo que se facilitaba el seguimiento de temas e ideas. Aunque en Twitter resulta difícil conocer el

número real de seguidores, ya que hay muchas cuentas inactivas o controladas por *bots*, se calcula que en 2018 había en todo el mundo 335 millones de usuarios mensuales activos (Statista, 2018). Pese a todo, Twitter tardó doce años en generar beneficios, y lo logró cuando puso más atención en la venta de anuncios (Tsukayama, 2018).

6.7 La comunicación hegemónica

Según Seco (2018) los medios de comunicación al ser los principales productores de sentidos en nuestra sociedad, el sentido común que generan se reproduce día a día en nuestra sociedad. Sin embargo según el autor, el contexto de digitalidad en el que se desarrolla la labor periodística los medios alternativos surgen como una herramienta “para contrarrestar esto y darle su mirada a lo que sucede en el país”. (Seco J.B. 2018, p.123)

Desde el surgimiento de los medios de comunicación, algunos intelectuales llegaron a considerarlos como “los actores más importantes en la creación de sentidos en la sociedad moderna” (Seco J.B. 2018, p.123). Esta tarea de la que anteriormente, únicamente se ocupaban instituciones como la Iglesia, el Estado y la familia se basa en crear imaginarios en las sociedades que se instituyen de tal forma hasta llegar a ser parte del “sentido común” de la población. De acuerdo con Seco (2018) cuando se habla de sentido común, se habla de aquellas supuestas “verdades” que se establecen en la sociedad como cuestiones naturalmente dadas y que por años nadie las ha discutido ni cuestionado como algo impuesto del orden del “deber ser”. Sin embargo para Seco (2018), esta “verdad” es momentánea porque está sujeta a constantes cambios como resultados de luchas que se gestan en determinados contextos socio-históricos. Sin embargo, para el autor se tiene que tener en cuenta que los medios hegemónicos reproducen sentidos acorde a sus intereses y no es por la aceptación de la otredad, es decir, de todo aquello que no represente los cánones que fueron establecidos (2018).

En Argentina y en Latinoamérica, los medios de comunicación hegemónicos son manejados por empresarios que buscan beneficios exclusivamente económicos. Según Seco (2018) a través de la reproducción de los sentidos creados en Estados Unidos y Europa, se busca la manipulación de las masas en pos de enemistarlas con aquellos partidos políticos y organizaciones sociales que buscan el bienestar de la mayoría. En Argentina, una de las grandes corporaciones multi mediáticas conocida como Grupo Clarín ha sido cómplice de la última dictadura cívico-eclesiástica-militar en el país, obteniendo de manera ilegítima y por medio de amenazas el 49% de las acciones de la empresa Papel Prensa en 1976, la única

empresa productora de este insumo en el país (hasta el día de hoy) y de ocultar al resto del mundo los delitos de lesa humanidad que estaban sucediendo en esa época. Fue por esta razón que comenzaron a surgir nuevos medios alternativos por parte de las organizaciones políticas de ese momento, para intentar comunicarle a la población lo que ocurría en Argentina. El más importante de todos fue ANCLA (Agencia de Noticias Clandestinas en Latinoamérica) creada en 1974 por la organización peronista “Montoneros” e ideada por el periodista Rodolfo Walsh. Es decir, estas organizaciones fueron las principales responsables del surgimiento de los medios alternativos en nuestro país.

6.8 La comunicación alternativa³ en la digitalidad, una opción viable a la hegemonía de los medios

Según Seco (2018) la “otra comunicación” o comunicación alternativa surge como una herramienta contestataria que busca disputar el poder de la información a la comunicación hegemónica, y que se destaca por el simple hecho de no existir un sólo medio que le haga frente, sino a más de uno que formen a su vez un sistema comunicacional de poder disidente. Apoyándose en la idea del comunicador social venezolano Antonio Pasquali, Seco (2018) sostiene que la comunicación no puede ser lineal, es decir, de un emisor a un receptor, sino que debe ser “algo de ida y vuelta, donde ambos actores comparten su conocimiento entendiendo el contexto en el que viven” (Seco J.B. 2018, p.125). El autor critica la idea de que el periodismo debe ser objetivo, argumentando que el labor conocido como periodismo independiente se autodenomina “objetivo” porque habla de cosas que ya están internalizadas en la sociedad de tal manera que ya forman parte del “sentido común” de esta, es decir, un sentido construido por un discurso totalmente legitimado y patrocinado por los sectores más privilegiados y hegemónicos del poder económico y político.

Según Seco (2018) la comunicación alternativa en Argentina ha sufrido grandes cambios en su composición y desarrollo a partir de dos hechos puntuales: por un lado, con la sanción en el año 2009 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522⁴ y por el otro con la llegada de la Alianza Cambiemos al poder en 2015, quién a sólo días más tarde de asumir su presidencia, el ex- presidente Mauricio Macri, a través de un Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU), eliminó y cambió algunos de los puntos principales de la Ley.

³ <https://latinta.com.ar/2020/08/mapa-medios-digitales-2020/>

⁴ Información legislativa ampliada:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

Sin embargo, luego de la derogación de este DNU y con el avance inusitado y masivo de las redes sociales “los medios alternativos encontraron en el surgimiento de la era digital una herramienta clave para poder aparecer, desarrollarse y llegarle a las masas” (Seco J.B. 2018, p.126). Actualmente este desarrollo de la “otra comunicación” potenciada a través de plataformas digitales como Twitter, Facebook, Instagram, Twitch, Tik Tok o Youtube, buscan llegarle a un público masivo desde otro lado que no sean los clásicos formatos correspondientes a los medios tradicionales (tv abierta, radio analógica y diarios físicos) intentando crear un nuevo espacio para devolver a la escena de los medios de comunicación la pluralidad de voces.

6.9 El contexto político

Si hablamos de comunicación política es importante pensar en cómo las estrategias discursivas y la enunciación política tiene respuestas de diversa índole en la ciudadanía. Para ello en este trabajo se hará un breve recorrido por el contexto político del cual se extrajeron los discursos presidenciales.

El presidente Alberto Fernández quién asumió el día 10 de diciembre del 2019 debió a pocos días, afrontar una situación contextual de crisis tanto en lo nacional como en el plano mundial. De allí nuestra surge la curiosidad por analizar las estrategias comunicativas empleadas. Ante esta situación de crisis, desde el gobierno se dictaron una serie de medidas (que nos tocó experimentar como sociedad) siendo la más shockeante el aislamiento restrictivo y el encierro obligatorio.

En este marco contextual político, la decisión de implementar una cuarentena estricta en los primeros días del año (y a poco de haber asumido como presidente y como gobierno el Frente de Todos) pareció inminente y se debió tener en cuenta un montón de aspectos no sólo sanitarios sino también sociales y económicos. Esta implementación supuso un reordenamiento de las prioridades tanto gubernamentales como sociales.

De este modo, luego de haber dictado el aislamiento social obligatorio por casi cuatro meses (esto se puede ver en los *Discursos 1 y 2*), el gobierno debió pensar estrategias políticas para sostener la cuarentena y el acatamiento social hacía dicha medida. Algunas de las disposiciones gubernamentales fueron la emisión de una partida económica (Ingreso Familiar de Emergencia: IFE) para ayudar a quienes sus ingresos económicos se vieran mayormente afectados por la medida sanitaria (entre quienes se encontraban los y las monotributistas, trabajadores del sector informal, de casas particulares y desempleados). Otra de las medidas

fue la emisión de una asistencia económica para ayuda a aquellas empresas o instituciones que se vieran fuertemente perjudicados por el encierro obligatorio a tal punto de no poder cumplir con sus responsabilidades como empleadores. Esta medida se tradujo en la emisión de un crédito hacia dichas instituciones (denominado Asistencia de emergencia al Trabajo y la producción: ATP) con el mismo horizonte del IFE: brindar ayuda económica al sector trabajador.

Estas acciones políticas actuaron como asistencia por parte del Estado hacia quienes fueron los más damnificados como consecuencia del encierro por la pandemia de COVID-19. De esta manera, se observó que a medida que los meses transcurrieron y la cuarentena se siguió prolongando como medida primordial, el gobierno debió pensar en nuevas disposiciones asistenciales. Con el correr del tiempo, en la ciudadanía surgió un debate del cual los medios de comunicación se hicieron eco. El mismo ponderaba o cuestionaba las prioridades estatales al momento de dictar nuevas medidas. Ejemplo de esto fue la dicotomía existente entre salud y economía. Como la cuarentena como medida sanitaria se extendió durante varios meses, el gobierno sufrió modificaciones en función de su propia imagen (tanto positiva como negativa). Algunos estudios realizados por distintas consultoras políticas demostraron cuál fue el porcentaje de aprobación que tuvo el gobierno durante sus primeros días de gestión y cómo esta variable mutó durante la pandemia. De esta forma, según Synopsis⁵ hacia finales del 2019 (cuando asume) Alberto Fernández tenía un 42% de imagen positiva y un 35,7% de negativa manteniéndose así hasta los inicios de la pandemia. Hacia marzo del año 2020 Fernández demostró un liderazgo fuerte en la conducción de la crisis generando confianza y consolidándose en la ciudadanía como presidente. La consultora Analogías⁶ demostró también mediante un informe que la imagen positiva del presidente era apoyada mayoritariamente por la ciudadanía al momento de implementar la primera extensión de la cuarentena con el 72% de apoyo. Otro estudio realizado por una consultora política llamada Aresco y Poliarquía⁷ indica a que en las primeras semanas de la cuarentena el mandatario presidencial contaba con un 80% de imagen positiva. Este valor fue cayendo a lo largo de los meses a medida que se tomaban sanciones políticas que tuvieron que ver con otros temas en paralelo a la cuarentena (por ejemplo el plan de expropiación de la fábrica Vicentín, una línea de acción en función de la situación de Venezuela, la coparticipación, la reforma judicial,

⁵ “La imagen de Alberto Fernández, una señal de alarma para el Gobierno: cuánto bajó” - Iprofesional - 23/08/2021

<https://www.iprofesional.com/politica/346076-la-imagen-de-alberto-fernandez-senal-de-alarma-para-el-gobierno>

⁶ Estudio de Opinión Pública Nacional - Marzo 2020 - Analogías Consultora

https://drive.google.com/file/d/1B59bPn2wHsacLGzIF_HrbnpZUUhyAbco/view

⁷ “El sube y baja de la imagen de Alberto Fernández en su primer año de gestión” - La Nación - 10/12/2020

etc). Según la encuesta realizada por la consulta se observa que el momento de mayor apoyo ciudadano y social fue en el mes de abril llegando casi al ochenta por ciento (momento en el cual Alberto mostraba el llamado gabinete federal y la unión entre los partidos como estrategia tanto de gobierno como discursiva).

Otra de las consultoras políticas que han manejado estos mismos números ha sido la Zuban - Córdoba & Asociados⁸ de gran prestigio nacional y regional. Esta consultora cordobesa ha realizado sondeos sobre el coronavirus durante todos los meses del 2020. A continuación, se eligieron aquellos informes que corresponden con la línea temporal en la que se enmarca el siguiente trabajo: desde marzo del 2020 a julio inclusive del mismo año.

Según el informe⁹ realizado por la consultora, en marzo del 2020, es decir, al comienzo de la pandemia, el 40,1% de los internautas entendían que la información que brinda el gobierno Alberto Fernández en relación al coronavirus no era suficiente o era muy insuficiente frente al 57,8% que consideraba lo contrario. Por otro lado, cuando se les preguntó a los encuestados *¿Cómo calificaría la actitud del gobierno nacional respecto de la prevención para evitar el coronavirus?* el 58,9% indicó que fue adecuada o poco adecuada, frente al 38,6% que la ha considerado adecuada o para nada adecuada.

Para el mismo mes de marzo, la consultora publicó una segunda parte del informe¹⁰ anterior donde se explicita que los internautas argentinos aprueban total o parcialmente en un 97% la gestión del presidente Alberto Fernández respecto a la pandemia del COVID-19. Siguiendo con las ideas que a nivel mundial se discutían en ese período sobre si priorizar el funcionamiento de la economía o la salud de la población, los encuestados fueron contundentes al respaldar y apoyar la medida del gobierno de priorizar la salud por sobre la economía en un 93,7% del total. A pesar de que el 50% de los internautas argentinos ha considerado que la cuarentena les ha afectado mucho su situación económica, sólo el 11,2% les ha parecido muy o bastante insuficientes las medidas económicas tomadas por el presidente, mientras que el 86,2% lo han considerado muy o algo suficientes.

Ahora bien, se observa que estas variables cambian a medida que avanzan los meses de aislamiento social preventivo y obligatorio como medida sanitaria en todo el país. Según el

⁸ Página web de la consultora <https://zubancordoba.com/>

⁹ Informe coronavirus Argentina - Parte I- Marzo 2020 - Véase en Anexos <https://zubancordoba.com/portfolio/nacional-marzo-2020-coronavirus/>

¹⁰ Informe coronavirus Argentina - Parte II- Marzo 2020 - Véase en Anexos <https://zubancordoba.com/portfolio/nacional-marzo-2020-coronavirus/>

siguiente informe¹¹ publicado en abril del 2020 por Zuban - Córdoba los resultados de opinión pública demuestran que del total de los internautas argentinos encuestados, el 88,6% aprueban total o parcialmente la gestión de Alberto Fernández, es decir, su imagen cayó un 8,4% respecto al mes anterior, aunque es importante destacar que el 56% del total estaba muy de acuerdo con que el presidente Fernández les transmitía confianza. En este mismo informe, los internautas argentinos y argentinas de esa porción encuestada en ese mes aprobaron totalmente la idea de la extensión de la cuarentena hasta el 26 de abril próximo en un 77,4% y siguieron apoyando la decisión del gobierno de priorizar la salud pública por sobre la economía en un 84,2% dato que, si bien bajó un 9,5% respecto del mes de marzo, seguía siendo amplio el margen de diferencia con quienes pensaban lo contrario.

Si se analiza el cuarto informe¹² sobre coronavirus en Argentina publicados por la consultora Zuban Córdoba correspondientes al mes de mayo se puede observar que a diferencia de los informes anteriores, este le dedica un apartado especial a la gestión e imagen presidencial de Fernández. El apartado menciona que quienes aprobaban total o parcialmente la gestión del gobierno nacional en ese momento había sido en un 82,1% es decir, si bien su apoyo seguía siendo mayoritario en el país iba en caída en un 6,5% menos respecto del mes anterior. En esta línea, la imagen del presidente de la nación era considerada positiva en un 77,7% del total de los encuestados, mientras que el 18,7% la percibía como negativa. Para este mes, la idea de una nueva extensión de la cuarentena se seguía apoyando ampliamente contra los que no en un 79% y la decisión de priorizar las medidas sanitarias por sobre la economía del país también seguía siendo fuertemente apoyada con un 73,4%, aunque este dato haya disminuido en un 10,8% respecto del mes anterior.

A tres meses del inicio de la pandemia, otro informe nacional¹³ publicado por la misma consultora para el mes de junio del 2020 a la misma población arrojaba que el 70,8% aprobaba al gobierno nacional es decir, un 11,3% menos respecto a mayo. Asimismo, la imagen del presidente para este mes si bien disminuyó en un 6,9% respecto del mes anterior, seguía siendo mayoritariamente positiva en un 70,8% respecto del 26,6% del total de los encuestados que pensaban lo contrario.

¹¹ Informe Opinión Pública- Abril 2020 - Véase en Anexos

<https://zubancordoba.com/portfolio/informe-nacional-abril-2020/>

¹² Coronavirus en Argentina - Parte IV - Mayo 2020 - Véase en Anexos

<https://zubancordoba.com/portfolio/informe-nacional-mayo-2020/>

¹³ Informe nacional - Junio 2020 - Véase en Anexos

<https://zubancordoba.com/portfolio/informe-nacional-junio-2020/>

Luego de cuatro meses de A.S.P O. dispuesto por el presidente de la nación (y como último mes que se tuvo en cuenta en el recorte temporal de esta investigación) también se contempló un informe especial¹⁴ especial realizado por la consultora política cordobesa realizado durante el mes de julio del 2020. En la misma se observa que el 64,5% del total aprueba su gestión aprueba al gobierno nacional es decir, un 6,3% menos respecto al mes anterior y un 32,5% respecto al inicio de la cuarentena social obligatoria, que, para ese entonces, continuaba como medida primordial. En consecuencia, fueron similares los datos obtenidos por la consultora en relación a la imagen del presidente, quién continuaba teniendo para ese entonces una alta valoración positiva (63,3%) pero que coincide en que siguió disminuyendo en comparación, también, al inicio de la medida de aislamiento. Cabe mencionar que, a pesar de este descenso en su nivel de imagen, la mayoría de los encuestados dijo que apoya al presidente en un 58,8%. Lo interesante de este informe especial es que tiene un apartado en el que analizan particularmente a los medios de comunicación, el consumo y la circulación de la información en todo el territorio argentino. De esta manera, los datos arrojaron que para ese entonces el 48% de los consultados se informan cada vez más a través de internet y redes sociales, siendo este el principal medio de consulta y un dato clave para nuestra investigación que analiza cómo han circulado los discursos seleccionados en las plataformas digitales de los medios.

Por último, en relación a la opinión pública en este contexto político, según Riorda y Bentolila (2020) los períodos de crisis al ocupar la mayor parte de la agenda mediática, se multiplican las lecturas sociales. Es decir, las crisis tornan fenómenos populares donde todos tienen capacidad de opinión de manera espontánea. En este sentido, es importante recalcar que no siempre la opinión pública es un parámetro para evaluar los conocimientos o actitudes totales de una nación en su totalidad, pero sin dudas aportan un dato sustancial a la hora de analizar las estrategias empleadas por el gobierno para generar consenso en aquel entonces.

¹⁴ Informe especial - Julio 2020 - Véase en Anexos
<https://zubancordoba.com/portfolio/informe-nacional-julio-2020/>

Abordaje metodológico

7.1 Aplicación metodológica

El siguiente trabajo consta de dos etapas, una primera instancia centrada en recuperar las estrategias discursivas presidenciales de sus propios discursos y una segunda instancia que implicó relevar huellas de esa estrategia discursiva en las características de la cobertura mediática abordada.

En esta primera etapa se analizarán los discursos en base a los discursos públicos emitidos por el Presidente Alberto Fernández en cadena nacional porque el acceso a esta fuente principal es completamente posible según nuestros recursos. Teniendo en cuenta que, si bien las transmisiones fueron en vivo y directo para todo el país, se pueden consultar más de una vez de manera escrita mediante el boletín informativo nacional o vía audiovisual desde la plataforma de youtube del mismísimo canal del presidente. Este fácil acceso a la fuente nos permite analizar de cerca al objeto de estudio. Por ende, consideramos que no encontramos límites para llevar a cabo el estudio propuesto.

De acuerdo al alcance de esta investigación científica, se considera que el siguiente trabajo corresponde a un estudio *exploratorio y descriptivo*. *Exploratorio* debido a que el tema seleccionado ha sido poco estudiado o siquiera se ha abordado con anterioridad, ya que se trata de una situación que aún transcurre en la actualidad. Y *descriptiva* porque se pretende identificar y especificar cuáles fueron las estrategias discursivas que utilizó el gobierno.

Por lo tanto, se considera que esta investigación constituye un estudio de tipo *exploratorio y descriptivo* porque está orientado a conocer las causales de las hipótesis previamente planteadas y la relación que existe entre las dimensiones intervinientes. Para ello, este estudio se basará en el análisis interpretativo de las condiciones generadoras de la situación actual de los discursos elegidos y su posterior circulación en los medios de comunicación.

En este sentido, intentaremos explicar cuáles fueron las estrategias discursivas llevadas a cabo desde el poder ejecutivo para crear, implementar y administrar la cuarentena como medida pública válida durante el año 2020.

Según María Avendaño en “*Elementos de metodología y prácticas locales*” el diseño de investigación social “es la concepción de una cierta disposición y enlace de las acciones y/o elementos que comprende cada proceso particular de investigación” (p. 40) y que permite responder concretamente, y de la manera más conveniente, a las preguntas de investigación o a las hipótesis formuladas. En esta línea, el siguiente trabajo corresponde a una investigación

cualitativa de tipo interpretativa. Es decir, se propone poner énfasis en “explorar el fenómeno en estudio, describirlo e interpretarlo, con el propósito de generar perspectivas teóricas” (Avendaño, 2006, p.46).

La técnica que se utilizará para la recolección de datos cualitativos será el análisis documental junto con el análisis del discurso. Para ello se analizarán cuatro discursos dictados por el Presidente de la Nación por medio de cadena nacional, como así también, se pondrá en comparación la cobertura mediática digital hegemónica de la alternativa sobre esos mismos discursos. Para ello, se analizarán noticias gráficas de los principales¹⁵ diarios del país (Infobae, La Nación, Clarín, Página/12, La Nueva Mañana y La Voz del Interior), recortes de youtube correspondiente a los noticieros locales (es decir canal 8, 10 y 12) y notas publicadas por medios alternativos nacionales (La Tinta, Anfibia, Cosecha Roja, Chequeado, El Resaltador), todos extraídos y analizados desde su correspondiente plataforma digital.

7.2. El análisis el discurso como metodología de abordaje

El análisis del discurso es una perspectiva teórica y metodológica que, según palabras de Teun A. Van Dijk, (1999) estudia la conversación y el texto en contexto. Es decir, estudia el discurso como un suceso de comunicación, o una interacción verbal, junto con los elementos que lo circundan, ya sea aquellos propios del acto comunicativo en sí, o los relacionados con sus condiciones de producción y recepción.

Para llevar a cabo esta técnica, el corpus estará comprendido por una serie de discursos presidenciales emitidos durante el período 20 de Marzo del 2020 al 10 de Julio del mismo año en el marco de la más estricta emergencia sanitaria.

Se tomó en cuenta esta metodología porque según Verón (1987) los discursos son considerados como aquellos fragmentos de sentidos que se encuentran en un entramado social. Para ello, en términos veronianos, para pensar a los discursos como discursos sociales, se debe hacer énfasis en cuáles fueron las condiciones de producción de los mismos. Esto, según Verón, dará cuenta de cuáles son los aspectos de los discursos que adquieren sentido debido a otros discursos que interactúan en él o bien son precedidos a este discurso. Es decir, se parte del concepto de que todo discurso es social debido a que lo produce la sociedad (o algunos actores de la sociedad) y que a su vez adquiere sentido cuando están en circulación social o más bien en el entramado/semiosis social.

¹⁵Los principales diarios del país según la plataforma Comscore en relación al consumo digital por parte de los internautas encuestados.

Los discursos que se tomarán para su análisis son aquellos cuatro seleccionados que si bien fueron transmitidos en un formato audiovisual, en la actualidad, se encuentran también disponibles los textos transcritos en los portales de información pública del Estado. Para la realización de la presente investigación se trabajó con el formato gráfico de los discursos los cuales fueron extraídos de las fuentes públicas oficiales del gobierno, particularmente de la página web de la Casa Rosada¹⁶, en su apartado “Información> Discursos”.

Al tener la premisa que durante todo el año 2020 se emitieron una gran cantidad de cadenas nacionales, se seleccionaron sólo cuatro en total para su análisis individual y luego se los comparará entre ellos para buscar cuáles son las estrategias utilizadas de dichos enunciados. Una vez realizado este primer momento de análisis, se continuará con la búsqueda exhaustiva de aquellos rasgos característicos de cada discurso reflejados en los medios de comunicación seleccionados con el fin de indagar sobre cómo circulan estos discursos en algunos de los medios hegemónicos y alternativos del país.

El análisis del discurso de la prensa se justifica en la medida en que todo discurso elaborado por la prensa en contextos de conflicto social suele significar mucho más de lo que literalmente pueda decir y, además, todo discurso es una forma de acción que define el orden social que se establece a través de la práctica discursiva institucional (Ibáñez, J., citado en Mayorga A. y Valdebenito L. 2018, p. 181)

7.3 Análisis documental

Al trabajar con un corpus de notas mediáticas nuestra unidad de análisis está compuesta por dos factores: por un lado los discursos presidenciales y por otro el corpus mediático (ambos entendidos como discursos sociales), porque el énfasis está puesto en establecer cuál es la relación que existe entre la intención del discurso emitido y la interpretación mediática. De esta forma se decidió utilizar en una segunda etapa como estrategia metodológica el *análisis documental* periodístico que recoja los resultados concretos (con diferencias o similitudes) entre la cobertura de medios hegemónicos de los alternativos en relación a los discursos elegidos pronunciados por Alberto durante la primera y segunda etapa de la cuarentena por coronavirus. De esta manera, con el propósito de adentrarse un tanto más en las cuestiones de

¹⁶ Página web de la Casa Rosada - Sección Discursos <https://www.casariosada.gob.ar/informacion/discursos>

la prensa y sus construcciones sociales de la realidad se utilizará la técnica de análisis documental propuesta por Peña Vera y Pirela Morillo (2010), basada en el análisis crítico y complejo del discurso propuesto por Teun A. van Dijk. En este sentido, según los autores (2010) en el análisis documental se encuentran involucrados tres componentes: documento – sujeto – procesos, los cuales son afectados mutuamente y generan un entramado de relaciones en las que intervienen las características y particularidades de cada uno de ellos. De esta imbricación, según el autor, proviene, en parte, su complejidad ya que resultó ser un proceso plural que envuelve una serie de aspectos y elementos propios de otras disciplinas y ciencias; pero que, irreductiblemente a su vez, “explica parte de las actividades y subprocesos activados cada vez que se ejercen los roles de analista y usuario de una información contenida en cualquier documento.” (Peña Vera y Pirela Morillo, 2010: p. 2).

Si bien para Peña Vera y Pirela Morillo (2010) análisis documental es una metodología compleja, hace hincapié en el valor que esta tiene en la actualidad debido a la avalancha informativa a la que se asiste en el presente tiempo, donde el uso masivo de las tecnologías de información y comunicación (TIC) han hecho posible el establecimiento de redes para el intercambio de información otorgando nuevas posibilidades de procesamiento en las unidades y servicios de información, “aliviando gran parte del peso que representa manejar grandes volúmenes de documentos” (Peña Vera y Pirela Morillo, 2010: p. 3). Sin embargo para los autores los procesos del tratamiento documental al que se someten las diversas fuentes y recursos de información siguen dependiendo de la capacidad y método aplicado por los analistas de información. De esta forma, se puede inferir que detrás de cada discurso contenido en alguna fuente documental subyace una información que amerita, para ser descubierta, de la capacidad intelectual y perspicacia de quien analiza la información. En este caso, alumnas de comunicación/futuras comunicadoras.

En el análisis crítico de Teun Van Dijk del que parte el análisis documental estudiado por estos autores, se utiliza la noción de macroestructura para referirse a cada vez que se procesa información en cualquier ámbito donde se busca obtener un tema o idea general del texto, episodio o situación completa. De esta manera Peña Vera y Pirela Morillo (2010) consideran que la idea de macroestructuras son esenciales en cualquier modelo cognoscitivo en el que se produzcan o comprendan discursos es decir, en todas las actividades del pensamiento humano. En este sentido, “el individuo trata de reducir y organizar las grandes cantidades de información que percibe por sus sentidos, esto lo hace con el propósito de generar constructos

globales coherentes bien sea de objetos, relaciones, hechos u otros, mediante los cuales pueda manejar la realidad con la cual interactúa” (Peña Vera y Pirela Morillo, 2010: p. 12)

Uno de los aspectos claves del análisis documental es que es un proceso “cuya importancia se incrementa en la medida en que los volúmenes de información crecen” (Peña Vera y Pirela Morillo, 2010: p. 24). Este tipo de análisis contribuye a acortar la distancia entre las fuentes de información cada vez más abundantes y la limitada capacidad humana para aprovechar y comprender esos contenidos. Según los autores, el avance en el análisis “se evidencia en el enriquecimiento de sus técnicas y métodos, además del progresivo acercamiento a la dimensión psicológica de los emisores y receptores de la información” (Peña Vera y Pirela Morillo, 2010: p. 24). Por lo tanto, el análisis documental se funda entonces, como facilitador del crecimiento intelectual de los individuos en tanto que contribuye a la satisfacción de sus necesidades cognitivas, es decir, “ asume una perspectiva inter y transdisciplinaria con el fin de enriquecer su fundamentación teórica y metodológica” (Peña Vera y Pirela Morillo, 2010: p. 24). Según Peña Vera y Pirela Morillo, para llevar a cabo esta técnica se debe considerar tanto el texto expresado en los documentos como las circunstancias e intenciones de creación de los mismos (abordado en la primera etapa, en el análisis de los discursos del presidente Fernández).

En esta investigación se busca hacer énfasis en el tratamiento mediático porque, como se menciona anteriormente, los medios de comunicación son considerados como “los responsables de configurar una diversidad de mundos posibles” (Farré et al., 2004, 2002, 1996, citado en Mayorga, A. y Valdebenito L. 2018, p. 177). De esta forma, en situaciones de conflicto social como lo es en este caso la pandemia por COVID-19 los medios

Tienen la capacidad de configurar las experiencias de las audiencias, lo que inevitablemente marca un quiebre en la frontera de las percepciones que el individuo tiene a partir de sus contactos cotidianos e inmediatos para dar paso a una nueva realidad mediatizada por un medio de comunicación tradicional o digital. (Curran et al., 2002, 1998, 2014, citado en Mayorga, A. y Valdebenito L. 2018, p. 177)

Es decir los medios de comunicación son los responsables de la construcción de tantos imaginarios sociales, como mundos posibles y posicionamientos en torno a diferentes temas

sociales pueden existir. De este modo, en un contexto de conflicto (o conflictividad) social, los medios adquieren un rol aún más importante. Lo que en ellos aparezca jamás será azaroso y trae consecuencias produciendo efectos tanto en el discurso como en la sociedad.

En esta línea e intentando responder a nuestra pregunta orientadora central sobre: “¿*Cómo circulan los discursos presidenciales en los medios de comunicación?*” seleccionamos un determinado corpus periodístico para establecer la muestra de análisis. Con lo cual el camino metodológico a seguir constó primero de la selección de cuatro discursos presidenciales correspondiente a la delimitación temporal del 20 de Marzo al 10 de Julio del año 2020, junto con la selección de las plataformas digitales de algunos diarios del país. Luego se procedió a realizar el análisis discursivo de los discursos presidenciales, después el correspondiente a las notas periodísticas y la observación y análisis de los recortes de youtube de los principales noticieros de la ciudad de Córdoba. Después de la observación y presentación de dichos datos, se realizó el análisis propio en circulación buscando diferencias o huellas en los discursos que se correspondiera.

