



Facultad de Diseño y Comunicación

Lic. en Relaciones Públicas

Campero, Abril

“La construcción del nuevo discurso político evidenciado dentro del marco de la pandemia de 2020/2021”

Año 2022

	1
Introducción	3
Estado de la cuestión	4
Fundamentación.	8
Marco teórico.	10
Ideología y Política.	11
Valor y Poder	15
Comunicación Política y Mensaje.	18
Problema de conocimiento.	20
Hipótesis.	20
Objetivo.	21
Marco metodológico.	21
Capítulo I	21
Esquematización para la interpretación de los mensajes.	21
Capítulo II - Primera Parte	23
Análisis de los mensajes de Alberto Fernández.	23
a. Conferencia de Prensa y Cadena Nacional del Periodo 2020	23
b. Conferencia de Prensa y Cadena Nacional 2021	33
Capítulo II - Segunda Parte	39
Análisis de los mensajes de Jair Bolsonaro.	39
a. Conferencia de Prensa y Cadena Nacional 2020	39
b. Conferencia de Prensa y Cadena Nacional 2021	43
Capítulo III.	44
Análisis de la representatividad política.	44
I. La izquierda institucionalizada de Alberto Fernández.	45
II. La derecha disruptiva de Bolsonaro.	49
CAP IV	53
Comunicación ideológica	53
I. Ideología.	53
II. Enunciados	56
CAP VI	58
Comunicación política	58
I. El antagonismo.	58
CAP VI	59
Resultados y conclusión.	59
Bibliografía citada y otras fuentes documentales.	61

Anexos -si correspondiere.

63

Introducción

La pandemia llegó para quedarse con sus diversas causas, variables y formas de manifestación en los distintos ámbitos de la vida. Fue un desafío constante debido a que en un primer momento predominó la incertidumbre y la falta de información a excepción de algunos países (puntualmente los latinoamericanos) que tenían, metafóricamente, el diario del lunes con claros ejemplos de las medidas que debían tomar para evitar los contagios masivos. Las prácticas sociales de los individuos debieron ser modificadas y adaptadas al nuevo contexto con el fin de sobrevivir a un virus que comenzaba a acechar a la población. Uno de los factores que cobra aquí relevancia son los discursos políticos empleados por los líderes y lideresas del mundo, los cuales condicionaron en un cierto sentido, a los nuevos hábitos sociales mediante la implementación de políticas públicas sanitarias. Los discursos transmitidos tuvieron dos objetivos bien claros, por un lado, la reconstrucción constante de los mensajes puesto que debieron ajustarlos a la información obtenida y al contexto pandémico que empezaba a intimidar la posición y reputación de los políticos; y por otro lado buscaron brindar un sentido de valor en sus mensajes, no solo para persuadir a la acatación de las nuevas normas de convivencia y protocolos sanitarios, sino que al mismo tiempo los valores fueron utilizados para justificar las tomas de decisiones empleadas desde el plano del pensamiento y las ideas.

El camino de la presente investigación comienza en analizar los mensajes de los presidentes Alberto Fernandez y Jair Bolsonaro¹ en el marco de la pandemia desarrollados por conferencia de prensa y cadena nacional entre Marzo del 2020 y Marzo del 2021 conservados en el sitio web de Youtube por la prensa oficial de los gobiernos Argentino y Brasileiro², para poner en evidencia un nuevo fenómeno discursivo en el ámbito de las ciencias sociales y más particularmente dentro de la comunicación política. Se seleccionaron los discursos que se creen más pertinentes dentro del marco temporal seleccionado para el actual proyecto de investigación final. Su condición relevante radica en el cumplimiento de las aristas pensadas en analizar, ya que cumplen con el requisito de poder ser analizados en las cuatro categorías propuestas con el objetivo de concluir en una optimización de los resultados deseados.

El enfoque discursivo es importante aclarar que se lo toma desde la perspectiva de la comunicación política, atribuyéndole la característica de un mensaje cargado de valor simbólico, ideológico y político. Por lo tanto, con lo referido a los discursos

¹ Alberto Fernandez, presidente de la Nación Argentina, asumió la presidencia el 10 de diciembre de 2019. Jair Bolsonaro, presidente de Brasil, asumió la presidencia el 1 de enero de 2019.

² En el período donde se investigó los discursos de Jair Bolsonaro, entre Julio y Agosto del 2022 Youtube censuró el canal oficial de la presidencia de Brasil el Palacio de Planalto, por lo tanto, se buscaron videos relevantes cargados por los medios periodísticos brasileños en el sitio web de Youtube.

de ahora en más se comprenderá y centrará la investigación en los mensajes presidenciales.

Estado de la cuestión

Para comenzar, parece oportuno reseñar el estudio desarrollado por Norberto Bobbio (1995) en su libro llamado *Derecha e izquierda, razones y significados de una distinción política*. El eje principal trata de explicar la diada entre ambas aristas políticas, por medio de un estudio comparativo entre los argumentos retóricos, de amor y odio, partiendo de la ideología que para él, siempre está reverdeciendo, el poder, los intereses y los valores. Claramente Bobbio considera que para entender a la derecha y a la izquierda sólo con componentes puramente ideológicos es caer en una simplificación ya que intervienen diversos componentes que dan significado al universo del accionar político y su debate.

Los términos derecha e izquierda son analizados descriptivamente, axiológicamente e históricamente. Bobbio expresa que:

Descriptivo, para dar una representación sintética de dos partes en conflicto; valorativo, para expresar un juicio de valor positivo o negativo sobre una de las dos partes; histórico, para marcar el paso de una fase a otra de la vida política de una nación, pudiendo ser el uso histórico a su vez descriptivo y valorativo. (Norberto Bobbio, 1995, pp. 49-50).

Para comprender la diada hay que entender que dichas posiciones del universo político entendidas como derecha-izquierda representan para la sociedad y para quienes militen en una determinada ideología, un antagonismo y contraposición. Cuando una persona dice que siente mayor pertenencia por un partido que por otro, o mayor representación, deja en evidencia que su pensamiento va a ser contrario al del otro partido. Así es como funciona la dialéctica política. Según la ideología de las personas se le va a atribuir una connotación positiva a una y negativa a otra.

Dino Cofrancesco (1990) clasifica a la izquierda como aquella que ha pasado un proceso de resistencia, de la opresión a la liberación; y a la derecha como el arraigo a la naturaleza de las personas y a todo aquello que las rodea como la tradición y los valores. Emancipación y tradición son los términos principales que se enfrentan, siendo el primero característico de la izquierda y el segundo de la derecha. Este rasgo caracterizador no condiciona a que implementen medios, acciones y proyectos políticos similares, es decir, que en sus prácticas intervengan las categorías de su oposición política. Su esencia es irrenunciable, ya que todo lo fusionan acorde a sus intereses y valores.

Finalmente para comprender la diferencia entre las diadas el concepto de igualdad-desigualdad que tienen ambas posturas frente al pueblo es el facilitador de

la comprensión. Bobbio (1995) sugiere que las desigualdades naturales existen y si algunas se pueden corregir, la mayor parte de ellas no se pueden eliminar (p. 143). El concepto de igualitarismo presenta dos nociones opuestas, los hombres son iguales y los hombres son desiguales, el argumento se condiciona en relación al posicionamiento político, ideológico y la cosmovisión de las personas. La izquierda parte de una política igualitaria, entendiendo a las desigualdades como sociales y por lo tanto eliminables, capaz de borrar todo obstáculo que convierten a los hombres y mujeres menos igualitarios. La derecha en cambio, constata que las desigualdades son naturales en el hombre y por lo tanto ineliminables.

Claramente hay un punto de convergencia donde Bobbio se plantea varias preguntas a colación del párrafo anterior, el significado de las respuestas va a presentar diferentes connotaciones porque va a depender en primer lugar sobre qué situación sea planteada y, en segundo lugar, por las connotaciones que brindan ya que de por sí son conceptos muy delicados y fuertes para la sociedad porque es interpelado históricamente y personalmente. ¿Qué es igualdad/desigualdad? ¿Entre quienes? ¿Con qué criterio? ¿Todos los hombres son libres? ¿Todos los hombres son desiguales? ¿Absolutamente todos? (p. 155).

El poder para Bobbio (1993, p. 17) también toma un lugar en la distinción de la diada ya que para la derecha puede ser entendido como un principio de cohesión y para la izquierda como un principio de discriminación basándose en el concepto de igualdad-desigualdad.

Seguidamente de la contemplación de lo que se entiende por izquierda y derecha de un autor reconocido con gran repercusión en el ámbito de las ciencias políticas y sociales, parece oportuno reseñar al artículo escrito por De la Fuente García, M (2001) en la Revista Contextos (37, 407-414) ya que pone en manifiesto el interés por el estudio del discurso político en relación con la sociedad, pero más puntualmente, en las repercusiones sociales e ideológicas que genera. Con una mirada crítica pretende ir más allá de las implicancias y significados para observar las “desviaciones” por medio de un enfoque interdisciplinario que permita tener una visión completa considerando también los procesos históricos, sociales y económicos.

Este análisis crítico del discurso que plantea De la Fuente García se relaciona con la presente investigación en la mirada contextual de la comunicación política ya que el contexto social, histórico y económico se tiene en cuenta de manera fundamental para el análisis de los mensajes desarrollados por los políticos, los cuales se encuentran impregnados de cargas valorativas muy enriquecedoras. Si bien su objeto de estudio se centra en observar los cambios de las relaciones de poder en la sociedad cabe destacar que la categoría de poder es un apartado de gran importancia para el análisis de la comunicación. El reto que presenta el artículo, trata no sólo en describir los fenómenos lingüísticos sino que en explicar los

significados, darle un desarrollo teórico y demostrativo para las ciencias sociales. La cuestión a destacar tanto para el artículo como para el presente proyecto es que no solo involucra a las disciplinas tradicionales de las ciencias lingüísticas para analizar el discurso sino que implementa nuevos procesos de análisis y categorías para profundizar y desarrollar una mirada acertada para su estudio.

La mirada de Wilfredo Lozano (2005) hacia el concepto de la izquierda latinoamericana en el poder, desarrollado en la revista Nueva Sociedad (pp. 129-145) me parece pertinente incluir en este apartado a modo de introducción y de observar las diversas variaciones y retos que presenta hoy en día la izquierda política. Tras la globalización económica, tecnológica y política los partidos políticos debieron ajustarse a los cambios creando nuevas formas de gobernanza democrática pero al mismo tiempo debido a la heterogeneidad de las demandas los partidos de la izquierda se fueron diversificando.

Así es como Wilfredo, destaca tres tipos de izquierda, la fundamentalista, la populista y la reformadora donde cada una se van correspondiendo de acuerdo al contexto llevando a cabo sus propias directrices y relevancias. Parfraseando a Wilfredo, la izquierda fundamentalista acepta la democracia pero solo como medio para ganar espacio de masas y rechaza la globalización por entenderla versionada al imperialismo; la izquierda populista acepta la globalización y la democracia pero las implicancias institucionales que de ello deriva no las asume con compromiso, las fuerzas sociales alimentan y sostiene al populismo de izquierda; por último, la izquierda reformadora acepta la democracia y la globalización pero también entiende que se debe luchar por la inclusión reconociendo sus límites en el campo social (pp. 133-135).

De igual forma, lo que sucede hoy por hoy es que no existe una izquierda o referente totalizador por lo tanto ningún partido puede representar la totalidad de subjetividades ganando así protagonismo los movimientos sociales y todo aquello que se presente disruptivamente donde concentre todos sus esfuerzos en representar las demandas y necesidades latentes.

Panbianco (1993) con respecto a esto, se muestra en contra de todas aquellas definiciones secundarias con respecto a las posturas políticas, porque para él la cuestión no es si sos más o menos moderado (progresista, reformador, etc) o más o menos extremista, sino que lo principal son los problemas surgientes y sus debates.

Chantal Mouffe y Ernesto Laclau en su libro "Hegemonía y Estrategia Socialista" (1985) sostienen que la nueva izquierda debe dejar de apostar por los obreros y hacerlo por los movimientos sociales, que estos serían: feminismo, homosexualismo, ecologismo, anti racismo, entre otros.

Volviendo a Bobbio (1995) entiende que las sociedades se van versionando, cambiando según los contextos del momento, y que por lo tanto la díada entre izquierda-derecha se va volviendo anacrónica. Aunque ésto no quita que la dicotomía desaparezca, ya que al contrario, puede que las creaciones de nuevos movimientos políticos que van emergiendo de acuerdo a las necesidades del contexto vayan potenciando su pensamiento político y confrontación. La díada sigue estando presente en el lenguaje político pese al contexto, será que los seres humanos tendemos a buscarle un enfrentamiento a las cosas de forma natural y continua: guerra-paz, bueno-malo, amigo-enemigo, etc.

El autor también menciona la intervención de un Tercero o de una posición intermedia (ni de izquierda, ni de derecha). Cabe destacar, que este tercero sea cual sea su carácter no se encuentra dentro del antagonismo de las categorías, ya que su función es la de jugar como árbitro. El duelo es de a dos. El tercero puede ser excluido cuando no afecta ni se interpone entre la división política, o puede ser incluido cuando se encuentra en el medio de ambas posturas. Para Bobbio:

En el primer caso, los dos términos, que están entre ellos en relación de <<aut aut>>, se dicen contradictorios. En el segundo caso, donde existe un espacio intermedio que se puede indicar con la fórmula <<ni ni>>, se dicen contrarios. Nada que objetar: entre el blanco y el negro, puede estar el gris (...). Pero el gris no reduce en lo más mínimo la diferencia entre el blanco y el negro (...). (Norberto Bobbio, 1995, pág 55).

La tesis desarrollada por Maria Pilar Guitart Escudero (2006) nombrada como "Lenguaje político y lenguaje políticamente correcto en España" pone en manifiesto el análisis de un fenómeno poco desarrollado en las ciencias lingüísticas que es el de la corrección política o también conocido como lo políticamente correcto, basando su argumento con que el lenguaje sostiene al hombre desde los principios y que su uso tiene por objetivo la mantención en el poder, presentando fuertes connotaciones y significados en su desarrollo estratégico y persuasivo. De forma intrínseca analiza el discurso con el contexto político.

La relación existente entre la tesis de Escudero y el presente proyecto de investigación consiste en la consideración fundamental de las cargas valorativas en los discursos, es decir, a todo aquello que le da sentido a los discursos, concluyendo que para la tesis la relación entre discurso y hombre/político es muy importante. También, involucra al poder como un elemento clave para interpretar las acciones del hombre político en el sistema lingüístico. En este trabajo la autora va a distinguir al discurso político correcto (eufemístico) del incorrecto (dife místico). La correlación entre este proyecto de investigación y la tesis de Escudero está evidenciada en describir y manifestar la necesidad de analizar un fenómeno que carece de estudio, en donde justamente exponer un enfoque distinto y novedoso permite cumplir una función de relevancia para el accionar político.

Por otro lado, el artículo desarrollado por Franz J. Hinkelammert (1988) llamado "Democracia y nueva derecha en América Latina" en la revista Nueva Sociedad, trata de poner en manifiesto las características y retos de las nuevas derechas en tiempo de democratización luego de las dictaduras en latinoamérica, haciendo en este último un recorrido histórico sobre los condicionantes que han afectado a las sociedades.

El autor sostiene que las dictaduras han presentado procesos de vaivenes, ratificando que han tomado visibilidad e intervención cuando los movimientos populares y las reformas sociales tomaban peso en la sociedad y en las instituciones. Marca también a los actores involucrados en los periodos donde la democracia fue abolida, siendo las élites económicas nacionales y norteamericanas las intervinientes, sostiene asimismo que Estados Unidos ha tenido una fuerte presencia en los procesos latinoamericanos. Para Franz las nuevas derechas en los intentos de democratización electoral han sido aquellas que aceptan el concepto de libertad, mercados libres y que han sido aliadas a las grandes empresas privadas. Para él, la libertad tiene una connotación contradictoria ya que su concepto es tan solo un formalismo. La libertad la produce el mercado pero la democracia es quien justamente se encarga de delimitarla, controlarla. Esto pone en evidencia el poder de la minoría (la nueva derecha) detrás de esta estructura de relaciones según Franz.

A colación de esto, Bobbio (1995) expresa que el momento en el cual surge una tercera vía política o incluso nuevos movimientos sociopolíticos se dan cuando hay un momento de crisis política, social y cultural.

Por otro lado, para terminar esta idea de la tercera vía, Anthony Giddens ha sido un sociólogo inglés que ha sido el protagonista en instaurar el desarrollo de esta idea. En su libro "La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia" (1998) llama a la tercera vía como un intento por trascender tanto la socialdemocracia a la antigua como el neoliberalismo (p. 38) basándose en las necesidades del momento y saliendo más allá de la izquierda y de la derecha, ya que hay ciertas situaciones que demandan un consenso o plantar una postura más radical como expresa en el caso de contextos de crisis ecológicas. Giddens sostiene que ni la socialdemocracia ni el neoliberalismo ofrecen respuestas acordes al momento, por eso que el término lo estudia mirando las relaciones entre economía, sociedad civil y Estado. Por lo tanto, para Giddens (1998) "la meta general de la política de la tercera vía debería ser ayudar a los ciudadanos a guiarse en las grandes revoluciones de nuestro tiempo: la globalización, las transformaciones de la vida personal y nuestra relación con la naturaleza" (p.80), planteando así la necesidad de reformular el Estado de bienestar para adecuarse a la globalización que es un acto inminente e inevitable en la sociedad.

Fundamentación.

La propuesta inicial de este proyecto de investigación trata de evidenciar las nuevas construcciones discursivas en el marco de la pandemia con el objetivo de darle vida a un fenómeno que se encuentra en auge y que carece de estudio dentro de las ciencias sociales, particularmente, dentro de la comunicación política. La importancia de este fenómeno en el actual contexto social, cultural y político se debe a que como todo descubrimiento teórico marca un antes y un después en las investigaciones y sus resultados. El fenómeno que se pretende manifestar recibe el nombre de “disturbance”, en castellano significa alteración y justamente esto es lo que connotan los nuevos mensajes políticos. La importancia que cobra la alteración es que pone en evidencia las herramientas que se creen oportunas implementar a la hora de diseñar un mensaje para que este sea atractivo, persuasivo, adaptativo al contexto social que se encuentra en constante cambio y, por sobre todas las cosas, que pueda cumplir con los objetivos comunicacionales propuestos por cada político y su ideología. Siendo estas herramientas contrarias a su representación partidaria establecida en cada movimiento desde sus inicios, o entendiéndolo desde el lado de lo que originariamente representaban socialmente. Esta contrariedad y cambio disruptivo en los mensajes políticos genera una alternancia, un cambio en las comunicaciones y en la forma en cómo se representan partidariamente en la actualidad. La pandemia ha sido un detonante ya que ha potenciado dicha alternancia en los mensajes políticos debido a las grandes cargas de sentido ideológico desarrolladas por los presidentes. Además, Fernández y Bolsonaro han cambiado y reformulado sus mensajes y estrategias a medida que los contextos sociales, culturales y políticos iban convirtiéndose más revolucionarios, exigiendo así respuestas y acciones rápidas.

Con el objetivo de evidenciar la alteración mencionada se han seleccionado los discursos de dos actores legítimos, los presidentes de Argentina y Brasil. Estos actores presentan ideas, valores y acciones de gestión política distinguidas, por lo tanto, para llegar a una profundización fenoménica, el contraste discursivo enriquece el análisis teórico. Cuestión por la cual en el presente proyecto de investigación intervienen diversas categorías conceptuales para abarcar un desarrollo teórico completo y objetivo.

Asimismo, las categorías conceptuales seleccionadas para interpretar el fenómeno son las protagonistas estelares, en primer lugar responden a objetivos individuales para potenciar la interpretación fenoménica dentro de su ámbito, y por otro lado, se fusionan para responder al concepto central. La idea de las diversas categorías desarrolladas y seleccionadas estratégicamente es evitar caer en una simplificación, pudiendo así contemplar de forma coherente y completa el desarrollo de la presente investigación.

Las Relaciones Públicas enfocadas en la comunicación política permite aplicar herramientas muy finas de análisis y desarrollar estrategias armónicamente pensadas para evidenciar proactivamente espacios de comunicación, cuenta con una ventaja para la política porque la misma juega constantemente con las presiones del día a día, y aplicar una escucha activa permite amoldar todas las estrategias de comunicación a la sociedad, más justamente, en momentos de incertidumbre y sensibilidad social como lo ha sido en tiempos de aislamiento en el marco de la pandemia. La importancia que cobran los mensajes presidenciales en un contexto social tan delicado es poder generar en la sociedad sentimientos encontrados de empatía, lealtad, confianza y seguridad en pos de equilibrar la situación de incertidumbre y dejar en las manos del actor que detenta el poder legítimo del país las tomas de decisiones, permitiéndole de esta forma, optimizar su reputación e imagen. Claramente que éste párrafo también habla un poco sobre el objetivo ideal que busca un comunicador y de las capacidades que tiene para poder llevar a cabo una producción discursiva clara, sencilla y acorde a los contextos.

La pandemia fue y es una manifestación global, ha repercutido por todos los continentes, ya sea con mayor o menor impacto. El objetivo de lo dicho es para dar cuenta de la magnitud y de los cambios que produjo social y culturalmente. Los cambios en los mensajes se han visto potenciados, se doblegaron las construcciones discursivas, las estrategias cambiaron y la forma en cómo se representan discursivamente los partidos políticos de derecha e izquierda también, fue y es un constante desafío gestionar la comunicación de forma estratégica y las políticas públicas sanitarias en el marco de una revolución sanitaria global.

Marco teórico.

En este momento se dejará en evidencia las premisas por las cuales se basa la investigación presente, conocidas también como perspectiva conceptual o categorías conceptuales. La selección de las mismas se dividen en cuatro aristas ya que el fenómeno que se pretende evidenciar parte sobre la base de las ciencias sociales por lo tanto que se debe analizar desde varias perspectivas interrelacionadas para lograr un análisis que permita profundizar las variables comunicativas. El producto del entramado de definiciones permite dar lugar al descubrimiento de un nuevo fenómeno de forma completa para la comunicación política. Las categorías seleccionadas son: ideología y política, valor y poder, y por último, comunicación política y mensajes siendo ésta misma clave para el entendimiento de la investigación ya que permite un posicionamiento determinante.

Cabe aclarar que las categorías sirven como un mapeo conceptual para éste proyecto, pero hay que considerar que no se dan de una forma tan explícita ya que una de las principales características de las ciencias sociales y políticas es que todos los fenómenos son diferentes, ninguno es igual a otro. Por lo tanto, en el momento en el que se descontextualiza la propia dinámica y transformación de la

sociedad, hace que las categorías sufran metamorfosis, siendo así que la separación de los partidos políticos no sean tan rígidas, permitiendo de tal forma combinar la utilización de mensajes similares.

Ideología y Política.

La ideología es un concepto muy importante de considerar a la hora de descubrir y analizar un fenómeno discursivo ya que todo proceso comunicativo se encuentra atravesado por características y rasgos ideológicos, desde los rasgos primarios hasta los secundarios. La ideología se empieza a manifestar en los rasgos primarios, que es todo lo aprendido, se relaciona con la educación recibida por el grupo familiar más cercano y por las instituciones que uno ha atravesado en una primer etapa de crecimiento, adquiridas como estructuras de pensamientos básicas; por otro lado, los rasgos secundarios son aquellos que con el crecimiento personal y madurativo (desprendido de toda influencia directa y actuando como ser independiente) las personas han re-concientizado sobre la mirada obtenida de la realidad pudiendo así cambiar o potenciar las estructuras de pensamientos ya preexistentes.

Desde las Ciencias Políticas se habla de un Sistema de Creencias, para eso tomo al politólogo estadounidense Sydney Verba (1964), donde entiende a la cultura política como un conjunto de creencias empíricas, símbolos expresivos y valores en un contexto determinado que permite el accionar político; con esto se quiere decir que dichas conexiones en la mente de las personas permite orientarse políticamente (ideológicamente) y subjetivamente (pág. 5). Para Verba la cultura política se transmite de generación en generación, de aquí su lado dialéctico, influenciado por dicha socialización que con el paso del tiempo marca modificaciones en las estructuras de pensamiento y en las creencias (pág. 7). Esto nos da una idea de cómo se forma la ideología en cada individuo, aplicándola desde el plano de lo político ya que es aquí de interés, el sistema de creencias afecta a cuanto y en qué forma los individuos se involucran en la vida política (pág. 9).

La ideología nos marca cognitivamente y socialmente con respecto a la forma en cómo nos relacionamos con el otro y como interpretamos la realidad por medio de deducciones rápidas facilitadas por la percepción a través de estructuras previamente definidas. Según dos autores la ideología es inseparable de la comunicación política (Hahn, 2003) y va reverdeciendo constantemente dentro de la diada derecha-izquierda por medio del relacionamiento constante de los partidos con los contextos y necesidades sociales (Bobbio, 2001).

La ideología alimenta a la política ya que se encuentra involucrada dentro de todas las tomas de decisiones llevadas a cabo por los gobiernos. En este caso de estudio, la ideología cobra mayor notoriedad por estar bajo la influencia de un contexto social de incertidumbre y de riesgo latente, como lo ha sido en el marco de la pandemia. Esto generó que la ideología tome fuerza y significancia en los

comunicados emitidos por los presidentes puesto que debían reforzar las decisiones de políticas públicas, brindando una retórica persuasiva en cada mensaje para convencer a la ciudadanía y lograr un apoyo social masivo. Para Riorda y Farré la ideología está más viva y presente que nunca en los discursos políticos (2012).

Para realizar una aproximación teórica y práctica en el análisis comunicacional incorporo los conceptos desarrollados por los autores Mario Riorda y Marcela Farré (2012) en su libro ¡Ey, las ideologías existen! Quienes proponen analizar a la ideología dividida en dos componentes siguiendo a Elizabeth Zechmeister (2006), uno simbólico y otro político, cada uno presenta subcomponentes que los describen y permiten profundizar su análisis. Elizabeth menciona un tercer componente que es el de la valencia (que hace alusión al valor, prioridad, posicionamiento de los enunciados) pero esa categoría merece tener un análisis apartado de ideología y que trate puramente sobre los valores. Parece oportuno aclarar que al análisis propuesto por los autores se les realizará algunas modificaciones para adecuarlo al fenómeno que se pretende evidenciar, por ejemplo, el componente político no se toma en el análisis ya que no es el objetivo decir que las izquierdas se convirtieron en derecha y que las derechas se convirtieron en izquierda porque es caer en una banalidad. El objetivo es evidenciar las nuevas construcciones discursivas más efectivas para cada partido.

El componente simbólico es uno de los que mayor carga ideológica presenta y es expresado por medio de sus subcomponentes y atributos (Riorda y Farre, 2012, pp 28-38):

Ubicación de lo ideológico:

- Lenguaje ideológico: en relación a los candidatos y sus discursos, cada palabra se engloba en un marco determinante, y su significado se le atribuye según su contexto, también las palabras tienen la capacidad de ser diferenciadas por otras ideologías.

Sujetos ideológicos:

- Enunciador: en esta parte los autores mencionan dos tipos de enunciador, uno más ideologizado que busca resaltar hablando en primera persona “yo”, “el partido”; y por otro lado, un enunciador más homogéneo que se refiere a “nosotros”. Este último enunciador puede incluir o excluir al pueblo.
- Destinatario: se lo toma haciendo referencia hacia quienes emiten el mensaje si son paradestinatario (independiente, indeciso), prodestinatario (simpatizante, positivo) o contradestinatario (opositor, negativo).

El porque de no profundizar solamente en el análisis planteado por Riorda y Farré se debe a que considero que si bien la ideología facilita la comunicación y es altamente utilizada en los discursos para representar la identidad partidaria y para servir como guía motivacional en el electorado, no es muy probable que sólo por

cargas ideológicas se logre la acatación de todo lo propuesto a nivel de políticas públicas en el marco de la pandemia, sobre todo también porque intervienen diversas variables en los fenómenos comunicacionales. Ahí es cuando intervienen las demás categorías conceptuales.

Por consiguiente, se agrega al estudio de la ideología y política la investigación de la *representatividad política* que se encuentra separado de la esquematización gráfica de la categoría porque se ve sometido a un análisis secundario y porque previo a su desarrollo se necesita tener analizado los discursos desde todos sus puntos de vista conceptuales. El mismo tiene como función final en realizar una denominación al fenómeno estudiado siguiendo a Dino Cofrancesco, es decir, de acuerdo a los mensajes y decisiones tomadas ubicar la mayor representatividad de cada actor, acorde a lo establecido por el autor (lo que se entiende por derecha y lo que se entiende por izquierda). También, se tiene en cuenta si los actores responden según patrones previos, es decir, incluyendo frases de figuras políticas o referentes políticos o si apelan a su propia construcción simbólica.

Seguidamente dentro del marco de la ideología nos encontramos inherentemente con la política que es de relevancia para la presente investigación, por lo tanto a continuación se deja en evidencia lo entendido por política y por sus variantes ideológicas tomadas como izquierda y derecha.

Las multiplicidades de aristas ideológicas son comprendidas y tenidas en cuenta pero en este trabajo se entiende a la política como una díada que enfrenta a la izquierda y a la derecha ya que el objetivo es evidenciar la alternancia comunicativa entre los políticos. Como dice Bobbio (1995), tanto la derecha como la izquierda indican programas contrapuestos respecto a muchos problemas cuya solución pertenece a la acción política, también a las valoraciones e intereses (pág 13).

Acerca de la política, es entendida como un proceso de respuestas a problemas públicos que se hace presente en la comunicación (Hahn, 2003). Al mismo tiempo, que la misma expresa proyectos ideológicos y valorativos, dejando en evidencia la representación y postura política por parte de los emisores o mejor dicho, de los actores políticos.

Como en un principio se ha mencionado y con la finalidad de dar sentido al fenómeno que se pretende teorizar y evidenciar, siguiendo las definiciones de Pablo Stefanoni (2021) y aproximándonos a como se entenderá en este proyecto a cada postura partidaria, las izquierdas han perdido un espacio que las derechas supieron reemplazar y actuar, dejando así de lado su capacidad e historial de rebeldía y desobediencia colectiva. El espacio tomado por la derecha como cuestionadora del sistema se ha mostrado eficaz pero con ello significa modificar sus valores tradicionales por representar las nuevas tendencias en la sociedad.