Los medios de comunicación social juegan un rol fundamental tanto en los procesos de configuración de las mentalidades en la producción de los discursos que conducen a los imaginarios sociales y en los procesos de construcción social de la realidad , como, además, en la producción de universos simbólicos, de consensos sociales, de legitimación de sedimentos ideológicos, de establecimiento de la agenda y de determinación de las tendencias en la opinión pública (Baczko et al., 2005, 2008, 2015, 2001, 2013, 1984, 1981, 1998, 2006, 2000, 1995, citado en Mayorga A. y Valdebenito L. 2018, p. 179).

Para Brownie Sartori et al., (2011) los discursos que por tanto interesan a este trabajo son aquellos potenciados, en términos de construcción social de la realidad, por los propios medios de comunicación. Con esto, los autores entienden que la noción de discurso debe comprenderse de manera amplia, compleja, diversa, mixta y heterogénea donde su relación y repercusión en los medios permita visibilizar y espectacularizar la realidad teniendo en cuenta que los massmedia y las redes sociales son las herramientas predilectas de las sociedades modernas para reproducir la ideología del consenso y del poder. Según Brownie Sartori et al.,

(2011) los medios masivos de comunicación construyen estructuras interpretativas que anuncian qué, cómo y cuándo se debe comprender la realidad.

A partir de esta metodología el corpus periodístico fue recortado bajo los siguientes criterios de selección:

1. Todos los diarios nacionales hegemónicos seleccionados son considerados como los más importantes del 2020 según la plataforma Comscore^{17 18} en relación al consumo digital por parte del internauta (se seleccionó siete medios en total donde cuatro de ellos corresponden al mismo grupo hegemónico: Clarín).
2. Todos los medios seleccionados a nivel local, junto con los noticieros elegidos, corresponden a los canales de televisión y portales más consumidos de la ciudad de Córdoba.
3. Todos los medios elegidos poseen una versión digital (tanto los diarios como los noticieros fueron seleccionados para poder trabajar desde esta plataforma y no desde su versión tradicional ya que tomamos como escenario de comunicación la digitalidad)
4. Todos los medios de comunicación alternativos corresponden a nuestro país, siendo dos de ellos quienes cubren noticias a nivel nacional y otros dos a nivel local.
5. Los medios alternativos que cubren noticias a nivel local, son cooperativas de trabajo constituidas por egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba

En cuanto a la muestra de nuestro corpus constó de un total de 19 notas periodísticas de medios hegemónicos y 8 notas periodísticas de medios alternativos. Se seleccionó como muestra también 16 recortes de Youtube que refieren a los noticieros de Córdoba. Dentro de los cuales (3) son de Telefé Córdoba, (6) de Canal 10 y (7) de Canal 12.

Para todo el corpus mediático se tuvieron en cuenta los criterios de selección explicados a continuación:

¹⁷ “Ranking de sitios digitales: infobae cerró el 2020 como el más leído y la nación se acercó a clarín” - Totalmedios - 29/01/2021

<https://www.totalmedios.com/nota/44366/ranking-de-sitios-digitales-infobae-cerro-el-2020-como-el-mas-leido-y-la-nacion-se-acercó-a-clarin>

¹⁸ “Mapa de medios digitales 2020” - La tinta - 27/08/2020

<https://latinta.com.ar/2020/08/mapa-medios-digitales-2020/>

Tabla N°1: Criterios de selección del corpus mediático

Criterio	Explicación del criterio
<i>Tipo de discurso</i>	Todo discurso de prensa correspondiente tanto a notas periodísticas como a crónicas que haga referencia a los discursos presidenciales.
<i>Condición o característica del discurso</i>	Todo discurso mediático del país en condición de digitalidad (es decir, que pueda extraerse de plataformas digitales)
<i>Temporalidad</i>	Todo discurso mediático emitido o publicado entre el 20 de Marzo del 2020 y el 10 de Julio del 2020 que hagan referencia a la pandemia por Coronavirus.
<i>Tópico o temática central</i>	Todo discurso mediático que haga referencia a la pandemia por coronavirus, sus consecuencias en la ciudadanía y se refiera a los discursos presidenciales seleccionados anteriormente.
<i>Tipo de medio de comunicación</i>	<p>Todo discurso mediático correspondiente a los siguientes medios hegemónicos (Diario Infobae, La Nación, Página 12, Diario Clarín, La Nueva mañana y La voz del Interior) que haga referencia a la pandemia por Coronavirus y los discursos presidenciales.</p> <p>Todo artículo mediático publicado en los siguientes medios alternativos (La Tinta, Cosecha Roja, Chequeado, El resaltador) que hagan referencia a los discursos presidenciales seleccionados previamente.</p>

Para el análisis correspondiente a los discursos presidenciales seleccionados, se tuvo en cuenta las siguientes dimensiones y categorías:

Tabla N°2: Dimensiones a tener en cuenta al momento del análisis.

Dimensiones y categorías	Descripción de cada categoría
<i>Enunciador en primera persona del singular</i>	Hace referencia al sujeto de la enunciación en primera persona del singular.
<i>Enunciador en tercera persona del singular</i>	Hace referencia al sujeto de la enunciación pero despersonalizado, en tercera persona.
<i>Deícticos</i>	Son palabras que aluden o señalan a un sujeto, objeto, tiempo o lugar. son palabras que por sí solas carecen de sentido, sólo adquieren significados según el contexto en el que se producen.
<i>Paradestinario</i>	Esta categoría identifica a aquel destinatario que el enunciador pretende convencer.
<i>Prodestinatario</i>	Identifica a aquel destinatario que ya está convencido del discurso. Es decir, el positivo al discurso
<i>Contra destinatario</i>	Identifica a aquel destinatario que se encuentra en contra del discurso pronunciado, es decir, es el negativo.
<i>Colectivo de identificación</i>	Esta categoría pertenece a la relación que posee el enunciador con el prodestinatario o contra destinatario según sea el caso
<i>Colectivo de identificación inclusivo</i>	De incluirse en el colectivo de identificación se trata de una categoría denominada nosotros inclusivo.
<i>Colectivo de identificación inclusivo restringido</i>	De incluirse en el colectivo de identificación: Estado.

<i>Colectivo de identificación exclusivo</i>	De excluirse o fragmentar el pronombre en el discurso, se trata de la categoría de nosotros exclusivo, donde existe un ellos y un nosotros claramente diferenciado.
<i>Colectivos más amplios</i>	Esta categoría está asociada al paradesinatario, corresponde a colectivos de pertenencia que se pueden enumerar y fragmentar. (por ejemplo: argentinos, algunos trabajadores)
<i>Metacolectivos singulares</i>	En esta categoría no se identifica una fragmentación (Por ejemplo: el pueblo, la nación).
<i>Formas nominalizadas</i>	Sintetiza la postura a través de recurrentes frases o slogans definidos. (Por ejemplo: hagamos un cambio, la patria grande, el pueblo de los trabajadores).
<i>Formas nominales</i>	Generan gran comprensión inmediata por parte de los prodestinatarios. (Por ejemplo: 2001, tiempos difíciles, imperialismo, los 90, el 76, el golpe, guerra sucia)
<i>Componente descriptivo</i>	En esta categoría se identifica la evaluación de la situación. Está dirigido a colectivos de identificación, amplios o meta colectivos singulares. Generalmente evoca un balance. El destinatario preferencial para este tipo de enunciación es el para destinatario.
<i>Componente programático</i>	Este aspecto de la enunciación tiene el objetivo de prometer, anunciar. Se refiere al futuro, utiliza verbos en infinitivo.
<i>Componente educativo o didáctico</i>	Esta categoría pretende explicar algo que no sabe o no tiene muy claro el destinatario.
<i>Componente prescriptivo</i>	Este aspecto se refiere al deber ser, a la regla orientada al paradesinatario y al prodestinatario.

Desarrollo del estudio

8.1 Corpus del material estudiado - Los discursos analizados

El corpus elegido para su análisis corresponde a cuatro discursos seleccionados dentro de todos los discursos presidenciales emitidos. Esta selección corresponde a la importancia del momento o fecha en el que se emitieron. Correspondiendo de esta manera al discurso de inicio del aislamiento, su discurso consecutivo dónde se hace referencia al primer periodo de extensión de la cuarentena. El tercer discurso corresponde al 12 de mayo dónde nos pareció evidente su contenido debido a la relación con los destinatarios y el último discurso que corresponde a la fecha patria del 9 de julio. Con estos cuatro discursos englobamos el periodo de tiempo delimitado previamente para realizar el análisis. Fruto de la observación y ubicación de las distintas categorías de análisis propuestas por Verón surge las siguientes interpretaciones de cada uno de los discursos de manera individual.

8.2 Análisis del discurso 1¹⁹: 20 de Marzo - “Inicio del aislamiento social obligatorio”

El discurso elegido para su análisis detallado se corresponde a la emisión en cadena nacional el día 20 de marzo donde el presidente de la nación Argentina anuncia por primera vez la creación del sistema de A.S.P.O (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio) en todo el territorio argentino. Elegimos esta emisión como unidad de análisis ya que la consideramos relevante debido a que es la primera medida de carácter nacional que toma el entonces encargado del Estado. Por otro lado, este discurso se ubica días posteriores a la declaración de la pandemia por parte de la OMS (Organización mundial de la salud) convirtiéndolo en el primer discurso oficial realizado en nuestro país por parte del Presidente.

Luego de analizar detalladamente el discurso, pudimos observar la presencia de la triple destinación creada por Eliseo Veron. En este caso observamos que los destinatarios se corresponden de la siguiente manera: El paradestinatario es aquel a quien se debe persuadir discursivamente (ubicado con color amarillo en nuestro caso). Observamos que este destinatario está caracterizado por ser aquella porción de la ciudadanía que aún está en duda acerca de las medidas emitidas por el gobierno. Es decir, el paradestinatario se presenta con las siguientes frases:

- “Nadie puede moverse de su residencia, todos tienen que quedarse en sus casas.”
- “Todas las personas deberán permanecer en sus casas”

¹⁹ Véase la transcripción del discurso completo en Anexos

- “Hay un sector de la economía que hasta aquí no hemos atendido adecuadamente, y quiero dar tranquilidad a todos ellos, es el sector de la informalidad”
- “A ustedes también, ustedes son parte de los que quedan exceptuados de la norma de quedarse en sus casas, aquellos que trabajan en los medios de comunicación, los periodistas(...)”
- “Es que los argentinos y las argentinas hagan su parte”

Como se puede observar, la aparición del paradesinatario está relacionado a quienes son la excepción de la medida o norma; y a su vez a quienes serían los más afectados con la toma de esta medida. A ellos, el enunciador se dirige fundamentalmente utilizando el componente descriptivo. Esto quiere decir que el enunciador demuestra una actitud paciente con el paradesinatario, optando por explicarle y comentarle detalladamente cuáles serán las medidas y por qué se tomarán éstas medidas. El ejemplo más claro de ésto es el siguiente:

“todas las personas deberán permanecer en sus casas, en sus hogares y podrán salir para hacer lo necesario para seguir viviendo su vida habitual. Esto quiere decir, que van a seguir teniendo los negocios de cercanía abiertos, van a poder ir a los almacenes, van a poder ir a los supermercados, van a poder ir a hacer compras en los negocios de cercanía, en una ferretería, a las farmacias, que permanecerán abiertas, pero entiéndase bien, que a partir de la 00:00 horas, estarán cerradas”. Aquí se observa claramente cuál es la estrategia discursiva del enunciador para con éste destinatario.

En cuanto al prodestinatario (que en nuestro caso estará resaltado con color verde) tiene una sola aparición mediante la siguiente frase : *“lo único que necesitamos es que cada uno de nosotros haga su parte, es lo único que necesitamos”.* Aquí observamos que se hace referencia al prodestinatario cuando se habla de la ciudadanía en general.

En cuanto al contradestinatario (rojo) aparece con las siguientes características:

- “De gente, que no entiende(...)”
- “Que aquel que no pueda explicar lo que está haciendo en la calle”
- “Que no haya irresponsables que en lugar de estar en cuarentena estén paseando por la Costa”

Se puede observar que se hace referencia al contradestinatario como aquel habitante que no cumplirá las normas que están por decretarse. Ante esta situación el enunciador opta por apelar al componente didáctico donde se encarga de comentarle algún aspecto que no tiene

muy en claro. Ejemplo de esto es la siguiente frase: *“irresponsables que en lugar de estar en cuarentena estén paseando por la Costa o estén, aún sin quererlo o si preverlo, llevando el virus a argentinos que deben estar sanos.”*

En cuanto a las marcas del enunciador observamos que en la mayoría del discurso el colectivo de identificación que se deja entrever es el de un nosotros restringido. Decimos que es restringido ya que cuando se alude al nosotros, se deja ver que se hace referencia a quienes integran el equipo de gestión del presidente o quienes llevan adelante la tarea de la gestión de la pandemia. Ejemplo de esto son las siguientes frases:

- *“El cuidado de la salud de los argentinos para nosotros es muy importante, (...)”*
- *“Nosotros hemos llegado al gobierno sabiendo que vamos a tener que gobernar en los buenos y en los malos momentos.”*
- *“Vamos a ser absolutamente inflexibles, la realidad es que esta es una medida excepcional, que dictamos en un momento excepcional,”*

Observamos también que se habla desde el componente prescriptivo en un sólo momento del discurso y está relacionado con el nosotros restringido del que hablamos. El enunciador comenta a todos y todas los y las que están presentes en dicha conferencia, cuál es el deber de quienes gobiernan. También hace alusión mediante una forma nominal: *“hemos tomado el toro por las astas”* para referirse a su tarea o su desempeño en el rol como jefe de estado. Esto demuestra que la estrategia discursiva utilizada es demostrar, mediante algunas metáforas, cuál es el nivel de cumplimiento de ese “deber ser” acerca de los gobernantes. Apela a esta estrategia en dos momentos: cuando explica qué aspectos se deberían priorizar: *“El primer deber de un gobernante es cuidar la salud de su gente, es cuidar la integridad física de su gente, y lo único que estuve haciendo y estamos haciendo todos los que estamos aquí, es cuidando la integridad física de aquellos a los que gobernamos y aquellos que confiaron en nosotros para salir adelante en un momento como este.”*

El discurso emitido es fundamentalmente descriptivo orientado en la mayoría de sus momentos hacia el paradestinatario porque al ser el primer discurso emitido la toma de estas medidas estuvo caracterizada fundamentalmente por el factor sorpresa, lo que llevó a la sociedad a un contexto de incertidumbre social demostrando así que es difícil observar posturas claras o bien definidas en cuanto a la cuarentena por parte de la ciudadanía en general.

8.3 Análisis del discurso 2²⁰: 30 de Marzo - “Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la pandemia del coronavirus COVID-19, desde Olivos”

El discurso elegido para su análisis detallado se corresponde a la emisión en cadena nacional el día 30 de Marzo donde el presidente de la nación Argentina anuncia la extensión de la medida sanitaria comunicada el 20 de Marzo. Este discurso corresponde a la primera extensión del aislamiento social obligatorio en todo el territorio argentino. Elegimos esta emisión como unidad de análisis ya que la consideramos relevante debido a que es la primera extensión de la cuarentena como medida sanitaria y consideramos que su importancia se debe a esto.

Luego de analizar detalladamente el discurso, pudimos observar la presencia de la triple destinación creada por Eliseo Veron. En este discurso observamos la presencia del prodestinatario en muy pocas ocasiones. Esto se debe a que todavía la situación contextual tanto mundial como nacional era nueva. Con lo cual, no hay todavía grandes presencias de adhesión discursiva por parte de la ciudadanía.

Algunos ejemplos de este destinatario son las siguientes frases:

- *“Se han quedado en sus casas y se han protegido; han protegido a sus hijos y han protegido a los adultos mayores”*
- *“La inmensa mayoría de la gente cumplió”*

Como se observa la presencia de este destinatario está asociada a la ciudadanía que adhirió a la medida tomada y explicada en el Discurso anterior.

En cuanto al paradesinatario, se observa gran presencia en el discurso. Esto se debe a que al haberse tomado esta medida sanitaria que produjo gran desconcierto en la ciudadanía; aún quedaba parte de la población a la que se debía convencer.

Algunos pasajes correspondientes a este destinatario son:

- *“Los que reciben el auxilio del Estado,”*
- *“Los compañeros y hermanos que viven en barrios humildes, les pido que respeten la cuarentena,”*
- *“Está en sus manos poder hacerlo respetando la cuarentena”*
- *“Entiendan que estamos viviendo un momento de excepción”*

²⁰ Véase la transcripción del discurso completo en Anexos

Se observa la presencia de éste destinatario ligado a quienes debe convencerse aún de cumplir con la medida sanitaria impartida.

En cuanto al contradestinatario, observamos algunas presencias del mismo en el discurso, de la siguiente manera:

- *“Hay un número muy bajo de gente que no cumplió. Y a la gente que no cumplió les pasó lo que le dijimos que le iba a pasar.”*
- *“Se han encontrado a 23.111 infractores, a los cuales se les abrió una causa penal.”*
- *“Un grupo reducido de gente se creyó más vivo que otros y terminó pagando las consecuencias”*
- *“Voy a ser duro también con los que despiden gente.”*

Como se observa la presencia de éste destinatario está ligado a aquella porción de la población que no cumplió la medida sanitaria y a quienes el enunciador explicita cuál será su consecuencia.

En cuanto a las marcas del enunciador observamos que el colectivo de identificación que se deja entrever seguidamente varía entre el de un nosotros restringido y el nosotros inclusivo. Decimos que es restringido ya que cuando se alude a nosotros, se deja ver que se hace referencia a quienes integran el equipo de gestión del presidente o quienes llevan adelante la tarea de la gestión de la pandemia dentro del denominado gabinete federal de trabajo. En cuanto al nosotros exclusivo, se hace referencia a la presencia del nosotros ampliamente donde se encuentran todos los que debimos acatar la cuarentena. Ejemplo de estas marcas son las siguientes frases:

- *“Terminamos recién una reunión con todos los Gobernadores”*
- *“Somos un caso único en el mundo,”*
- *“Nosotros avisamos que íbamos a ser muy estrictos”*
- *“A nosotros nos preocupa la salud de nuestra gente”*
- *“Tenemos que estar muy contentos como argentinos”*
- *“Cuidándonos a nosotros, cuidábamos a cada uno de los argentinos”*

En cuanto a los componentes, hay apariciones tanto del componente didáctico en su mayoría, y del componente prescriptivo junto al descriptivo en pocas ocasiones. Algunos ejemplos de estos componentes son los siguientes:

- *“Les decía que las Fuerzas Federales y provinciales han controlado, esta semana, que fue del 21 de marzo al 27 de marzo, a 578.000 personas, que estaban transitando y a 218.000 vehículos. Las Fuerzas secuestraron 3778 vehículos; se han encontrado a 23.111 infractores, a los cuales se les abrió una causa penal..”*
- *“Asumimos el compromiso de la cuarentena, y esto nos dio la confianza de la comunidad internacional para que seamos uno de los diez pueblos, de las diez sociedades que están privilegiadas en la búsqueda de la vacuna y de la medicación más importante.”*
- *“¿Qué hacemos? Miren, he tomado la decisión de que vamos a prolongar la cuarentena hasta que termine Semana Santa. Es la recomendación que me hacen los expertos.”*

Observamos junto con esto que las marcas del enunciador son generalmente la aparición del mismo en primera persona. Se utiliza ésta estrategia para darle veracidad al enunciado junto con la utilización de metáforas y con el voseo como estrategia. Es decir, con la incorporación de la palabra autorizada de otros y otras que le ayudan a la veracidad del enunciado Esta incorporación está dada por la palabra de “los expertos” haciendo alusión a los infectólogos y médicos que acompañan el trabajo de gestión en el desarrollo de la pandemia.

8.4 Análisis del discurso 3: 12 de Mayo - “Conferencia de prensa acerca de la extensión de la cuarentena”

Elegimos analizar el discurso pronunciado por el actual presidente Alberto Fernández, el pasado 12 de mayo de 2020, porque nos pareció interesante estudiar las estrategias discursivas empleadas para anunciar el cambio de fase del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio. Teniendo en cuenta que en Marzo del 2020, es decir un mes y medio antes de la emisión de éste discurso, comenzaron las medidas sanitarias en todo el país.

Intentamos observar cómo Alberto Fernández, respondió a las críticas. sobre el impacto económico de la cuarentena.

Para realizar el análisis nos parece importante mencionar que el Presidente Fernández, no se

encontraba sólo en la transmisión. sino, que estuvo acompañado de cuatro personas: el gobernador de Buenos Aires Axel Kicillof, el Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires Horacio Larreta y el Dr. Cahn y la Dra. Roses a quienes se refiere como quienes forman parte del equipo de epidemiólogos, cuyo aporte es invaluable, para poder tomar decisiones para alguien como él, que, en palabras del presidente, *“es un abogado”*.

Para describir cómo se encuentran presentes las *categorias destinatarias* expresadas en este discurso, podemos decir que el paradesinatario se encuentra en una sola oportunidad de una manera amplia, apelando a generalizaciones de la sociedad, pero particularmente a quienes han perdido un familiar por esta situación: *“Como siempre digo, a las familias de quienes han perdido la vida por esta infausta epidemia, o pandemia mis condolencias, mi cariño y mi afecto y estoy con ellos, en este momento”*. El prodestinatario no se encuentra presente en este acto. Por otro lado, el contradestinataro, es el que más predomina en todo el discurso, como respuesta, a las críticas económicas que el gobierno atravesaba en esa época por la cuarentena. El mismo lo identificamos en reiteradas oportunidades con las siguientes frases:

- *“(…) para que nadie diga que tomamos menos casos o menos días, son 67 casos todos los días (..)”*.
- *“He escuchado hablar a muchos con impaciencia de la necesidad de atender la economía (...)”*
- *“Muchos pusieron algún ejemplo de países que no hicieron la cuarentena, se mantuvieron abiertos y dicen que lograron resultados económicos ponderables (...)”*.
- *“Digo todas estas cosas para los que son atrapados por la ansiedad de abrir la economía, sin medir las consecuencias en la salud y en la vida de la gente (...)”*.
- *“(…) y hay opositores que gobiernan y lo hacen con la seriedad que lo hacen y hay opositores que no gobiernan y en Twitter sólo hacen exhortaciones y convocan realmente con gran imprudencia al descuido de la gente”*
- *“(…) no me van a torcer el brazo”*
- *“(…) terminemos esta discusión, en la que nos han metido falsamente y con la cual nos quieren hacer creer que si abrimos la economía la gente va a estar mejor”*.
- *“(…) no podemos salir a tontas y a locas, porque a algún pillo se le ocurre decir que lo más importante es la economía (...)”*.

En estas formas de enunciación, observamos que Fernández pone el foco en responder las críticas al gobierno de los propios *contradestinatarios* identificados en el discurso como quienes le intentan “*torcer el brazo*” diciendo que “*lo más importante es la economía*”. Otra de las maneras en que el Presidente le responde a los críticos *contradestinatarios* es contrastando lo que estos dicen con los datos de otros países, utilizando elementos del componente didáctico de la enunciación. Por ejemplo, comienza refiriéndose a los dichos de los *contradestinatarios* como “*(...) cada vez que ustedes escuchen decir: “sigan el ejemplo sueco, total Suecia no cerró nunca los comercios, ni las industrias y sólo tiene 3.000 muertos (...)*” y luego lo contrasta explicando: “*esos muertos de Suecia equivalen a 13.900 argentinos que pueden morir. De acuerdo. Y aquellos que dicen que el problema es que la cuarentena genera desempleo, permítanme decirles que hoy he conocido, que el Departamento de Estado, de los Estados Unidos, reportó un aumento del desempleo de 10 Puntos, fue del 4,4 al 14,7, y estiman que en abril la pérdida de empleos acumulará 20 millones y medio de nuevos desempleados; en dos años – en la crisis del 2008 – Estados Unidos sufrió 2 millones de pérdidas de empleo, 2 millones de personas perdieron su empleo y que en dos meses, el coronavirus, se ha llevado 20 millones y medio de empleos*”.

Luego de dar esta descripción, vuelve a hacer referencia a los *contradestinatarios* como “*Digo todo esto para que no mientan más, porque me cansan las mentiras, y porque cuando le mienten se lo hacen a la gente, generan ansiedad, preocupan a la gente*”.

En cuanto a las marcas del enunciador observamos que en la mayoría del discurso el colectivo de identificación que se deja entrever, varía entre la categoría de un nosotros restringido y un nosotros inclusivo, en este sentido, observamos que el Presidente se esfuerza por ubicarse en el nivel de la sociedad cuando habla de gestión. Por un lado, decimos que es *inclusivo* porque se refiere a sí mismo como argentino, como ciudadano. Por otro, decimos que intercala este *nosotros inclusivo* por un *nosotros restringido* porque, en algunas partes, cuando alude al nosotros, se entiende que hace referencia a quienes tienen la responsabilidad de gestionar. Un ejemplo de la incorporación de ambas categorías de nosotros en un mismo fragmento, son las siguientes frases:

- “*Y entonces, uno ahí puede mostrar el éxito que hemos tenido como sociedad controlando la pandemia, entiéndase bien que estoy hablando del éxito de control, no de éxito porque no conocemos cómo esto se va a seguir desarrollando. Hasta acá lo hemos hecho bien y gracias a Dios tenemos estos números y eso – insisto en este punto*

– *es un logro de todos y de todas y no perder de vista*”.

- *“La Argentina ha logrado algo, que vamos a ver en un instante, que es que ha logrado que la duplicación de infección, de contagio haya aumentado a 25 días; hemos logrado fortalecer el sistema de salud y con eso hemos ganado tiempo como sociedad para prepararnos.”*

Aquí podemos observar que utiliza la frase *“hemos tenido como sociedad”* como él mismo reconociéndose como argentino en un nosotros inclusivo y en el mismo fragmento menciona *“no conocemos cómo esto se va a seguir desarrollando”* haciendo referencia a un nosotros inclusivo pero restringido, reconociéndose como miembro de la gestión. Luego agrega *“Hasta acá lo hemos hecho bien y gracias a Dios tenemos estos números y eso es un logro de todos y de todas y a no perder de vista”* haciendo hincapié en hacer parte a la sociedad de este *“éxito del control”* utilizando colectivos amplios.

En cuanto al enunciador, podemos agregar que hacia el final del discurso el Presidente se pone de ejemplo a sí mismo en primera persona como un correcto hacedor de la *“conducta ciudadana”* de la siguiente manera: *“Por eso es muy importante la conducta ciudadana, la responsabilidad de cada uno de nosotros, porque si así no lo entienden el riesgo se multiplica. Este es un extraño caso, donde si uno toma distancia respecto del otro; si uno se cuida con un barbijo; si uno mantiene permanentemente higienizadas sus manos; si uno no lleva las manos a la cara, las posibilidades de contagio son muy bajas, haciendo tan solo esas cosas. Ahora, también, les digo: esas cosas son muy difíciles de cumplir si el lugar en donde estamos se vuelve populoso, si nos subimos a un vagón de tren lleno de gente o a un micro lleno de gente”*, comparando a la conducta ciudadana como quien cumple y acata las medidas sanitarias y quien elige subirse a un vagón o micro lleno de gente.

En líneas generales, podemos decir que el objetivo de este discurso y teniendo en cuenta las condiciones sociales de producción donde fue emitido, fue el de justificar la cuarentena estricta a través de datos, estadísticas y estimaciones a futuro presentadas mediante filmas como recurso didáctico. De esta manera y sumada la presencia de los especialistas presentes, creemos que busca legitimar su discurso y las medidas llevadas a cabo.

8.5 Análisis del discurso 4: *09 de Julio - “Acto central por el aniversario de la Independencia”*

Elegimos realizar el análisis del discurso pronunciado por el actual presidente Alberto

Fernández, el pasado 9 de julio de 2020, porque se dió en el marco de los festejos por los 204 años de la independencia Argentina. Nos pareció interesante analizar las estrategias discursivas empleadas en un acto protocolar de esta índole.

Este discurso se realizó bajo condiciones de producción muy distintas a cualquier otro acto de la Independencia que haya ocurrido en la historia del país por dos razones, una consecuente de otra. Por un lado, porque para ese entonces, nos encontrábamos en plena pandemia por el coronavirus y por el otro porque, a raíz de ese contexto de medidas sanitarias, la presencia de los gobernadores y demases funcionarios públicos, fue de manera virtual a excepción del Presidente de la Nación y miembros de los propios protocolos de los actos cívicos de esta índole.

Para proceder a realizar el análisis nos parece importante describir cómo se encuentran presentes las *categorías destinatarias*. Tanto el *prodestinatario*, como el *paradestinatario* se encuentran presentes en todo el discurso por medio de la utilización de *colectivos amplios y meta colectivos singulares* creando una sensación de inclusión del espectador/ciudadano en todo el acto de enunciación comunicativo. Claramente es un discurso dominado principalmente por la capacidad de convicción, entendiendo de esta forma que el destinatario principal del discurso es el *paradestinatario* que corresponde a la totalidad de los argentinos y ciudadanos en general, al tratarse de un acto protocolar patriótico. El mismo lo identificamos con las siguientes frases:

- *“Y la verdad es que las almas, de la mayoría de los argentinos, las almas de cada uno de ustedes estuvieron llenas de solidaridad y de responsabilidad”*
- *“Entre todos, los que invierten en la empresa, los que invierten en el campo, los que trabajan en el campo y en las empresas, los que trabajan en servicios, los que trabajan en el comercio, entre todos vamos a poner de pie a este país.”*
- *“Pedirles que, por favor, se resguarden, que era el único modo que teníamos de cuidarlos.”*
- *“A todos, a todas, a todes, feliz día de la Patria”*
- *“(…) con vos que estás estudiando; con vos que sos chiquito y todavía estás en el colegio y estás recibiendo tus clases por Internet; con vos que sos estudiante universitario, tal vez también recibís mis clases por Internet o la de otros profesores. Todos ustedes tienen un futuro, no es verdad que no lo tienen (...)”*

Como se puede observar, la aparición del paradestinatario está relacionado a *“la mayoría de los argentinos”, que trabajan, que tienen almas llenas de solidaridad y responsabilidad, quienes, inferimos, acataron las medidas sanitarias dispuestas por el gobierno.* A ellos, el enunciador se dirige fundamentalmente agradeciéndoles y utilizando el componente programático a través de la promesa *“entre todos vamos a poner la Argentina de pie”* que al mismo tiempo corresponde a una forma nominalizadora ya que, es un slogan que refiere a la campaña política presidencial del 2019, que sintetiza la postura del partido al que pertenece Alberto Fernández, a través de esta recurrente frase.