Hay un planteo en el estudio de Stefanoni donde sostiene que cuando hay situaciones políticas y sociales de declive los partidos populistas de derecha atraen a los abstencionistas e indecisos tomando con gran fuerza lugares en la legislatura. Es en este momento donde las izquierdas se tornan más defensoras del status quo ya que se ve amenazada junto con el futuro de las instituciones y el estado de bienestar, que tanto le costó lograr después de mucho tiempo de revolución. Este aplacamiento por parte de las izquierdas hace que dejen espacios sin representar o simplemente no les permite enfocarse en las nuevas demandas perdiendo así su atractivo.

Para Galliano (2020, pág. 10-11) la necesidad de resistir fueron arrinconando a la izquierda y los movimientos populares en formas de movilización y organización esencialmente defensivas, locales e incapaces de ir más lejos que la mera reproducción de las condiciones de vida ya precarias de los grupos movilizados.

Por otro lado, Stefanoni se cuestiona el por qué la derecha es más audaz que la izquierda, porque logra mayor posicionamiento y seguimiento, pero deja de lado la incógnita del por qué por él cómo, concluyendo de esa forma que la derecha se sustenta por su demagogia, por su capacidad y poder de decir sin tener la necesidad de sostener sus propuestas en datos.

Un dato interesante para definir a las nuevas derechas, o mejor dicho, a las extremas derechas es como "posfascismo" acuñado por Enzo Traverso (2018). Cabe destacar en primer lugar, que al hablar sobre izquierda y derecha se toman los políticos que se encuentran en el mando de las decisiones políticas dentro del marco de la pandemia 2020-2021. Por lo tanto, al hacer referencia de la izquierda estancada o aplacada se analiza a la gestión comunicativa de Alberto Fernández en Argentina y a la derecha extrema de Jair Bolsonaro en Brasil. Continuado con la definición de Traverso, decide llamar así al movimiento extremista porque escapa del término populismo puesto que está muy tergiversado, manoseado. No todas las extremas derechas tienen una raíz fascista, por eso el prefijo post, haciendo referencia a su emancipación, derivación. Claramente los nuevos partidos no tienen nada que ver con un líder como Mussolini ni con una religión política condicionante ni con un gobierno/dictadura totalitarista, pero justamente la ruptura con esa política se refiere al estilo político actual, condicionado por la comunicación y el carisma que son sumamente controlados (pág. 144).

Al mismo tiempo, Traverso (2018, pág. 139) sostiene que la izquierda debe superar su ciclo histórico de esplendor, que no basta con reivindicar con la memoria obrera de hace años atrás. Expresa que la decadencia de la izquierda se debe a que hace falta fuerzas sociales que creen ideas nuevas, nuevas alternativas.

Por otro lado, Traverso dice que la política ya no deriva de la ideología, esta última se improvisa justamente en búsqueda de legitimar a la política y a los nuevos

movimientos sociales. Este último párrafo es clave para llevar a cabo la interpretación de las nuevas construcciones discursivas ya que justamente la política está actuando como un sistema o frasco vacío, dispuesto a ser llenado por acciones y mensajes concomitantes, de los cuales se deriva una alternancia representativa de sus principios instaurando y fomentando así el uso de emblemas, significados y valores que puede que no le sean propios pero que se ajustan a la perfección.

Valor y Poder

Esta categoría parece oportuna unificarla por varias razones, una de ellas es que el poder se vincula a un sistema de distribución autoritaria de valores en una sociedad determinada (según Easton), para esto interviene el mensaje, que es un canal que conlleva esa carga de valores para poder ser transmitida acorde a los objetivos del actor político; por lo tanto, los valores como el poder están cargados de todo lo político, es imposible separarlos.

Con respecto a los valores, tomo los conceptos desarrollados por David Easton (1965) y Luis Villoro (1997). En el estudio desarrollado por David Easton llamado "Esquema para el análisis político" propone analizar a la vida política por medio de un análisis sistémico, el cual lo ve como un conjunto delimitado de interacciones. Este análisis sistémico es una estrategia significativa general para las ciencias. Easton sostiene que la vida política puede considerarse como sistema de conducta (p. 46), siendo de tal forma la unión de dos ciencias las promotoras de dicha teoría, la ciencia política y la ciencia conductualista; su unión permite entender la conducta humana desde su lugar político. El sistema de conducta que propone opera en el ambiente social que se inserta y responde a valores asignados (p. 44). Estas asignaciones de valor pueden ser obligatorias o autoritarias, un valor es autoritario cuando aquello que se distribuye le priva a la persona de algo valioso que poseía complicando la consecución de valores deseados o cuando se le permite acceder a ciertos valores a unos y a otros se los niega (pp. 79-80). Por otro lado, la obligatoriedad de valores se relaciona a situaciones cuando las personas acatan a responder por ciertos valores por temor, y también por variables como la lealtad, tradición, etc (p. 80). Para Easton la política es la distribución autoritaria de valores, esto quiere decir que la sociedad acepta esta distribución de valores y su carácter vinculante. La interacción permite que los individuos actúen como tales, y con eso, la distribución de valores toman un papel predominante. Para finalizar con la idea de Easton, básicamente los valores toman un papel muy importante para la vida política porque permiten definir y delimitar las acciones políticas y marcar sus intereses prioritarios.

Mario Riorda dice que cuando se piensa en un sistema político exitoso es en aquel sistema que sabe gestionar adecuadamente los valores asignados a una sociedad dada (Politai, Revista de Ciencia Política, 2011, vol. 1 núm. 3, pág. 97).

Luis Villoro en su libro "El poder y el valor" define al valor como una característica por la que un objeto o situación se convierte en una actitud favorable (pág. 13), esta actitud al mismo tiempo presenta una carga afectiva la cual hace que la acción derivada del valor obtenido sea una disposición emocional. En relación a esto último, las actitudes pueden analizarse según Villoro en dos componentes, uno de creencia y otro de afecto; el primero es el que limita lo que es del mundo real, las características (y/o consecuencias del acto) por lo cual una persona toma como positivo o negativo ciertos objetos y situaciones, siendo estas atribuciones como agrado-desagrado el componente de afecto (pág. 13).

La cuestión más relevante tratada por Villoro y que aquí interesa es cuando explica el valor aplicado al ámbito político. Para él, los valores en política están relacionados a la sociedad que se encuentra sometida a un sistema de poder, este último se lo puede entender ni más ni menos como política (pág. 71). Para Villoro los valores tienen la característica de ser válidos en el ámbito público y no privado, porque son sociales y no individuales ya que se modelan a través de las relaciones sociales; son también comunes porque los valores son compartidos y no excluidos; los valores se relacionan con el poder ya que este mismo lo sustenta, y, por último, son realizables. Para Hobbes, el Estado es una persona artificial con una voluntad propia formada por muchos individuos (pág. 72), siendo esto el argumento que permite ver al valor político como un interés colectivo.

Con respecto a esto, para las relaciones públicas es muy importante aplicar valor a los mensajes ya que permite establecer un papel diferenciador en la sociedad capaz de transmitir e instaurar efectivamente sus objetivos de gobierno. Por medio de las interacciones generadas entre los individuos se le brinda al profesional de la comunicación un papel proactivo y delimitador de toda acción comunicativa lo más armónica posible en el ámbito de inserción política y social, siendo este un gran desafío para el día a día ya que se juega constantemente con desafíos y cambios constantes en las necesidades, temáticas, objetos, problemáticas, subjetividades, movimientos, etc. Tanto justamente para los profesionales como para los políticos, los valores les permiten definir las bases de representatividad, marcar sus intereses principales y conseguir conmoción y lealtad.

Por consiguiente, con respecto a poder se toma noción de lo desarrollado por varios autores, Luis Villoro, Ernesto Laclau, Manuel Castells y Mario Riorda.

Empezando por Luis Villoro (1997), entiende al poder como la capacidad para alterar la realidad causando efectos a algo o a alguien. Para él, una persona tiene poder cuando puede satisfacer sus deseos, es decir, cuando cumple sus fines. Villoro en relación al poder sostiene que hay dos discursos, el primero apunta a buscar un fin determinado, en otras palabras, apunta a generar un estado social deseable, para eso se encarga de la exposición de proyectos valiosos para la

autoridad; el segundo, apunta a los medios y a las estrategias, deja en evidencia las fuerzas sociales que podrían favorecer u obstaculizar su realización (pág 74-75).

El poder en política para Villoro nace con el conflicto ya que una parte de la sociedad impone su voluntad sobre el resto para acabar con el conflicto. Así es como nace el poder político conocido como Estado (pág 81-82). También Villoro acude a conceptos como poder impositivo y contrapoder. El poder impositivo es cuando un sujeto/autoridad apela a la duración en el poder y a una relación permanente con la sociedad, este poder se convierte en dominación y sostiene que para oponerse a este poder se necesita otro poder del mismo género. Este poder a diferencia del impositivo, no se impone sino que expone su propia voluntad, intentando impedir que el otro domine, este recibe el nombre de contrapoder y tiene la característica de ser una resistencia. (pág 82-83).

Por otro lado, siguiendo un artículo de Manuel Andres Pereira (2015) que repasa las teorías desarrolladas por Foucault y Laclau (2000) deja en evidencia los conceptos expresados por Laclau que aquí interesan con respecto al poder. Para Ernesto toda posibilidad de un lenguaje implica una exclusión, esto es lo que le impide ser al sujeto, generando así un bloqueo de su identidad interior. Por lo tanto, todo aquello que se gestiona discursivamente va a depender de las relaciones de poder. Las capacidades para manejar el poder dependen justamente de reprimir lo que impide cerrar el sistema de significación y construir una identidad. Por lo tanto, para Laclau la identidad juega un papel muy importante ya que hace posible el poder.

Castells (2009) deja en evidencia su pensamiento con respecto al significado del poder y de las relaciones de poder que derivan del mismo, para el autor, el poder es el control de la comunicación y la información al mismo tiempo que los procesos de comunicación gestionados permiten construir las relaciones de poder (pág. 23-24). Yendo por partes, para Castells tener poder significa la capacidad de modelar la mente de los actores sociales, ya que este proceso de instaurar nociones y pensamientos permiten determinar y limitar las acciones de los individuos. El poder sea coactivo o no, busca imponer reglas para gobernar instituciones y organizaciones de la sociedad (pág. 24) al mismo tiempo que gira en torno a los valores, y lo que se valora institucionalmente son las relaciones de poder (pág. 33). El poder tiene una capacidad relacional, busca influir en las decisiones de otros actores sociales para beneficiarse (pág. 33).

El discurso es un papel fundamental para la formación del poder, ya que por medio de esa acción es por donde se construyen significados, y cuando mayor significado tienen los mensajes menor será la necesidad de acudir a la violencia sea legítima o no (pág. 35). Con respecto a la legitimación atribuida a la persona que detente el poder va a depender de los significados compartidos por los actores

sociales (pág. 36), para Habermas (1976) el medio preferido de legitimación es la democracia constitucional.

También retomando a Mario Riorda en el artículo de la revista *Politai*, sostiene que la utilización de valores en las comunicaciones permite legitimar las acciones, y que sin su utilización el ejercicio de poder en el gobierno podría verse entorpecido y deslegitimado (2011, pág. 97). Al mismo tiempo se involucra el consenso, dice que si no hay consenso no hay buena gestión (2008, pág. 27).

Las posiciones de ambos políticos son legítimas ya que democráticamente han sido elegidos como Presidentes de la República Argentina y Brasilera. Contemplando justamente su poder adquirido, la cuestión es observar lo que se valora institucionalmente, estas son las relaciones de poder según Villoro. Para eso, además de destacar que tipo de distribución de valor desarrollan en sus comunicados (ya sea autoritario u obligatoria) también se pretende ver las temáticas que mayor predominan en sus comunicados y los significados legítimos, puesto que los presidentes marcan los temas más trascendentales en sus políticas y un sentido determinado de las cosas mencionadas; en sus mensajes le atribuyen a la sociedad una idea, un contenido mental o concepto de cierta cuestión, lo cual lo convierte inherentemente en un tema de aceptación o rechazo. La cuestión aquí es que justamente uno de los objetivos presidenciales dentro del mensaje en el marco de la pandemia es lograr que la sociedad acate lo establecido y para eso es importante atribuir un significado lingüístico. A partir de los significados legítimos establecidos por el presidente se evalúa a qué apunta con el mensaje, en otras palabras, cuál es su objetivo, quien obstaculiza sus propósitos (ya sean empresas o los contradestinatarios, etc) y que es lo que pretenden modificar con sus comunicados (no salir o quedarse en casa es una opción).

Comunicación Política y Mensaje.

La presente categoría sirve para delimitar teóricamente todo el proyecto de investigación ya que la comunicación política es muy importante para todo el desarrollo.

Continuando con la categoría de comunicación, una de las más importantes, es entendida como todo intercambio recíproco de información, símbolos y significados entre dos o más personas, conocido más bien entre un emisor y un receptor. La comunicación puede ser verbal o no verbal y da un abanico enorme de información para ser decodificada; lo no verbal toma mucha relevancia ya que aporta una información más profunda relacionada al campo de la semiótica, dentro de ella se encuentra la proxémica que estudia a la persona en relación al espacio y, la kinésica que estudia los gestos de las personas. Para el desarrollo de una comunicación eficaz es necesario que el sistema de códigos sea compartido, como lo son el idioma (español, inglés, alemán, etc), los códigos artificiales (lenguaje de señas) y

las señales públicas (como por ejemplo las señales de tránsito); el código es un conjunto de signos que al ser compartidos permiten una decodificación e interpretación óptima por parte del receptor en una conversación.

Para Eliseo Veron (1987) todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido, por lo tanto, la comunicación lo es también. Ernesto Laclau critica toda racionalización del discurso y su nula consideración del sentido que provoca, ya que entiende al discurso como un proceso que permite la articulación social, y comparte al igual que Veron, el entendimiento del discurso como producción de sentido. Para Laclau y Mouffe (1987 pág 144) todo objeto se constituye como objeto de discurso. Laclau desarrolla una teoría política que tiene una característica emancipadora ya que al seguir los estudios de Marx, esta teoría permite evidenciar las relaciones de clases antagónicas porque para Laclau los discursos presentan sentidos ideológicos, culturales y de clase.

Siguiendo a Laclau, Oliver Marchart (2011), filósofo especializado en teoría política va a vincular el trabajo propuesto por Ernesto a la comunicación política con el concepto de medialidad, sostiene que la política se inserta en la comunicación gracias a ese concepto y que interviene también gracias a el antagonismo. Marchart dice que la medialidad posibilita las construcciones identitarias (en los imaginarios dentro de los discursos) e influencia en el fortalecimiento de los mensajes por medio de una mayor llegada en las transmisiones/difusiones mediáticas. Se llama medialidad justamente a la participación política en los medios de comunicación donde este les brinda la difusión de información, noticias y comunicados. Para finalizar esta idea, el antagonismo mencionado, permite fortalecer y profundizar los rasgos identitarios y la alteridad entre unos y otros, como dice Esteban Krotz tal distancia y diferencia entre las posturas de derecha e izquierda es dada por medio del contacto cultural:

Contemplar el fenómeno humano de esta manera en el marco de otras identidades colectivas, empero, no significa verlo separado del mundo restante; al contrario, este procedimiento implica siempre remitirse a la pertenencia grupal propia. De este modo se refuerza y se enriquece la categoría de la alteridad a través de su mismo uso (Esteban Krotz, 1994, pág 9).

La mediatización y la videopolítica son técnicas y estrategias comunicacionales utilizadas con frecuencia, la primera como se decía anteriormente, se basa en la intervención de los medios masivos de comunicación y la segunda es la comunicación audiovisual donde se pone en juego no solamente el discurso y la forma como comunica sino que también la imagen del político.

Por otro lado, el mensaje es inherente a todo tipo de comunicación ya que contiene toda la información a ser transmitida, debe ser previamente pensado y

desarrollado estratégicamente o por lo menos tener las bases sentadas de los objetivos comunicacionales y de las formas que le son más propias a los actores. Con esto quiero decir que el mensaje debe ser diseñado acorde a la identidad del actor político (en este caso), al medio donde sea transmitido y a los electores a quienes va dirigido con el objetivo de lograr un posicionamiento destacado en la mente de los mismos. Para Daniel Eskibel (2015) el mensaje debe sobrevivir en el cerebro del votante (pág 4) para eso debe ser sensible a lo que siente y vive el público (pág. 18), es decir, conocer y comprender al electorado para garantizar su existencia, su repercusión y su memorización.

En el prólogo del “Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña” por Crespo, Garrido, Carletta y Riorda (2011) sostienen los autores que la comunicación es indispensable para el funcionamiento de la democracia de masas tanto en el sentido descendente (del poder político al electorado a través de los medios) como en un sentido ascendente (de la opinión pública a los políticos mediante los sondeos) (pág. 12). Con esto se puede sacar la deducción de que la comunicación es indispensable para el ejercicio de la política en sí misma. Del Rey Morato (1996) sostiene que si bien la comunicación política no es la política, esta se expresa y reproduce por medio de la comunicación política.

Para Martínez Pandiani (2001) la comunicación política es el conjunto de técnicas de investigación, planificación, gerenciamiento y difusión para el diseño y ejecución de acciones estratégicas y tácticas de una campaña electoral, la gestión de gobierno o para presentar un proyecto legislativo.

Otro criterio interesante para entender a la comunicación política es “como un espacio en donde se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos” (Wolton, 1995). Wolton aclara también que la política se representa con un estilo comunicacional, este mismo cumple la función de un entramado interrelacionado de operaciones simbólicas (1995). Entre estos grupos de actores existen también alianzas y confrontación de lógicas, preocupaciones y articulaciones diferentes que, como conjunto de mensajes que circulan en el interior de un sistema político, condicionan su entera actividad con otras partes del sistema de medios y con partes de la ciudadanía (Crespo et al, 2011).

Problema de conocimiento.

¿Cómo se construyeron las estrategias de comunicación política en el marco de la pandemia entre Marzo de 2020 y Marzo de 2021? ¿Qué valores se ponen en juego en la arena política ideológica y representativa del gobierno de Alberto Fernández y en el de Jair Bolsonaro? En relación con el fenómeno disturbance y

con la alternancia representativa ideológica ¿Marca un antes y un después en el futuro de la comunicación política?

Hipótesis.

- General:

Las nuevas estrategias de comunicación política en el marco de la pandemia han sido respaldadas por el uso de enunciados simbólicos, valorativos e ideológicos para justificar las decisiones de políticas públicas sanitarias desarrolladas por los presidentes Alberto Fernandez y Jair Bolsonaro.

- Específicos:

Los valores y los significados legítimos empleados en los mensajes de los políticos brindan un nivel de interpretación con respecto al mundo subjetivo e ideológico de cada presidente.

El fenómeno disturbance permite ser evidenciado antagónicamente por medio de los contrastes discursivos entre Alberto Fernandez y Jair Bolsonaro.

Las nuevas formas de comunicar políticamente son un resultado histórico de las posiciones de poder de los partidos de izquierda y derecha en cada país.

Objetivo.

- General:

Identificar el fenómeno disturbance en las nuevas formas de comunicación política establecidas por los presidentes de Argentina y Brasil en el marco de la pandemia 2020-2021 con el fin de brindar una herramienta de estudio para las ciencias sociales y políticas.

- Específicos:

Evidenciar las temáticas y los valores que ponen en juego y que responden a la situación atravesada por cada gobierno.

Exponer las características ideológicas de cada partido, la que le son propias y las que marcan un choque cognitivo.

Analizar el contraste de los comunicados entre ambos presidentes para profundizar el fenómeno disturbance.

Marco metodológico.

El tipo de investigación es descriptivo ya que permitirá profundizar el objeto de estudio en este trabajo. Por otra parte, la metodología es cualitativa porque me permitirá comprender los significados por medio de la observación y la escucha de los comunicados oficiales de ambos presidentes en formato de conferencia de prensa y cadena nacional. Para esto mismo se seleccionaron las publicaciones comunicacionales oficiales más relevantes para este proyecto de investigación final en el sitio web de Youtube.

Capítulo I

Esquematización para la interpretación de los mensajes.

La propuesta para interpretar los mensajes y comunicados presidenciales es desarrollar varias esquematizaciones por temática para mejorar la interpretación de las categorías conceptuales en relación al fenómeno disturbance. Por lo tanto, hay un esquema por categoría, siendo estos del siguiente orden: ideología y política, valor, poder, y, comunicación política y mensajes. Al mismo tiempo el análisis se encontrará dividido por presidente, es decir, por Alberto Fernández y por Jair Bolsonaro, y por medio utilizado en la difusión de los comunicados.

A continuación se plasmarán las esquematizaciones de forma gráfica por categoría conceptual con el objetivo de profundizar e introducir al lector de manera ejemplar.

a. Ideología y Política:

	Ideología y Política		Presidente y Medio
	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	
		Destinatario	

b. Valor y Poder

	Valor y Poder		Presidente y Medio
	Tipos de	Obligatorio	

	distribución	Autoritario	
	Temática de valores	Salud	
		Seguridad	
		Social	
		Economía	
	Significados legítimos		
	¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?		

Capítulo II - Primera Parte

Análisis de los mensajes de Alberto Fernández.

a. Conferencia de Prensa y Cadena Nacional del Periodo 2020

1.			
	Ideología y Política		<i>Alberto Fernández; 29/03/2020 - Cadena Nacional.</i>
	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	Las cuestiones mayormente ideológicas dentro del mensaje de Alberto se destacan por el significado y la delicadeza que le atribuye a ciertas palabras, lo que también permite diferenciarlo del resto. Cuando se refiere al virus utiliza un lenguaje bélico, diciendo que se encuentra ante una guerra contra un ejército invisible y por ello la necesidad de cuidarnos, hace una constante referencia a la conjugación del verbo cuidar, "Cuidarnos a nosotros es cuidar a los argentinos" para transmitir unidad y generar una motivación moral en el pueblo. Cuando se refiere a la cuarentena y

			al aislamiento sostiene que hay que prepararnos para el peor momento (inclinación bélica) y proveernos de insumos.
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Hay dos momentos diferentes del uso del enunciador dentro del mensaje, primero un Alberto homogéneo que incluye al pueblo y más empático donde hace referencia en ponerse al hombro la situación, cumpliendo y protegiendo así a la sociedad con el aislamiento establecido, pero al mismo tiempo, excluye al pueblo para tener autoridad y para destacar al partido, haciendo referencia a todo lo que ha hecho hasta el momento el Estado y los diferentes niveles del mismo.
		Destinatario	Todos y todas los/as argentinos/as; paradestinatarios, prodestinatarios y contradestinatarios.
	Valor y Poder		<i>Alberto Fernández; 29/03/2020 - Cadena Nacional.</i>
	Tipos de distribución	Obligatorio	ALTO
		Autoritario	ALTO
	Temática de valores	Salud	ALTO
		Seguridad	ALTO
		Social	MEDIO
		Economía	MEDIO
	Significados legítimos		Entender lo delicado de la situación, que el virus es un hecho y que se debe actuar rápidamente. Aislamiento es igual a prevención. "Cuidar, es cuidar al otro. Nadie se salva solo". Por otro lado al mencionar la cantidad de infractores alude a la seriedad con la que se está tomando dicha situación

		<p>pandémica. "Nadie es más vivo que otro", no hay que poner en riesgo la salud y hay que cumplir con la ley. Por lo tanto, el significado hace alusión a que si salís de tu casa, prepárate para las consecuencias. Salir es igual a poner en peligro al otro.</p>	
	<p>¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?</p>	<p>El objetivo del mensaje es imperativo-prescriptivo ya que Fernández pretende lograr que los ciudadanos se queden en sus casas, presentando una mutua relación con la distribución de valores. Por medio del miedo a lo desconocido y por medio del establecimiento de responsabilidades penales a quienes infringen el decreto tratado en la pandemia. Por otro lado, la comunidad científica, actores políticos y la OMS son los actores involucrados en las decisiones llevadas a cabo por el Presidente. También los y las médicos/as, enfermeros/as, servicio de seguridad, proveedores de alimentos y remedios son los que tienen facultades de permisividad. Quienes pueden llegar a obstaculizar son los grandes empresarios, en un momento Fernández dice "es la hora que ganen menos", que hagan caso a las normas implementadas, y hace alusión a que otra opción no tienen, estos actores serían unos posibles futuros problemas, junto con los infractores (por los ciudadanos).</p>	
2.			
	<p>Ideología y Política</p>	<p><i>Alberto Fernández; 10/04/2020 - Conferencia de Prensa.</i></p>	

	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	Para Alberto la cuestión del contexto es una pelea contra el virus, haciendo referencia que para seguir adelante hay que pelear cumpliendo con todas las medidas. Incorpora como parte de su ideología política y representativa el consenso, lo va haciendo propio y va creando una imagen de un líder empático y visionario.
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Para Alberto achatar la curva es un logro de los argentinos, de la sociedad pero al mismo tiempo, continúa claramente haciendo referencia de las decisiones tomadas por las autoridades. Por lo tanto, hay una combinación de enunciador homogéneo excluyente e incluyente.
		Destinatario	El destinatario es el pueblo argentino que tiene/debe "quedarse en su casa y seguir cumpliendo la cuarentena".
	Valor y Poder		<i>Alberto Fernández; 10/04/2020 - Conferencia de Prensa.</i>
	Tipos de distribución	Obligatorio	ALTO
		Autoritario	MEDIO
	Temática de valores	Salud	ALTO
		Seguridad	BAJO
		Social	MEDIO
		Economía	BAJO
	Significados legítimos		La alusión que hace Alberto hacia el poder del pueblo, que si el pueblo cumple con lo decretado tiene el poder de terminar con la pandemia. Tiene un trasfondo persuasivo este significado, ya que el poder que le atribuye a la sociedad es simbólico.

	<p>¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?</p>	<p>El objetivo es explicativo, Alberto pone en juego las herramientas obtenidas a lo largo de su trayectoria y demuestra ser en esta instancia un líder pedagógico, donde se siente cómodo transmitiendo conocimiento por medio de una pantalla, como si estuviera en la universidad dando clases. En este caso cuenta cómo va avanzando el virus, muestra las cifras de Argentina comparándola con las de otros países, evalúa aristas como cantidad de camas ocupadas, infectados y fallecidos. Aquí los actores involucrados son los políticos, sobre todo tienen gran protagonismo los gobernadores, ya que participan mutuamente con el presidente por medio de acuerdos previamente consensuados con ayuda de especialistas en infectología y epidemiología para así administrar la cuarentena acorde a la situación. Con esto pretenden aliviar la cuarentena en algunos lugares, en pueblos chicos con pocos casos y liberar actividades que ellos creen que pueden llevarse a cabo sin poner en riesgo a los ciudadanos. Al mismo tiempo, los gobernadores de la oposición pueden obstaculizar las decisiones normativas puesto que pueden no estar de acuerdo con lo establecido.</p>	
3.			
	<p>Ideología y Política</p>	<p><i>Alberto Fernández; 08/04/2020 - Conferencia de Prensa.</i></p>	

	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	El cuidar a la gente se convierte en un significado propio para el presidente, apela hacia los logros generados, que todo ocurre como pensaron que iba a ocurrir y que todo es posible "gracias y por" la gente que se cuida. Al mismo tiempo, comienza un pequeño enfrentamiento entre la oposición presente en el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, haciendo hincapié al fortalecimiento de la ideología propia del presidente en ésta instancia.	
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Enunciador homogéneo incluyente, "es un logro de todos/as".	
		Destinatario	Para el pueblo, gobernadores e intendentes locales y empresarios en general. Paradestinatarios y prodestinatarios.	
	Valor y Poder		<i>Alberto Fernández; 08/04/2020 - Conferencia de Prensa.</i>	
	Tipos de distribución	Obligatorio	MEDIO	
		Autoritario	MEDIO	
	Temática de valores	Salud	ALTO	
		Seguridad	BAJO	
		Social	MEDIO	
		Economía	MEDIO	
	Significados legítimos		Sobrelleva afirmaciones positivas en relación a la cuarentena, dice que es efectiva, por lo tanto además de querer convencer sobre su efectividad pretende construir empatía hacia la misma ya que la va a extender por otros catorce días más. Vincular la cuarentena con algo positivo es un significado legítimo. Por otro lado, sostiene que la parte más crítica dentro de la provincia de	

		<p>Buenos Aires es la Ciudad de Buenos Aires, esto quiere decir que toman mayor observación no solo a la población (que es predominantemente opositora) sino que también a los políticos, a las políticas sanitarias y al control social que son establecidos por los actores políticos opositores. Queriendo significar y brindar un sentido de distanciamiento con ellos. También, no solamente justifica la eficacia de las políticas sanitarias implementadas por el oficialismo y por él mismo (Alberto) sino también el nivel de control social, de ésta forma justifica inconscientemente todo acto de represión por parte de las fuerzas de seguridad.</p>	
	<p>¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?</p>	<p>Motivante-explicativo es el objetivo del mensaje, pretende diferenciarse con la oposición de la Ciudad de Buenos Aires atribuyendo cargas valorativas (positivo y negativo), es decir, lo nuestro es mejor que lo de ellos. Pretende modificar la visión de los argentinos, atribuirle un valor positivo a la cuarentena y con ello lograr que continúen acatando las normatividades. Los actores políticos y epidemiológicos son los principales involucrados, ya que colaboran según el presidente con las tomas de decisiones. Los grandes empresarios obstaculizan con los objetivos de gobierno ya que empiezan a ejercer presiones al poder para poder reactivar la economía de sus empresas.</p>	
4.			