Por otro lado, se refiere al paradestinatario en su sentido amplio cuando, en carácter de presidente, nos pide como ciudadanos, que nos resguardemos, que es la única manera que tiene el gobierno de cuidarnos. Alberto, sin incluirse como ciudadano, sino, en su rol de gestor público.

También se refiere a este tipo de destinatario de manera amplia cuando dice *“(…) con vos que estás estudiando; con vos que sos chiquito y todavía estás en el colegio y estás recibiendo tus clases por Internet; con vos que sos estudiante universitario, tal vez también recibís mis clases por Internet o la de otros profesores. Todos ustedes tienen un futuro, no es verdad que no lo tienen (...)”* y también al cierre del discurso diciendo *“A todos, a todas, a todes, feliz día de la Patria”*. Refiriéndose a amplios sectores de la ciudadanía, de variados rangos etarios y miembros de diversos colectivos de representación a los que incluye, no sólo nombrandolos particularmente, sino que también lo hace mediante la utilización del lenguaje inclusivo *“todes”* al cierre del discurso.

En cuanto al prodestinatario tiene una sola aparición mediante la siguiente frase : *“donde cada argentino tenga la posibilidad de encontrar su futuro en el mismo lugar donde nació, que pueda vivir allí feliz, y que el día que muera, pueda decir: ‘Qué feliz fui viviendo en el lugar donde me tocó nacer’.*” Aquí observamos que se hace referencia al prodestinatario cuando habla de su deseo a futuro de que los ciudadanos estén orgullosos del país que él administró.

Con respecto al contradestinatario sólo se lo menciona en una oportunidad, pero enfáticamente en la siguiente frase: *“los odiadores seriales”*, configurándose como contraposición dentro del discurso. Entendemos al contradestinatario como *los odiadores* que no cumplirán las medidas de distanciamiento decretadas.

En cuanto a las marcas del enunciador observamos que en la mayoría del discurso el

colectivo de identificación que se deja entrever, varía entre la categoría de un nosotros restringido y un nosotros inclusivo, en este sentido, observamos que el Presidente se esfuerza por ubicarse en el nivel de la sociedad cuando habla de gestión. Por un lado, decimos que es *inclusivo* porque se refiere a sí mismo como argentino, como profesor, como ciudadano. Por otro lado, decimos que intercala este *nosotros inclusivo* por un *nosotros restringido* porque, en algunas partes, cuando alude al nosotros, se entiende que hace referencia a quienes tienen la responsabilidad de gestionar la pandemia. Ejemplo de la incorporación de ambos en un mismo párrafo, son las siguientes frases:

- *“Y en ese contexto nos toca, este 9 de julio, no es un contexto fácil; los que en 1816 declaraban la independencia argentina tampoco habrán pensando en una pandemia. A nosotros nos toca este revuelo, este revuelo universal, que es la pandemia y la verdad es que – a siete meses – de haber llegado al Gobierno yo rescato algo, que como país fuimos capaces de hacer: estuvimos todos asediados por un virus que ponía en jaque a nuestros pueblos y todos, todos estuvimos de acuerdo en que había que preservar la vida y la salud de la gente, antes que nada, todos estuvimos de acuerdo en eso (...)”.*
- *“En tanto pudimos poner en pie un sistema de salud, que estaba muy golpeado y que hoy puede resistir esta pandemia, que nos toca vivir (...)”*

Con “pudimos” en el sentido *inclusivo restringido*, entendemos hace referencia al estado que es el único que tiene la responsabilidad y la infraestructura para “poner de pie” al sistema de salud. Por otro lado, en la misma frase incluye *“esta pandemia que nos toca vivir”*, incluyéndose como enunciador, como miembro de la ciudadanía en general (ya que a todo el país, al igual que el resto del mundo, nos toca vivir esta pandemia).

Otro de los aspectos relativos a la enunciación que podemos mencionar es que, en un primer momento, predomina el componente descriptivo, comentando hechos sucedidos en el pasado y los contrasta con la actualidad en el inicio del discurso, donde describe la situación del país antes de la independencia y contrasta esos problemas con los de la actualidad. De esta forma, se utiliza la evocación a la historia de la nación en un doble sentido enmarcando temporal y espacialmente en la fecha en que sucede el discurso y recuperando valores y posturas que constata con la actualidad, dando paso así a la segunda parte del discurso.

En la segunda parte la enunciación se torna mucho más pragmática. El enunciador se refiere a sí mismo en su rol de jefe de estado, haciendo promesas de futuro y caracterizando la

responsabilidad y el “deber ser” de quienes gobiernan. Utilizando así, el componente programático como por ejemplo: *“Vamos a hacer que ese futuro exista para vos, pero que exista para todos (...)”* y el componente prescriptivo respectivamente cuando dice *“Todos, absolutamente todos entendimos que no había un dilema, que no había una disyuntiva, que lo que teníamos que hacer era preservar la vida y la salud de la gente (...)”*.

Como conclusión, podemos decir que el objetivo de este discurso fue el de crear conciencia sobre la idea cultural que tenemos de nación, recordar de dónde somos, de dónde venimos como pueblo, conmemorar las bases históricas en las que se fundó el país. Creemos que el Presidente, a través de estas estrategias discursivas, buscó contrastar la situación del país en 1816 con los problemas actuales, intentando hablar de otro tema que no sea covid, tema que tiene que hablar si o si pero por el contexto social en el que fue elaborado el discurso.

9. Corpus del material estudiado - Discursos mediáticos periodísticos

Se realizó un análisis exhaustivo de la cobertura mediática de los medios tradicionales hegemónicos y los no hegemónicos de acuerdo a los discursos presidenciales seleccionados. Para ello, se realizó en un primer momento un procesamiento de datos sobre cómo han circulado estos discursos en la cobertura mediática hegemónica, en un segundo momento se analizaron los mismos discursos pero en la cobertura alternativa y por último, se compararon ambas observaciones.

9.1 Procesamiento de datos de la cobertura mediática hegemónica

Durante la pandemia mundial que acechó al país a comienzos del 2020; los medios de comunicación (especialmente los noticiosos) fijaron su prioridad en la cobertura de todo lo relacionado al COVID-19 . Esto sucedió no sólo a nivel local, sino más bien a nivel mundial, dada la relevancia del asunto y teniendo en cuenta la principal característica: todos los países estaban sufriendo el mismo proceso y consecuencias similares. Aunque algunos más temprano que otros.

Si observamos la reacción mediática a lo largo de todo el 2020 (específicamente teniendo en cuenta los meses seleccionados para nuestros recorte discursivo) podemos encontrar conductas o repercusiones que se reiteran.

En primer lugar debemos recordar que los medios masivos de comunicación realizan un recorte de la realidad para mostrarlo según su propia perspectiva. Muchos estudios existen a lo largo de la historia comunicativa para analizar, estudiar y comprender los efectos mediáticos. Aunque en este trabajo no centraremos los esfuerzos en ese sentido; es

importante mencionarlo ya que contribuyen en nuestra área de estudio y nuestro recorrido académico.

De esta manera, realizamos un recorte de los distintos medios priorizando los medios locales de Córdoba para observar su reacción luego de los discursos seleccionados. Es decir, se buscó la cobertura mediática de los discursos analizados previamente. Esto responde a la necesidad de observar cómo circulan los discursos que seleccionamos anteriormente. Así intentaremos observar qué categorías de análisis se extraen de los discursos para interpretarlas desde los medios. La decisión metodológica de incorporar las repercusiones mediáticas corresponde a la necesidad de analizar los discursos en su contextualización. En este sentido, debido a la magnitud del evento que transitamos; los medios no podían dejar de mostrar lo que ocurría.

En lo que respecta a los demás discursos, se puede señalar que la cobertura mediática realizada en su momento, nos ayuda a cumplir con el objetivo de observar cómo circulan los discursos seleccionados. Como mencionamos anteriormente, la decisión metodológica de incorporar las repercusiones mediáticas corresponde a la necesidad de analizar los discursos no sólo a través de su dimensión productiva, sino también en sus condiciones de circulación con el fin de encontrar huellas en su reconocimiento.

Para ello, realizamos una búsqueda intensiva del material mediático tomando como unidad de análisis una nota por cada discurso de cada uno de los siguientes medios hegemónicos elegidos en su formato digital: A nivel nacional se centró la búsqueda en el Diario Clarín, Página 12 y La Nación e Infobae. A nivel local, la búsqueda de noticias se centró en el diario La voz del Interior y La nueva Mañana (19 notas en total).

En cuanto a material audiovisual se centró la búsqueda (mediante recortes de youtube de los días correspondientes a los discursos previamente seleccionados y analizados) de los noticieros locales. Es decir “Arriba Córdoba” correspondiente a Canal 12, “Crónica al mediodía” correspondiente a Canal 10 y “Telefé noticias” correspondiente a Telefé Córdoba. Como se puede observar, en cuanto al material audiovisual priorizamos únicamente los medios locales de Córdoba. Esto responde a la intención de observar la reacción mediática de nuestro contexto más mediato. Esto nos servirá para observar cómo se habita la comunicación en este nuevo escenario de mediatización que es la era del mundo digital. Este escenario tiene características propias que influyen al momento de pensar la comunicación. Influye también al momento de crear, emitir los discursos sociales y cómo repercutirán en la sociedad.

Una vez realizado el recorte temporal, seleccionamos las noticias correspondientes a cada discurso que analizamos previamente. Para cada discurso se seleccionó 1 (en algunos casos 2) noticias de cada diario mencionado anteriormente. Realizamos esta determinación del corpus

ya que consideramos importante buscar las similitudes y las diferencias en cuanto a la cobertura mediática entre los diarios y medios nacionales y los locales. Para ello, centramos nuestros esfuerzos en observar la manera de construir noticia a partir de los discursos presidenciales, es decir; los criterios de noticiabilidad de las notas seleccionadas. Sintetizamos toda la información en el siguiente cuadro comparativo:

Tabla n°3: [Cuadro comparativo](#) de notas periodísticas pertenecientes a plataformas digitales de medios hegemónicos.

9.2 Procesamiento de datos de la cobertura mediática de medios del tercer sector

A continuación se presentarán las notas seleccionadas pertenecientes a los medios alternativos o del tercer sector (8 en total). La selección de estas notas se realizó respetando las dimensiones que se tuvieron en cuenta al momento de realizar la selección del corpus periodístico de los medios hegemónicos. Es decir, se tuvo en cuenta lo explicado en la tabla la *tabla n°1*

→ Nota número 20

Título: “24M: no hay pandemia que mate la memoria.”

Fecha de publicación: 25 de Marzo del 2020

Fuente: La tinta

Link: <https://latinta.com.ar/2020/03/24m-no-hay-pandemia-mate-memoria/>

Seleccionamos los siguientes pasajes que nos parecieron importantes de la nota escrita por el diario “La Tinta” en referencia al *Discurso 1* de nuestra selección. La siguiente nota es una crónica sobre la primera marcha de la memoria ocurrida en cuarentena en el contexto de la pandemia. Es una nota firmada por “redacción La Tinta” y una característica importante que hace referencia al tipo de cobertura mediática al que corresponde; es que está escrita en lenguaje inclusivo con la utilización de la x. La nota contiene citas textuales de dichos referentes como: Sonia Torres, Viviana alegre, Gustavo Tisera, Liliana Herrero, etc.

Los pasajes más significativos de la nota son los siguientes:

- “El año 2020 sera el primer aniversario del terrorismo de Estado en que el pueblo cordobés no salió a las calles.”

- “Pero la memoria no está en cuarentena: está en ventanas y balcones, en cantos que retumbaron entre los edificios.”
- “Porque, como cada 24 de marzo, recordamos las torturas y asesinatos cometidos por el terrorismo de Estado hace 44 años. Porque, como cada 24 de marzo, la ausencia de lxs 30 mil desaparecidxs se nos hace carne. Porque, esta vez, faltan nuestros cuerpos dando pasos y gritos por la ciudad para recordarlx”
- Cuando el medio habla de la situación contextual lo hace de la siguiente manera: “La cuarentena impuesta por el coronavirus” (haciendo referencia o dejando entrever que fue una medida consecuente a la situación contextual mundial, es decir, no muestra la medida sanitaria como decisión personal del presidente.)
- “Como dijo Liliana Herrero, y como demostraron miles de personas desde sus casas, la memoria no está en cuarentena” En este pasaje la nota retoma las palabras dichas por personalidades importantes de nuestra cultura y referentes de la lucha por la Memoria, Verdad y Justicia. “Hicimos un recorrido por las redes sociales para escuchar a quienes hablan de la memoria.”(...) “La memoria no está en cuarentena. La marcha se hace aunque no se haga, porque está en nosotros para siempre”, dice la cantante Liliana Herrero.
- Recuperan de las redes sociales, “los videos como el de Liliana para manifestarse desde sus casas unidxs por el hashtag #24MarchoEnCasa. (la nota hace referencia a personalidades populares que se “quedan en sus casas” como una manera de acompañar la medida sanitaria de cuarentena estricta impuesta los días anteriores)
- Otra de las frases importantes en relación a la fecha de publicación y su conmemoración es: “Los pueblos tenemos memoria. La patria exige justicia” haciendo referencia a que la convocatoria es la de marchar en casa debido al contexto sanitario. (...) “Todo lo que se está viendo hoy en las redes sociales es una forma nueva de expresar la afectividad y de hacer política. Quizás es hasta más fácil que una persona que no hubiera ido a la marcha esté al tanto de la conmemoración del 24 por las redes, porque la virtualidad tiene ese alcance.” Esto muestra un enfoque positivo de entender la medida sanitaria.
- “Hoy, a pesar de que no podemos marchar, estamos juntos, los ex presos, las madres, todos los compañeros que luchamos por un mundo con más justicia para todos” (...) “Sin clases, pero con memoria”
- Los reclamos de hoy y su vinculación con la memoria son los siguientes: “A causa del coronavirus, muchos genocidas pidieron la prisión domiciliaria y, desde H.I.J.O.S. y

Familiares, presentamos una nota. Por suerte, se logró que no se entreguen domiciliarias por la pandemia”.

- “El aislamiento en el que hoy nos encontramos también desata nuevas preguntas y reflexiones en relación a los valores que acompañan esta fecha (...) estamos viviendo una pandemia y, al igual que los 30 mil desaparecidos por los que pedimos justicia, también tenemos que pedir justicia por toda la gente que está muriendo, que está enferma. Esto es producto de la avaricia del hombre y del neoliberalismo. Esto nunca más puede suceder, como nunca más el terrorismo de Estado, nunca más la manipulación de los gérmenes que enferman y matan a nuestros hermanos”,
- En cuanto al Estado y al presidente como enunciación observamos que se expresan de la siguiente manera: “Es una situación nueva, distinta y extraña en relación al rol del Estado y las fuerzas de seguridad. Creo que nos alerta y siempre estamos atentos a que un cuidado no puede obturar la libertad, en el sentido amplio de la palabra, del cumplimiento y la garantía de todos los derechos, entonces, siempre hay que estar alerta a que el accionar de las fuerzas de seguridad. A las fuerzas de seguridad también, porque se le está dando un poder y una impunidad grande, ¿qué soluciona que se lleven presa a la gente? Estamos en el límite, hay una línea muy finita que es cuidar, controlar, y la otra que es reprimir, maltratar, porque tienen un poder fuertísimo”,
- La nota plantea el siguiente cierre: “Tomamos la decisión de no marchar porque somos coherentes con la historia de nuestra lucha: la vida de todos y de todas es lo primero”

→ Nota número 21

Título: “*Cárceles sin cuarentena*”

Fecha de publicación: 25 de Marzo del 2020

Fuente: La tinta

Link: <https://latinta.com.ar/2020/03/carceles-sin-cuarentena/>

El diario La Tinta, publicó la siguiente nota referida al Discurso 1 donde se habla acerca de la situación actual del COVID-19 en el marco de las cárceles de Córdoba y la repercusión de la pandemia en las mismas. De ella recuperamos los siguientes pasajes significativos:

- “Declarada la pandemia, y con la sociedad puesta en cuarentena, el encierro en estas condiciones constituye un factor de riesgo altísimo. (...)En medio de la vorágine de noticias en días de cuarentena, llegan los ecos de revueltas en cárceles y de represiones como respuesta.”
- En cuanto a la situación específica de la cárcel (y la vinculación entre ésta y las fuerzas de seguridad) se expresan de la siguiente manera: “Existen tres denominadores comunes de todos estos episodios. Por un lado, que la causa de estas acciones es la falta de recursos para afrontar la pandemia del COVID-19 y el reclamo de mayores medidas de prevención y mejores condiciones de alojamiento ante la propagación del virus. Por otro lado, que el estado de los establecimientos penitenciarios ya era desfavorable y, en muchos casos, se encontraba en emergencia. Por último, en todos los países, las medidas preventivas fueron escasas, sino nulas, y la respuesta fue la represión brutal...”
- *En diálogo con La tinta, Adriana explica que lo más grave es el grado de hacinamiento que hay “sobre todo, en Córdoba, que es una de las provincias más represivas y con mayor cantidad de presos per cápita”. “Entran allí y pierden automáticamente todos los derechos”*
- En referencia específicamente al Discurso 1 (y el DNU decretado pro el presidente de la Nación) se expresan de la siguiente manera: “Hay un decreto que dice que tenemos que estar a un metro cuadrado por persona y lavarse las manos, y no lo cumple el mismo Estado, que viola sus reglas y sus leyes, porque, en Bouwer, falta el agua, entonces, ¿cómo carajo se van a lavar las manos?”. Ante esto, elevaron una nota al Comité contra la Tortura del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, ante la preocupación por el “impacto que puede tener el avance de la pandemia del COVID-19 en la población privada de la libertad, alojada en cárceles, comisarías e institutos de menores, por ser más vulnerables a causa del hacinamiento y la falta de atención médica de urgencia”.

→ Nota número 22

Título: “La otra pandemia: violencia institucional”

Fecha de publicación: 30 de Marzo del 2020

Fuente: La Tinta

Link: <https://latinta.com.ar/2020/03/la-otra-pandemia-violencia-institucional/>

La siguiente nota está relacionada con el discurso 2 debido a su fecha de publicación y se muestra en la página del diario, a continuación de la nota número 22. Se puede observar una línea de continuación en función del contenido con la nota mencionada anteriormente y el discurso al que se refiere (*Discurso 2*)

- La cuarentena, que ordena nuestra vida hace 10 días, ha servido también como excusa para que las fuerzas policiales e intermedias (como Gendarmería) puedan ejercer su accionar violento y represivo sobre una parte de la sociedad.
- la realidad en los barrios populares es muy diferente: exigencias físicas de resistencia, tiros por la espalda y encierros en “jaulas” son la norma imperante para aquellos que no cumplen con la cuarentena, sea por negligencia o la simple necesidad de vivir.
- Con el transcurrir de los días, la curva de violencia policial comenzó a escalar. Córdoba, Jujuy, Salta y Santa Fe fueron las provincias con más casos de represión y/o abuso de autoridad, junto a Buenos Aires.
- Se relatan distintas situaciones de abuso policial a lo largo del país y en la ciudad de Córdoba en particular.
- Tiene al costado una columna tipo nube de palabras con las etiquetas y palabras claves de la nota.
- Los efectivos policiales están para cuidarnos supuestamente, no para maltratar ni golpear a la gente y, mucho menos, a trabajadores que estamos haciendo todo lo posible para mantener la planta en servicio”, plantea un testimonio.
- Cárceles
- La situación de la población carcelaria, que era alarmante antes de la pandemia, ahora es crítica. (lo vinculan mediante un link en la palabra clave cárcel, redireccionandonos a la nota anterior)
- Otra de las problemáticas que sufre la población carcelaria del país es que, al restringir las visitas, los presos dejaron de recibir mercadería y elementos de higiene.

→ Nota número 23

Título: “El virus que corona a Alberto”

Fecha de publicación: 25 de Marzo del 2020

Fuente: Revista Anfibia

Link: <http://revistaanfibia.com/cronica/virus-corona-alberto/>

La presente nota tiene como objetivo realizar un recorrido detallado acerca de la situación general de crisis y la emisión de las medidas sanitarias.

- Quien escribe la nota, hace referencia al Discurso 1 de la siguiente manera: “Fernández anunció una medida absolutamente inédita: cuarentena obligatoria para toda la población. El impacto de la reclusión forzada se empezará a conocer recién a fines de marzo. Y a fines de abril (muy probablemente con la cuarentena prorrogada), el gobierno espera un pico en la cantidad de infectados”. “A los 60 años se enoja de la misma manera que Jonás con los que incumplen el aislamiento. Ese fastidio frente a la negligencia lo indujo a marchar hacia una política de máxima reclusión por decreto, dentro de dos horas.”
- La nota corresponde a una crónica periodística.
- Se hace referencia al enunciador y su función como encargado de la gestión de la siguiente manera: su “responsabilidad es garantizar que el Estado cuide la salud y la vida de los argentinos”. Así lo explicó Fernández hace poco más de treinta minutos. (este pasaje corresponde a una cita textual del presidente que incorporó el autor)
- En cuanto a la dimensión económica y la consecuencia de la medida sanitaria, el autor escribe: “Fernández parece dispuesto a pagar el costo. En lo inmediato planea suavizar el desplome económico, a fuerza de keynesianismo en pesos: un mini-New Deal de planes, créditos, subsidios y exenciones impositivas. ¿Alcanzará? ¿Qué otras opciones tenía? Para el presidente no había alternativa.” “El presidente gobierna y mira el mundo desde el prisma de su celular.”
- En función del trabajo dentro del gabinete federal, el autor de la nota hace referencia a esta situación de la siguiente manera: “Después de que habla, suele haber un ordenamiento hacia abajo, en distintas instancias del gobierno. Pero él es el portavoz, el que hace los off y marca la cancha con la información”,(le revela un funcionario al periodista) Otro ejemplo de esto es el siguiente pasaje: “Dos opositores y dos aliados, con muchos matices entre ellos. Así lo quiso Alberto Fernández, obsesionado desde la campaña con reivindicar los mensajes del último Perón y el John Lennon de Imagine: moderación, amplitud sin fronteras y que toda la gente viva su vida en paz.”. “La consagración de la enfermedad como el gran tema tuvo una consecuencia indirecta: alineó a un gabinete”
- El periodista habla de la cuarentena en los siguientes términos: “A las 12 de la noche arrancará el experimento sociológico. Unas cuatro horas antes de la cena con los once

funcionarios el abogado peronista mostró su faceta de macho alpha: un estereotipo del varón justiciero, que puede resultar socialmente atractivo.”

- En cuanto a la función de control y las consecuencias de quienes no cumplan el aislamiento, el autor expresa: “El miércoles 25 de marzo, Fernández expondría en público su costado cowboy del far-west. “Les aviso que a donde los encontremos, los detenemos y les vamos a sacar los autos porque son unos inconscientes. Porque si no entra con la razón, va a entrar con la fuerza”, (palabras textuales del presidente de un discurso en tv)” “ ‘Cada uno y cada una se quedará en su propia casa. Nadie tiene que entrar en pánico’, afirmó el presidente al principio de su discurso reciente. Lo dijo rodeado por cuatro gobernadores, en una postal que buscó transmitir consenso partidario.”
- En cuanto a la vicepresidenta y la relación que existe con el presidente, el periodista expresa lo siguiente: “Y así será hasta el final de su mandato, ni siquiera el Coronavirus sosegará el morbo que despierta su relación con la vice.” “Hasta que el niño mimado de Cristina arribará a la quinta de Olivos.” (haciendo referencia a Axel Kicilof)
- En la nota hay un insert de un tweet donde se lo ve a Alberto subiendo al auto en la entrada de Casa Rosada.
- El autor habla del enunciador en condición de presidente de la siguiente manera: “Su figura entró en un territorio en el que, al menos, rige la adaptación periodística de la Convención de Ginebra. Y en muchos casos ya recibe un abordaje entre neutro y amistoso, parecido al que le daban a Néstor Kirchner en su presidencia.”. “Fernández sabe que el salto exponencial de enfermos tarde o temprano va a llegar. Su objetivo es aplanar la curva y estirla en el tiempo, para evitar que colapsen los hospitales y la red de contención social en las zonas más vulnerables.”

→ Nota número 24

Título: “Controlar la pandemia, gobernar el miedo”

Fecha de publicación: 22 de Marzo del 2020

Fuente: Revista Anfibia.

Link: <http://revistaanfibia.com/ensayo/controlar-la-pandemia-gobernar-miedo/>

Las medidas para prevenir el virus tienen varios obstáculos: el tratamiento mediático y las fake news, los avivados que remarcan precios y la desconfianza hacia el Estado

¿Podremos construir una salida colectiva con los otros?

La estrategia epidemiológica actual del gobierno es muy acertada al tratar de minimizar el número de infectados para evitar el colapso del sistema de salud.

A pesar de esto, no debemos perder la atención sobre otras epidemias importantes que tenemos en Argentina como el dengue y el sarampión, ni sobre las múltiples endemias nacionales y regionales que reflejan las desigualdades sociales que atraviesan a nuestro país.

Las cotizaciones en las bolsas de todo el mundo se están desplomando y poco pudo hacer el paquete de medidas de estímulo monetario lanzado por la Reserva Federal de EEUU

Mucho antes de que llegara el primer caso de coronavirus, los argentinos y las argentinas ya compartimos videos de acciones de otros países sobre la epidemia:

El tratamiento mediático y la difusión de información errónea durante el brote por COVID-19 fue tal que la Organización Mundial de la Salud (OMS) debió catalogarla como “infodemia” para empezar a combatir esta cantidad excesiva de información (en algunos casos correcta, en otros no) que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan. El término infodemia se refiere a un gran aumento del volumen de información relacionada con un tema particular, que puede volverse exponencial en un período corto debido a un incidente concreto como la pandemia por coronavirus. En esta situación aparecen los rumores, la desinformación y la manipulación de la información con intenciones que definitivamente no procuran contribuir con el bien común. Según la Asociación Panamericana de la Salud²¹ “en la era de la información, este fenómeno se amplifica mediante las redes sociales, propagándose más lejos y más rápido, como un virus” (2020)

¿Son reacciones irracionales? No. ¿Emocionales? Sí, y razonables también. Cada “nueva” pandemia parece reproducir el efecto social que le precedió. Sin embargo, en los medios masivos de comunicación todo es incierto y plagado de temores. Cada “nueva” noticia se anticipa con un “urgente” o “último momento” y genera una expectativa y ansiedad desproporcionada con cada “nueva” epidemia no solo circula un virus “nuevo”, sino también un enorme caudal de temor, ansiedad e incertidumbre. En este contexto, el miedo parece circular y contagiarse más fácil y rápido que el virus. Hay más gente asustada que enferma. El miedo circula por el espacio público con la forma de la agresión, del temor a un otro a metáfora del discurso sanitarista del virus como “enemigo interno” fomenta la idea de un enemigo invisible presente en los cuerpos de otros que debemos controlar. Observamos así

²¹Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra el COVID-19 (2020)
<https://iris.paho.org/handle/10665.2/52053>

las denuncias, escraches y agresiones hacia quienes transgreden el aislamiento y nos ponen en peligro. Pero el gobierno también sabe que será mayor el costo político que sufrirá si no actúa en correspondencia a la vivencia social de la pandemia.

Entonces, aunque el miedo no es más que un sentimiento, al mismo tiempo, es mucho más que eso. Se trata de una herramienta sumamente productiva y de control social. Gobernar en tiempos de pandemia es además o especialmente gobernar el miedo.

De la pandemia saldremos cuando ya no haya virus circulando, pero del miedo ¿cómo saldremos?

→ Nota número 25

Título: “Las comparaciones de Alberto Fernández en su discurso: cuál es la situación en los otros países”

Fecha de publicación: 19 de Mayo del 2020

Fuente: Chequeado.

Link:

<https://chequeado.com/el-explicador/las-comparaciones-de-alberto-fernandez-en-su-discurso-cual-es-la-situacion-en-los-otros-paises>

La nota fue elegida porque se refiere al *Discurso 3*, discurso del que no habíamos obtenido información sobre su cobertura por parte de medios hegemónicos.

- Lo que hace chequeado en esta nota es verificar la veracidad del *Discurso 3* sobre los datos estadísticos ofrecidos por el presidente durante la cadena nacional para contarles a sus lectores si es certero o falso.
- Estos datos fueron presentados a través de gráficos de barra y explicados por Alberto Fernández en su discurso del día 12 de mayo, donde las barras representan la cantidad de casos de contagio y fallecimientos por COVID-19 a 67 días del inicio de la pandemia, situando como punto de partida a la Argentina en comparación con el resto del continente.
- Estos datos tenían como objetivo, según chequeado.com, “*el presidente comparó a la Argentina con otros países de la región, como Brasil, Chile y Ecuador*” que en ese momento tenían “*peores resultados en términos de contagios y muertes que la Argentina*”

- Más allá de esta nota en particular, el medio en general tiene como objetivo verificar todos aquellos discursos que circulan en nuestra sociedad a través de la investigación de fuentes y datos estadísticos.
- ¿Cómo verifican estos discursos? A partir de lo observado, se puede decir que el medio se centra en los datos estadísticos ofrecidos por el enunciador para hacer un repaso sobre la situación de los diferentes países que nombra Alberto (Noruega, Suecia, Ecuador, Brasil y Chile) en su “debido” contexto. Es decir que no sólo chequean la veracidad de la fuente, sino que también analizan a la Argentina y sus políticas sanitarias (según estadísticas) en comparación con el contexto de cada país que se mencionó.
- A partir de la fuente, amplían la información no sólo de una manera estadística (porque así lo propone el enunciador) sino en un análisis interdisciplinario.
- De esta manera el medio hace la misma conjetura que el presente trabajo señalando lo siguiente *“Al anunciar la nueva fase de la cuarentena para la mayoría del país, salvo el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), el presidente Alberto Fernández hizo una serie de comparaciones para explicar cómo está la Argentina en relación al resto del mundo y argumentar por qué las políticas implementadas han sido efectivas para aplanar la curva de contagios”*. El enunciador utiliza las estadísticas para sostener su postura sobre la prioridad de la salud ante la presión económica.
- Lo interesante de la nota es que el medio invita a reflexionar sobre las medidas sanitarias impuestas en esos países nombrados dejando entrever que fueron de las más variadas y extremas. Desde Ecuador que para ese momento implementaron una cuarentena que incluía restricciones horarias (toque de queda entre las 14 y las 5) hasta Brasil que es, hasta la redacción de esta tesis, el país de la región con mayor cantidad de muertes totales por coronavirus. Si bien a nivel nacional hubo sólo recomendaciones de aislamiento, no se suspendieron las clases e incluso el presidente de la Nación, Jair Bolsonaro, incitó a la población a salir a la calles. Sin embargo, gobiernos subnacionales sí tomaron medidas más estrictas, como la ciudad de San Pablo que implementó una cuarentena.
- Alberto de esta manera expone de manera clara que las medidas sanitarias de restricción total, eran más efectivas a comparación de las medidas “flexibles” tomadas por el resto del continente. No así en Europa, planteado como modelo a seguir, que incluyeron las mismas medidas que Argentina, obteniendo, en ese momento, “resultados óptimos” o mejores en comparación de los países de la región.