	Ideología y Política		<i>Alberto Fernández; 12/06/2020 - Conferencia de Prensa.</i>
	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	Alberto intenta construir un sentido de amistad con los grandes empresarios, ya que por lo general el poder y la representatividad de los partidos de izquierda, siguiendo a Dino y un pequeño historial de la Argentina, han tenido enemistades con los empresarios y con los grandes capitalistas y financieros económicos. Por eso mismo es que intenta generar un sentido de empalizamiento hacia las empresas que han bajado sus producciones debido a la pandemia. Alberto dice que la política es ética, que hay que ayudar y darle la oportunidad a todos.
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Homogéneo excluyente, nosotros gobierno, nosotros estado. "Estamos rescatando".
		Destinatario	Empresarios (contradestinatarios - paradestinatarios).
	Valor y Poder		<i>Alberto Fernández; 12/06/2020 - Conferencia de Prensa.</i>
	Tipos de distribución	Obligatorio	-
		Autoritario	-
	Temática de valores	Salud	MEDIO
		Seguridad	BAJO
		Social	BAJO
		Economía	ALTO
	Significados legítimos		Empatizar, ayudar y rescatar a las empresas. Fernández pretende mostrar su apoyo hacia las grandes empresas y capitalistas de forma de generar una resonancia positiva en su imagen. Resumidamente la idea es demostrar que el Estado está

		presente, la importancia del significado legítimo es que el presidente menciona que la parte económica no debe dejarse de lado por el hecho de que esa temática se estaba encontrando en disputa en los medios de información y en la sociedad.	
	¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?	El objetivo es motivante, deja plasmada una cosmovisión y una política de Estado pero sobre todo, trata de modificar su imagen en la sociedad y en los medios de información. Los actores aquí involucrados son el gobierno mismo y los capitalistas de producción, intentando justamente que éste último no obstaculice el desarrollo de la pandemia y las decisiones sanitarias.	
5.			
	Ideología y Política	<i>Alberto Fernández; 09/09/2020 - Cadena Nacional.</i>	
	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	En el mensaje del presidente se encuentra un aumento de la ideología dentro del marco del confrontamiento tapado de un discurso motivador y estableciendo lo que comprende que debe ser. Dicho confrontamiento pone en evidencia la oposición con el gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en referencia a la coparticipación y los puntos que tienen uno y otro. También propone que su objetivo es lograr una Argentina Federal, que trabaje siempre por la vía de la institucionalización.
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Homogéneo excluyente

		Destinatario	Conradestinatario, es decir, su oposición que en este caso sería el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y todos aquellos que reclaman de una forma obstinada y contraproducente para la salud de los argentinos, ya que Fernández dice que no acepta ninguna vía de reclamo que no sea democrática. Por otro lado, también está destinado para los que apoyan al gobierno y respetan la institucionalidad, conocidos como los prodestinatarios.
	Valor y Poder		<i>Alberto Fernández; 09/09/2020 - Cadena Nacional.</i>
	Tipos de distribución	Obligatorio	BAJO
		Autoritario	MEDIO
	Temática de valores	Salud	BAJO
		Seguridad	ALTO
		Social	BAJO
		Economía	ALTO
	Significados legítimos		Construcción de unidad e institucionalización. Dejar la demostración que la vía democrática es la mejor ya que por medio de ella se genera la comunicación y es ahí mismo donde se llegan a los acuerdos. Por otro lado, como construcción de sentido es generar una imagen de mayor poder a nivel político.

	<p>¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?</p>	<p>El mensaje fue utilizado con términos imperativos y prescriptivos de forma explícita hacia el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, es decir, daba órdenes y críticas bien marcadas hacia ciertos actores políticos. El objetivo en particular además de cambiar el pensamiento de los ciudadanos con respecto a las cuestiones económicas como se fueron dando de forma histórica, ya que esta cuestión es dada desde hace muchos años atrás, sino que también pretende darle una bajada mediática al tema para obtener una ventaja y mayor presión en la sociedad. Otra de las cuestiones que se puede analizar en relación al contexto, es que una de las grandes críticas que recibía el presidente era que el aislamiento impedía el desarrollo de la economía por lo tanto que con este tema su pretensión es demostrar lo contrario y al mismo tiempo, usarlo de excusa ya que al tener un puntaje menor recibe menor valor adquisitivo y por lo tanto no cuenta con todas las capacidades económicas para ayudar a las personas en situación de vulnerabilidad ni pagar como corresponde a las fuerzas de seguridad o en distribuir a las provincias más afectadas ayuda económica. Los que obstaculizan dicha pretensión son los contradestinatarios y claramente las cuestiones jurídicas ya que ésta situación se trata mediante la intervención de las instituciones de poder político del Estado.</p>	
--	---	--	--

b. Conferencia de Prensa y Cadena Nacional 2021

1.			
	Ideología y Política		<i>Alberto Fernández; 23/02/2021 - Conferencia de Prensa.</i>
	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	La politización se hace referencia de forma constante en el presente comunicado, Alberto hace un contraste entre su gestión y la gestión anterior. También alude a que no se debe politizar con la vacuna ni con la pandemia, pero que claramente en Argentina la mediatización constantemente pone en juego de manera crítica a las acciones políticas, es como si lo miraran con una lupa segundo tras segundo. Por eso Alberto expresa que los periodistas son como los plateistas que se encuentran en una tribuna mirando el partido, ellos conocen todo y todo lo que tienen o deben hacer pero no se encargan de jugarlo ni armar la estrategia que creen más convincente. Se presenta una alta carga ideológica en el discurso debido a los comparativos con la gestión anterior sobre las cuestiones judiciales y por el acusamiento de los medios que no lo ayudan.
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Primera persona, "yo".
		Destinatario	Mediáticos, contradestinatarios y oposición política.
	Valor y Poder		<i>Alberto Fernández; 23/02/2021 - Conferencia de Prensa.</i>
	Tipos de distribución	Obligatorio	ALTA
		Autoritario	BAJA
	Temática	Salud	ALTO

	de valores	Seguridad	BAJO	
		Social	MEDIO	
		Economía	BAJO	
	Significados legítimos	<p>Dejar en claro en la mente de los actores intervinientes de la Conferencia y para toda persona que lo televise que la justicia argentina es manejada injustamente y desinformadamente por parte de los medios de comunicación, estos detentan un gran poder porque manejan la mediaticidad y el poder simbólico, el cuál se distribuye con gran velocidad en todos los ciudadanos. Hace referencia a que la politización constante nubla las visiones, y que la verdadera justicia se encarga de los hechos sucedidos. Con esto se refiere a que la verdad se encuentra en los medios democráticos e institucionales del Estado y no en los medios de comunicación. Hace comparaciones constantes con hechos desarrollados por la gestión anterior del presidente Mauricio Macri, donde la televisión no hacía eco de los sucesos considerados como "negativos o delicados", como por ejemplo: cierre de ministerio de salud, el hundimiento del Ara San Juan, etc. Su construcción de sentido es que pasaron cosas peores en la gestión anterior y que los medios de comunicación (por ser mayoritariamente oficialistas) no lo banalizan o intimidan.</p>		

	<p>¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?</p>	<p>Se desarrolla un mensaje de forma explicativa, ya que el objetivo es dejar en claro a la gente que es lo que sucede en Argentina con respecto a los medios de información, otra de las cuestiones es que utiliza la Conferencia de Prensa a modo de expresar su reclamo con respecto a que la distribución de la vacuna por parte de los organismos correspondientes, ya que no estaban cumpliendo con la fecha pactada, términos y cantidades de vacunas. Si se observa de otro lado es una forma de justificar y desligarse del asunto, ya que al primero que la población y los organismos acusan, es a la imagen política que se encuentra en el poder en ese momento. Para Alberto la vacuna salva vidas, de ahí radica la importancia. Los actores involucrados y para quien va dirigido el mensaje es para los laboratorios, el presidente de Rusia, la ANMAT y para los dueños de los medios televisivos y periodistas en Argentina.</p>		
2.				
	<p>Ideología y Política</p>	<p><i>Alberto Fernández; 18/03/2021 - Cadena Nacional.</i></p>		
	<p>Ubicación de lo ideológico</p>	<p>Lenguaje Ideológico</p>	<p>Vuelve a aparecer en los comunicados como una bajada ideológica marcada y naturalizada lingüísticamente por el representante del partido los asuntos relacionados al compromiso, prevención y responsabilidad individual y colectiva de modo que su relacionamiento alude automáticamente a las medidas de políticas públicas gestionadas en el marco de la pandemia. Trata de permitir una</p>	

			asociación de estas palabras con los protocolos tratados, dando por hecho al mismo tiempo de la captación del pueblo argentino a estos asuntos de prevención y cuidados.
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Homogéneo excluyente, haciendo referencia a los esfuerzos y esmeros del Estado, al mismo tiempo, cómo posicionamiento dominante de poder, el papel de exigir a la sociedad de continuar con el compromiso que "juntos" empezaron con la lucha, ya que sin el cuidado colectivo el sistema de salud se desborda.
		Destinatario	Pueblo argentino y paradestinatarios.
	Valor y Poder		<i>Alberto Fernández; 18/03/2021 - Cadena Nacional.</i>
	Tipos de distribución	Obligatorio	MEDIO
		Autoritario	ALTO
	Temática de valores	Salud	ALTO
		Seguridad	MEDIO
		Social	ALTO
		Economía	BAJO
	Significados legítimos		Los cuidados colectivos tienen una construcción relevante en este momento de la gestión, ya que aquí desde su poder como autoridad política le atribuye una total responsabilidad a la sociedad con respecto al desarrollo de lo que va a ser de la pandemia, si bien no continuarán las medidas exigentes como en el 2020 le atribuye todo tipo de responsabilidad moral a la sociedad. No sólo sobre los contagios, sino también sobre la responsabilidad colectiva de vacunarse.

			<p>¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?</p>	<p>El mensaje presenta un trasfondo prescriptivo, ya que pretende dejar en claro que los únicos responsables en hacer las cosas bien son ni más ni menos que los ciudadanos, el pueblo argentino, por lo tanto connota ciertas indirectas en su mensaje, de lo que realmente deberían hacer en base a los conocimientos básicos de los cuidados. Quienes pueden obstaculizar son los contradestinatarios y los laboratorios de vacunas y su respectiva distribución, ya que si no cumplen con las cuestiones pactadas se atrasa la vacunación y la responsabilidad social de la sociedad disminuye.</p>	
3.					
	Ideología y Política		<i>Alberto Fernández; 07/04/2021 - Cadena Nacional.</i>		
	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	<p>En presencia de la segunda ola, el compromiso y la responsabilidad toman una carga ideológica en el mensaje del presidente. A mayor preocupación aumenta el lenguaje bélico a modo de plasmar en la sociedad la lucha para combatir al virus y proteger al pueblo argentino.</p>		
		Enunciador	<p>Homogéneo excluyente, les advertí del difícil cuadro que atravesamos". Enunciador con poder autoritario.</p>		
	Sujetos Ideológicos	Destinatario	<p>En un momento Fernández agradece exclusivamente a tan solo las personas que han hecho caso a las medidas implementadas, haciendo de tal manera un contraste negativo entre los que sí y los que no.</p>		

			Atribuyéndole a "estas personas que no han colaborado" una mala imagen y un juzgamiento moral. En este caso, los sujetos ideológicos serían los siguientes: "los que sí" = prodestinatarios y "los que no" = contradestinatarios. Por más que haya establecido que con la pandemia no se politiza y no importa las posiciones ideológicas del pueblo deja un contraste llamativo en su comunicado.	
	Valor y Poder		<i>Alberto Fernández; 07/04/2021 - Cadena Nacional.</i>	
	Tipos de distribución	Obligatorio	ALTO	
		Autoritario	ALTO	
	Temática de valores	Salud	ALTO	
		Seguridad	MEDIO	
		Social	ALTO	
		Economía	MEDIO	
	Significados legítimos		Continúa desarrollando las cuestiones significativas de los cuidados para la sociedad. Alberto dice que la segunda ola amenaza al país, ya que los casos han subido nuevamente y la pandemia está lejos de ser combatida. Pretende legitimar que no hay que desentenderse del tema porque es un hecho y todavía no hay marcado un fin con los ciclos del virus. Por lo tanto, la segunda ola es legítima y debe ser tratada con responsabilidad social.	
	¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se		Un mensaje prescriptivo donde el objetivo es persuadir en que las personas sigan cumpliendo con las medidas sanitarias y con el plan de vacunación. El presidente en su	

	encuentran presentes?	mensaje deja en claro el problema y la solución al contexto, lo primero es el virus y lo segundo la vacuna. De esta forma presenta una única solución para lograr modificar las conductas. Seguidamente los actores que pueden obstaculizar el objetivo son los contradestinatarios y los distribuidores de vacunas	

Capítulo II - Segunda Parte

Análisis de los mensajes de Jair Bolsonaro.

a. Conferencia de Prensa y Cadena Nacional 2020

1.			
	Ideología y Política		<i>Jair Bolsonaro; 25/03/2020 - Cadena Nacional.</i>
	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	Bolsonaro suele utilizar el término histeria para referirse a los sentimientos y sensaciones del pueblo brasileiro, donde en gran parte también fue provocado por los medios de comunicación. Para Bolsonaro volver a la normalidad significa preservar el empleo, pide a algunas autoridades en particular de las localidades de Brasil que no cierren los comercios, la gente debe trabajar y preservar los empleos ya sea formales o informales, así mismo pide que no prohiban el uso de transportes públicos. Por último, su caracterización del COVID-19 es determinante ya que se refiere a la enfermedad como una “gripecita” o “resfriadito”, esto permite bajar la preocupación e histeria de la sociedad, ya que también él mismo dice que a él como persona atleta no

			tiene nada porqué preocuparse.
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Homogéneo incluyente, "nos estamos preparando" "juntos, más unidos".
		Destinatario	Contradestinataro: medios de comunicación que generaron "histeria" en la gente y acosaron al gobierno brasilero. Según Bolsonaro potenciaron un contexto complejo ya que Brasil no es igual a Italia, y realizaban comparaciones constantes. Por otro lado, habla refiriéndose a los paradestinatarios que sería la población en general y como prodestinatario agradeció al Ministro de Salud y a los secretarios de salud de todos los estados de Brasil.
	Valor y Poder		<i>Jair Bolsonaro; 25/03/2020 - Cadena Nacional.</i>
	Tipos de distribución	Obligatorio	ALTO
		Autoritario	-
	Temática de valores	Salud	MEDIO
		Seguridad	MEDIO
		Social	MEDIO
		Economía	MEDIO
	Significados legítimos		Al virus le atribuye una carga valorativa como gripecita o resfriadito con la intención de legitimar la despreocupación del pueblo brasilero. También dentro de ese mensaje se encuentra un lenguaje evangélico donde apoya su fé en Dios.

	¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?	El objetivo del mensaje es motivar a los y las brasileros/as. Pretende modificar la visión de la pandemia, tranquilizarlos. Sin dejar de lado la petición de que cuiden a los padres y abuelos, al linaje familiar mayor de edad. También dice que las personas atletas y jóvenes no tienen por qué preocuparse. Los actores que obstaculizan son los medios de comunicación por medio de la realización de comparaciones constantes con otros países, Bolsonaro dice que la población de Brasil es diferente.	
2.			
	Ideología y Política	<i>Jair Bolsonaro; 22/09/2022 - Cadena Nacional.</i>	
	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	En relación a las cuestiones ideológicas más sobresalientes de Bolsonaro, se encuentra la presencia reiterada de la problematización de tener que responsabilizarse por la llegada del COVID-19 en mayor medida con las cuestiones de salud y trabajo, atribuirle el mismo valor y ser trabajados en simultaneidad. Se encuentra a favor de la libertad religiosa y lucha contra la cristofobia, con esto se apela a que en gran medida su lenguaje evangélico es un método combativo y apaciguante acerca de la pandemia y los contagios. Con esto se quiere decir, que para Bolsonaro, aferrarse a una fe y creencia religiosa permite tener mayor optimismo y esperanzas.
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Homogéneo incluyente, apuntando a lo que ha hecho el gobierno en materia de políticas públicas con

		respecto al COVID-19.
	Destinatario	Jefes de Estados pertenecientes a la Organización de las Naciones Unidas.
	Valor y Poder	<i>Jair Bolsonaro; 22/09/2022 - Cadena Nacional.</i>
	Tipos de distribución	Obligatorio
		Autoritario
	Temática de valores	Salud
		Seguridad
		Social
		Economía
	Significados legítimos	La convalidación de Dios y esperanza. Legitimar y redundar en que si se tiene fé todo se puede. Su construcción de significados se basa en torno a la verdad, Bolsonaro dice "el mundo debe saber la verdad", como decir, mi verdad o pensamiento es lo que corresponde, no les voy a mentir. Con eso trata de generar empatía y que la sociedad crea en él. Creer como le creen a un mesías o a un pastor.
	¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?	El objetivo del mensaje es explicativo y motivante. Pretende nuevamente en que las personas crean en él y que dejen de lado la paranoia generada por los medios. Sostiene nuevamente que la politización de la pandemia es un peligro que han generado los medios de comunicación, provocando pánico en la sociedad. Por otro lado, ésto mismo se vincula fuertemente con tratar de justificarse él mismo como actor político en su no accionar frente a la pandemia en las medidas

		de aislamiento y distanciamiento. Porque al contrario, sostiene que el aislamiento produce mayor caos social, se desprende de la situación ya que las restricciones fueron delegadas a los gobernadores de la Federación de Brasil. La obstaculización son los contradestinatarios y los medios de comunicación.	

b. Conferencia de Prensa y Cadena Nacional 2021

1.			
	Componente Ideológico		<i>Jair Bolsonaro; 24/03/2021 - Cadena Nacional.</i>
	Ubicación de lo ideológico	Lenguaje Ideológico	Sostiene que en ningún momento el gobierno NO decidió tomar medidas para combatir al virus y el caos de la economía, reafirma ideológicamente que si no se hubiesen tomado las decisiones que se tomaron podría haberse generado un aumento de desempleos y hambre. Asimismo cuando se refiere a las vacunas afirma que son el quinto país con más personas vacunadas, atribuyéndole un sentido de compromiso con la sociedad.
	Sujetos Ideológicos	Enunciador	Homogéneo incluyente solo del gobierno "somos inalcanzables en la lucha contra el coronavirus".
		Destinatario	Paradestinatario.
	Valor y Poder		<i>Jair Bolsonaro; 24/03/2021 - Cadena Nacional.</i>
	Tipos de distribución	Obligatorio	MEDIO
		Autoritario	BAJO
	Temática de	Salud	MEDIO

	valores	Seguridad	BAJO	
		Social	BAJO	
		Economía	MEDIO-ALTO.	
	Significados legítimos		Como producción de significado legítimos se puede ver la utilización de la producción de vacunas para dejar tranquilos a los brasileños haciendo hincapié en que pronto volverán a la normalidad. Esto se relaciona con que apareció una nueva variante del covid en Brasil, entonces hay una condición de relación mutua en su comunicado.	
	¿Cuál es el objetivo del mensaje? ¿Qué pretende modificar? ¿Quién lo obstaculiza? ¿Qué actores participan y/o se encuentran presentes?		El mensaje es explicativo. Pretende informar a la sociedad con respecto a la fabricación nacional de las vacunas con el trasfondo de motivar para que se vacunen. Tranquiliza a todos, sosteniendo que la vuelta a la normalidad se acerca ya que producirán vacunas que les permitirá vacunar a toda la población. Por otro lado, se justifica con la inalcanzabilidad y el poder del pueblo brasileño hacia la lucha contra el coronavirus. En este caso quienes obstaculizan con su objetivo son los laboratorios.	

Capítulo III.

Análisis de la representatividad política.

En el presente capítulo se tiene el objetivo de plasmar la representatividad política, por ésto entendemos la capacidad de actuar en nombre de una institución, en este caso sería en nombre del Gobierno/Estado que responde no sólo a los intereses del representante ni de los representados sino que con la vara puesta en el partido político que interviene su actuación, ya sea Alberto Fernández representando el partido Frente de Todxs o Jair Bolsonaro con su partido independiente llamado Partido Liberal. Los presidentes se encuentran englobados por ciertos rasgos y características que permiten deducir sobre los porqués de sus decisiones, mensajes y temáticas implementadas.

Un exponente de época intervendrá para dar respuesta a éstas cuestiones, Dino Cofrancesco, con su definición por lo que entiende por derecha e izquierda, estas definiciones actúan como patrones que permiten englobar con mayor facilidad las características de los presidentes.

I. La izquierda institucionalizada de Alberto Fernández.

Empezando por Alberto Fernández, en el transcurso del tiempo establecido para su estudio en este proyecto, incorpora un arraigo muy fuerte con las cuestiones relacionadas a la salud, reiteradamente anuncia en formato de verbo infinitivo el cuidar, con modificaciones gramaticales: cuidarnos, y también usando el “ar” para hacer referencia a ARgentina desde una cuestión simbólica. El objetivo del verbo es brindar conciencia e indicando fehacientemente y con rasgos autoritarios la optimización del cuidado personal, para dar como resultado y como objetivo principal el cuidado hacia el otro, este cuidado puede estar enfocado hacia los seres queridos, los familiares, y en un plano secundario pero de mayor pregnancia e impacto hacia el cuidado de los ciudadanos argentinos de su segmento geográfico.

Su hincapié comunicacional se centra en las temáticas sociales y las modificaciones de conductas mediante tomas de decisiones a nivel de políticas públicas, las cuáles buscan aislar y distanciar a la sociedad argentina para evitar el desbaratamiento social y el quiebre de las infraestructuras de sanidad. También de forma no explícita, pretende evitar el quiebre de las instituciones estatales ya que ha tratado al virus con un lenguaje bélico, haciendo referencia a: “estamos en una guerra con un enemigo invisible”.

El presidente presta atención a otras aristas comunicacionales, como las cuestiones de seguridad, economía y salud. En orden de mayor predominancia se encuentran primero las sociales ya que pretende modificar las conductas con una actitud repetitiva e insistente, se interrelaciona con la temática de la seguridad, que ocupa un segundo lugar, por el motivo de que aclara a los ciudadanos firmemente las sanciones por las cuales serán sometidos por no cumplir con lo que establece el decreto de necesidad y urgencia, y con ello también van a acarrear responsabilidades económicas (multas) que deberán responder los infractores. El tercer punto pero no menos importante es el de la salud, digamos que se encuentra presente en todo objetivo comunicacional y que todas las decisiones llevadas a cabo es para cuidar a la gente, sin embargo, no cobra tanta predominancia en relación a la de lo social porque ésta al pretender modificar las conductas utiliza la imperatividad como estandarte y con ello un uso determinado de poder discursivo que hace que obtenga mayor pregnancia en la jerarquización presente. Por última arista, la economía, no es tenida en vista como en relación a Bolsonaro en Brasil, ya que en un momento Alberto dice “ésto no se trata sobre si economía sí o economía

no” haciendo relación a que no se trata de ver cuál es la más importante, no obstante, la economía toma muy poco vigor en los mensajes.

Por otro lado, a nivel comunicacional se puede ver que no responde a ningunos patrones previos ni se refiere a una figura emblemática en particular, ya sea a un ex presidente del país, a un referente internacional, a alguna figura política de un determinado partido político o a un referente del pasado de la historia política argentina. Aquí da el pie para deducir que responde claramente tan sólo a líneas personales de comunicación, interviniendo de tal manera la cosmovisión particular de la sociedad política por parte de Alberto Fernández. El presidente interpreta de acuerdo a la situación pandémica, la moral, y sus valores, aquellas cuestiones centrales de lo que es para él correcto deber hacer/actuar y lo que no es aceptable de ningún modo, aplicando en estos casos de inaceptabilidad sanciones legales encontradas en el decreto de Necesidad y Urgencia.

Desde esa perspectiva comunicacional de la utilización de nueva líneas de comunicación se observa de forma clara un quiebre, una ruptura determinada con los mensajes emitidos por Alberto en relación a que plasman una decadencia verbal de patrones partidarios e ideológicos conocidos y usados de forma histórica. Por ejemplo, los discursos de Cristina Fernández de Kirchner en su mandato presidencial hacía constantemente referencia a personajes políticos como Perón, Evita y Nestor en cualesquiera sea la situación contextual. La utilización de los patrones además de cristalizar el pensamiento ideológico y generar mayor pregnancia en la sociedad debido a la utilización de la memoria colectiva, genera también un imaginario en la sociedad que se interrelaciona con la emotividad causada por esas figuras en el pueblo. La emotividad es una constante muy significativa ya que permite la adhesión.

Pero si Alberto no utiliza el método de las referencias, ¿qué logra hacer que cobre mayor relevancia ideológica en ese momento contextual, y con ello, la adhesión y aceptación? La construcción de los significados legítimos y la constancia en los mensajes, repetirlos las veces que sea necesario para que sea aceptado e incorporado, sumándole la unión de *lo que es* y de *lo que debe ser*. Su estrategia es presentar el problema y resolverlo mediante restricciones. El problema es la pandemia, las muertes, el aumento de contagio y los infractores que “esparcen el virus”. La solución es quedarse en su casa, aislarse, utilizar todos los medios posibles para la higiene personal. Romantizar la cuarentena y brindar seguridad forman parte también de ésta didáctica. Pero no sólo eso, sino que el miedo genera mayor adherencia, el miedo a lo desconocido y a las sanciones preestablecidas firmemente por parte de la autoridad.

Entonces Alberto al ser reiterativo con los mensajes y al plasmar legítimamente los significados de las cosas permite la adhesión o la desadhesión. Las construcciones como se ha dicho, plasman su cosmovisión, sus creencias y su

mirada respecto a la pandemia. Dejando de lado las referencias emblemáticas y optando por una propia mirada institucionalista, donde sus pilares son los decretos, aplicando así también el derecho penal para las modificaciones de conducta y para lograr la respuesta asertiva de las mismas por parte de la sociedad.

Se puede sostener que Alberto en éste momento pandémico donde la ideología era y es totalmente necesaria para reforzar la reputación, brindar seguridad y convencer al pueblo argentino se observa un desapego simbólico de los emblemas partidarios de su linaje. Recordando que la mayor parte de sus seguidores son los que fueron en un momento de Nestor, Cristina (ella en el contexto que aquí se estudia se encuentra en la cabeza de la vicepresidencia y por ende, como presidenta del Senado), peronistas ortodoxos o radicales, entre otros. Ésto siempre en relación a los mensajes que han sido analizados en el presente proyecto de investigación.

Siguiendo éstas cuestiones mencionadas y planteando el concepto de Dino, no existe una aproximación a la representación de su partido, por el hecho de varias cuestiones:

- Apego constante y reiterado al cuidado de la familia.
- Implementación de políticas públicas de aislamiento social.
- Catalogamiento a las personas por actividades esenciales y no esenciales.
- Mensajes autoritarios, ya que implementa el miedo para la aceptación y el cumplimiento de las nuevas normas. El miedo es acompañado de sanciones, multas reglamentadas, sumado a ésto el nivel de incertidumbre por lo desconocido.
- Desapego a las figuras emblemáticas partidarias.

Por momentos Alberto tuvo varios roles en relación a su liderazgo, de a ratos revivía la docencia en las conferencias de prensa cuando se paraba en frente de la diapositiva para explicar la situación del avance del virus en el país, se podía ver la utilización de dicha actitud para convencer a la gente que las decisiones con respecto al aislamiento estaban bien ya que mostraba evidencias por medio de estadísticas sobre los niveles de fallecidos e infectados en los países vecinos y en los países de otros continentes.

Por otros momentos se mostraba como abogado penalista que es una de las ramas de mayor experiencia e interés por parte del presidente cuando brindaba largas charlas comentando sobre los decretos sancionados con el grupo de especialistas y atribuyéndole gran importancia a las sanciones que serían realizadas para los infractores. Desde ésta mirada predominaba la prescripción y la distribución

de valores autoritarios y obligatorios ya que realizaba presiones constantes y brindaba advertencias a la sociedad con respecto al accionar y sus consecuencias penales. Dejando de lado de ésta forma la empatía, intentando conectar con el pueblo por medio del uso de la razón (desde su perspectiva y la de especialistas) y por medio de datos estadísticos.

En Fernández la preocupación es cuidar al pueblo y a las instituciones, ¿Por qué tanta preocupación e interés por las instituciones? En párrafos anteriores se menciona que de forma explícita el presidente dice que el país se encuentra ante una guerra con un enemigo invisible, por éste motivo cobra sentido la interpretación de la alteridad en las representaciones en los análisis de los mensajes. Porque detrás de ese mensaje y el conjunto de acciones desempeñadas hay un trasfondo de estudio muy interesante. Antes de entrar en detalle es importante remontar a lo que Pablo Stefanoni trabajó en su libro “¿La rebeldía se volvió de derecha?”, establece que las izquierdas de hoy en día se encuentran en un cierto grado de *status quo*, eso significa que los partidos se encuentran en un estado determinado por un momento determinado. Es un momento donde se encuentra caracterizado el inmovilismo y la estabilidad, que puede ser por la conformidad o por el agrado de los resultados obtenidos en el tiempo de manera sostenida porque claramente que es un estado de mantención con muy pocas innovaciones a nivel de políticas públicas.

Se quiere decir que las izquierdas (puntualmente hablando de la izquierda de Alberto Fernández en Argentina) se encuentran en un estado de conformidad (ya sea positivo o negativo, no es el objetivo juzgar) y esto genera un apalancamiento institucional y político/ideológico, es decir, que las instituciones continúen cómo están ya sea con bajas o nulas modificaciones logran dejar un vacío y aumenta la distancia con las nuevas demandas, ya que justamente el gobierno por esa misma cuestión se aleja de la sociedad partidaria ya que se enfoca en cuidar lo que tiene y se estanca de ésta manera en un estado determinado. Al alejarse de las nuevas demandas, se alejan de los nuevos segmentos y preocupaciones, ya que la sociedad avanza constantemente y aumenta la carencia en diferentes sentidos y sectores. Se necesita más acción por parte de las izquierdas, ¿Dónde están las izquierdas revolucionarias, atentas a toda demanda para reclamar acción política?

El status quo logra alejar al partido Frente de Todos de su posición ideológica de izquierda, aunque cabe destacar de forma fehaciente que no se va a sostener en ésta tesis que existe o hay una aproximación con la derecha (en otras palabras, que las izquierdas se volvieron de derecha) porque no se pretende caer en cierta banalidad, lo que sí se pretende es cuestionar justamente las posiciones de representatividad partidaria y comunicacional de hoy en día.

Por lo tanto las razones de preocupación institucionales por la izquierda de Fernández es debido a:

- El temor del quiebre de las instituciones públicas de hoy en día.
- El temor de que entre en crisis el aparato normativo.
- El temor a disminuir la participación (o intervención) pública en temáticas sociales.
- El temor a no poder garantizar los derechos presentes y vigentes a las personas.
- El temor a una revolución social.

El status quo se refiere a mantener las cosas como están para poder convencer a esa parte “mayoritaria” de la sociedad, o a esa parte ya conforme.

A nivel institucional hay un equilibrio preestablecido desde hace mucho tiempo, prácticamente desde que existe la democracia y se fueron incorporando nuevos derechos sociales. Desde las formas de votar y la inclusividad, el poder del pueblo plasmado en dicha acción y la capacidad para elevar reclamos, la forma de los poderes estatales, cómo se encuentra dividido, la función de cada uno, límites y atribuciones, etc. Dicho equilibrio pretende ser totalmente protegido por parte del presidente Fernández, una forma pasiva y poco revolucionaria, éste último dato no es menor ya que Dino caracteriza a las izquierdas como tal.

Por lo tanto, Alberto acepta la condición de autocuidado institucional, por algo actúa de tal forma lingüísticamente y operativamente. También, se evidencia una baja notoria en la representación política e ideológica. Otro dato interesante que será plasmado en el próximo anexo del capítulo es que por la cuestión de cuidar exageradamente lo que se tiene y al dejar un vacío en la sociedad por baja representatividad y por poca atención a las demandas que se le da espacio a los actores de derecha como Milei o la oposición del PRO para que aprovechen ese vacío de escasa actuación política y vean en ello una ventaja comunicacional para actuar disruptivamente. En este caso, se estudió a su opositor, pero de otro país, Jair Bolsonaro.

II. La derecha disruptiva de Bolsonaro.

Bolsonaro es un líder considerado en muchos lados como “anti todo”, una figura totalmente opuesta a lo que había tenido Brasil por casi dos décadas ya que recién en los años de 1995 a 2002 estuvo en la presidencia Fernando Enrique Cardoso, quien en micro rasgos se asimila representativamente con Bolsonaro solo por el simple hecho de sostener una política neoliberal y por sostener como objetivo principal normalizar la economía. Cardoso y Bolsonaro han tomado como referente a Fernando Collor de Mello en relación a su plan económico, éste es otro actor de la

historia de Brasil que puede llegar a presentar en pequeños rasgos característicos similitudes con Bolsonaro.

De todas formas, Bolsonaro es una figura única e irrepetible hasta el momento en la presidencia de Brasil. Presenta altos rasgos comunicacionales vinculados al evangelismo y al militarismo debido a su historial como militar conservador, ésto también habla un poco de las decisiones tomadas en el transcurso del tiempo establecido en esta investigación y de la manera en como interponía ante el virus su fe religiosa, ya que el mismo en varias ocasiones se considera como un mesías (como un salvador enviado por Dios). Brasil se caracteriza por ser uno de los países latinoamericanos con mayor creencia cristiana-evangélica, aquí un poco sobre la magnitud de su influencia religiosa en los mensajes emitidos y en la profundidad emocional que carga el discurso al tratar sobre esa temática.

Con respecto a su posicionamiento, el Partido Liberal se considera de varios modos, por ser nacionalista, conservador, anticomunista, homofóbico (debido a los mensajes que ha desarrollado Bolsonaro con una gran transcendencia mundial), también se caracteriza por estar en contra del cambio climático en el sentido que niega rotundamente su existencia y se ha oponido a las ONG's ambientales. Por otro lado, Bolsonaro demostró su oposición con los grupos indígenas de la selva amazónica, por cuestiones claramente económicas, territoriales y de desarrollo productivo. Ésto es a modo de resumen para plasmar y representar de alguna forma su posicionamiento político y representativo dentro del partido liberal.

Antes de adentrarse en éste caso en particular y a modo de introducción con respecto al fenómeno disturbance, parece interesante comentar sobre otras cuestiones desarrolladas en otros países con actores políticos similares debido a su disruptividad comunicacional y con ello claramente su cambio de representatividad, ellos son Doland Trump en Estados Unidos y Marine Le Pen en Francia. Esto permite plasmar algo muy interesante que es el avance del fenómeno por todo los continentes, ya se evidencia que es algo que está sucediendo globalmente y no localizado puntualmente en Latinoamérica. Claramente ésta investigación no trata de globalizar el fenómeno sino que por medio de un análisis en un momento sensible y complejo ideológicamente poder teorizar un fenómeno social, político y comunicacional.

En lo mencionado anteriormente, nos encontramos con Donald Trump como presidente y con Marine Le Pen como una figura política de muchísima transcendencia en el país. Ambos con improntas y aportes nuevos en el ámbito de la comunicación, con utilización de modalidades y temáticas radicales, ya que han desorbitado a la sociedad con dicha implementación ya que las formas cambiaron y la juventud está más implicada con la política teniendo más acceso debido a la globalización de la tecnología y las telecomunicaciones. La juventud claramente tiene mucho que ver ya que son los promotores en utilizar las redes sociales y son

atraídos por éstas estrategias de comunicación por parte de los responsables de comunicación de éstas figuras. Hay un factor comentado también que suele escucharse mucho en los medios de información que es el del voto bronca, justamente por una cuestión de cansancio que ha generado la elección de liderazgos políticos distintos, nuevos, contrarios. ¿Qué está pasando con éstos cambios radicales? ¿Son nuevos liderazgos influenciados por el voto bronca y por la baja representatividad de la izquierda? ¿Acaso el fenómeno disturbance es la nueva forma de comunicación política?

Como Bolsonaro en Brasil, un presidente con un historial bastante fuerte, en el sentido de adoctrinamiento. Un hombre que se ha desempeñado como militar, ha estado preso, y ha demostrado ideas previas a la elección gubernamental bastantes claras, conservadoras e inamovibles. El pueblo brasileño se despertó en contra de lo que ya se encontraba establecido para elegir a un presidente totalmente opuesto a lo que existía y a lo que se conoce claramente hoy en día por las derechas (para algunos el partido liberal dicen que es de extrema derecha, otros que es de derecha y otros de centroderecha, como ya se ha mencionado, independientemente de sus variables en este trabajo se va a entender por un partido de derecha para facilitar la interpretación de los lectores y para hacer de su estudio aún más sencillo).

Como se ha concluido con Fernández, claramente se encuentra plasmada la cuestión de que hay una decadencia en las instituciones de gobierno y en la atención a las demandas latentes. Además, otras de las cuestiones influyentes es que crean nuevas maneras de comunicación que permiten posicionarse ideológicamente más fuertes que nunca, indistintamente si en campaña comunicaban o no lo mismo, pero que en gran medida estas posiciones son influenciadas por justificaciones simbólicas y valorativas, con respecto a las formas y modos de actuar políticamente.

Bolsonaro en su discurso ha implementado ciertas nociones que hacen dar cuenta del cambio de representatividad de las derechas, alejándose de lo tradicionalmente partidario. Recordemos que lo tradicionalmente partidario de las derechas desarrollado por Dino Cofrancesco es la protección de la familia, lo tradicionalmente establecido, la propiedad privada, la nación, el estado familiar (monogamia), entre otras cuestiones.

A continuación, las aristas en las cuales permiten resonar sobre lo establecido por Bolsonaro comunicacionalmente en la pandemia:

- Sostener que las personas brasileñas no pueden contagiarse por cuestiones de entendimiento propio ni siquiera por asesoría de un médico sino mera interpretación propia de la realidad, debido en gran parte por la creencia cristiana-evangélica. Esta significación de eternidad está arraigada en la fe.

- No al aislamiento. No sólo por creer que era un “resfriadito” nada más sino que prioriza la economía, sostiene que la economía debe continuar desarrollándose para hacerle frente a la pobreza, y porque justamente Brasil, dice Bolsonaro, tiene muchos trabajadores informales.
- Las derechas se preocupan por el grupo familiar, la monogamia, y son tradicionalistas, pero en éste caso en particular se evidenció una contradicción ya que expone a todas las familias brasileñas. Expone en salir, no divulga en un primer momento y en ningún video analizado la utilización del barbijo, distanciamiento social ni uso de alcohol.
- Difamación del dióxido de cloro como remedio para el sistema inmune.
- Acusación a los medios de comunicación por generar paranoia.
- Modificación de las estructuras sociopolíticas, es decir, ir en contra del sistema ya preestablecido por medio de decisiones de acción social.

Con estas cuestiones se pretende evidenciar la baja representatividad monogámica de Bolsonaro y de lo que se conoce como tradicionalmente de derecha. También por otra parte se desarrollan grandes cargas ideológicas por medio de criticar constantemente a los medios de comunicación y periodistas, de la misma forma que desarrolla un liderazgo autoritario, narcisista y rígido. Aunque tiene dos etapas el liderazgo y la comunicación de Bolsonaro pero sin embargo sostiene una firmeza comunicacional. En un primer momento se muestra totalmente en contra del nuevo contexto pandémico, tomando decisiones por interpretación propia y dando lugar a la vía libre. En un segundo momento se muestra más aplacado al contexto, con un poco de conciencia con respecto a lo que estaba sucediendo, por ahí ya no tiene una mirada de “resfriadito” como al principio pero sin embargo no establece políticas públicas determinadas sino solamente les dice a los brasileños que se cuiden, sobre todo destinado hacia los mayores.

Con respecto a las temáticas desarrolladas, las que cobran mayor pregnancia y a las que les da mayor sentido es a la cuestión económica, Bolsonaro tomo las decisiones que tomó por el hecho de que en Brasil se encuentran muchos trabajadores informales y es un país donde es bastante pobre socialmente ya que cuenta con las famosas favelas, que serían barrios o asentamientos precarios. Dentro de ellos no solamente hay carencia económica, sino que es un barrio donde se circula mucha droga, donde predominan los trabajos clandestinos e informales, y además de éstos problemas sociales y económicos se le suma que en varios de estos asentamientos no poseen agua potable, que es algo muy importante para el día a día de las personas. Y además de estas cuestiones bases, Bolsonaro no pretende en ningún momento cerrarse a un aislamiento ya que para él, el circulamiento de la economía es muy importante y por otro lado, no lo ve tan

necesario en un primer momento. Las otras temáticas se mantienen presentes, pero neutrales al mismo tiempo, debido a que no le atribuye su perspectiva política la misma importancia como en comparación y contraste con Fernández. Podría sumarse un factor relevante para Bolsonaro, que sería el de la fé cristiana, que podría ser encubierto en la temática de lo social, pero tiene mayor sentido en la arista del lenguaje ideológico ya que justamente la religión se encuentra arraigada a su ideología.

A lo largo de sus discursos, Bolsonaro al contrario que Fernández, pretende modificar la estructura política y social, haciendo eco en espacios no representados por la izquierda de Brasil, por eso en gran medida y en un primer momento tuvo relevancia y salió electo presidente. Con ello a nivel institucional pretende:

- Cambiar la estructura institucional de Brasil.
- Revolucionar a la sociedad, modificando con sus mensajes las estructuras e instituciones políticas y públicas establecidas, y con ello, los pensamientos. Desconfigurar lo establecido con respecto a varias temáticas.
- Aprovechar los espacios dejados de lados por las izquierdas, atenuando su política en pandemia por los trabajadores informales.
- Que sus mensajes lleguen a todas las personas posibles y no como una figura política de poder, es decir, por ser el presidente de Brasil, sino por ser totalmente llamativa la utilización de enunciados, por su dureza, rigidez, y por ser poco convencional ya que sus mensajes y temáticas fueron dejadas de lados por las autoridades pasadas.

Afirmando el estudio de Pablo Stefanoni, si parece ser que las nuevas derechas son las nuevas revolucionarias, han sabido actuar para cubrir un espacio poco representado por las izquierdas, si bien en éste momento la nueva derecha de Brasil se encuentra encubierta todavía, no ha logrado florecer del todo, dentro de los mensajes del presidente se pueden evidenciar las intenciones revolucionarias, ya sea por la implementación de temáticas novedosas o fuera de contexto, y por, en un fondo, actuar dejando de lado su representación política tradicional.

CAP IV

Comunicación ideológica

I. *Ideología.*

Se ha demostrado en ambos casos que la ideología presentada por ambos presidentes es muy relevante, además de ser un gran motor para tomar decisiones, lo que se ha demostrado en este marco es la exteriorización de la cosmovisión de

cada presidente, no sólo por ser exteriorizado comunicacionalmente sino que se encuentra plasmada en cada decisión, acción y políticas públicas. Como una demostración se puede citar el accionar de cada presidente, por ejemplo en Argentina se implementó el Aislamiento Social y Obligatorio, y en Brasil, se decidió el No Aislamiento.

Las tomas de decisiones son muy importantes, más aún en el marco estatal y pandémico, ya que la sociedad depende de la bajada política e interpretativa del contexto por parte de los presidentes y actores destacados del poder. ¿Por qué? Porque ante tanta incertidumbre y desconocimiento que dependen de lo que comuniquen y dispongan las autoridades, considerando qué tanto Argentina como Brasil son países democráticos, republicanos, representativos y federales, ésto quiere decir que el pueblo elige a sus representantes para liderar el país y para que realicen las tomas de decisiones más crudas, en pos de mantener un orden equilibrado, buscando así la forma más asertiva de su accionar político.

Éste estudio justamente surge por ver que las ideologías en el contexto de la pandemia se han reforzado, pero la disonancia de ese refuerzo es que las mismas no responden a patrones históricos anteriores sino que son creadas por las cosmovisiones propias, llevando a cabo una construcción nueva de los mensajes.

Ambos mandatarios responden fehacientemente y muy seguros a las tomas de decisiones, esto se puede ver con el avance del tiempo analizado. Cerca del fin de los mensajes analizados se puede ver que los presidentes justifican y afirman las decisiones que tomaron, diciendo metafóricamente algo como “menos mal que actuamos de tal forma y no de otra”, es decir, justificando el porqué de su accionar. Por ejemplo, Alberto sostiene que gracias a las tomas de decisiones llevadas a cabo y a las políticas públicas que el gobierno pudo controlar el virus y que así mismo permitió que no haya tantos fallecidos; por otro lado, Bolsonaro sostiene que gracias a que la vida continuó casi con normalidad en Brasil que nadie se murió de hambre ni nadie se quedó sin trabajo, ya que no hubo un aumento de los desempleados en comparación con otros países. Claramente que se encuentran dos perspectivas muy distintas con respecto a su accionar que depende netamente de su cosmovisión ideológica y de las prioridades sociales, culturales, políticas y económicas.

Por otro lado, la ideología permite interpretar los mensajes de una forma y no de otra, ya que previamente los mismos mandatarios crean entendimientos y construcciones, por ejemplo cuando Alberto hablaba del virus lo relacionaba lingüísticamente a que el país se encontraban en una lucha con un enemigo invisible, le atribuía un valor bélico. Mientras tanto, Bolsonaro le atribuía el valor de un resfriado, no lo veía como un enemigo sino como algo que iba a pasar y que por lo tanto la vida debía continuar con normalidad, que lo importante era enfocarse en la creencia evangélica, que él era un Mesías, o por lo menos, el mismo se considera así.

Con éste párrafo se hace hincapié a lo analizado en los mensajes, al sector nombrado como “significados legítimos”. Los significados son los creados por los presidentes, como se ha mencionado varias veces dentro de sus perspectivas que van moldeando las figuras y los contextos, atribuyéndoles un valor y un significado con la intención de transmitirlo a la sociedad para que sea incorporado, canalizado y concientizado.

Alberto utiliza varias significaciones, para él, cuidar siempre es cuidar al otro, de acá la vinculación con la decisión de realizar el aislamiento, también con la intención de que los únicos responsables de propagar el virus es el pueblo mismo. Hay una imaginación del pensamiento de Alberto diciendo (metafóricamente), “ya tenés todas las herramientas que te puedo dar, ahora vos sos el responsable y abstenete a las consecuencias”. Las consecuencias serían sociales y legales, por un lado social porque se instauró tanto en el pueblo la responsabilidad individual de que si la sociedad vé a alguien infringiendo los protocolos, ellos mismos realizan una justicia social apelando al escrache masivo en redes sociales o dando un aviso a esa persona de lo que debe hacer; por otro lado legal, ya que al no cumplir con lo establecido esa persona deberá pagar con ciertas consecuencias penales.