- El medio tiene como conclusión la siguiente *“La comparación de los números de los países nórdicos confirman que las medidas de aislamiento hasta ahora evitaron muertes por COVID-19, aunque hasta que termine la pandemia no habrá forma de evaluar cuál estrategia fue más efectiva en términos de salud general de la población”*
- Otro aspecto a tener en cuenta es que el medio te invita a proponer tu propio chequeo. Es decir, si dudás de la veracidad de un dicho público podés completar un formulario para que el equipo de chequeado.com lo revise.

→ **Nota número 26**

Título: “Estilo Fernández: liderazgo en tiempos de pandemia”

Fecha de publicación: 10 de Abril del 2020

Fuente: El resaltador.

Link: <https://elresaltador.com.ar/estilo-fernandez-liderazgo-en-tiempos-de-pandemia/>

- Si bien es una nota que habla del manejo del presidente de los comienzos de la pandemia, en un párrafo en particular hablan de los discursos de Alberto y su aparato comunicativo: *“Por ello es de destacar el rol central de Alberto Fernández y el liderazgo ejercido en este tiempo de pandemia -también cabe destacar que gran parte de la oposición estuvo a la altura, construyó consensos y acompañó activamente-. Una vez declarado el aislamiento, el presidente tomó la posta, no sólo en sus medidas institucionales, sino que también en lo comunicacional, combina sus conocimientos del derecho con su praxis política de modo tal que encuentra un equilibrio entre ambos aspectos, dando lugar así a un discurso coherente con líneas de acción y gestión. En fin, demostró que sabe de poder y lo ejerce”*. También se puede observar el siguiente análisis: *“Si bien se le puede señalar que el Gobierno subestimó en un principio la llegada del virus, no se puede desconocer la manera de abordar este novedoso y poco conocido fenómeno”*
- Si bien la nota se presenta dentro del segmento *Actualidad* podemos denotar que se trata de una clara nota de opinión.
- También se puede observar que hace referencia al *Discurso 1* analizado en el siguiente apartado: *“qué está pasando en el mundo? Podemos decir que el Covid-19 aparece como un enemigo invisible y nos pone de frente con un oponente que se presenta no humano, amenazándonos de muerte y colapso sanitario. Los caminos de*

los mandatarios frente a un enemigo no humano fueron diversos, destacándose los siguientes: Hubo quienes lo tomaron como un invento de los medios, en esta categoría bien podría destacarse Bolsonaro; quienes intentaron darle una forma humana y una nacionalidad, como hizo Trump cuando lo llamo el virus chino; encararlo como un enemigo al que no es factible combatir, pidiendo rezos y estampitas como hizo López Obrador; o presentarlo como un enemigo al que, con una estrategia eficiente, se lo puede gobernar, como se apostó Argentina. No se lo puede eliminar, se puede gestionar el riesgo para no caer en una crisis, o al menos, intentarlo”.

→ Nota número 27

Título: “Un plan para liberar a los presos y a los que no están presos aún”

Fecha de publicación: 30 de Abril del 2020

Fuente: Cosecha Roja.

Link: <http://cosecharoja.org/un-plan-para-liberar-los-presos-y-los-que-no-estan-presos-aun-2>

Esta nota se dió en el medio de la A.S.P.O, si bien no refiere a ningún discurso en particular, fue un tema trascendental de discusión en la opinión pública.

- *“Los medios llenaron páginas con el plan maléfico del gobierno para liberar 6000 presos de las cárceles argentinas. Violadores, feminicidas, ladrones, secuestradores, presos políticos y todo tipo de delincuentes en breve andarán sueltos. Eso sí, en casa y con barbijo. Hay muchos mitos y algunas verdades. Acá te contamos algunos de ellos”* con esta bajada cosecharoja.org nos invita a reflexionar acerca de la cobertura de los medios hegemónicos sobre la decisión del Juez de Casación bonaerense Victor Violini en avalar un habeas corpus colectivo que otorgó la prisión domiciliaria a 6000 presos vulnerables por coronavirus. La nota cuenta que esta situación *“desató múltiples interpretaciones”*
- Lo interesante de la nota es que nos invita a reflexionar sobre las condiciones de hacinamiento en los que viven las personas privadas de su libertad en Argentina, que no sólo vulnera sus derechos sino que también perjudican al intento por controlar los contagios.

10. La cobertura mediática sobre los discursos presidenciales

10.1 Análisis de la cobertura mediática realizada por los medios alternativos

Esta nota (la número 20) dialoga con el *Discurso 1* cuando habla de la cuarentena y las características de la cuarentena. También dialoga con los medios hegemónicos. Decimos esto ya que observamos que si bien retoma los mismos contenidos planteados en la cobertura hegemónica (como por ejemplo la nota n°2 y la n°17) problematiza y cuestiona el rol de fuerzas armadas junto con la medida impuesta entendiendo la situación contextual, pero poniendo el foco en la implicancia de dicha medida. Es decir, se entiende por qué las fuerzas de seguridad obtienen un rol protagónico pero se advierte a la sociedad cuáles podrían ser las consecuencias de un posible exceso de poder.

Observamos que el diario La Tinta a través de sus notas dialoga con los discursos elegidos previamente con un enfoque claro en materia de violencia institucional, Mientras que la plataforma chequeado.com, se encarga de dialogar con los discursos a través de datos estadísticos o enfocados en la parte estadística.

Encontramos también que El resaltador demuestra una cobertura mediática alternativa pero más bien informativa en sus géneros o su manera de afrontar las temáticas y Cosecha Roja interpela a los discursos sociales a través de la violencia institucional

10.2 Análisis de los recortes de Youtube propuestos por los principales noticieros locales (de la ciudad de Córdoba)

Cobertura mediática cordobesa de acuerdo a los discursos presidenciales seleccionados (llámese discurso 1 y 2) correspondiente a la franja temporal del 20 de Marzo hasta el 1 de Abril.

→ Canal 12 de Córdoba, Programa “Arriba Córdoba”

Luego de la búsqueda (específica según cada discurso seleccionado previamente) pudimos observar las siguientes características:

En relación al discurso 1 y 2 (20 de Marzo):

- Se muestra el discurso presidencial en vivo de la lectura del DNU
- Tienen una lista de reproducción o una playlist exclusiva bajo la categoría de “Coronavirus”

- Muestran un móvil en vivo del programa “Arriba Córdoba” sobre los controles policiales. En el mismo el periodista habla con el oficial y con el automovilista acerca de la medida. Después el periodista conversa con el viceministro de salud donde explica cuales y como se aplica la cuarentena en la ciudad de Córdoba. El viceministro reafirma la necesidad de quedarse si o si. Alejandra Bellini: no corramos el límite. “ el presidente fue claro.” ”deberíamos querer quedarnos en casa. la gente quiere hacerle la gambeta al decreto. el virus se propaga si la gente se conecta ``enfocados en el covid pero estamos con el dengue que tmb es prioridad . ping pong de preguntas de parte de los televidentes y el viceministro responde.”Hay gente que lo hace. como si le hiciera trampa al estado. el que le hace trampa al estado, le hace trampa a uno mismo”
- En el segmento “Tach” del programa (segmento que se caracteriza por comentar las novedades tecnológicas del momento) se explican una por una las medidas que se tomaron y sus consecuencias.
- Hay un recorte de Youtube donde se muestra un bloque donde se realiza un diálogo mediante una entrevista a Alfonso Mosquera (ministro de salud de la provincia). El mismo recalca que “el presidente de la república ayer ha sido claro y también lo es el decreto de necesidad de urgencia” (...) “la primera responsabilidad recae sobre los ciudadanos”
- Se mencionan también los controles y cuáles son los papeles necesarios, cómo se implementa el control y qué consecuencias existen si no se cumplen. El ministro asegura que “estas no son medidas represivas sino sanitarias”. Hace hincapié en que sea la misma sociedad la que se convenza de la necesidad de estas medidas. Plantea que las fuerzas de seguridad van a hacer cumplir con todo rigor las medidas del decreto necesidad de urgencia, de lo contrario el ministro explica la detención de personas. Antes de cerrar el diálogo con la periodista, el ministro asevera que el país no está en estado de sitio.
- Hay un segmento en el programa que se llama “Momento Relax (donde por lo general se tratan temas “de color”. En este caso la consigna del día fue: ¿Cómo nos afecta la pandemia? En este bloque habla un psicólogo donde explica la idea de que no tenemos memoria de haber vivido un encierro. Plantea que esta situación nos obliga a

resignificar y rearmar el modo de vincularnos y que existe una una idea de control, en general.

- Hay un recorte de youtube donde se muestra una nota que realiza desde canal 12, con un móvil en vivo donde se conversa acerca de los médicos y cómo afrontan la pandemia en su día a día. Explican cómo es el triaje de ellos y el trabajo en ambulancias.
- En cuanto al Discurso 2 y al noticiero seleccionado encontramos dos recortes de Youtube significativos donde podemos observar la circulación de dichos discursos. El primero de los recortes corresponde a una editorial que realiza el periodista Jorge Cuadrado (en telenoche, no en el programa de *Arriba Córdoba*) donde lo titulan como “Los peligros del miedo, cómo atravesamos el aislamiento”. Allí, el periodista realiza las siguientes declaraciones: “La irrupción del virus, nos lleva a la idea de la preciada libertad, la decisión de los gobiernos parece lógica. Quienes toman decisiones se asustaron y ese miedo contagió más aún que el Covid. Hoy estamos frente a una epidemia de enfermedad y otra de miedo; y no sabemos como salir.”(...) “El virus es una novedad científica, resulta lógico que ante el miedo extremo, se tomen medidas extremas.” Luego de estas declaraciones, el periodista realiza una simulación de una conversación entre un abuelo y su nieto (con el fin de empatizar con el público instalando esta visión de la declaración de la medida sanitaria). Además el periodista en otro pasaje de su editorial recurre a la metáfora del fútbol donde dice que si el entrenador está perdido, sus jugadores también, para referirse al gobierno. Otro de sus fragmentos especifica lo siguiente: “Por ahora la pérdida de la libertad no parece contar, parece solo un efecto. Lo que se ve es la economía y los que sufren son siempre los más pobres.” Para explicar más la idea de él acerca de la economía y su situación actual, apela nuevamente a una metáfora: “Esta olla va a agarrar cada vez más presión.” Refuerza el slogan presidencial de la siguiente manera: “Quedate en casa, la salud esta antes de la economía” planteando al mismo tiempo al siguiente crítica: “Nadie estudió el efecto real del aislamiento en otras partes de la salud (donaciones, atención a diabéticos, pacientes que sufren de cáncer, etc) A lo largo de su editorial, el periodista busca ejemplificar la situación actual en personas con trabajos cotidianos e informales. Por ejemplo “Cristian es un albañil...que no tiene a quién pedirle prestado.” En cuanto a la referencia al enunciador rescatamos la siguiente frase: “No quisiera estar en el pellejo de los que toman decisiones.” Para

hacer referencia a la situación social lo hace de la siguiente manera: “Es cierto que corresponde a los ciudadanos cumplir las reglas, pero más corresponde a los gobernantes, médicos y comunicadores marcar el camino de serenidad antes que agitar el pánico.” (...)”Deberíamos ocuparnos del miedo que nos oprime.” (...) “Pareciera que les gusta que haya ignorantes, porque garantiza acatamiento, obediencia, etc. Algunos parece que buscan una sociedad quieta, callada, adormecida. La editorial del periodista cierra con la siguiente frase: “opiniones libres, hechos sagrados”

- Otro de los recortes correspondientes o referidos al Discurso 2 que se encuentra en Youtube en el canal de Canal 12, es una declaración de un comerciante/empresario donde le responde abiertamente al presidente con la siguiente frase: “no le tenemos miedo”

→ Telefé Córdoba, programa “Telefé noticias”

Respecto al discurso 1 y 2 (20 de Marzo)

- La Voz del Interior muestra un video sobre la ciudad de Córdoba y como esta con el aislamiento. El video muestra imágenes de la ciudad vacía y desolada. No hay ninguna voz en off, sólo imágenes haciendo parecer que “la ciudad está triste”
- Lo que más nos llamó la atención de la cobertura mediática de canal ocho es que constó de un “relato reality”. Decimos esto ya que hicieron -por ejemplo- un zócalo que mostraba la “cuarentena día 1...”. Es un móvil de canal ocho donde el periodista “propone” subir al móvil de Telefé Córdoba y hacer el recorrido en vivo por la ciudad de Córdoba con la cámara del noticiero mientras él va relatando lo que ve. Algunas de las frases que resalta es que los estudiantes se volvieron, están en nv cba y está todo vacío. muestran el control de la policía. para que la gente entienda que no tiene o puede salir a pasear...en españa bla bla bla.. Acá hay 4 personas por auto. esto debería cambiarse. no hay movimiento. casi nadie caminando en las zonas de las luces de cba, solo algunas luces de los policías o taxis. Dicen que el primer día es el más difícil y que todavía no entiende que para cuidarnos todos es necesario quedarse en casa . en este día parece que los cordobeses van tomando consciencia. No hubo casi escenas de

autoridad de la policía, no se utilizó la fuerza, hubo gente que aprovechó y salió. hoy es fácil mentirle a la policía. esto va a ir cambiando con el correr de los días.

- Existe un recorte de youtube de Telefé Córdoba donde sólo se muestra un video de la ciudad de Córdoba sin movimiento. Es decir, es un video donde se muestra “lo desolado” de la ciudad debido a esta medida.
- Hay un recorte en el canal de youtube de canal ocho, publicado el 11 de Marzo, es decir unos días antes de que se decretara la cuarentena donde se hace un bloque teniendo como consigna: “Cómo es estar en pandemia?” Bajo esta pregunta, los periodistas conversaron con un pediatra cordobés que llegó de Europa, quien contó cómo fue la experiencia de volver. Le recomendaron que realice el aislamiento. El pediatra comentó que es una medida obligatoria para los que entran al país. En sus propias palabras: “Está muy bien las restricciones, todas las personas debemos acatarlas, está determinado por la oms. Ustedes ya saben lo que significa una pandemia. todas las personas debemos responder con responsabilidad social.” A su vez cuenta cómo es la realidad de estar aislado, comenta también cómo es la dinámica escolar para sus hijos (las señoras le mandan la tarea al estar aislados). El médico cuenta cómo es la cuarentena en Europa y como son las medidas. “Esta es una muy buena decisión que está tomando en el país”. Cierra el móvil con las palabras del médico.

➔ Canal 10 de Córdoba, programa “Crónica al mediodía”

- El primer recorte de Youtube correspondiente al noticiero el día 20 de Marzo comienza con el periodista esbozando la siguiente frase: “La idea del aislamiento es que te quedes en tu casa y no salir a disfrutar como si fueran vacaciones.” Esta frase está enmarcada en la nota con imágenes que muestran el supermercado mayorista Tadicor lleno de gente y largas colas de espera. La periodista cuenta “lo que mucha gente le dice” del por qué hacen dichas colas (es decir, explica las supuestas excusas de la ciudadanía al realizar estas colas incumpliendo la medida de aislamiento): “compramos y nos stockeamos para no tener que salir.” El periodista que la acompaña le contesta aduciendo que ante esa excusa, la respuesta es que antes -es decir, los días previos donde ya se venía mencionando en los medios este posible aislamiento- tuvieron tiempo para realizar las compras del super. Continúa diciendo

el periodista: “No nos corresponde a nosotros la función (los periodistas) de perseguir y acusar, solo sugerirles que no lo hagan” Ante ésto, en la pantalla gigante a sus espaldas se muestran imágenes de otras provincias donde pasa lo mismo. El periodista plantea que “la compra del pánico” no va a faltar en ninguna de las provincias que se observe. Allí cierra en bloque

- Otro de los recortes de Canal 10 referidos al momento de aislamiento es uno donde se muestra el control del puente centenario. Allí el movilero explica qué hace el control con la presencia del director de seguridad de Córdoba. Ambos comentan los detenidos que existen hasta el momento por violar la cuarentena. El periodista le pregunta ¿Cuándo quedan detenidos? A lo que se le responde: cuando insisten en seguir haciendo lo que no deben. El funcionario menciona: “que la gente se quede en su casa, este es un tema sanitario. Tratamos de hablar, crear consciencia con la gente y que se vuelvan.” Hay hasta el momento 60 detenidos a nivel provincial. En el mismo móvil hablan de manera espontánea, ya que aducen que se presentó sin organizarlo previamente, con Alfonso Mosquera (ministro de salud) que salió a chequear los puestos quien menciona que “la ciudadanía ha ido acatando las palabras del presidente, la ciudadanía se aggiornó, la policía trabaja en conjunto con la gendarmería y la federal. Así vamos a seguir trabajando. Todos los ministros estamos en contacto con el sr. Gobernador.” Luego de ésto se despiden de los presentes y del móvil.
- Otro de los recortes que encontramos en relación a nuestro tema en cuestión es uno que está bajo el nombre de “Editorial Passerini” donde habla el viceministro sobre las medidas y las nombra. “Fuimos adhiriéndonos a todas las medidas que se sugirieron desde el nivel superior, (...) Vamos a ir viendo todo lo que está relacionado a las medidas operativas del decreto nacional, que creo que es una decisión muy acertada sobre lo que viene en materia sanitaria y seguro vendrán otros anuncios de lo económico y noticias de ayuda.” Luego habla sobre el transporte público: “Tenemos que garantizar que la gente llegue a trabajar”.
- Un recorte que nos pareció interesante corresponde al programa del 4 de Marzo donde se comienza a hablar sobre el primer caso de contagiado por COVID-19 en Córdoba. Debido a esto los periodistas le hacen una entrevista al director del hospital Rawson (uno de los principales hospitales de la ciudad que representa a la salud

pública) quien comenta que se decretó la alerta epidemiológica como lo indicó la OMS (Organización Mundial de la Salud) y la Organización Panamericana de la Salud. En este momento, y en esta fecha (primeros días de Marzo) el virus aún no circulaba en la provincia y en el país según declaró el director del Hospital. Hasta ese momento los casos que existían eran de países vecinos y limítrofes.

10.3 Análisis de la cobertura mediática realizada por los medios hegemónicos

Pudimos observar en primer lugar que tanto los medios nacionales como los locales cubrieron la emisión de los discursos presidenciales. Esta cobertura de los medios hegemónicos tuvo distintas características de acuerdo al medio seleccionado y se clasificaron las notas en diversas y muy variadas secciones como por ejemplo: Sociedad, Política, País, Coronavirus, Córdoba, Lifestyle y Espectáculos. Algunos medios realizaron la cobertura contando la noticia. Bajo la estrategia de la supuesta objetividad, eligieron el género noticioso y la crónica como herramienta periodística. Entre ellas observamos por ejemplo el caso del diario “*La Nueva Mañana de Córdoba*”. Observamos en ellas que “*el discurso madre*” circula mediante citas directas y no a través de interpretaciones personales. Hay un gran número de citas insertadas, tanto directas como indirectas ordenadas cronológicamente de acuerdo al acto de enunciación (mediante la cadena nacional).

La gran mayoría de los medios seleccionados incorporó citas textuales de los discursos presidenciales. Esto demuestra que hubo un esfuerzo/intención de contar la noticia a través de la voz en primera persona del presidente de la nación. Otra de las características de esta cobertura mediática que pudimos observar es que todos los medios hegemónicos pusieron a disposición mediante un link en su plataforma digital el decreto necesidad de urgencia (DNU) correspondiente al primer discurso seleccionado dónde se decreta el aislamiento social obligatorio. Esto demuestra la relevancia del suceso y la importancia social del contenido discursivo debido al impacto en la sociedad.

En cuanto a los medios cordobeses analizados: “*La Nueva Mañana de Córdoba*” y “*La voz de Interior*” logramos observar que La voz del interior tiene una sección especial referida a los acontecimientos relacionados al COVID-19, denominada “*Coronavirus*”. La cobertura cordobesa, respecto al aislamiento estricto, demostró tener como característica principal enfocarse en los controles hechos por los efectivos policiales, la cantidad de infractores y fiestas clandestinas ocurridas en ese momento; ubicando a las fuerzas policiales como principal actor de control y contención social. Construyendo así noticias a partir de esto. Esto

demuestra el lugar de poder que se le otorgó a las fuerzas policiales como política de estado, ya que en todos los discursos presidenciales se hace referencia a la tarea de las fuerzas armadas interpelándolos a cumplir con dicha función.

Otras de las características de esta cobertura mediática es que dichos medios redireccionan en su plataforma digital de noticias a su propio canal oficial de Twitter donde comentan o proponen mediante un tweet la noticia. Esto podríamos pensarlo como una manera colectiva de construir la noticia mediante la convivencia de dos canales o plataformas digitales. Esta característica nos parece importante destacarla ya que demuestra una clara intención de ofrecerle a los y las lectores/as del diario, más de una posibilidad como canal de información. Intentando de esta manera redirigir al público hacia la red social propuesta utilizando como puente un video de la situación.

En todas las plataformas digitales de los medios de comunicación seleccionados (sean nacionales o locales) existen espacios para que los y las lectores/as expresen su pensamiento. En una suerte de ida y vuelta o feedback comunicativo con estos medios de comunicación, los y las lectores/as tienen a disposición un espacio para comentar libremente la noticia, intentando generar una comunidad alrededor de cada medio, como uno de los principales objetivos de las redes sociales.

En las notas escritas luego del primer discurso presidencial donde se anuncia la cuarentena obligatoria, se observó un gran interés por informar las medidas explícitas según el decreto n°297/20 publicado en el boletín oficial. Muestra de esto es que en todos los diarios se pudo acceder como lector/a al decreto presidencial oficial. Es decir, ofreciendo la posibilidad al usuario de leer las medidas directamente desde la publicación del boletín oficial.

En las notas correspondientes al primero y segundo discurso se observa que hay un recorrido explicativo estadístico acerca de la pandemia. De esta manera, se informa a los ciudadanos cuáles son las repercusiones de las medidas tomadas en el país, como forma de justificación del *“falso dilema de priorizar la salud o la economía.”*²²

También se puede observar que en los recortes obtenidos de YouTube los medios locales en su versión audiovisual cubrieron las medidas presidenciales y los "efectos" de la pandemia casi como un reality show. Esto se demuestra en -por ejemplo- la cobertura que realizó el noticiero de canal 8 donde, a medida que transcurría la pandemia se mostró cómo estaba la

²² Frase extraída del analizado Discurso 2 correspondiente a 30/03/2020

ciudad en el día "número x" de la pandemia. Es decir, luego del primer discurso presidencial, canal ocho colocó en un zócalo: "*cuarentena día 1*" y mostró, cual reloj de arena, cómo estaba la ciudad a horas de haberse decretado el aislamiento social obligatorio. Esto sucedió desde el día 1 hasta final del año.

Cuando hablamos de "los números de la pandemia" nos parece importante destacar que a nivel nacional, el diario Infobae construyó su propia plataforma de datos estadísticos junto con el ministerio de Salud de la nación. Allí, no sólo se presentaron porcentajes sino también gráficos de diversas formas donde el/la lector/a podía acceder a la información. Una de las muestras más claras de esto es en la noticia correspondiente al segundo y tercer discurso donde ambas contienen datos estadísticos. Recordemos que también ésta estrategia de "veracidad" fue utilizada por el enunciador en sus primeros discursos presidenciales con el ejemplo de "las famosas filmas". Esta cobertura realizada por infobae nos demuestra que algunos aspectos del discurso presidencial circularon en éste medio mediante la condición estadística. De esa manera ofrecen a los y las lectoras/es la posibilidad de informarse mediante la estadística como herramienta, "más allá de lo que dicen los medios". En muchas notas el objetivo de las mismas no es la pandemia en sí sino el discurso presidencial circulando.

Los gráficos estadísticos de la cobertura mediática por parte del diario Infobae, fueron contruidos extrayendo datos proporcionados por el ministerio de salud de la nación. Si bien la nota elegida para su análisis corresponde al mes de marzo, los datos están actualizados al día de la fecha. Esto es interesante para pensar el mecanismo en el que este diario construye su veracidad periodística. De esta manera si algún lector quisiera ingresar al link de la nota en este momento, encontraría allí los mismos gráficos tanto de barra como de torta actualizados con los últimos números publicados. Esta cobertura mediática estadística es interactiva. Así los lectores y lectoras pueden navegar a través de los gráficos según sus intereses.

10.4 Análisis de la cobertura mediática del tercer sector

En cuanto a los medios "alternativos" la crónica es el género por definición que adquieren estos medios digitales. Colaborando así con la sensación de cercanía entre el/la lector/a y los hechos sociales. En cuanto a dichos medios, encontramos también que la selección de temas al momento de escribir las notas referidas a los discursos seleccionados, genera no sólo una línea paralela -a los medios tradicionales- de contenido, sino también comunidad. Esta doble característica es propia al tipo de medio que analizamos pero sobre todo al escenario

contextual en el que se enmarca nuestra investigación que es la digitalidad como campo de juego.

Observamos por ejemplo que las temáticas elegidas para realizar notas son: la pandemia y sus consecuencias en el sistema carcelario, la educación (desafíos y desaciertos) en su formato virtual, la conmemoración del 24 de Marzo con la imposibilidad de congregarse en las calles debido a la cuarentena; el escenario previo en casa de gobierno a emitir el comunicado del aislamiento social preventivo y obligatorio. Todas estas temáticas demuestran que la elección de los aspectos a contarle a la sociedad no son los mismos que la de los medios hegemónicos y tampoco es la misma manera. Estos medios alternativos, a través de sus notas marcaron algunos aspectos criticables al gobierno de nuestro país y mostraron cómo afecta la declaración del aislamiento en aquellos sectores donde los derechos son más vulnerados o donde la estructura institucional no tiene la misma resistencia que otras (por ejemplo la cárcel y la educación pública).

En cuanto a la cobertura realizada por medios alternativos tomamos como corpus a aquella cobertura realizada dentro de nuestra delimitación tempororo espacial desde el 20 de Marzo del 2020 al 10 de Julio del 2020 que guardan relación con los discursos (o no). Para ello analizamos notas pertenecientes a medios alternativos como **cosecharoja.org** (*Red Latinoamericana de Periodistas Judiciales*), **revistaanfibia.com** (*Revista digital de la Universidad Nacional de San Martín, Argentina*), **chequeado.com** (*medio de comunicación de la fundación ... de CABA*), **latinta.com.ar** y **elresaltador.com.ar** (*ambos medios de comunicación de la ciudad de Córdoba conformados como cooperativa de trabajo e integrados por egresados de la Facultad de Comunicación de la UNC*). Analizamos nueve en total.

11. Aplicación de herramienta de análisis documental (comparación de variables)

A continuación para aplicar la herramienta de análisis documental planteada por los autores Peña Vera y Pirela Morillo (2010) se procedió a confeccionar las siguientes tablas comparativas. Las mismas tienen como objetivo distinguir entre la cobertura mediática hegemónica y la cobertura alternativa los distintos niveles de significados generales que tuvieron de un mismo tópico (“cuarentena como medida sanitaria”, “discurso presidencial” y “acatamiento social respecto de la cuarentena”). De esta forma se pretende comprender cómo

estos temas han circulado en los distintos medios, en base a los objetivos planteados desde el principio de esta investigación.

Tabla N°4: Cantidad de notas totales que refieren a los tópicos que fueron puestos en comparación

Nivel de significados generales		
VARIABLES/ TÓPICOS DEL TEXTO	NOTAS ANALIZADAS DE MEDIOS HEGEMÓNICOS	NOTAS ANALIZADAS DE MEDIOS ALTERNATIVOS
Cuarentena como medida sanitaria	15	8
Discurso presidencial	7	5
Acatamiento social respecto a la cuarentena	10	3

Tabla N°5: Nivel de significado sobre la cuarentena como medida sanitaria

NIVEL DE SIGNIFICADO SOBRE LA CUARENTENA COMO MEDIDA SANITARIA		
VARIABLES/ TÓPICOS DEL TEXTO	COBERTURA HEGEMÓNICA	COBERTURA ALTERNATIVA
De carácter implícito o indirecto	La fundamentación de la aplicación de la cuarentena como medida está basada en la reacción por parte del Estado de hacer lo correcto para cuidar a sus ciudadanos. Dejando entrever que si la ciudadanía apoya ésta medida el conflicto sanitario se resolvería. A su vez, mediante el desarrollo de las notas se observa que de manera implícita que no hubo alternativa de elección. Como si la responsabilidad gubernamental estuviera puesta en tomar estas decisiones en función de una superestructura en un intento de desligar responsabilidades. Se argumenta la aplicación de la cuarentena en términos intimidantes, comparándola, en algunos casos, a la privación de la libertad de la última dictadura militar.	Se muestra de manera implícita que la cuarentena es difícil de cumplir en los sectores más vulnerables ya sea económicamente hablando como así también socialmente. Es decir, se habla de las dificultades para aplicar y cumplir la medida en las zonas más vulnerables como cárceles, barrios populares, escuelas estatales y rurales de bajos recursos (que no tienen estructura suficiente para sostener durante un largo período ésta medida). Se visibiliza mediante la elección de éstas temáticas (distintas a las que plantea la cobertura hegemónica) todas aquellas problemáticas que

		existen en este contexto de crisis y que sufre por ende, las peores consecuencias alrededor de la decisión de dictar la cuarentena como obligatoria.
De carácter explícito o directo	<p>Hacen referencia a la importancia de la medida en función de un sólo gran objetivo: “<i>aplanar la curva de contagio</i>” y evitar que el ritmo de contagio se acelere.</p> <p>Apuntan a ésta medida como una medida de carácter “<i>drástico</i>”.</p> <p>En un primer momento (en referencia al <i>Discurso 1</i>) se explican detalladamente cuales son las implicancias de la cuarentena como medida estatal y se detalla cada una de las medidas que debe respetarse en este contexto de emergencia sanitaria mediante la publicación del primer DNU donde se publica la medida estatal.</p> <p>Se hace referencia a la cuarentena como un camino que debe seguir la ciudadanía. Al mismo tiempo se hace hincapié que esta medida extrema se tomó para cuidar la salud y no priorizar la economía. Para ésto se apela a la utilización y explicación detallada de las estadísticas construidas en relación a los números y porcentajes de contagio.</p> <p>Para argumentar la extensión de la cuarentena se utiliza el mismo recurso o argumento de aplicación (redireccionar los esfuerzos para que los contagios no aumenten).</p>	<p>Se habla de la cuarentena como una medida única pero también impuesta y como una excusa (nota 22) para ceder el poder a las fuerzas armadas.</p> <p>Se habla de la cuarentena como una estrategia epidemiológica (nota 24), como una medida insólita y como estrategia impuesta.</p> <p>Se menciona a la cuarentena como una medida estratégica del gobierno, de la misma que se compara con el miedo como estrategia del gobierno.</p> <p>Se hace alusión de manera explícita al abuso policial mediante la presentación de distintos casos de violencia institucional a lo largo del país.</p>

Tabla N°5: Nivel de significado sobre los discursos presidenciales

NIVEL DE SIGNIFICADO SOBRE LOS DISCURSOS PRESIDENCIALES		
VARIABLES/ TÓPICOS DEL TEXTO	COBERTURA HEGEMÓNICA	COBERTURA ALTERNATIVA
De carácter implícito o	La cobertura hegemónica intenta demostrar a la ciudadanía el trabajo	Muestran la situación previa al momento de dictar las

<p>indirecto</p>	<p>coordinado que posee el gobierno con otros mandatarios y actores políticos de todo el país. Esto se deja ver o se consolida en la conformación de un gabinete federal de trabajo para afrontar la emergencia sanitaria. Demostrando de ésta manera que el gobierno puede trabajar en conjunto con los gobernadores de las distintas provincias incluso siendo de partidos distintos al que gobierna. Esto repercute en la sociedad al momento de la aplicación de la cuarentena y es el mismo presidente quien se encarga de reforzarlo mediante algunos pasajes de las notas donde valora y revaloriza la presencia de los distintos gobernadores (sobre todo los pertenecientes a Juntos por el Cambio). Esto puede observarse de manera explícita cuando para referirse al Horacio Rodríguez Larreta como “su amigo”.</p>	<p>medidas (por ejemplo en la nota 23), se hace alusión al Estado como enunciador y no al presidente de manera personal. Se relata mediante la crónica cómo es la realidad presidencial y el dictado de la medida. La cobertura alternativa se hace eco del “falso dilema” entre la economía y la salud. Ejemplo de esto es la nota 24 donde se relata la situación económica en medio de la crisis sanitaria, dejando entrever cuáles son los desafíos que debe afrontar el gobierno. Se retoman los datos estadísticos mencionados en los discursos para criticarlos cuestionarlos poniendo en la balanza situaciones reales con otros datos estadísticos como la pobreza, la cantidad de presos con acceso a kit sanitarios, etc. Se cuestiona la manera en cómo el presidente aborda la comunicación de crisis.</p>
<p>De carácter explícito o directo</p>	<p>Se menciona en las notas analizadas, citas y pasajes textuales de los discursos presidenciales seleccionados como así también de los decretos de Necesidad de Urgencia emitidos. Resaltan el carácter pedagógico del presidente Fernández sobre la utilización de filminas para explicar las curvas de contagios y se destacó la presencia de todos los gobernadores presentes durante el acto de la independencia llevada a cabo el 9 de Julio del 2020.</p>	<p>Se habla del discurso presidencial referido a la medida sanitaria. Las notas correspondientes a estos medios no refieren de manera explícita sobre los discursos en sí mismos. Se menciona al enunciador en muy pocas ocasiones y se hace de manera personal nombrandolo por su nombre.</p>

Tabla N°6: Nivel de significado sobre el acatamiento social respecto a la cuarentena

NIVEL DE SIGNIFICADO SOBRE EL ACATAMIENTO SOCIAL RESPECTO A LA CUARENTENA		
Variables/ Tópicos del texto	Cobertura hegemónica	Cobertura alternativa
De carácter implícito o indirecto	Refuerzan la necesidad del acatamiento social apelando a las fuerzas policiales y de control. Es decir, comunicando a la sociedad el papel protagónico que tendrán las fuerzas armadas en la sociedad durante la cuarentena. Dejando ver que le otorgaron libertad de acción para responder con decisión propia ante quienes incumplan la medida.	Se cuestiona la decisión de otorgar control y poder libre a las fuerzas armadas. Se plantea que desde el gobierno se diseñó la utilización del miedo en la sociedad para generar acatamiento social.
De carácter explícito o directo	Se demuestra el rol del jefe de Estado como quien releva el acatamiento de la cuarentena como medida. Se menciona de manera explícita que no serán flexibles con quienes no lo hagan. Ejemplo de esto es una de las frases más resonantes de los 4 discursos presidenciales (que tuvo repercusión tanto mediática como en los discursos presidenciales posteriores): “Vamos a ser muy duros con quien no respete la cuarentena”	Se menciona la peligrosidad de ubicar a las fuerzas armadas como el único órgano de control del cumplimiento de las distintas etapas de la cuarentena. Además se menciona cuál es el accionar de las fuerzas armadas en los sectores o barrios populares demostrando en muchos casos abuso de poder.

12. Análisis de la cobertura en clave de circulación y reconocimiento

Durante la búsqueda de noticias acerca de la cobertura mediática de los discursos presidenciales, encontramos muchas noticias que luego se dieron a conocer que eran Fake news. Esto demuestra que ningún discurso social está exento de las mismas. Por el contrario, creemos que estas noticias falsas también son discursos sociales. Al momento de realizar el análisis de la cobertura mediática, algunas de las noticias falsas que circularon respecto a los discursos seleccionados estuvieron relacionadas con la utilización del barbijo, con los supuestos efectos adversos en los y las niños y niñas; con la utilización y efectividad de las vacunas, entre otras.

Debido a esto profesionales de Conicet junto a integrantes de *Télam* (agencia de noticias) crearon una plataforma exclusiva para detectar las Fake News, desmentirlas y explicarle a la

ciudadanía por qué era importante realizar este trabajo al momento de recibir una nota/noticia con éstas características.

La plataforma web se llama Confi.Ar (donde se observa un juego de palabras con sus insignias y los colores principales oficiales) y tiene distintas pestañas donde uno puede navegar a través de ella, buscando noticias falsas y encontrando explicaciones certeras.

Este sitio se encuentra dentro de la plataforma nacional de noticias y se emitió en una cápsula de 22 capítulos o episodios a través de la Televisión Pública. Esto demuestra un gran esfuerzo por parte de la gestión pública para detectar y sobre todo contrarrestar la información generada sobre todo en éste contexto de pandemia. Las noticias allí publicadas están referidas a la situación contextual de COVID-19 con el fin de llevar a la sociedad información certera y “desmentida” por profesionales.




(Imagen correspondiente al inicio de la de la página web Confi.ar²³)

Lo primero con lo que nos encontramos en la portada principal de la página es el concepto de Infodemia (que mencionamos en párrafos anteriores) junto al slogan que proponen para acercar el concepto a la ciudadanía. Como podemos observar entre las pestañas que nos proporciona la plataforma web se encuentra una específicamente dedicada a las Fake News. Al clickear en dicha pestaña se nos despliega la siguiente página:

²³ Plataforma web creada por Télam Agencia Nacional de Noticias con el objetivo de combatir la Infodemia: la epidemia informativa de la pandemia <https://confiar.telam.com.ar/>


Fake News
Inicio / Fake News

15 ● 15




Falso: la vacuna Sinopharm tiene una respuesta de anticuerpos débil contra la variante delta

[Leer >](#)




Falso: las vacunas contra COVID-19 tienen nanochips

[Leer >](#)




Falso: frente a la variante Delta, tener una sola dosis de la vacuna equivale a estar desprotegido

[Leer >](#)




Falso: el uso de barbijos en niños menores de 12 años puede provocar falta de oxígeno y baja de las defensas

[Leer >](#)



Falso: las vacunas no sirven si no tienen más del 90% de eficacia

[Leer >](#)



Falso: en 80 días el SARS-CoV-2 puede mutar y vencer los anticuerpos

[Leer >](#)

[Cargar más](#)

Podríamos pensar que el objetivo de cada enunciación (nuestros discursos) interviene en la construcción de la otredad discursiva. Debido a esto podemos inferir que en el primer discurso seleccionado correspondiente al 20 de Marzo la intención comunicativa del enunciador se centra en comentar detalladamente la situación contextual a nivel local y mundial; junto con la necesidad de dar a conocer las medidas que se tomarán de ahora en adelante. La argumentación lingüística está enfocada en comentar detalladamente cada una de las medidas con el fin de explicarle a la sociedad cómo será la manera de convivir en los próximos días. La imagen del enunciador se asimila a la de “un profesor dando clases”. Decimos esto ya que creemos que fue parte de la estrategia discursiva utilizar esta característica (que corresponde a una característica personal del enunciador) en las emisiones nacionales.

A partir del concepto de *triple destinación* propuesto por Verón (1987) logramos observar que los discursos presidenciales elegidos se corresponden a cada uno de esta clasificación. Es decir, creemos que hay un discurso para cada tipo de destinatario, o bien, que hay una construcción específica del destinatario en cada discurso. Observamos de esta manera que cada uno de los discursos elegidos se enfoca en un tipo de destinatario.

En el *Discurso 1* inferimos que el objetivo discursivo está puesto en contar la situación actual y las nuevas medidas a partir de esta situación contextual de desconocimiento e incertidumbre. Por esta razón inferimos que el enunciado está dirigido a la totalidad de la

ciudadanía en calidad de paradestinataro. Ante esta construcción del destinatario observamos que el componente mayormente utilizado es el descriptivo junto con el didáctico como estrategia discursiva. Ésto nos demuestra que el discurso está pensado para la sociedad en su conjunto sin generar grandes diferencias con los otros destinatarios.

A su vez el *Discurso 2* correspondiente al 30 de Marzo presenta en su mayoría apariciones tanto del paradestinataro como del prodestinataro. Esas apariciones están ligadas al componente tanto descriptivo como didáctico. Si bien hay apariciones de todos los componentes, los que más predominan son los anteriormente mencionados. Creemos que esta estrategia fue pensada de esa manera ya que el objetivo de dicho discurso era anunciar la extensión de la medida tomada en el discurso uno. Con esto queremos decir que si bien son discursos distintos y con relevancias distintas, entre el *Discurso 1* y el *Discurso 2* no varía demasiado el contexto como para que desde el enunciador debieran cambiar la estrategia discursiva (recordemos que los discursos mencionados son contiguos).

En cuanto al *Discurso 3* seleccionado, observamos un gran cambio de estrategia. Esto se debe a que el contexto de emergencia continuaba pero los datos estadísticas mostraban mejoras en algunas zonas. De allí que se tomó la decisión de realizar el cambio de condición o fase de la cuarentena (de A.S.P.O a D.I.S.P.O). Este discurso es el más relevante de los elegidos ya que demuestra una estrategia discursiva bien distinta a la del resto. En este caso, el destinatario aparece ligado al componente didáctico con el fin de constatar o reafirmar la situación actual epidemiológica y la necesidad de implementar las medidas que se estaban anunciando. Por ello entendemos que el objetivo principal de este discurso fue el de justificar las medidas implementadas o la cuarentena en sí misma. Este discurso es una respuesta por parte del enunciador a las críticas que recibió en las semanas anteriores. Se observa que el *Discurso 2* circuló en los medios de comunicación y en las redes sociales a través -en parte- de crítica hacia las medidas anunciadas. Es por esto que la estrategia discursiva en este discurso en particular es distinta. El enunciador acude a la explicación de la situación contextual mediante la incorporación de otras voces. Dichas voces son autorizadas y calificadas en el tema (como por ejemplo la mesa de infectólogos y especialistas). Sumado a esto incorpora datos estadísticos para contrarrestar las críticas recibidas hasta el momento. Ambos mecanismos se corresponden con la necesidad (o estrategia) de acudir a herramientas que anclen la veracidad del discurso y sean infalibles a las críticas. De esta manera el enunciador habla a través de estas dos herramientas como una forma de construir objetividad a partir de los datos.

Por otra parte, el *Discurso 4* está caracterizado por darse en una fecha patria. Esto hace que el tema central de la enunciación se haya corrido del eje que veníamos analizando. Aquí predomina el componente descriptivo y el programático. Esta combinación fue posible debido a que la fecha del discurso es quizás una de las más relevantes para nuestro país. Este contexto hizo que el enunciador base su estrategia discursiva en generar conciencia sobre la fecha y su relación con la emergencia sanitaria (esto se observa por ejemplo, en la aparición del paradestinatario junto con el prodestinatario ligados al agradecimiento por acatar las medidas propuestas). A su vez, predomina como sujeto discursivo el contradestinatario bajo la forma nominalizada de “*odiadores seriales*”. Esta construcción del contradestinatario fue replicado en varios momentos de la cobertura mediática. Lo podemos observar por ejemplo en las editoriales seleccionadas de youtube. Esta forma de identificar al contradestinatario fue muy replicado en los medios y las redes sociales. Observamos en el análisis realizado previamente que la circulación de los discursos es replicado no en su totalidad, sino más bien algunos extractos o fragmentos de los discursos. En su mayoría aquellos fragmentos que tienen que ver o están relacionados a lo emotivo o la emocionalidad.

En nuestro análisis que corresponde al análisis en circulación observamos que podemos ubicar las condiciones de producción de los discursos principales (entiéndase los presidenciales) como la situación contextual en sí misma. Es decir, es la misma declaración de la pandemia la que actúa como condición generadora de los discursos presidenciales. De todas maneras, encontramos también que en el *Discurso 1* hay rasgos que muestran como condición de producción un discurso anterior elaborado por la OMS, en el pasaje hace referencia a la declaración de la situación mundial como pandemia.

En el *Discurso 2* observamos como condición generadora la reunión de gabinete con los gobernadores que sucedió previamente a la emisión del discurso. El enunciador muestra a través de sus palabras en los primeros dos discursos características similares en cuanto a la producción. En ambos momentos hace referencia a la reunión previa con los gobernadores donde se acordaron las medidas sanitarias implementadas en todo el país.

Además, claro está que en todos los discursos debemos tener en cuenta que el discurso presidencial anterior forma parte de las condiciones de producción del subsiguiente. En el *Discurso 3* correspondiente al 12 de Mayo ubicamos en las condiciones de producción; las críticas que recibió el gobierno por parte de la sociedad en materia económica junto con el discurso anterior y algunos pasajes del tratamiento mediático que se le dió a dichas críticas.

Conclusiones

De acuerdo al trabajo de análisis que se realizó a lo largo de esta investigación se lograron establecer algunas relaciones en función de los objetivos propuestos.

Se pudo observar que en la mayoría de las notas seleccionadas de los distintos medios hegemónicos, se utilizaron como estrategia la presentación de datos estadísticos (ya sea sólo en porcentaje como también en gráficos). En nuestro parecer esta estrategia mediática construye la veracidad periodística del medio. Si tuviéramos que pensar cuál fue el criterio de noticiabilidad de este corpus periodístico se pueden encontrar diversas respuestas. Por un lado, la necesidad de contarle a la sociedad los hechos ocurridos a través de la elección de la noticia como género junto con la crónica. Por otro lado, se demuestra la intención de describir detalladamente lo ocurrido tanto a nivel nacional como local. También se puede observar que el Decreto Necesidad de Urgencia escrito por el poder ejecutivo el 19 de marzo de 2020 y utilizados por estos como fuente de información directa, circuló en los medios como un discurso más en sí mismo. Esta estrategia de recurrir a los datos estadísticos y al DNU corresponde (en nuestro parecer) a la necesidad de hacer frente a las críticas impartidas por la sociedad tanto a la medida presidencial en sí misma como a los medios de comunicación.

Centrándonos en los objetivos propuestos al comienzo de esta investigación se observa que la estrategia discursiva por parte del enunciador en el corpus seleccionado no es la misma en todos los discursos. Se afirma esto ya que se logró observar que en cada uno de los discursos seleccionados, la construcción del destinatario fue distinta.

Se puede observar que a lo largo de los cuatro discursos seleccionados correspondiente a cinco meses de la comunicación política de nuestro país, las estrategias discursivas fueron varias y variadas. Es interesante pensar que en todos los discursos aparecen datos estadísticos, lo que puede llegar a brindar un dato clave acerca de la intención detrás de ésta decisión. Dichos datos no fueron ocultados ni tampoco secretos. Es más, muchos de éstos datos circularon primero en los medios de comunicación o las redes sociales y luego, en los discursos presidenciales, se retomaron o se priorizaron. Creemos que esta decisión estuvo vinculada con la necesidad de apoyarse por parte del enunciador en datos estadísticos, como una forma objetiva de intentar como gobierno que la sociedad sea consciente de la magnitud de la emergencia sanitaria mundial que estaba ocurriendo. Otra dimensión interesante para analizar es el hecho de realizar gran parte de las conferencias de prensa con líderes políticos de otros partidos que no son afines a la ideología elegida para representar el Estado. Se

deduce que esta decisión “anti grieta” se utiliza como estrategia discursiva para demostrar unidad política federal. Condición que le da pie para posicionar el enunciado de su cadena y reflejar que dos de los discursos analizados están amparados en el consenso. Es claro el esfuerzo por mostrar que las decisiones tomadas por el gobierno no eran puramente de los miembros del gabinete sino de un supuesto equipo de trabajo federal, es decir de todos aquellos miembros de la gestión pública que no comparten con el presidente su misma línea política.

Entre las estrategias discursivas planteadas por el gobierno para el acatamiento social de las medidas sanitarias se encuentra la utilización de la empatía como recurso. Esta se puede evidenciar en uno de los pasajes discursivos empleados por el enunciador en cuestión (Alberto Fernández) al pronunciar frases como: *“Este es un virus que nosotros salimos a buscar, no nos busca, nosotros vamos a buscarlo, por lo tanto cuánto más nos protejamos mejor será para nuestra seguridad de salud”*; *“Hemos calculado absolutamente todo, lo único que necesitamos es que cada uno de nosotros haga su parte, es lo único que necesitamos”*. En este sentido se puede inferir que el enunciador busca generar conciencia, apelando a la responsabilidad social y ciudadana.

Por otro lado se puede mencionar que en términos reiterativos, fueron principalmente dos las estrategias empleadas por Fernández para concientizar a la población de cumplir con las medidas sanitarias: la construcción de la culpa en la ciudadanía como una aflicción ligada al incumplimiento de las normas establecidas y la necesidad de priorizar “la vida antes que la economía”. Este primer sentimiento de culpa puede ser interpretado como uno de los efectos en el imaginario social producto de los primeros discursos pronunciados por Alberto Fernández quién recurrió a expresiones tales como: *“vamos a ser absolutamente inflexibles, al realidad es que esta es una medida excepcional, que dictamos en un momento excepcional, pero absolutamente dentro del marco de lo que la democracia permite”*; *“Les he pedido a todos los gobernadores la máxima severidad, y quiero decirles a todos que vamos a ser muy severos con los que no respeten el aislamiento que estamos planteando; y vamos a ser muy severos porque la democracia nos lo exige”*. De esta manera, se puede observar una analogía del rol del estado a un vínculo parental: donde el gobierno protege la sociedad pero al mismo tiempo nos plantea los límites de lo que se puede y no hacer en un contexto de pandemia. En este sentido se puede aseverar que los discursos presidenciales analizados son discursos sociales. Se afirma esto ya que existen medios (algunos con una estructura de trabajo social y territorial por detrás) que se encargan de proponer otros sentidos a los discursos

presidenciales, a través de la escritura de notas que buscan visibilizar aquellas zonas de los discursos sociales de los cuales no se habla o no se presta atención en los medios hegemónicos (pensando ésto como una estrategia propia de los medios tradicionales).

Otra de las observaciones que se concluyen con el presente informe es que los discursos presidenciales circularon en los medios y redes en la órbita de la veracidad “o lo verdadero” y también circulan en la órbita de la mentira. Se puede afirmar ésto debido a que como se mencionó anteriormente en el cuerpo del presente trabajo investigativo, una de las características fundamentales de la digitalidad como escenario es la existencia de las “*fake news*”. Término que se relaciona con la mentira y la desinformación. Los discursos seleccionados no quedaron exentos de circular en dicho sentido ya que se observaron a lo largo de los seis meses de nuestro recorte discursivo; cientos de noticias falsas. Esto quiere decir, que en el entramado social hay sentidos que se adquieren o se invierten desde la mentira (y que pueden ser peligrosos). Por esta razón, se consideró fundamental comentar la creación de la plataforma Confi.ar como otra estrategia comunicativa del gobierno donde se pueda informar a la ciudadanía para dar batalla a la desinformación, uno de los efectos de las fake news.

Las *fake news* tienen consecuencias muy altas en la comunicación política ya que en el momento en que circulan estos discursos sociales carentes de veracidad, queda en manos del enunciador salir a aclararlos. En este caso, a modo de estrategia discursiva no fue el mandatario argentino el encargado de esta tarea, sino que directamente se creó una plataforma con dicho fin. El gran problema que tienen los gobiernos con las *fake news* es que llegan a cualquier pantalla y sólo se necesita de acceso a internet y un gran caudal de emisiones para que se haga viral y surta su efecto: desinformar. A lo largo de nuestro desarrollo mencionamos cuáles podrían ser estrategias para combatir esta desinformación. Algunas de ellas pueden ser: capacitar a la sociedad en competencias digitales, emitir cuáles son las características de estas noticias falsas para que la sociedad pueda detectarlas y cortar la viralización de las mismas para aminorar su efecto de topadora. Sin dudas hay una estrategia que consideramos sería la más importante para enfrentar a ésta situación: no darle lugar en los medios a la aparición de estas fake news y realizar su tratamiento de manera correcta. Es decir, que no tenga espacio dentro de los medios de comunicación, la aparición de personajes que promulguen la desinformación. El tratamiento de las *fake news* debería ser una política de estado, una política mediática y sobre todo una responsabilidad ciudadana.

Gracias a este análisis se puede observar que la circulación social de nuestros discursos gira en torno a dos caminos (la veracidad y la desinformación). Los mismos se emiten, circulan en la sociedad como noticia (tanto verídica como falsa). Luego las noticias falsas son reconocidas como verdaderas por la sociedad (aunque no lo fuera), interviene la plataforma (Confi.ar) para desmentir dicha información y la devuelve a la red de significaciones de manera verídica, mediante argumentos sólidos propuestos por especialistas en la temática. Las noticias falsas circulan a través de todas las redes sociales existentes, en forma de imágenes, discursos escritos y hasta audios y videos.

En cuanto a nuestro análisis en circulación nos parece importante mencionar que sólo uno de los cuatro discursos analizados no han tenido repercusiones mediáticas (*Discurso 3*). Esto se puede deber a dos cuestiones en particular. La primera tiene que ver con que esa misma tarde del 12 de mayo, el mismo presidente de la nación brindó una entrevista a Radio Rivadavia, puntualmente al programa “*Tarde pero temprano*” con Oscar González Oro, donde Fernández dio una serie de declaraciones que dió que hablar en los diarios pero que ha opacado a su conferencia de esa tarde. Otro factor a tener en cuenta es que el día posterior, miércoles 13 de mayo, se inauguró la primera sesión virtual del Senado, presidido por la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner. Por ello, creemos que estos dos factores acapararon las noticias de ese día y que, por lo tanto, la repercusión del discurso pasó a un segundo plano.

Según la estrategia de abordaje internacional para la reducción de impacto de crisis proporcionado por la Conferencia Mundial sobre la Reducción de Desastres Naturales²⁴ “La prevención de desastres comienza con la información”. Sin embargo, según Riorda y Bentolila (2020) “Muchos desastres o crisis han sido desencadenados (...) o potenciados por el ‘desmanejo’, intencional o ‘con las mejores intenciones’ de la información (...)” (p. 95). De esta forma, se puede mencionar que la comunicación es un insumo clave en el manejo de un escenario de crisis como lo fue la pandemia por COVID-19. Si bien Riorda y Bentolila (2020) advierten que una buena estrategia de comunicación no reemplaza una mala estrategia sanitaria, una mala comunicación, por el contrario, puede provocar el fracaso de la medida sanitaria. De este modo es interesante pensar que la información que se comunica durante las situaciones críticas requieren ser gestionadas, planificadas porque juegan un papel clave

²⁴ Misión y objetivos de la Estrategia Internacional para la Reducción de los Desastres
<https://www.un.org/spanish/conferences/wcdr/2005/mission.html>

porque en estos contextos “las personas asustadas captan más la información negativa que la positiva” (Riorda y Bentolila. 2020: p. 98).

En este sentido, nos resulta importante destacar que como futuras comunicadoras se debe tener en cuenta de agotar todas las herramientas y estrategias a nuestro alcance que faciliten un óptimo y asertivo abordaje de las situaciones de crisis sociales, evitando posibles episodios de mala praxis que sólo empeoren el escenario en cuestión ¿Cómo? empezando por simplificar la información como base fundamental de cualquier tipo de comunicación. Esta simplicidad según Riorda y Bentolila (2020) “permiten anticipar las preguntas y las preocupaciones, identificar los hechos y la audiencia, elaborar mensajes clave y material de apoyo, validar los mensajes y compartir información chequeada”. Para una comunicación de crisis asertiva, los autores proponen seguir las instrucciones que planteó la OMS en pleno 2020 sobre “*Covid-19. Orientaciones para comunicar sobre la enfermedad por el coronavirus 2019*”, una guía para líderes donde se establecen pautas a seguir generales ante una situación de brote mundial de un virus desconocido. Entre ellas se encuentran desde brindar información correcta y oportuna, mantener al público plenamente informado (con lo que sabe y lo que no), basarse en evidencia científica, evitar especulaciones y conjeturas hasta responder rápidamente ante inquietudes específicas o información falsa.

A partir del presente trabajo de investigación se considera que aún queda mucho por hacer en materia de comunicación. Algunas de las reflexiones que nos surgieron luego de este proceso, están relacionadas con nuestro rol como comunicador y el papel de los medios de comunicación en la construcción de realidad social. En la era de la digitalidad la información parece estar al alcance de todos y todas. Lo que no quiere decir que todos y todas tengamos las mismas competencias para comprender dicha información. Los y las comunicadores/as (entendiendo a estos como aquellos que tienen el poder de la palabra pública y la conformación de opinión pública) son quienes se encuentran como mediadores entre la información y la sociedad. Los y las comunicadores/as son quienes deben realizar la experiencia de masticar la información previamente para luego brindarle a la sociedad una interpretación al alcance de todos y todas. Una interpretación inclusiva y popular, sin tecnicismos ni información basada puramente en datos. Como comunicadoras, debemos pensar y dirigir nuestra tarea a un análisis más interpretativo y humanitario de la realidad que nos rodea, teniendo en cuenta más de un indicador para pensarnos como sociedad.

Creemos en comunicadores responsables, a la altura de circunstancias complejas y con el don de la verdad aunque sabemos que ésta es subjetiva. En situaciones de extrema incertidumbre debemos aprender, quienes pretendemos ser comunicadores, que la sociedad es sensible y humana; que nuestros actos tienen repercusiones y que nuestra palabra tiene peso y valor. De ello depende una sociedad más justa, transparente y consciente de los procesos sociales que nos rodean visibilizando a los que menos se ve. Una sociedad con comunicadores sin perspectiva de género, sin consciencia de clase alimentando a medios hegemónicos con una mirada netamente económica; sólo acentuará la brecha social y de clase que vivimos en nuestros días. Por esta razón creemos imprescindible formar comunicadores al servicio de la humanidad en un contexto de modernidad líquida donde los medios adquieren mayor protagonismo a medida que la tecnología avanza hacia un horizonte de inteligencia artificial sin espíritu crítico. Creemos que, como futuras comunicadoras debemos trabajar en recuperar el grado de confianza en el ejercicio del oficio periodístico pensando a la comunicación como una herramienta de transformación en busca del bienestar social.

Bibliografía

Andrés Fianza (25 de Marzo del 2020) “*El virus que corona a Alberto*”. Revista Anfibia.<http://revistaanfibia.com/cronica/virus-corona-alberto/>

Arrosa Soares, Ma. Susana (sin año) *Las guerras Híbridas en el s.XXI. Poder, conocimiento y comunicación*. Edición del autor.

Avendaño, M. (2006). *Elementos de metodología y prácticas locales*. Argentina. Edición del Autor.

Brownie Sartori, R. Del Valle Rojas, C. Echeto, S. Carvajal Rivera, J. Inzu. (2011). *Propuesta teórico-metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACCD) en la prensa Chile y Perú*. El ejemplo de La Cuarta y Aja. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Vol 17, pp. 17 a 42. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
<https://www.thefreelibrary.com/Propuesta+teorico-metodologica+para+un+analisis+critico+y+complejo...-a0309792455>

Canal 10 Córdoba (13 de Julio del 2020) *Conoce las restricciones en Córdoba por los nuevos brotes de Covid-19* [Archivo de video extraído de un bloque del noticiero Crónica al mediodía] <https://www.youtube.com/watch?v=eMDnZDaKfBw>

Canal 10 Córdoba (20 de Marzo del 2020) *Coronavirus en Córdoba: controles policiales por la cuarentena obligatoria* [Archivo de video de un móvil en vivo del noticiero Crónica al mediodía] <https://www.youtube.com/watch?v=H7DMNosZQiU>

Canal 10 Córdoba (20 de Marzo del 2020) *Largas colas pese a la cuarentena* [Archivo de video de un bloque del noticiero Crónica al mediodía] <https://www.youtube.com/watch?v=fBnpXIdIJnI>

Canal 10 Córdoba (20 de Marzo del 2020) *Passerini Cuarentena* [Archivo de video de una editorial en el noticiero Crónica al mediodía] <https://www.youtube.com/watch?v=TWZWpjgBwNU>

Canal 10 Córdoba (25 de Marzo del 2020) *Alberto Fernández amenaza con endurecer medidas contra los que no respeten la cuarentena* [Archivo de video extraído de un bloque del noticiero Crónica al mediodía] <https://www.youtube.com/watch?v=srp1svsx0OU&list=PLVI2xIOuuWutoOTgkorH6AC-W4FqhveI6&index=2227>

Canal 10 Córdoba (25 de Marzo del 2020) *Informe epidemiológico de Córdoba* [Archivo de video extraído de un bloque del noticiero Crónica al mediodía]<https://www.youtube.com/watch?v=i2171Oawv0&list=PLV12xIOuuWutoOTgkorH6AC-W4FqhveI6&index=2224>

Canal 10 Córdoba (25 de Marzo del 2020) *Quedate en casa, el mensaje de músicos de Córdoba.*[Archivo de video extraído de un bloque del noticiero Crónica al mediodía]<https://www.youtube.com/watch?v=xRFNZ061wkQ&list=PLV12xIOuuWutoOTgkorH6AC-W4FqhveI6&index=2228>

Canal 10 Córdoba (4 de Marzo del 2020) *Analizan posible caso de coronavirus en Córdoba* [Archivo de video entrevista en el noticiero Crónica al mediodía, con el director del Hospital Rawson de Córdoba]<https://www.youtube.com/watch?v=Sf3G5A04Mf8&list=PLV12xIOuuWutoOTgkorH6AC-W4FqhveI6&index=2319>

Canal 10 Córdoba (5 de Mayo del 2020) *Coronavirus: el modelo sueco en el eje de la polémica.* [Archivo de video extraído de un bloque del noticiero Crónica al mediodía]<https://www.youtube.com/watch?v=DARpAuV3FjY&list=PLV12xIOuuWutoOTgkorH6AC-W4FqhveI6&index=2063>

Canal Eldoce (20 de Marzo del 2020) *Aislamiento social total en Argentina: ¿Qué funciona y qué no?*. [Archivo de video de un segmento del noticiero Arriba Córdoba]<https://www.youtube.com/watch?v=Hnwf3r0yqD8&list=PLlxzdr5pvpOwQyvGOUYwwdpEH-fX8yKBJ&index=870>

Canal Eldoce (20 de Marzo del 2020) *Cuarentena Obligatoria: ya hay detenidos por violarla en Córdoba.* [Archivo de video del noticiero Arriba Córdoba. Comunicación telefónica con Alfonso Mosquera, ministro de seguridad provincial]<https://www.youtube.com/watch?v=Hnwf3r0yqD8&list=PLlxzdr5pvpOwQyvGOUYwwdpEH-fX8yKBJ&index=870>

Canal Eldoce (20 de Marzo del 2020) *Cuarentena total en Argentina por el coronavirus: la conferencia del presidente Alberto Fernandez.* [Archivo de video de conferencia de prensa]https://www.youtube.com/watch?v=s2zt_GF3OsA

Canal El doce (20 de Marzo del 2020) *Qué se puede hacer y qué no: despejamos dudas sobre el aislamiento obligatorio.* [Archivo de video de un móvil en vivo]<https://www.youtube.com/watch?v=rbYfPCRiEk&list=PLlxzdr5pvpOwQyvGOuYwwdpEH-fX8yKBJ&index=869>

Canal El doce (24 de Marzo del 2020) *Diego Sehinkman y el impacto psicológico de la cuarentena* [Archivo de video comunicación telefónica en el noticiero Arriba Córdoba con el psicólogo Diego Sehinkman]<https://www.youtube.com/watch?v=q7VNvLjBnK&list=PLlxzdr5pvpOwQyvGOuYwwdpEH-fX8yKBJ&index=869>

Canal Eldoce (26 de Marzo del 2020) *Así trabajan los médicos que tienen el primer contacto con pacientes.* [Archivo de video, móvil en vivo del noticiero Arriba Córdoba]<https://www.youtube.com/watch?v=zoH5mtJArmY&list=PLlxzdr5pvpOwQyvGOuYwwdpEH-fX8yKBJ&index=867>

Canal Eldoce (30 de Marzo del 2020) *Los peligros del miedo- Escucha la editorial de Jorge Cuadrado* [Archivo de video extraído de un bloque del noticiero Telenoche]<https://www.youtube.com/watch?v=cXJAMHs3fk0>

Canal Eldoce (6 de Agosto del 2021) *Coronavirus* [Archivo de video, lista de reproducción sobre coronavirus]https://www.youtube.com/playlist?list=PLlxzdr5pvpOzZJ-8EcHBJo_uAw4xH58Np

Canal Facultad de Comunicación UNC. (8 de Junio de 2021) *Conferencia Narrativas coolture y soberanía cultural* [Archivo de video transmisión en vivo]<https://www.youtube.com/watch?v=Qu1qTlukLJc>

Canal La Voz (20 de Marzo 2020) *Córdoba día 1: el aislamiento fue parcial y con contrastes* [Archivo de video del diario La voz sin sonido, sólo recopilación de imágenes]<https://www.youtube.com/watch?v=xjx3m4KLLV4>

Canal Omar Rincón (25 de Octubre del 2020) *La coolture.* [Archivo de video]https://www.youtube.com/watch?v=q5MdaoT_974

Canal Telefé Córdoba (11 de Marzo del 2020) *Cómo es estar en cuarentena en Córdoba* [Archivo de video entrevista a un médico que vivió la cuarentena en Europa]<https://www.youtube.com/watch?v=j7fKXXKcvXXk>

Canal Telefé Córdoba (20 de Marzo del 2020) *Cuarentena día 1 Nueva Córdoba* [Archivo de video de un móvil en vivo del noticiero de canal 8]<https://www.youtube.com/watch?v=puJ2EV31DuU>

Canal Telefé Córdoba (24 de Marzo del 2020) *Cuarentena obligatoria en Córdoba* [Archivo de video con imágenes de la ciudad de córdoba]<https://www.youtube.com/watch?v=Hc9lqJDtR0w>

Casa Rosada, discursos. (20 de Marzo del 2020). *Palabras del presidente de la Nación, Alberto Fernández, luego de su reunión con los Gobernadores, para analizar la pandemia del coronavirus COVID-19, desde Olivos.*<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/46783-palabras-del-presidente-de-la-nacion-alberto-fernandez-luego-de-su-reunion-con-los-gobernadores-para-analizar-la-pandemia-del-coronavirus-covid-19-desde-olivos#>

Casa Rosada, información, discursos (9 de Julio del 2020). *Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, en el acto central por el 204 aniversario de la Declaración de Independencia, residencia presidencial de Olivos.*<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/46962-palabras-del-presidente-de-la-nacion-alberto-fernandez-en-el-acto-central-por-el-204-aniversario-de-la-declaracion-de-independencia-residencia-presidencial-de-olivos>

Casa Rosada, Información, Discursos. (12 de mayo del 2020). *Conferencia de prensa del presidente de la Nación, Alberto Fernández; del Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta y el Gobernador de la provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof, acerca de la extensión de la cuarentena.*<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/46863-conferencia-de-prensa-del-presidente-de-la-nacion-alberto-fernandez-del-jefe-de-gobierno-de-la-ciudad-de-buenos-aires-horacio-rodriguez-larreta-y-el-gobernador-de-la-provincia-de-buenos-aires-axel-kicillof-acerca-de-la-extension-de-la-cuarentena-por-el-co>

Casa Rosada, información, discursos. (30 de Marzo del 2020) *Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la pandemia del coronavirus COVID-19, desde*

Olivos. <https://www.casariosada.gob.ar/informacion/discursos/46803-palabras-del-presidente-de-la-nacion-alberto-fernandez-acerca-de-la-pandemia-del-coronavirus-covid-19-desde-olivos>

Casa rosada. Presidencia. Información, Discursos. <https://www.casariosada.gob.ar/informacion/discursos>

Confi.Ar (2020) *Fake news*. <https://confiar.telam.com.ar/fake-news/>

Javier Álvarez. (20 de Marzo del 2020). “*Coronavirus: aislamiento obligatorio con duras sanciones a transgresores*”. <https://www.lavoz.com.ar/politica/coronavirus-aislamiento-obligatorio-con-duras-sanciones-a-transgresores/>

Juan Martín Marchioni y Daniela Piccone. (10 de Abril del 2020) “*Estilo Fernández: liderazgo en tiempos de pandemia*”. Diario El resaltador. <https://elresaltador.com.ar/estilo-fernandez-liderazgo-en-tiempos-de-pandemia/>

Mayorga, A. y Valdebenito L. (2018). *La construcción socioimaginaria de la protesta social en el discurso de la prensa latinoamericana: análisis de las editoriales de los diarios El Mercurio (Chile) y La Nación (Argentina) en el contexto de la crisis argentina de 2001*. Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, n. 33, pp. 175-194. Medellín, Colombia. <http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v17n33/1692-2522-angr-17-33-175.pdf>

Olivia Sohor (19 de Mayo del 2020). *Las comparaciones de Alberto Fernández en su discurso: cuál es la situación en los otros países*. Plataforma Chequeado.com. <https://chequeado.com/el-explicador/las-comparaciones-de-alberto-fernandez-en-su-discurso-cual-es-la-situacion-en-los-otros-paises>

Organización Panamericana de la Salud (2020). *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra el COVID-19*. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52053>

Peña Vera Tania y Pirela Morillo Johann. (2007) *La complejidad del análisis documental*. Revista Información, cultura y sociedad. No. 16 (2007) p. 55-81. <https://core.ac.uk/download/pdf/11889274.pdf>

Redacción Clarín. (12 de Mayo del 2020). *Coronavirus en Argentina: los argentinos varados en Suecia aprovecharon el revuelo y piden ser*

repatriados. https://www.clarin.com/sociedad/coronavirus-argentina-argentinos-varados-suecia-aprovecharon-revuelo-piden-repatriados_0_fyVu3D0SD.html

Redacción Clarín. (9 de Julio del 2020). *Desde Olivos - Alberto Fernández, en el acto por el Día de la Independencia: “Vine a terminar con los odiadores seriales”* https://www.clarin.com/politica/alberto-fernandez-acto-dia-independencia-vine-terminar-odiadores-seriales-_0_StblxW4Ij.html

Redacción Clarín.com (20 de Marzo del 2020) *Coronavirus en Argentina: El gobierno publicó en el Boletín oficial el decreto que establece la cuarentena obligatoria.* Diario Clarín. https://www.clarin.com/politica/coronavirus-argentina-gobierno-publico-boletin-oficial-decreto-establece-cuarentena-obligatoria_0_RI3ggozmX.html

Redacción Cosecha. (3 de Abril del 2020). *Un plan para liberar a los presos y a los que no están presos aún.* Diario Cosecha Roja. <http://cosecharoja.org/un-plan-para-liberar-los-presos-y-los-que-no-estan-presos-aun-2>

Redacción Diario La nación (27 de Marzo) *Coronavirus en la Argentina: aclaran que no hay feriado puente.* Diario La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/cuarentena-no-hay-feriado-puente-30-marzo-nid2347993/>

Redacción diario La Nueva Mañana. (30 de Marzo del 2020) *Cuarentena en Córdoba: Refuerzan la atención virtual en salud mental.* Diario La nueva Mañana. <https://lmdiario.com.ar/contenido/212526/cuarentena-en-cordoba-refuerzan-la-atencion-virtual-en-salud-mental>

Redacción diario Página 12. (27 de marzo del 2020). *Coronavirus: Cierre de fronteras hasta el 31 de Marzo, también para los argentinos.* Diario Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/255664-coronavirus-cierre-de-fronteras-hasta-el-31-de-marzo-tambien>

Redacción Infobae (19 de Marzo del 2020) *Comenzó la cuarentena anunciada por Alberto Fernández y se extenderá hasta el 31 de Marzo inclusive.* Diario Infobae. <https://www.infobae.com/politica/2020/03/20/alberto-fernandez-anuncio-que-la-cuarentena-obligatoria-comienza-esta-medianoche-y-se-extendera-hasta-el-31-de-marzo/>

Redacción Infobae. (8 de Mayo del 2020) *Alberto Fernández: “En el AMBA seguirá la cuarentena igual que ahora hasta el 24 de Mayo”*. Diario Infobae. <https://www.infobae.com/politica/2020/05/08/alberto-fernandez-en-la-ciudad-de-buenos-aires-y-en-el-area-metropolitana-de-la-provincia-seguira-la-cuarentena-como-hasta-ahora/>

Redacción Infobae. (9 de Julio del 2020) *“Mi amigo Rodríguez Larreta”*: el gesto político del Presidente en el acto del Día de la Independencia. Diario Infobae <https://www.infobae.com/politica/2020/07/09/alberto-fernandez-presento-a-horacio-rodriguez-larreta-como-su-amigo/>

Redacción Instituto de Salud Colectiva (UNLa). (22 de Marzo del 2020) *“Controlar la pandemia, gobernar el miedo”*. Revista Anfibia. <http://revistaanfibia.com/ensayo/controlar-la-pandemia-gobernar-miedo/>

Redacción La Nación. (10 de Julio del 2020). *Cristina Pérez cuestionó a Alberto Fernández: “¿Quién es para decir quién es el odiador con el que hay que terminar?”*. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/la-dura-critica-cristina-perez-alberto-fernandez-nid2394845/>

Redacción La nueva Mañana (21 de Marzo del 2020) *Ya son 60 los detenidos por violar la cuarentena obligatoria en Córdoba*. Diario La nueva Mañana. <https://lmdiarario.com.ar/contenido/210445/primeros-tres-detenidos-por-violar-la-cuarentena-obligatoria-en-cordoba>

Redacción La nueva Mañana (9 de Julio del 2020). *Fernández en el 9 de julio: “El odio y la división nos posterga y paraliza”* <https://lmdiarario.com.ar/contenido/232822/alberto-fernandez-tenemos-que-trabajar-todos-juntos-en-el-futuro>

Redacción La Nueva Mañana. (30 de Marzo del 2020). *Cuarentena en Córdoba: “Refuerzan la atención virtual en salud mental”* <https://lmdiarario.com.ar/contenido/212526/cuarentena-en-cordoba-refuerzan-la-atencion-virtual-en-salud-mental>

Redacción La Tinta. (25 de Marzo del 2020) *“Cárceles sin cuarentena”*. Diario La Tinta. <https://latinta.com.ar/2020/03/carceles-sin-cuarentena/>

Redacción La Tinta. (25 de Marzo del 2020). *24M: no hay pandemia que mate la memoria*.
Diario La Tinta. <https://latinta.com.ar/2020/03/24m-no-hay-pandemia-mate-memoria/>

Redacción La Tinta. (30 de Marzo del 2020) “*La otra pandemia: violencia institucional*”.
Diario La Tinta. <https://latinta.com.ar/2020/03/la-otra-pandemia-violencia-institucional/>

Redacción La voz. (10 de Julio del 2020). *Banderazo en el Obelisco contra el Gobierno nacional: agredieron a periodistas de C5N*.
<https://www.lavoz.com.ar/politica/banderazo-en-obelisco-contra-gobierno-nacional-agredieron-a-periodistas-de-c5n/>

Redacción página 12 (09 de Julio del 2020). *Alberto Fernández en el acto por el 9 de Julio: “Debemos ser como aquellos hombres que tuvieron coraje y no angustia”*.
<https://www.pagina12.com.ar/277464-alberto-fernandez-en-el-acto-por-el-9-de-julio-o-debemos-ser-c>

Redacción Página 12 (8 de Mayo del 2020). *Alberto Fernández: “Lo que más nos preocupa es la salud de nuestra población*”.
<https://www.pagina12.com.ar/264757-alberto-fernandez-lo-que-mas-nos-preocupa-es-la-salud-de-nue>

Redacción Página 12. (19 de Marzo del 2020). *Cuarentena por el Coronavirus: Texto completo del decreto de Aislamiento Social Obligatorio*.
<https://www.pagina12.com.ar/254127-cuarentena-por-el-coronavirus-texto-completo-del-decreto-de->

Redacción Página 12. (27 de Marzo del 2020). “*Coronavirus: Cierre de fronteras hasta el 31 de Marzo, también para los argentinos*.”
<https://www.pagina12.com.ar/255664-coronavirus-cierre-de-fronteras-hasta-el-31-de-marzo-tambien>

Riorda M., Bentolila S. (2020). *Cualquiera tiene un plan hasta que te pegan en la cara*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Editorial Paidós.

Romero y Rogel (2019) *La comunicación en el escenario digital. Desinformación y posverdad en los medios digitales: del astroturfing al click-baiting*. Coordinadores: Diana

Rivera-Rogel y Luis M. Romero-Rodríguez. La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas. Primera edición.

Santiago Dapelo. (20 de Marzo del 2020) *El Presidente declaró el aislamiento obligatorio hasta el 31 y anticipó que será "severo" con los que lo rompan*. Diario La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/politica/coronavirus-argentina-gobierno-alberto-fernandez-nid2345300/>

Seco, J.B. (2018). *Comunicación alternativa en la era digital: una opción a la hegemonía de los medios*. Letras, Volumen 7, pp. 123 a 129. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/73484>

Sztajnszrajber, D. (2019). *Filosofía a martillazos 1*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Editorial Paidós. Clase 5.

Urmeneta, M. (2018). *Los públicos y la posverdad*. Nuestro Tiempo, Volumen 697, pp. 104 a 111. <https://nuestrotiempo.unav.edu/es/grandes-temas/los-publicos-posverdad>

Van Dijk Teun A., Mendizábal Iván R. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Quito: Ediciones ABYA-YALA. Escuela de Comunicación Social. Universidad Politécnica Salesiana.

Veron, E. (1987). *La palabra adversativa, observaciones sobre la enunciación política. El discurso político. Lenguaje y acontecimientos*. Editorial desconocida.

Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Watzlawick, P., Beavin, J. Jackson, D. (1985). *Teoría de La Comunicación Humana*. Barcelona: Editorial Herder.

Zubán Córdoba (Abril 2020). *Informe Opinión Pública*. <https://zubancordoba.com/portfolio/informe-nacional-abril-2020/>

Zubán Córdoba (Julio 2020) *Informe nacional*. <https://zubancordoba.com/portfolio/informe-nacional-julio-2020/>

Zubán Córdoba (Junio 2020) *Informe nacional*. <https://zubancordoba.com/portfolio/informe-nacional-junio-2020/>

Zubán Córdoba (Marzo 2020). *Informe de Coronavirus en Argentina. Parte 1*. <https://zubancordoba.com/portfolio/nacional-marzo-2020-coronavirus/>

Zubán Córdoba (Marzo 2020). *Informe de Coronavirus en Argentina. Parte 2.*
<https://zubancordoba.com/portfolio/2-informe-coronavirus-marzo-2020/>

Zubán Córdoba (Mayo 2020) *Informe Coronavirus en Argentina. Parte 4.*
<https://zubancordoba.com/portfolio/informe-nacional-mayo-2020/>

15. 1 Discursos analizados y sus referencias para analizar las categorías presentes

Enunciadores	
Enunciadores en primera persona del singular	
Enunciadores en tercera persona del singular	

Deícticos

Destinatarios	
Paradestinatario	
Prodestinatario	
Contra destinatario	

Entidades del imaginario político	
Colectivo de identificación (inclusivo)	
Colectivo de identificación (inclusivo restringido)	
Colectivo de identificación exclusivo	
Colectivos más amplios	
Meta colectivos singulares	
Formas nominalizadas	
Formas nominales	

Componentes	
Descriptivo	
Programático	
Didáctico	
Prescriptivo	Utilización del formato negrita

- **Discurso 1:** 20 de Marzo del 2020. *Palabras del presidente de la Nación, Alberto Fernández, luego de su reunión con los Gobernadores, para analizar la pandemia del coronavirus, COVID-19, desde Olivos.*

PRESIDENTE.- Buenas noches **a todos y a todas**: gracias por esperarnos. **Ustedes** saben que el mundo está atravesando un momento singular, que está atravesado por una pandemia que ha avanzado con mucha velocidad: primero en Asia, después en Europa, después en Estados Unidos y que ha llegado América latina.

La verdad que el cuidado de la salud **de los argentinos** **para nosotros** es muy importante, así que por **eso hemos tomado el toro por las astas**, desde el comienzo **y nos hemos** abocado a dar respuestas rápidas, aprovechando que Dios nos dio una oportunidad, que es el tiempo, para poder prevenir el avance del virus.

En estos días dictamos más de 30 medidas de todo tipo, medidas que van desde la suspensión de clases, hasta el cuidado de nuestra economía, que necesita seguir funcionando para que **los argentinos** puedan seguir avanzando en sus vidas. **Dispusimos, también – rápidamente – la obligación de estar en cuarentena** cuando uno llegaba de cualquiera de los países donde el virus se había desarrollado, esos países que son los países críticos y dispusimos que cualquier persona que llegara de esos países o que se haya acercado o haya tenido algún tipo de vínculo, con personas que hubieran llegado, de esos países, estaban obligadas a someterse a cuarentena, de 14 días. **El tiempo no es un tiempo caprichoso**, es el tiempo en el que - exactamente – el virus se manifiesta. **En 14 días sabemos si alguien está infectado o no.**

La verdad es que **hicimos muchos esfuerzos** porque **la gente** eso lo comprenda, **ayudamos declarando asuetos administrativos; invitamos** a las empresas también a declarar asuetos en sus lugares de trabajo; **promovimos** el trabajo a distancia – eso que llaman teletrabajo – **suspendimos** las clases y sin embargo **seguimos teniendo problemas** **de gente, que no entiende** que no se puede circular por las calles, en esas condiciones, porque el riesgo en que se pone **al otro** es muy grande.

Por ese motivo **acabamos** – después de tener una larga reunión con todos los Gobernadores – a quienes les **expresamos todo lo que hemos hecho, en este tiempo, todo lo que queremos seguir haciendo, todo lo que debemos hacer juntos** y les conté que hemos tomado una decisión - en el Gobierno Nacional – **que es dictar un Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU). Por ese decreto** – a toda **la Argentina**, a todos **los argentinos, a todas las argentinas** –

a partir de la 00:00 horas, de mañana, deberán someterse al aislamiento social preventivo y obligatorio.

Esto quiere decir que – a partir de ese momento – nadie puede moverse de su residencia, todos tienen que quedarse en sus casas. Es hora de que comprendamos que estamos cuidando la salud de los argentinos.

Esta medida, la hemos dictado, ahora, tratando de que los efectos sobre la economía sean los menos dañinos posible. Es una semana la que viene corta, porque el lunes y martes, será feriado y hemos decidido prolongar esta medida – que se inicia a la 00:00 horas, del día de mañana – hasta las 24 horas, del día 31 de marzo. Hemos adelantado el feriado, del día 2 de abril, donde recordamos y homenajeamos a los caídos en Malvinas, para el día 31 de marzo; y el día 30 de marzo lo vamos a declarar feriado puente, para que – de ese modo – tengamos todos estos días la posibilidad de quedarnos en nuestras casas y evitar seguir trasladando el virus de persona a persona.

Obviamente hay situaciones permitidas, todas las personas deberán permanecer en sus casas, en sus hogares y podrán salir para hacer lo necesario para seguir viviendo su vida habitual. Esto quiere decir, que van a seguir teniendo los negocios de cercanía abiertos, van a poder ir a los almacenes, van a poder ir a los supermercados, van a poder ir a hacer compras en los negocios de cercanía, en una ferretería, a las farmacias, que permanecerán abiertas, pero entiéndase bien, que a partir de la 00:00 horas, la Prefectura, la Gendarmería, la Policía Federal y las policías provinciales estarán controlando quién circula por las calles. Y entiéndase que aquel que no pueda explicar lo que está haciendo en la calle se verá sometido, a las sanciones, que el Código Penal, prevé para quienes violan las normas que la autoridad sanitaria dispone, para frenar una epidemia o – en este caso - una pandemia.

Vamos a ser absolutamente inflexibles, la realidad es que esta es una medida excepcional, que dictamos en un momento excepcional, pero absolutamente dentro del marco de lo que la democracia permite.

Nosotros hemos llegado al gobierno sabiendo que vamos a tener que gobernar en los buenos y en los malos momentos. Este no es el mejor momento y espero que haya mejores momentos, en los cuatro años, que me quedan como Presidente de los argentinos. Pero les aseguro que me voy a poner al frente para poder garantizar aquello que nos hemos propuesto, que es tratar de evitar que el ritmo del contagio se acelere de tal modo que el sistema sanitario argentino no lo pueda atender.

Hemos previsto un plan, por el cual manteniendo distancia entre nosotros, teniendo los cuidados de los que estamos hablando, guardándonos en nuestras casas y si se propaga, porque se va a propagar se propague más lentamente, de modo tal que los contagios crezcan de tal modo que el sistema sanitaria argentino pueda hacer frente a ello. Hemos calculado absolutamente todo, lo único que necesitamos es **que cada uno de nosotros haga su parte**, es lo único que necesitamos.

La norma también tiene excepciones, hay una serie de actividades que están libradas a este sistema de resguardo en nuestras casas, quienes son: **los que trabajamos en los gobiernos** nacionales, provinciales y municipales, en los niveles de conducción política; los que trabajan en la Sanidad, en las Fuerzas de seguridad y en las Fuerzas Armadas. Y hay una serie de actividades, que el decreto también están excluidas de todo esto, fundamentalmente los que trabajan en la producción de alimentos, los que trabajan en la producción de fármacos, y algunas otras actividades como el petróleo, las refinerías de naftas y de gasoil. Hay una serie de excepciones a este régimen de aislamiento, que el mismo Decreto prevé.

Yo confío en la responsabilidad de **todos los argentinos y de todas las argentinas**; confío que no haya **irresponsables que en lugar de estar en cuarentena estén paseando por la Costa** o **estén, aún sin quererlo o si preverlo, llevando el virus a argentinos que deben estar sanos.**

Les he pedido a todos los gobernadores la máxima severidad, y quiero decirles a todos **que vamos a ser muy severos** con los que no respeten el aislamiento que estamos planteando; y vamos a ser muy severos porque **la democracia nos los exige**, en verdad, **el primer deber de un gobernante es cuidar la salud de su gente, es cuidar la integridad física de su gente**, y **lo único que estuve haciendo y estamos haciendo todos los que estamos aquí**, es cuidando la integridad física de aquellos a los que gobernamos y aquellos que **confiaron en nosotros** para salir adelante en un momento como este.

Acá me acompañan cuatro gobernadores, **hoy estuvieron todas las provincias**, los que no estuvieron presentes estuvieron por teleconferencia, a todos les doy las gracias, a todos les doy las gracias por su apoyo, **a todos les doy las gracias** por el compromiso. Con **ellos hemos decidido conformar un gabinete federal** que permanentemente vaya atendiendo la evolución de la pandemia y vaya resolviendo el problema que ha surgido, que es el problema económico, **la economía** sin duda **se va a ralentizar**, y en esa lentitud de la economía vamos a tener menor actividad económica, menor recaudación y problemas fiscales que resolver.

Todos hemos visto que hay un sector de la economía que hasta aquí no hemos atendido adecuadamente, y quiero dar tranquilidad a todos ellos, es el sector de la informalidad, de los monotributistas, que en los próximos días vamos a estar dictando normas que alivien este momento para todos ellos.

Yo les agradezco a ustedes también, ustedes son parte de los que quedan exceptuados de la norma de quedarse en sus casas, aquellos que trabajan en los medios de comunicación, los periodistas, yo les agradezco mucho que estén aquí, les pido por favor que me ayuden a informar bien, porque como les dije la vez pasada, uno está peleando contra un enemigo invisible, que se mete en el cuarto de nosotros, y uno no lo puede detectar, pero uno tiene dos peleas: que son la pelea contra la pandemia y la pelea que permanentemente se da contra la psicosis, esa sensación de que todo es muy grave, que todo es irreparable y que nada se puede hacer. Estamos preparados para hacer frente a esto que nos ha tocado, que no es ni más ni menos lo que le ha tocado a todo el mundo, y hemos tenido la suerte de que a este continente la pandemia llegue más tarde y nos haya dado tiempo para prepararnos, pero nada tiene sentido si no es que los argentinos y las argentinas hacen su parte.

Estamos trabajando codo a codo con el Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, ahí tenemos el principal foco de contagio, ahí está setenta por ciento del problema. A los porteños y a los bonaerenses les pido la máxima responsabilidad, la máxima colaboración, esta vez colaborar es exigirle al vecino que se quede guardado en su casa, eso es, si nos quedamos en casa nos preserva a todos, si nos preservamos todos el contagio será menor, y si el contagio es menor vamos a sufrir mucho menos como sociedad.

Yo les doy las gracias a todos y a todas, vayamos a descansar tranquilos, tenemos muchos días para cuidarnos y por delante un prueba que debemos dar como argentinos.

Gracias a todos y a todas. (APLAUSOS).

➤ **Discurso 2:** 30/03/2020. *Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la pandemia del coronavirus COVID-19, desde Olivos*

Terminamos recién una reunión con todos los Gobernadores, donde estuvimos analizando la situación en cada provincia y en el país, en general. Ustedes saben que, esta mañana, tuve también una reunión – junto al ministro de Salud y otros colaboradores, el ministro del Interior y el Jefe de Gabinete – con la comunidad científica. Allí un grupo de 8 expertos, a los

que habitualmente consulto, me dieron su impresión sobre cómo evolucionaba la cuarentena y me plantearon también su idea sobre lo que creían ellos debíamos hacer.

Ustedes saben que estamos en esto siendo muy novedosos, en realidad somos un caso único en el mundo, que dispuso la cuarentena plena, apenas se conoció el inicio de la pandemia; esto no lo hizo ningún otro país y por lo tanto estamos como experimentando sobre la marcha cómo eso resulta. Ahora, la realidad es que los resultados iniciales son interesantes, son buenos, nos alientan a seguir en este camino.

Cuando nosotros dispusimos – hace 10 días atrás – el comienzo de la cuarentena obligatoria ya previamente habíamos dispuesto la suspensión de las clases y el asueto administrativo, de algún modo, nos preguntábamos si los argentinos íbamos a ser capaces de quedarnos en nuestras casas y la verdad yo quiero decirles – a todos y a todas – que estoy muy contento cómo nos portamos como sociedad.

Porque la realidad es que más del 90 por ciento de los argentinos han cumplido cabalmente con la cuarentena que nosotros dispusimos; se han quedado en sus casas y se han protegido; han protegido a sus hijos y han protegido a los adultos mayores, que son – precisamente – los que corren más riesgos entre nosotros.

Aquí hubo parte de la sociedad, que está en el 10 por ciento restante, que salió a trabajar. Allí hay enfermeras y enfermeros; médicos y médicas; hombres y mujeres de las Fuerzas de Seguridad y de las Fuerzas Armadas; allí hay los que transportan alimentos, los que transportan remedios, allí están los que atienden almacenes, supermercados, farmacias y hay un número muy bajo de gente que no cumplió. Y a la gente que no cumplió les pasó lo que le dijimos que le iba a pasar. Nosotros avisamos que íbamos a ser muy estrictos con la cuarentena, pero básicamente porque a nosotros nos preocupa la salud de nuestra gente y no queremos que nadie la ponga en riesgo o aumente el riesgo de contagio de la gente.

Por eso yo diría que – después de 10 días – tenemos que estar muy contentos como argentinos, porque fuimos capaces de quedarnos en nuestras casas y cumplir el compromiso que yo les pedí que cumplamos, que es el de cuidarnos porque cuidándonos a nosotros cuidábamos a cada uno de los argentinos.

Yo les decía que las Fuerzas Federales y provinciales han controlado, esta semana, que fue del 21 de marzo al 27 de marzo, a 578.000 personas, que estaban transitando y a 218.000

vehículos. Las Fuerzas secuestraron 3778 vehículos; se han encontrado a 23.111 infractores, a los cuales se les abrió una causa penal.

Ustedes vieron largas filas en los peajes y algunos, tal vez, haya tenido que soportar una demora por eso, pero lo más importante es que la inmensa mayoría de la gente cumplió y que solamente un grupo reducido de gente se creyó más vivo que otros y terminó pagando las consecuencias privándose de su automóvil que está secuestrado y soportando un proceso penal, que va a quedar en sus antecedentes.

Los argentinos no podemos poner en riesgo la salud, debemos cumplir con la ley, esto es todo lo que estamos haciendo. No estamos siendo ni arbitrarios ni feroces, estamos simplemente explicándoles a los argentinos lo que nos toca pasar y la necesidad de cuidarnos.

Esta es una pandemia que realmente es espeluznante ver a la velocidad que crece y nosotros – como les dije, el primer día – la verdad es que dispusimos la cuarentena para que el crecimiento fuera más lento y nos dé tiempo para prepararnos cuando llegue el peor momento y en el mientras tanto nos ayude a proveernos de insumos para poder enfrentar la epidemia, la pandemia y nos permita también esperar a ver si podemos conseguir el medicamento, la vacuna que nos ayude a resolver la pelea contra el coronavirus.

Ustedes saben que por todas las medidas que nosotros tomamos fuimos elegidos por la Organización Mundial de la Salud como uno de los diez países, en los cuales se pueden llevar adelante experimentos medicinales tratando de resolver el problema del coronavirus. Y eso para nosotros es muy importante porque habla también – como sociedad – de que nos adelantamos al problema, asumimos el compromiso de la cuarentena, y esto nos dio la confianza de la comunidad internacional para que seamos uno de los diez pueblos, de las diez sociedades que están privilegiadas en la búsqueda de la vacuna y de la medicación más importante.

En todo este tiempo de cuarentena no estuvimos de brazos cruzados: la semana pasada tuvimos una comunicación con los líderes del mundo, somos parte del G-20, allí planteé mi preocupación por lo que está pasando y aspiro a que esto le sirva de enseñanza a la humanidad; aspiro a que la humanidad deje de ser tan miserable y tan egoísta y vuelque la mirada sobre los muchos, que necesitan que han sido olvidados por el desarrollo.

Me ocupé de tener comunicación permanente con los líderes del mundo y también con los líderes científicos, con la comunidad científica del mundo, de la Organización Mundial de la

Salud. Además, hemos organizado reuniones con los sectores que más se involucran en cuidar y proteger a los sectores más postergados: me reunió con los curas villeros, me reuní con la Iglesia, me reuní con los curas de la opción por los pobres; estoy en permanente contacto con las organizaciones sociales y con todos los Intendentes del Gran Buenos Aires, a quienes – de corazón – les agradezco la forma en qué se involucraron en hacer cumplir la cuarentena y en cuidar a sus vecinos de ese modo.

Ahora llegamos a este punto y enfrentamos una decisión. **¿Qué hacemos? Miren, he tomado la decisión de que vamos a prolongar la cuarentena hasta que termine Semana Santa.** Es la recomendación que me hacen los expertos. ¿Qué vamos a lograr con esto? seguir controlando la transmisión del virus, pero además vamos a conseguir algo más: todos los datos dicen que el virus cumple su ciclo, en el cuerpo humano, entre el día 10 y el día 14, prolongando la cuarentena vamos a haber logrado que el ciclo de desarrollo del virus, en el cuerpo humano, se cumpla hasta dos veces, dos ciclos. Entonces, vamos a tener datos más claros de cómo se incuba la enfermedad y de cómo podemos trabajar sobre quienes efectivamente tuvieron el virus, incubaron la enfermedad y podemos atenderlo adecuadamente. Para mí este no es un dato menor, es un dato muy alentador porque tenemos tiempo suficiente para ver también cómo se incuba la enfermedad en el cuerpo de nuestra gente y poder atenderla adecuadamente.

Por eso el aislamiento social, preventivo y obligatorio, que dispuse hace diez días vamos a prolongarlo hasta el día, que termine la Semana Santa, es un largo camino que vamos a enfrentar – como siempre les digo – esta es una guerra contra un ejército invisible, que nos ataca en lugares donde – a veces – no esperamos, pero estoy seguro que esto tiene mucho sentido y estoy seguro que si lo seguimos cumpliendo sus resultados van a ser muy favorables.

Si ustedes revisan cómo es la curva de crecimiento en la cuarentena nuestra y la comparan con la curva de crecimiento de la enfermedad en aquellos países, que pusieron tardíamente la cuarentena se van a dar cuenta de todo lo que hemos ganado. No lo ha ganado el Gobierno, lo ha ganado la sociedad argentina en pleno.

Y por eso, yo quiero que todos estemos contentos y satisfechos de ver de lo que fuimos capaces y que sigamos siendo capaces. Tenemos también que atender la situación de los barrios más pobres que hay en la Argentina, para eso hemos destinado no solamente recursos económicos para que mejore la situación de los que reciben el auxilio del Estado, sino

también garantizar la llegada de alimentos a todas esas poblaciones y lo vamos a seguir haciendo. A todos ellos les pido dos cosas, a todos los compañeros y hermanos que viven en barrios humildes, les pido que respeten la cuarentena, porque el riesgo también existe allí; y que cuiden mucho a sus mayores, nosotros necesitamos cuidar que no se contagien los abuelos que viven esos barrios, ese es un pedido que les hago, está en sus manos poder hacerlo respetando la cuarentena. A todos les van a llegar los recursos y los alimentos que sean necesarios mientras la emergencia dure, el Estado va a estar más presente que nunca. Creo que todos nos hemos dado cuenta de la importancia del Estado en esta instancia.

Estamos haciendo el plan tal cual como nos lo propusimos al comienzo, primero buscando que la curva del contagio sea lenta, para que nosotros podamos prepararnos y atender absolutamente todos los casos que se presentan. Segundo, darnos días para ver que toda la capacidad que necesitamos de equipos, de herramientas, de capacitación para el personal médico, para que eso ocurra, y estamos ganando tiempo y lo estamos aprovechando muy bien, mi gratitud a los médicos y a las médicas, a los enfermeros y a las enfermeras, a los hombres y mujeres de las Fuerzas Armadas, a los hombres y mujeres de las Fuerzas de Seguridad, que han trabajado con un empeño que realmente nos obliga a estar en deuda con ellos, así que gracias por todo eso.

Tenemos que enfrentar un problema que no es un problema de Argentina sino del mundo todo, hoy hablé con el Presidente de España, me comentó que tienen exactamente el mismo problema, que es la escasez global para la adquisición de insumos, estamos trabajando mucho para conseguir lo que nos hace falta. Tenemos en desarrollo la solución de los respiradores artificiales construidos en Argentina, y algún proyecto que nos puede ayudar sobre ese problema también con empresarios de la industria automotriz de Argentina, y estamos muy confiados en que lo vamos a poder llevar adelante.

Yo les pido a todos que entiendan que estamos viviendo un momento de excepción, y que en verdad no tenemos que caer en el falso dilema de es la salud o es la economía, a mí alguna vez me tocó llegar al Gobierno con Néstor Kirchner y hacernos cargo de un país que el año previo había tenido una caída del Producto Bruto Interno superior al once por ciento, y nos pusimos a trabajar y levantamos la economía, una economía que cae siempre se levanta, pero una vida que termina no la levantamos más. Y yo quiero tener presente esto. Pero que todos entiendan que no estamos descuidando la economía, estamos haciendo muchas cosas por la economía, no solamente garantizando dinero en los sectores empobrecidos, que

efectivamente lo hacemos y **estamos encantados de hacerlo** porque lo necesitan, **sino también** ayudando a la pequeña y mediana empresa, hemos tomado una serie de medidas en ese sentido: generamos el Ingreso Familiar de Emergencia, eximimos del pago de contribuciones patronales a muchas actividades; generamos créditos de emergencia para la Pequeña y Mediana Empresa. Hasta hemos garantizado a todas las empresas una...salarial como **crédito**, que las empresas pueden disponer de ese dinero a una tasa del 24 por ciento, la verdad que un enorme esfuerzo del Estado Nacional, pero que creemos absolutamente necesario. Allí los gobernadores me pidieron más flexibilidad para este crédito, **voy a hablar mañana con el Presidente del Banco Central** para ver qué podemos hacer, pero la realidad es que hemos hecho todo lo necesario para que podamos sobrellevar también este momento económico.

Por eso, como hicimos un esfuerzo muy grande, no me resulta grato ver que **alguien despide a un empleado**, y por eso, así como voy a ser muy duro **con el que rompe el acuerdo** de precios y los precios máximos, o especula en cualquier almacén de la Argentina tratando de subir los precios y sacar una ganancia mayor, en un momento de extrema necesidad de la sociedad argentina, **voy a ser duro con ellos y voy a ser duro también con los que despiden gente**. Porque si algo tiene que enseñarnos la pandemia, es la regla de la solidaridad, aquí nadie se salva solo, lo dije en el G20, lo repito ahora, y también he visto con alegría que también es el pensamiento del Papa. **Pero la verdad no es el pensamiento del Papa o el pensamiento de Alberto Fernández**, es una regla moral que tenemos como sociedad, no podemos en semejante crisis desamparar a alguien dejándolo sin trabajo, y vuelvo a repetir, **acá de lo que se trata para muchos de esos empresarios es de ganar menos, no de perder: bueno, muchachos, les tocó la hora de ganar menos**. Y así lo voy a hacer respetar.

Así que hemos seguido pesando en todos los argentinos, hemos congelado alquileres, hemos suspendido ejecuciones hipotecarias y desalojos, hemos congelado las cuotas de créditos hipotecarios, hemos puesto precios máximos a los productos de primera necesidad. **Estamos haciendo todo lo que debemos hacer, no el Gobierno, la sociedad argentina**. Por lo tanto **yo les pido que** con las medidas de estos diez días la cosa está funcionando, **sigan llevando con esa alegría, con la alegría que da saber que estamos haciendo bien las cosas**, con esa misma lógica y con esa misma sensación, y con esas mismas ganas, asumamos los días que nos quedan de cuarentena, estaremos haciendo algo en favor nuestro, en favor de los que queremos y en favor de la Argentina, y tenemos que preservarnos como sociedad.

Yo los invito a que trabajemos juntos, porque la Argentina es nuestra casa común y tenemos que cuidarla mucho.

Les agradezco todo el esfuerzo que han hecho, y los comprometo a hacer el esfuerzo que falta todavía, acuérdense que este es un camino que está empezando, queda mucho por delante, y no tenemos garantizado ningún resultado. Sí sabemos que si cumplimos con ciertas cosas el dolor será menor

Muchísimas gracias a todos y a todas por su tiempo.

- **Discurso 3:** 12/05/2020. Conferencia de prensa del presidente de la Nación, Alberto Fernández; del Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta y el Gobernador de la provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof, acerca de la extensión de la cuarentena - Discurso de Alberto Fernández

Buenas noches a todos y a todas, gracias por la paciencia, a ver vamos a revisar un poquito, en qué lugar estamos y hacia dónde vamos. Primero quiero darle las gracias al Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires; al Gobernador de la Ciudad de Buenos Aires y al Doctor Cahn y a la Dra. Rosa, que forman parte del equipo de epidemiólogos, cuyo aporte es invaluable, para poder tomar decisiones para alguien, que como yo, soy un abogado. Así que gracias y perdón por darles la espalda.

Primer punto, ¿dónde estamos parados? La Argentina sigue – más o menos el mismo proceso- que nosotros venimos esperando que ocurra, es decir la cantidad de casos se ha logrado ralentizar un poco más; la cantidad de fallecimientos – lamentablemente – que siguen ocurriendo están dentro de los que esperábamos que iban a ocurrir. Como siempre digo, a las familias de quienes han perdido la vida por esta infausta epidemia, o pandemia mis condolencias, mi cariño y mi afecto y estoy con ellos, en este momento.

Yo diría que las cosas están ocurriendo como lo venimos pensando y planeando. En el gráfico, que ustedes ven, faltan los datos de última hora, en la última hora se han presentado 240 casos más, que acá no están; 77 corresponden a la provincia de Buenos Aires; 130 a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En total hay 5.611 casos, que es el total, diferente es lo que ve la pantalla hoy y debemos lamentar 8 nuevos fallecimientos.

Nosotros hemos sido muy estrictos en este tiempo, y cuando digo nosotros hablo de la sociedad argentina, de los hombres y mujeres que habitan nuestro país, que han escuchado nuestro pedido de cuidarse y de cuidar a los otros y que lo han hecho y siguen haciendo de un

modo magnífico. Y nosotros tenemos un enorme orgullo del comportamiento de nuestros ciudadanos y ciudadanas y la verdad es que vemos que por el comportamiento de todos y todas estamos logrando los objetivos.

Si uno mira cómo evoluciona Argentina, uno se sigue dando cuenta, en relación con lo que pasa, con el resto del continente, que la situación argentina tiene una situación bastante controlada; no tiene sentido que repare sobre los números, pero nosotros somos la primera barra, que se ve en ese cuadro, y si se compara con otros países del continente (como Ecuador; Brasil y Chile), teniendo en cuenta siempre que estamos tomando los casos, en todos los países, de 67 días de pandemia, para igualar, para que nadie diga que tomamos menos casos o menos días, son 67 casos en todos los días. Y entonces, uno ahí puede mostrar el éxito que hemos tenido como sociedad controlando la pandemia, entiéndase bien que estoy hablando del éxito de control, no de éxito porque no conocemos cómo esto se va a seguir desarrollando. Hasta acá lo hemos hecho bien y gracias a Dios tenemos estos números y eso – insisto en este punto – es un logro de todos y de todas y no perder de vista – como suele decir el Doctor Cahn – que este es un virus que nosotros salimos a buscar, no nos busca, nosotros vamos a buscarlo, por lo tanto cuánto más nos protejamos mejor será para nuestra seguridad de salud.

En este cuadro siguiente podemos ver cómo es la mortalidad, la relación de muertes por la pandemia en relación con la cantidad de habitantes, por cada millón de habitantes, Argentina tiene 6 fallecidos. Pueden ver los números del resto y les muestro esto para que se den cuenta que tiene sentido el esfuerzo, que estamos haciendo, tiene mucho, pero mucho sentido. Miren, la Argentina – hoy en día – ha logrado aplanar la curva de casos y de fallecimientos; la Argentina hoy representa el 0,3 por ciento de los casos de América. La Argentina ha logrado algo, que vamos a ver en un instante, que es que ha logrado que la duplicación de infección, de contagio haya aumentado a 25 días; hemos logrado fortalecer el sistema de salud y con eso hemos ganado tiempo como sociedad para prepararnos.

Ahora, en todos estos días, he escuchado hablar a muchos con impaciencia de la necesidad de atender la economía, a todos nosotros la economía nos preocupa mucho porque sabemos el padecimiento de los que no la están pasando bien porque tienen sus negocios cerrados, de los que no pueden trabajar, porque no puede hacer todo lo que quisieran hacer, en términos de desarrollo.

Nosotros sabemos el problema que tenemos y el problema que la cuarentena genera a los

finés del desarrollo económico y por eso **hemos prestado mucha atención** con medidas para llegar a los sectores que más lo necesitan: **el Ingreso Familiar de Emergencia, que llega a 8 millones de personas, ya hay 3 millones y medio de personas, que lo han cobrado; los créditos a tasa cero para monotributistas y autónomos que llega a 282.000 personas, ya tienen 33.000 personas, que han visto acreditar, esos créditos, en sus tarjetas; hay 282.000 personas a los que la AFIP ya les dio el OK para que ese dinero se acredite en sus tarjetas; el Plan de Asistencia para el Trabajo y la Producción, que favorece a 225.000 empresas, ya cuenta con 2 millones 100 mil trabajadores, que cobraron el salario complementario, que el Estado da.** Todo esto lo **estamos haciendo** básicamente porque conocemos el problema que la economía atraviesa frente al efecto de la cuarentena, no dejamos de prestarle atención. Pero una vez **reafirmo y reafirmamos** – **estoy seguro que estoy hablando en nombre de los tres** – que lo que más nos preocupa es cuidar la salud de nuestra gente, que **lo que más nos interesa** es preservar la vida de nuestra gente.

Y digo esto, porque **en estos días, muchos pusieron algún ejemplo de países que no hicieron la cuarentena, se mantuvieron abiertos y dicen que lograron resultados económicos ponderables** y yo me he detenido en el caso que más escuché nombrar, que es el caso sueco, y lo comparado con un país que está pegado a Suecia, que hizo exactamente lo contrario, ese país es Noruega. **Noruega hizo una cuarentena estricta; Suecia no. Suecia tiene 14 veces más muertos que Noruega; Suecia tiene 3.175 muertos por COVID y Noruega, 218; en números relativos Suecia, en verdad, tiene el doble de habitantes que Noruega, tiene 10 millones de habitantes Suecia; y 5 millones de habitantes Noruega. En muertos – por cada 100.000 habitantes – Noruega tiene 4 muertos y Suecia tiene 31; en cantidad de infectados Suecia tiene 25.000 infectados y Noruega tiene 8.000; Suecia ocupa el lugar 24 en la lista de países, en cantidad de personas infectadas y Noruega el 47. Cuando a mí me dicen que siga el ejemplo de Suecia, la verdad lo que veo es que Suecia, con 10 millones de habitantes hoy cuenta con 3.175 muertos, por el virus, 10 millones de habitantes es menos de la cuarta parte de lo que Argentina tiene, es decir que lo que me están proponiendo es que, de haber seguido el ejemplo de Suecia, nosotros hoy tendríamos 13.900 muertos.**

Digo todas estas cosas para los que son atrapados por la ansiedad de abrir la economía, sin medir las consecuencias en la salud y en la vida de la gente. Me he ido tan lejos, me he ido a Suecia y a Noruega, dos ciudades modelos, en el mundo, de comportamiento social, con estados muy presentes para que veamos los efectos de prestarle atención a la cuarentena o no prestarle atención y que **cada vez que a ustedes escuchen decir: “sigan el ejemplo sueco, total**

Suecia no cerró nunca los comercios, ni las industrias y sólo tiene 3.000 muertos”, esos muertos de Suecia equivalen a 13.900 argentinos que pueden morir. De acuerdo. Y aquellos que dicen que el problema es que la cuarentena genera desempleo, permítanme decirles que hoy he conocido, que el Departamento de Estado, de los Estados Unidos, reportó un aumento del desempleo de 10 Puntos, fue del 4,4 al 14,7, y estiman que en abril la pérdida de empleos acumulará 20 millones y medio de nuevos desempleados; en dos años – en la crisis del 2008 – Estados Unidos sufrió 2 millones de pérdidas de empleo, 2 millones de personas perdieron su empleo y que en dos meses, el coronavirus, se ha llevado 20 millones y medio de empleos. Digo todo esto para que no mientan más, porque me cansan las mentiras, y porque cuando le mienten se lo hacen a la gente, generan ansiedad, preocupan a la gente y como siempre digo, yo tengo la suerte de gobernar con los Gobernadores que tengo, a los que valoro mucho en su trabajo; también Gobernadores opositores y hay opositores que gobiernan y lo hacen con la seriedad que lo hacen y hay opositores que no gobiernan y en Twitter sólo hacen exhortaciones y convocan realmente con gran imprudencia al descuido de la gente.

He dado todos estos datos, para terminar con esta discusión; no me van a torcer el brazo, voy a cuidar a la gente más que nada y estoy tranquilo de decirlo porque mi lugar más conflictivo que tenemos es la Ciudad de Buenos Aires, el área metropolitana de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires y quienes están a mi lado, piensan lo mismo que yo y por eso estamos trabajando en el mismo sentido.

Por lo tanto, demos vuelta a la página para ver cómo seguimos combatiendo a la pandemia y terminemos esta discusión, en la que nos han metido falsamente y con la cual nos quieren hacer creer que si abrimos la economía la gente va a estar mejor; si abrimos la economía vamos a terminar como terminó Suecia. ¿De acuerdo?

Vamos a pasar, ahora sí, al análisis de cómo hemos avanzado: miren estos son otros logros de todos los argentinos y argentinas, cuando empezó la cuarentena la duplicación de casos era de 3,3; hoy hemos llegado, en promedio, del país a 25,1. Ustedes recordarán y lo vamos a ver en la última filmina, y lo voy a decir como me sale, tampoco voy a entregar así mis conceptos tan fácilmente, pero hemos logrado – entre todos – un resultado maravilloso, que es que la multiplicación de casos se dé en los tiempos que nos proponemos y con el esfuerzo que hacemos con la cuarentena.

Digo esto y también digo que este resultado no es igual en todos lados. Si ustedes miran este cuadro van a ver que el total del país, hoy en día, se contagia cada 25,1 días y el área

metropolitana de Buenos Aires no logra ese objetivo, tiene mucha explicación esto: no es ni descuido, ni falta de trabajo de los que gobiernan, ni de los Intendentes porque me consta el esfuerzo de todos y cada uno; tiene que ver con la naturaleza demográfica de esa región, que es la más densamente poblada y por lo tanto donde el contagio se facilita de mejor modo; es además la región que ha recibido la mayor cantidad de viajeros, que regresaron al país infectados. Eso explica que al AMBA le cueste lo que le está costando, porque si ustedes miran, por ejemplo, el resto de la provincia de Buenos Aires, fíjense hay lugares en la provincia de Buenos Aires, donde la duplicación de casos es infinito, porque nunca tuvieron ni un caso, ni cerca y esto que digo de la provincia de Buenos Aires puedo decirlo de muchos lugares del interior del país; el trabajo de los Gobernadores ha sido magnífico y por eso yo tengo la alegría de decir, que estamos logrando los objetivos, pero que no hemos ganado la batalla.

Si ustedes recuerdan, por acá tenemos el total de casos confirmados, en el AMBA, ustedes se dan cuenta que... se acuerdan que la primera vez que hablé yo les había dicho que el 70 por ciento de los casos estaban concentrados en el área metropolitana de la Ciudad de Buenos Aires; hoy el 86,2 por ciento de los casos se concentran en el área metropolitana, de Buenos Aires; eso explica también la mayor dificultad, eso lo explica.

Por eso tenemos que estar tan atentos, y acá yo les pido a todos, a los porteños, como yo, a los vecinos del Gran Buenos Aires, que tengan en cuenta, que acá, está concentrada casi todo el riesgo de la pandemia y por lo tanto tenemos que extremar cuidados, que no podemos salir a tontas y a locas, porque algún pillo se le ocurre decir que lo más importante es la economía, abrir todo en desmedro de la gente, porque acuérdense de la palabra del Doctor Cahn, cada vez que salimos vamos a buscar el virus nosotros; no es el virus que viene a nuestras casas, somos nosotros que vamos a buscarlos, más circulamos, más aumenta el riesgo; más nos conectamos con otros, más aumenta el riesgo. Por lo tanto, todo lo que podamos minimizar en ese sentido bienvenido sea.

Y acá vamos, ya para terminar a ver cómo estamos en las fases de administración del aislamiento, la última vez habíamos llegado al punto tres, a la segmentación geográfica. Ahí habíamos habilitado a que circule el 50 por ciento de la población y habíamos dicho que el tiempo de duplicación de casos tenía que estar entre 15 y 25 días y si yo no me equivoco, en ese momento, teníamos 17 días de duplicación. Para pasar a la reapertura progresiva, donde ya el Estado Nacional empieza a dar excepciones provinciales, las provincias se pueden

empezar a mover con más libertad y las restricciones son solo localizadas, muy focalizadas hace falta que el tiempo de duplicación de casos sea superior a los 25 días. Eso se ha logrado en toda **la Argentina**, menos en el **AMBA**.

En conclusión, el Decreto – **que estamos dictando**, **ahora**, **lo que va a disponer es que toda la Argentina – salvo la zona metropolitana de Buenos Aires, el área metropolitana de Buenos Aires, Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires – todo lo demás pasa a la fase 4, mientras que el AMBA sigue en la faceta 3**. Esto no es ni un avance ni un retroceso, es trabajar con seriedad; el objetivo no se ha podido lograr, insisto, son ingentes los esfuerzos que hacemos pero allí la densidad demográfica es muy grande y todo se hace más complejo; en Ciudad de Buenos Aires, en el área metropolitana de Buenos Aires siguen las cosas, como están hoy. Eso, ¿qué quiere decir? Que para habilitar comercios o industrias **hay que pedirle autorización** al **Poder Ejecutivo Nacional** y este analizará si se dan las condiciones sanitarias adecuadas para que la actividad vuelva a funcionar.

Sigue estando prohibido el transporte interjurisdiccional, salvo para aquellas personas que trabajan, que hacen las tareas esenciales, para que la economía se siga desarrollando. En el **interior del país**, la disposición de habilitar industrias o comercios está en manos de Gobernadores o Intendentes, según corresponda. **Lo que nosotros estamos haciendo** es dictando – con este decreto – anexando una serie de protocolos que **permitirían** habilitar a un número importante de empresas para que empiecen a trabajar en distintas actividades, los protocolos son de actividades y lo **único que tendrán que verificar los Gobernadores** – a la hora de habilitar – es que esos protocolos sean cumplidos y después fiscalizar que **no dejen de cumplirse**.

Para las grandes empresas – **como siempre hemos dicho – nosotros queremos que** no se utilice el transporte público; por lo tanto las empresas o las industrias que quieran reabrirse **deberán ocuparse** del traslado de sus trabajadores, hasta el lugar de trabajo, **no podrán movilizarse por transporte público**.

Nosotros estamos concentrando el tema en el **AMBA** porque hay lugares, donde habitan más de 500 mil habitantes, que era la regla que habíamos tenido la última vez para hacer la discriminación, pero que ya han logrado superar los 25 días y por lo tanto pueden moverse libremente.

Ayer, hable, por ejemplo, con el Intendente de Mar del Plata **y me dijo** que están en 35 días de duplicación, en Mar del Plata. Entonces, ya hay muchos más, Rosario ha trabajado muy bien

y ha podido recuperar en gran parte el problema; Ciudad de Córdoba también. Digo todo esto y también digo que vamos a ser muy rigurosos y meticulosos en ver cómo evoluciona esto. Y – si en algún momento – los resultados se invierten retrocederemos y volveremos las cosas para atrás. Por eso es muy importante la conducta ciudadana, la responsabilidad de cada uno de nosotros, porque si así no lo entienden el riesgo se multiplica. Este es un extraño caso, donde si uno toma distancia respecto del otro; si uno se cuida con un barbijo; si uno mantiene permanentemente higienizadas sus manos; si uno no lleva las manos a la cara, las posibilidades de contagio son muy bajas, haciendo tan solo esas cosas. Ahora, también, les digo: esas cosas son muy difíciles de cumplir si el lugar en donde estamos se vuelve populoso, si nos subimos a un vagón de tren lleno de gente o a un micro lleno de gente.

Como siempre hago, antes de tomar esta decisión, consultar a los epidemiólogos, que hoy me acompañan dos de ellos, a los que les estoy eternamente agradecido en nombre de todos, porque nos han guiado bien y por lo tanto nuestra gratitud eterna al saber y al compromiso de ellos.

Yo le voy a dar la palabra ahora a Horacio, después hablará Axel y después si hay alguna pregunta, con todo gusto la contestamos.

➤ **Discurso 4:** 09/07/2020 *Acto central por el aniversario N° 240 de la Declaración de Independencia en la República Argentina - Discurso de Alberto Fernández*

Muy bien, gracias a cada uno de ellos, los que hicieron ese video y nos recordaron lo que hicieron grandes hombres, de la Argentina, allá en 1816. La Argentina- en ese momento - era una Nación en formación, el Virreinato del Río de La Plata era el único, en todo el continente que seguía luchando por su independencia, porque – ya para entonces – Napoleón había caído; Fernando VII había vuelto a reinar en España e intentaba recuperar las colonias, que se habían independizado de los Reyes de España, en el momento en que Bonaparte entró, a España.

El contexto no era fácil, porque se darán cuenta que éramos una Nación incipiente, una sociedad nueva, que se estaba enfrentando a uno de los más grandes imperios de entonces, el imperio del Reino de España, pero lo notable es que semejante diferencia no amilanó a ninguno de sus hombres; no se amilanaron cuando vieron llegar, allá por el norte, a las tropas realistas y allí fue Belgrano, y allí estuvo Don Martín Miguel de Güemes, y siempre estuvo San Martín, que no sólo se ocupó de ayudar a nuestras tropas, después cruzó Los Andes y ayudó a Chile y ayudó a Perú a independizarse de las tropas realistas, fueron nombres

enormes de nuestra historia, nombres enormes, donde – por momentos – lo que uno quisiera es poder la templanza y el coraje, que ellos tuvieron para afrontar un tiempo tan difícil como el que hoy nos toca vivir, en la Argentina.

Yo rescato siempre a esos hombres; rescato siempre sus ideales; rescato siempre sus convicciones; rescato siempre su coraje. Nosotros vivimos, hoy, un tiempo difícil, pero en los tiempos difíciles debemos ser como esos hombres, debe ser el coraje lo que nos llena el alma, no la angustia. Si ellos hubieran estado angustiados hubieran quedado paralizados frente a la vuelta del imperio. Ellos tuvieron coraje, fueron valientes, estaban convencidos y sabían algo de lo que nosotros, hoy, ya sabemos: es que cada uno de nosotros es artífice de su propio destino. El destino que nos toca, es el destino que seamos capaces de armar. Ellos lo supieron y allí fueron y muchos dieron la vida. Siempre rescato a Güemes, ese General muerto en batalla, que cuando los realistas le propusieron socorrerlo, a cambio de entregar a su Ejército, mandó a su Ejército a pelear el doble y morir allí, en el monte salteño.

Fue con ese coraje, fue con esa valentía los que nos hizo sentir lo que hoy somos: un país independiente. Ahora, este tiempo es un tiempo diferente, gracias al coraje de todos ellos, gracias a la decisión de todos ellos, de mujeres enormes, que ha tenido América latina, como Juana Azurduy, que hicieron posible que hoy seamos un país independiente y que se llame Argentina y hoy nosotros podemos vivir este presente.

A veces me pregunto, y ayer lo hablaba con los Gobernadores, y les preguntaba: ¿la verdad este es el tiempo que hubiéramos querido que nos toque? No, definitivamente no, este no era el tiempo que hubiéramos querido que nos toque. Hubiéramos querido que nos toque un tiempo tan difícil – como el que Juan describió – que era la Argentina, del diciembre del 2019, y hubiéramos querido poder empezar y hacer frente a las necesidades de la Argentina de entonces, pero – de repente a todos – absolutamente a todos, a cada uno de esos Gobernadores, que están viendo en pantalla y a este Presidente y al mundo nos apareció – como le gusta decir a Axel – un ser minúsculo, imperceptible al ojo humano, que dio vuelta al mundo, que se llevó cientos de miles de vidas, que enfermó a millones de personas y, que por sobre todas las cosas, hizo crujir los cimientos de la economía mundial.

Y en ese contexto nos toca, este 9 de julio, no es un contexto fácil; los que en 1816 declaraban la independencia argentina tampoco habrán pensando en una pandemia. A nosotros nos toca este revuelo, este revuelo universal, que es la pandemia y la verdad es que – a siete meses – de haber llegado al Gobierno yo rescato algo, que como país fuimos capaces de hacer: estuvimos todos asediados por un virus que ponía en jaque a nuestros pueblos y todos, todos estuvimos de acuerdo en que había que preservar la vida y la salud de la gente.

antes que nada, todos estuvimos de acuerdo en eso: desde el Gobernador de Jujuy, allá en el Norte, hasta el Gobernador de Tierra del Fuego, allá en el Sur; desde el Gobernador de Mendoza, al oeste, hasta Buenos Aires, acá en el este. Todos, absolutamente todos entendimos que no había un dilema, que no había una disyuntiva, que lo que teníamos que hacer era preservar la vida y la salud de la gente y nos tocó un tiempo difícil, porque le tuvimos que pedir a la gente – después de escuchar a los científicos, que nos explicaban qué era lo que nos estaba pasando- porque ninguno de nosotros estaba preparado. Ahí nos saca ventaja, Juan Manzur, que es un médico u Oscar Herrera, que los dos fueron ministros de Salud y conocen más del tema, pero no todos nos recomendaron lo que recomendaban, digo yo siempre, los curanderos, en la Edad Media: quédense en sus casas y aléjense. Y fue lo que hicimos con nuestro pueblo pedirles que, por favor, se resguarden, que era el único modo que teníamos de cuidarlos.

En tanto pudimos poner en pie un sistema de salud, que estaba muy golpeado y que hoy puede resistir esta pandemia, que nos toca vivir. Y hoy estamos tranquilos, porque hemos hecho lo necesario, en cada rincón de la Patria, trabajando juntos Intendentes, Gobernadores, ministros de la Nación y el Presidente para que ningún argentino se quede sin la atención sanitaria, que merece. Y esto es una experiencia muy nueva, no hay ningún libro que nos lo explique, es un virus que cuando parece que se está yendo se vuelve, y con el volver no vuelve a frenar y nos vuelve a traer dolor. Y esto es lo que nos está pasando, aquí cerquita con Axel y con Horacio, en el Área Metropolitana de la Ciudad de Buenos Aires, es también lo que le pasa al querido “Coqui” Capitanich, con todo su esfuerzo, allá en el Chaco; o a Arabela, en Río Negro, focos que asoman y donde el virus se mete fuertemente y todos reaccionan y todos actúan prontamente y nadie pregunta de qué partido viene, sólo preguntamos cómo actuar, todos. Esa Argentina, a la que nos sometió la pandemia, es una Argentina maravillosa, porque dejó lo mejor de nosotros al descubierto.

Albert Camus, el autor de “La peste”, escribió en su libro: “Las pestes, las pandemias, las epidemias tienen el ingrato sabor de que terminan con las vidas, traen a la muerte, pero tienen otro sabor muy ingrato y es que deja al descubierto las almas.” Y la verdad es que las almas, de la mayoría de los argentinos, las almas de cada uno de ustedes estuvieron llenas de solidaridad y de responsabilidad.

Y en este tiempo tan cruel en términos de enfermedad, fuimos capaces de ser solidarios y de rescatar la solidaridad como un valor supremo, cuidándome te cuido, tomando distancia de vos te cuido, quedándome en mi casa te cuido y me cuido. Y así fuimos sobrellevando con muchos problemas todo este presente, porque como bien decía Juan, aquel diciembre del

2010 no nos dejaba la mejor Argentina, y teníamos que ir en auxilio de muchos que se habían quedado al margen, porque habían perdido sus trabajos, porque sus empresas habían cerrado, porque la economía no se movía, y porque además teníamos que enfrentar una enorme deuda que nos había quedado, que estábamos enredados en esa deuda, y teníamos que ver cómo salir de eso, sin que esa salida signifique postergar a un solo argentino, que ya mucho esfuerzo han hecho. Y estamos trabajando y confiamos que finalmente lo logremos, y cuando lo logremos será nuestro logro, no el logro de Alberto y de su Gobierno, el logro de la Argentina, como es un logro que podamos sobrellevar este presente de pandemia del modo en que lo sobrellevamos.

La idea de la solidaridad nos obliga a pensar en un mundo más igual, este es el momento en que la pandemia arrecia y ha tomado como foco a América Latina, y nosotros tenemos que pasar este momento, pasó en Asia, se fue a Europa, se fue a América del Norte y ahora está acá. Y nosotros debemos pasar este momento, siempre haciendo lo que estamos haciendo, siendo solidarios. Y ya empezando a reconstruir la Argentina del mañana. La Argentina del mañana tampoco se construye en el despacho del Presidente, la Argentina del mañana la construimos con todos los que están acá, las mujeres de la industria, tenemos una mujer de la industria que nos acompaña, que esta semana me reuniré con mujeres de la actividad industrial; los hombres de la industria; los hombres del campo; los hombres del comercio; los hombres de la construcción; los hombres de las finanzas: todos unidos tenemos que construir la Argentina que se viene. Porque lo que tenemos que entender es que el odio y la división finalmente nos dejaron en el lugar donde nos quedamos. A mí me duele ver el odio, venga de donde venga, porque sé que el odio nos posterga, el odio nos paraliza y nos pone en el peor lugar como seres humanos.

La Argentina que se viene tiene que ser una Argentina distinta, como el mundo debe ser un mundo distinto, el mundo debatió todos estos años cómo hacer, y la verdad, de repente, ese virus imperceptible a los ojos humanos, como dice Axel, hizo temblar las bolsas del mundo, y además de llevarse vidas se llevó muchas empresas y muchos puestos de trabajo de la faz de la tierra. Y en la reconstrucción tenemos que lograr un sistema más justo, más igualitario, porque tampoco debemos olvidar que estamos ante más desigual del mundo. ¿Cómo vamos a hacerlo? Juntos. En cuanto pase el 17 de julio, que es el tiempo de cuarentena que hemos fijado para el área metropolitana de Buenos Aires, y cuando todo esto empiece a tomar un poco de calma, nosotros ya estamos trabajando con los gobernadores que están aquí, en el futuro. En ese futuro los que trabajan tienen un rol central, los que trabajan han hecho un enorme esfuerzo, yo valoro mucho lo que han hecho los hombres del

sindicalismo argentino por sobrellevar este presente, acá también está uno de los Secretarios Generales de la CGT. Pero a **todos**, a **todo el sindicalismo** yo le doy las gracias por haber entendido la fragilidad de este tiempo. Entre **todos**, los que invierten en la empresa, los que invierten en el campo, los que trabajan en el campo y en las empresas, los que trabajan en servicios, los que trabajan en el comercio, entre todos vamos a poner de pie a este país. No es verdad que no **tengamos** futuro, y menos cierto es que no **tengamos** ideas, ¿Por qué saben qué? Este presente **nos** permitió ver las cosas en su real dimensión, y ya **tenemos** mucho más claro por qué **nos** pasaron cosas que **nos** pasaron y por qué no podemos volver a repetir errores que **cometimos** en el pasado.

Este 9 de Julio yo quiero que para **todos** sea la inyección de fuerza que **todos** los argentinos precisamos para ponernos de pie, y que entendamos que ninguna sociedad concreta su destino en el medio de insultos, en el medio de divisiones, y, fundamentalmente, teniendo al odio como común denominador.

Yo vine acá a terminar a terminar con **los odiadores seriales** y vine aquí a abrir los brazos para que todos **nos** unamos, en busca de ese destino común. No **vengo** a instalar un discurso único, yo sé que hay diversidad y celebro y propicio la **diversidad** en la Argentina, diversidad de todo tipo, diversidad de género y diversidad ideológica la celebro, no me afecta. Lo que **necesito** sí es que esa diversidad sea llevada adelante con responsabilidad, y la primer responsabilidad está en no mentir, en decir la verdad y en **respetarnos**. **El primero que quiere eso es el Presidente de la Nación, es otra vez el compromiso que **asumo** públicamente con ustedes, con cada uno de los 24 gobernadores de la Argentina; con vos que estás estudiando; con vos que sos chiquito y todavía estás en el colegio y estás recibiendo tus clases por Internet; con vos que sos estudiante universitario, tal vez también recibís **mis** clases por Internet o la de otros profesores.** Todos ustedes tienen un futuro, no es verdad que no lo tienen, y **nosotros**, que somos la generación que nos toca gobernar, vamos a hacer que ese futuro exista para vos, pero que exista para todos, para que exista allá en Los Toldos, creo que se llamaba, la ciudad de Salta, que ayer logró algo maravilloso -por ahí está el Gobernador de Salta-, esa era una ciudad argentina donde para poder llegar había que cruzar cien kilómetros de territorio del querido pueblo hermano de Bolivia, pero desde ayer eso no hace falta, porque quedó integrada con caminos a la Argentina, y no hace falta salir de la Argentina para llegar allí. Que **nos** sirva esa prueba que ayer Gustavo logró en Salta para **darnos** cuenta que aquí **todos** debemos crecer y desarrollarnos, que esta Argentina centralizada no ha dado buenos resultados.

Ayer cuando pusimos en marcha las obras de un nuevo puerto en la Provincia de Santa Fe,

sobre el Río Paraná, pensaba que de ese modo estaba facilitando que toda la producción del norte salga sin tener que llegar al Puerto de Buenos Aires, salga por alguno de esos puertos que la hidrovía hoy ofrece, y hasta allí llega el tren, que viene del norte, trayendo soja u otros cereales, u otras producciones de las provincias del norte. Cuando me vaya del Gobierno quiero que tengamos una Argentina federal, donde cada argentino tenga la posibilidad de encontrar su futuro en el mismo lugar donde nació, que pueda vivir allí feliz, y que el día que muera pueda decir qué feliz fui viviendo en el lugar donde me tocó nacer. A todos, a todas, a todos, feliz día de la Patria, otra Argentina empieza hoy. Muchas gracias.

15.2 Información legislativa y documental completa del DNU N° 260/20

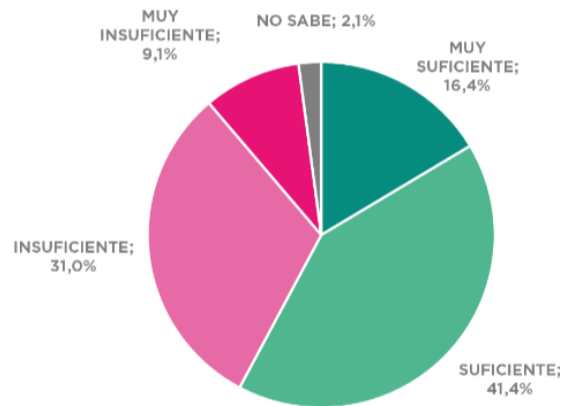
El Ministerio de Justicia y Derechos Humanos Argentina a través de su plataforma “infoleg” proveniente del acrónimo *"Información Legislativa y Documental"*, es una base de datos que recopila leyes nacionales y actos administrativos de alcance general del Poder Ejecutivo Nacional. En este caso en particular, en el trabajo se hace referencia al Decreto de Necesidad y Urgencia N° 260/20 donde el Gobierno declara la pandemia por coronavirus en Argentina. El apartado es denominado de la siguiente manera: “EMERGENCIA SANITARIA/ Decreto 260/2020 / DECNU-2020-260-APN-PTE - Coronavirus (COVID-19). Disposiciones” y puede visitarse haciendo click en el siguiente enlace: [DNU N°260/20](#)

15.3 Gráficos de informes de Zuban Córdoba y Asociados

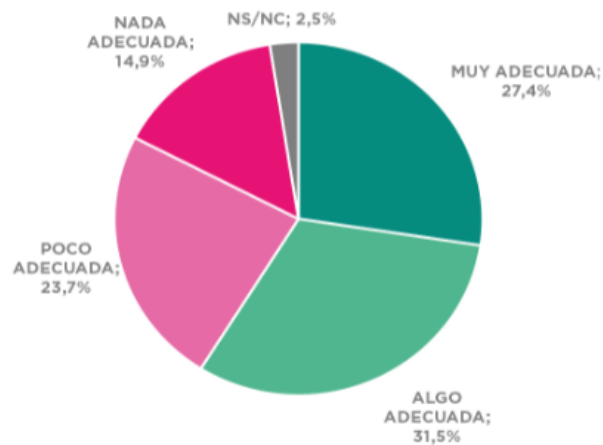
A continuación detallamos los gráficos elaborados por la consultora política Zuban - Córdoba y Asociados mencionados en el cuerpo de este trabajo para detallar el contexto político en el que se encuentra enmarcado este trabajo:



¿CÓMO CALIFICARÍA LA INFORMACIÓN QUE BRINDA EL GOBIERNO NACIONAL, RESPECTO AL CORONAVIRUS?



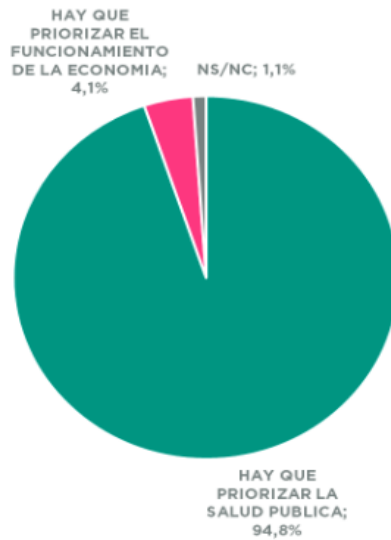
¿CÓMO CALIFICARÍA LA ACTITUD DEL GOBIERNO NACIONAL RESPECTO DE LA PREVENCIÓN PARA EVITAR EL CORONAVIRUS?



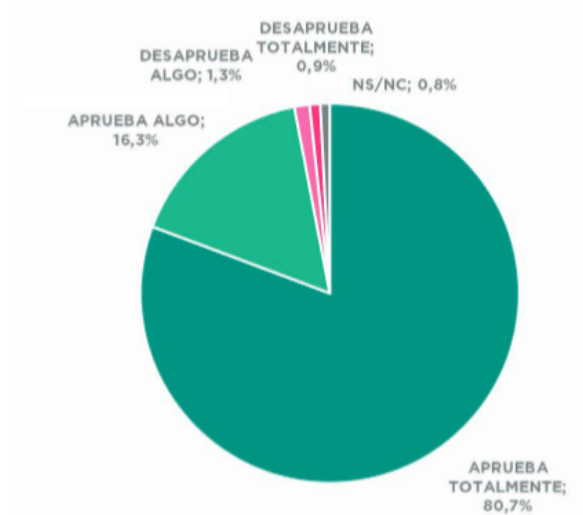
➤ Informe coronavirus Argentina - Parte II- Marzo 2020



¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS DEBERÍAN SER LA PRIORIDAD ANTE LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS?

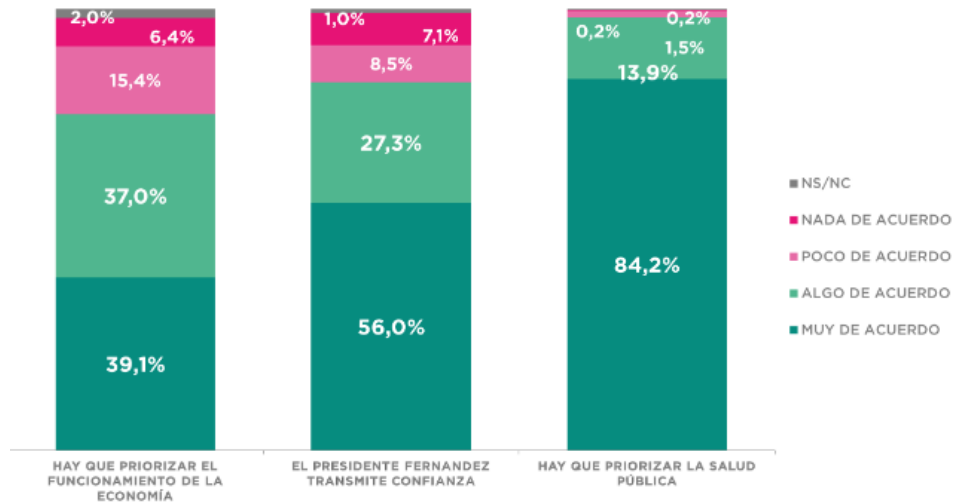


¿CUÁL ES ACTUALMENTE SU VALORACIÓN SOBRE LO HECHO POR EL PRESIDENTE ALBERTO FERNANDEZ EN RELACIÓN A LA PANDEMIA - CORONAVIRUS?





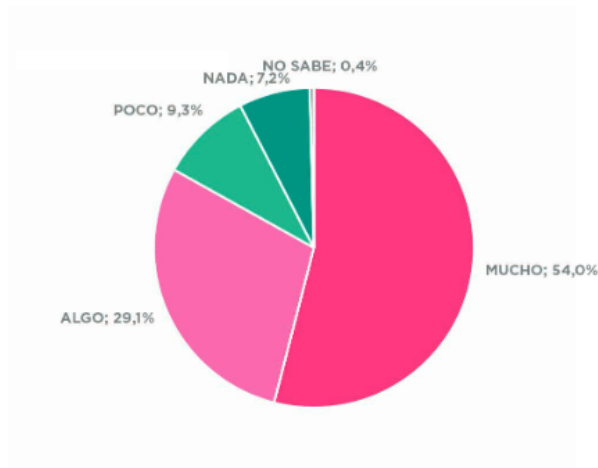
ACUERDOS Y DESACUERDOS CON EL CONTEXTO POLITICO



➤ Informe Opinión Pública- Abril 2020

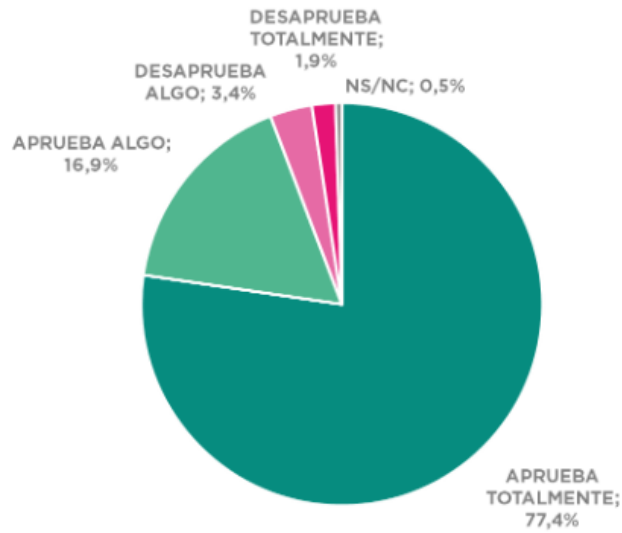


EN GENERAL, ¿QUÉ TANTO HA AFECTADO DE MANERA NEGATIVA LA CUARENTENA A SU SITUACIÓN ECONÓMICA?

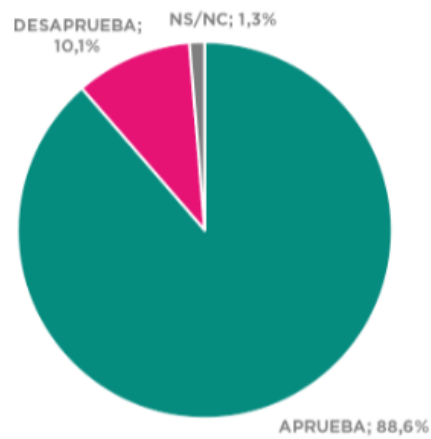




¿CUÁL ES SU NIVEL DE APROBACIÓN
SOBRE LA EXTENSIÓN DE LA
CUARENTENA HASTA EL 26 DE ABRIL?

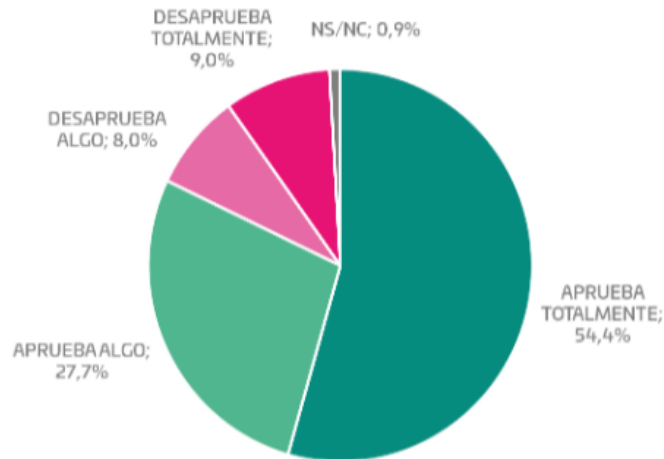


¿QUÉ APROBACIÓN TIENE DEL
GOBIERNO NACIONAL POR LO HECHO
HASTA AHORA?





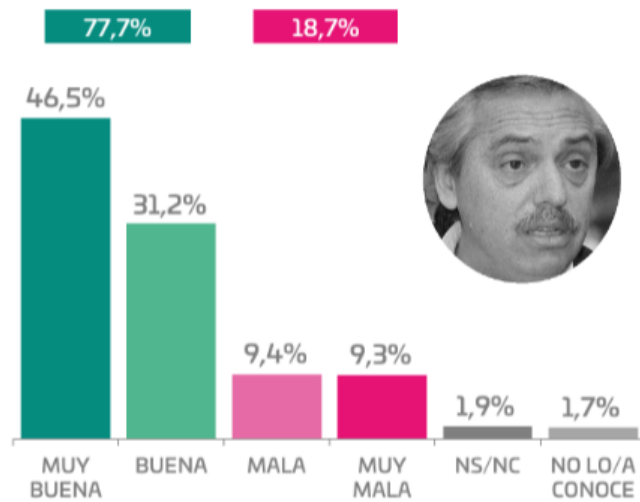
¿QUÉ APROBACIÓN TIENE DEL GOBIERNO NACIONAL?



➤ Informe Coronavirus en Argentina - Parte IV - Mayo 2020

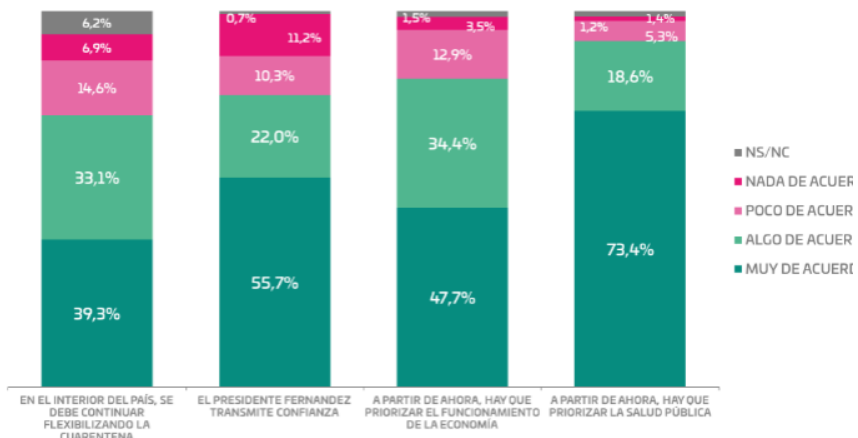


IMAGEN DE ALBERTO FERNANDEZ

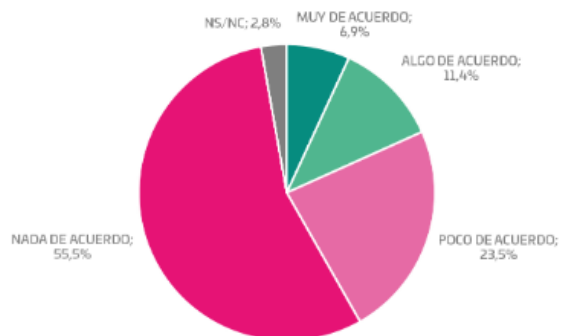




CONTEXTOS POLITICOS

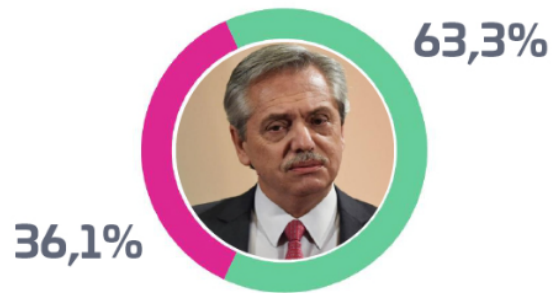


HAY QUE LEVANTAR LA CUARENTENA DE MANERA TOTAL

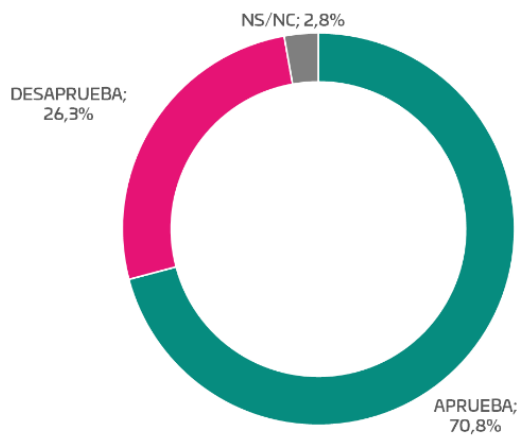




NIVEL DE IMAGEN DE ALBERTO FERNÁNDEZ

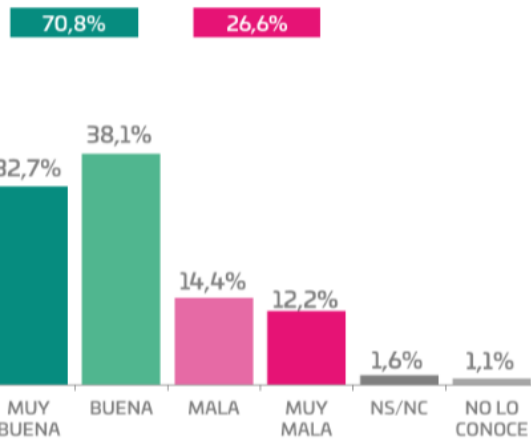


¿QUÉ APROBACIÓN TIENE DEL GOBIERNO NACIONAL?

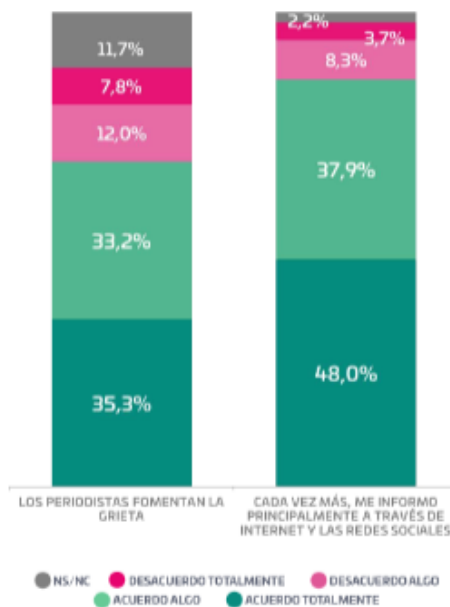




NIVEL DE IMAGEN DE ALBERTO FERNANDEZ

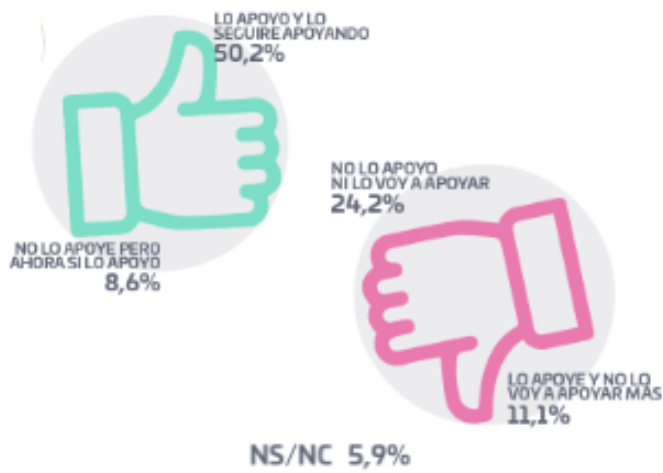


NIVEL DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES FRASES





**RESPECTO A LO REALIZADO POR ALBERTO FERNÁNDEZ
Y SU EQUIPO DE TRABAJO, ¿UD. DIRÍA QUE..?**



**¿QUE NIVEL DE APROBACIÓN TIENE DE
LA GESTIÓN DE ALBERTO FERNANDEZ?**