Con esas cuestiones es que Alberto apela a la persuasión, le brinda un poder al pueblo y mucha responsabilidad.

Por otro lado, Alberto hace resonancia constante cuando muestra preocupación por las grandes empresas, muestra una actitud de pretender abarcar varias áreas y temáticas, siendo muy poco predominante en sus comunicados la cuestión económica por lo menos en el sentido analizado. Sin embargo se refiere hacia ellos empáticamente, o eso es lo que quiere construir. También como una figura altamente institucionalista propone resolver todos los problemas con la oposición o con la ciudadanía de forma democrática e institucional, sosteniendo que no acepta de ninguna manera actos públicos tan riesgosos; en tal sentido demuestra su alto nivel de poder. El mismo poder se hace totalmente explícito cuando impone que no se politice la pandemia en los medios de comunicación, ya que aclara que ellos informan con desinterés y conveniencia, teniendo así una visión nublada de la realidad, por lo tanto con esto quiere decir de que su visión es la más certera.

En cambio, Bolsonaro trata aristas muy focalizadas para la construcción de significados legítimos. Se basa profundamente en las cuestiones sociales y culturales de su perspectiva evangélica-cristiana, dando un significado que contiene connotaciones fuertes en relación al amor, la fé y la confianza en Dios, sin dejar de lado en que él al predicar éstas cuestiones se considera como un mesías. Ya se ha mencionado anteriormente estas cuestiones. Parecía oportuno comentarlas nuevamente ya que tienen aspectos valorativos bastantes determinantes para comprender las decisiones llevadas a cabo y las formas en su accionar.

También, Bolsonaro en un punto de inflexión donde veía todo derrumbado pero no podía ya hacer más nada, plasmó un mensaje de tranquilización y más real al contexto y no tan místico. El mensaje trataba en brindar seguridad al pueblo brasileño en que las vacunas se van a fabricar para que todos tengan acceso.

II. *Enunciados*

Otra de las cuestiones muy relevantes son las formas en cómo desarrollan los enunciados, que permiten brindarle mayor atenuación y predominancia a la ideología por medio de la utilización de formas y palabras que moldean los mensajes hacia el objetivo que desean = persuadir, informar, comparar, explicar, motivar, entre otros.

También los enunciados posibilitan la optimización de la ideología al encontrarse con una forma más personalizada de comunicar por parte de la utilización de un lenguaje en primera persona “yo” (presidente), “el partido” (ejemplo: el gabinete, frente de todos, el gobierno, etc). Por otro lado se encuentra también un enunciador más homogéneo, habla de un “nosotros” que puede incluir o excluir al pueblo. Éste enunciador se encuentra ideologizado también, pero en un nivel menor que el de primera persona.

Los enunciados se relacionan mutuamente con los tipos de valores, ya sean obligatorios o autoritarios que se encuentran en la categoría de valor y poder. Su relación se debe a las influencias de las formas en cómo plasmaron los mensajes Alberto Fernández y Jai Bolsonaro. También, la importancia de ésta combinación es que permite optimizar el fenómeno disturbance ya que cuanto mayor sea el uso de la ideología en un homogéneo excluyente y en la utilización de un lenguaje en primera persona, mayor distribución de valor tendrá (obligatoria-autoritaria) y así permitirá con gran medida establecer si su representación partidaria se encuentra alejada o no con lo que representa tradicionalmente el partido actual de los presidentes. Para entender con mayor facilidad éste objetivo a continuación se plasmarán unos ejemplos, empezando por Fernández y luego por Bolsonaro.

Relación entre enunciados y los tipos de distribución de valor desarrollados por Alberto Fernandez en los mensajes analizados:

Ante todo, para Alberto predomina la utilización del enunciador homogéneo excluyente, es decir, donde habla de “un nosotros” sin darle participación de tal cuestión al pueblo y donde predomina destacar los atributos y las cosas logradas por ese nosotros, que puede ser un nosotros relacionado al gobierno, a los especialistas en infectología, a las personas encargadas de los servicios esenciales como los de seguridad (policías), sanidad (médicos, enfermeros), comercios y distribuidores de alimentos.

Claramente hay una fuerte relación de los enunciados con la distribución de valor, debido a las formas. Veamos a continuación un ejemplo:

- En el tercer mensaje analizado del periodo 2021, Alberto sostiene que les advirtió a la sociedad el difícil momento en el que se estaba atravesando, un homogéneo totalmente excluyente pero al mismo tiempo predominó un “yo”, del: “les advertí”. Con la presente noción esa advertencia se relaciona a que les advirtió lo que iba a pasar, que para bien o para mal debían respetar las normas establecidas, con esto es que se vincula la distribución autoritaria de valor ya que le establece a las personas privaciones de sus cosas valiosas (aislamiento), y de la misma forma, la obligatoriedad es dada debido a que por este enunciador “les advertí” es que las personas responden y actúan por miedo a lo que sucederá después de esa reiterada advertencia por parte del presidente, que serían las consecuencias legales impuestas.

Veamos a continuación la relación entre enunciados y los tipos de distribución de valor desarrollados por Jair Bolsonaro en los mensajes analizados:

En este caso, Bolsonaro utiliza un enunciador homogéneo incluyente, donde prioriza la participación del pueblo es decir, no habla solo por él ni por el gobierno, sino que incluye en sus mensajes a los ciudadanos, como por ejemplo: “somos inalcanzables en la lucha contra el coronavirus”, “nos estamos preparando, juntos, más unidos”.

Tipos de distribución:

- En los tipos de distribución de valores predomina la utilización del posicionamiento MEDIO. Ni una distribución alta, ni una distribución baja. Esto se debe a que si bien utiliza términos ideologizados pero más bien se ven utilizados por medio del antagonismo (que será desarrollado en el capítulo próximo) en éste preciso momento prima una neutralidad, por ahí debido hacia el desinterés de la pandemia y a su poca creencia de la misma. No se destaca la distribución de un valor por medio de la utilización del miedo ya que él ve al COVID-19 como un “resfriadito”, y por otro lado, no establece ninguna sanción determinante en sus mensajes, tan solo refresca en que los ciudadanos brasileños “se cuiden”.

Parece interesante porque permite interpretar que mientras que la izquierda aumentó su ideología, la derecha la disminuyó. Es decir, por un lado Fernpandez se encuentra desarrollando enunciados mucho más ideologizados, con formas rígidas e inamovibles, y por el otro lado, Bolsonaro se encuentra más pasivo y flexible, muestra aspectos de distribución de valor autoritaria en todo caso con quienes

imponían encierros (intendentes de los estados) o con quienes divulgaban la “histeria” según él (medios de comunicación).

Los presentes ejemplos permiten plasmar la importancia de las formas, en cómo el enunciador transmite los mensajes y cómo se relaciona con la distribución de valor que es tan importante para la ideología porque además de aplicar valor político a los mensajes analizados y de instaurar temáticas, permite justificar el aumento o disminución de los enunciados ideológicos en el contexto pandémico haciéndose de valor para responder con la teoría desarrollada en este proyecto de investigación final.

CAP VI

Comunicación política

I. *El antagonismo.*

Tratando un poco sobre el concepto de medialidad de Marchat (2011), donde habla de identidad porque justamente la medialidad es lo que posibilita plasmar las construcciones identitarias. Parece interesante comentar la importancia que radica en esto el antagonismo.

Como se vio anteriormente se encuentra la ideología que marca un camino, delinea acciones y situaciones comunicacionales que influyen totalmente en el entendimiento de las situaciones. Así como la ideología construye, la comunicación política también. En este sentido veamos a la compol como algo que permite definirla aún más, además de la utilización de términos con significados y valores.

Con esto dicho, veamos a ambos presidentes, Alberto y Fernández, como miembros de un juego (llamado vida real), donde deben superarse, ganar y obtener más votos, entre medio del juego, tienen que describir sus cualidades de la mejor manera para empatizar y demostrar constantemente una diferenciación con el otro. Para eso, es que realizan un antagonismo constante, a veces explícitamente (diferencias obvias, marcando los nombres de quienes se diferencian y las cuestiones de forma clara) y otras implícitamente (escondiendo en ejemplos las diferencias, sin dar menciones o especificaciones).

Además de empatizar y optimizar la ganancia de votos, el antagonismo permite dejar bien en claro la esencia de los presidentes, marcar lo que realmente son y lo que realmente no son ni tampoco tienen interés de ser. Veámoslo de una forma más clara con el antagonismo generado en los mensajes analizados:

Alberto se diferencia constantemente con los siguientes aspectos:

1. Con respecto a las tomas de decisiones de políticas públicas de salud con la Ciudad de Buenos Aires ya que la misma es liderada por la oposición y ha generado muchas marcas reclamando por el fin del aislamiento. También, redundante constantemente y echa la culpa a que la situación es así porque en la gestión anterior cerraron el Ministerio de Salud, haciendo referencia de que él nunca hubiese actuado así, que tiene mucho interés y preocupación por la salud de todos los argentinos.
2. Con respecto al poder que tiene de crear un Decreto de Necesidad y Urgencia haciendo referencia a la capacidad de aplicar sanciones hacia las personas que incumplan con las nuevas normas de convivencia. Un antagonismo muy marcado por el poderío del presidente y por la obligación de actuar de determinada manera por parte de los ciudadanos.
3. Con respecto a los países que no han llevado a cabo el aislamiento o que lo han desarrollado de forma tardía. Demostrando que al actuar de forma precipitada previno el desbordamiento y la incapacidad de las infraestructuras sanitarias del país.

Bolsonaro se diferencia constantemente con los siguientes aspectos:

1. Los medios de comunicación. Sostiene que los medios generan histeria en la sociedad brasileña, que él lo que pretende es llevar calma a la sociedad y no preocupación. A tal punto que ha nombrado al virus como un “resfriadito”. Aquí marca una posición antagónica con respecto a las intenciones hacia la sociedad.
2. Con respecto a los otros países que han implementado el aislamiento, sostiene que dicha modalidad genera mayor caos social.

Es interesante la mirada de Wolton (1995) cuando dice de que hay que ver a la comunicación política como un espacio en donde se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos. Es interesante porque aquí claramente se puede evidenciar con los antagonismos mencionados anteriormente los enfrentamientos que hay entre los presidentes y los periodistas o medios de comunicación.

Es más que claro que por medio de dicho antagonismo y enfrentamiento es que van construyendo su discurso, sus mensajes, sus visiones. Así mismo es que también los mismos presidentes van construyendo alianzas con varios sectores de la opinión pública y con políticos.

CAP VI

Resultados y conclusión.

Al tratarse sobre un proyecto de investigación que pretende teorizar un fenómeno sociopolítico es crucial trabajar con varias aristas para una interpretación lo más sencilla y enriquecida posible ya que se trata de un ámbito totalmente complejo donde confluyen sinérgicamente varias cuestiones. Al mismo tiempo, la utilización del lenguaje desarrollado se debe a que uno de los objetivos de ésta teoría es que pueda ser leída e interpretada tanto por profesionales, como por aficionados y estudiantes.

Sucede que en el análisis desempeñado de los presidentes de Argentina y Brasil, se ha demostrado que los discursos tienen cargas de ideología determinada, en el caso de Argentina tiene una ideología más predominante, al utilizar enunciados homogéneos excluyentes y un lenguaje en primera persona, ésto permite aumentar la distribución de valores obligatorios y autoritarios. En cambio, en el caso de Brasil, la ideología predomina más en el antagonismo que en la utilización de enunciados y en la distribución de valores, pero asimismo da una interpretación muy amplia con respecto a la representatividad partidaria y al mundo subjetivo de Bolsonaro por medio de la implementación de significados legítimos relacionados con la fe cristiana, con la crítica a los medios de comunicación por difamar la “histeria”, por su baja creencia en el virus ya que lo ha caracterizado como un “resfriadito”, y por no implementar políticas públicas de sanidad sustanciales para la sociedad brasileña.

Los significados legítimos de Alberto Fernandez se interrelacionan con los valores distribuidos y son ideológicamente relevantes ya que se centra constantemente en el cumplimiento de las normas por caracterizar al virus como un “enemigo invisible”. Dicha construcción legítima pretende inocular en el pueblo su mundo subjetivo, que lo hagan propio y lograr así sus objetivos de persuadir a la sociedad.

El antagonismo es fundamental de la misma forma que los valores y los enunciados para entender a la ideología y para evaluar su nivel de utilización. Ambos presidentes se han mostrado, a lo largo de los mensajes analizados, con confrontaciones desarrolladas en sus mensajes. Dichas confrontaciones permiten que se diferencien de los otros, de la oposición. Por medio de la diferenciación es que marcan un rasgo de identificación, su posicionamiento y su representatividad partidaria.

Al plasmar su representación partidaria por medio del antagonismo es que se optimiza el fenómeno disturbance ya que marca posiciones claves para entender dicho fenómeno porque se evidencia un alejamiento de lo que es conocido como tradicional de los partidos de derecha e izquierda, tomando como referencia a Dino Cofrancesco.

Bolsonaro realiza un antagonismo constante con los medios de comunicación y con los países que han implementado el aislamiento como método de seguridad, posicionándose asimismo como un accionar revolucionario y poco conservador, ésta última característica es central de la derecha, como también la protección de las familias, se ha visto que en ningún momento ha tomado una política que pretenda cuidar al grupo familiar, al contrario ha demostrado una apertura.

En cambio, Fernández muestra mayor ideología en los enunciados y en las formas comunicativas desempeñadas, éstas permiten marcar un claro ejemplo del cambio de la representatividad partidaria. Sin embargo, por su antagonismo se ve claramente los indicios de identificación y de diferenciación, esto es dado por medio de la diferencia constante con la oposición y por repetir y dejar en claro en varias ocasiones que los métodos más certeros son la de actuar bajo lo que establece la Constitución de forma institucionalizada. Aquí se ve a una izquierda que deja de lado la revolución y toma decisiones protegiendo las instituciones y lo establecido, dejando poco espacio para la expresión de la sociedad, dato que es de muchísima importancia e históricamente destacable de la izquierda.

Con esto se pretende dejar en claro que hay cambios de representatividad política más que notorios, una izquierda apalancada y protectora de las instituciones, y una derecha revolucionaria que pretende realizar cambios estructurales en el ámbito social y político. Por consiguiente, nos encontramos en un nuevo contexto de construcciones de comunicación totalmente diferenciadas de las tradicionalmente conocidas y partidarias. Como dice el título de Pablo Stefanoni, nos encontramos con que la nueva rebeldía es de derecha, creando así un nuevo sentido común en la sociedad, mientras que la izquierda lucha por mantener ese status quo en las instituciones políticas.

Bibliografía citada y otras fuentes documentales.

Verba Sydney (1964). *El estudio de la ciencia política desde la cultura política*. Revista de estudios políticos, (138).

Easton David (1965). *Esquema para el análisis político*. Editorial Amorrortu.

Habermas Jürgen (1976). *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*. Buenos Aires. Ed. Amorrortu.

Mouffe Chantal, Laclau Ernesto (1985). *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. Verso, Londres.

Eliseo Veron (1987). *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires. Ed. Hachette.

Hinkelammert Franz J. (1988). *Democracia y nueva derecha en América Latina*. Revista de ensayos de la Universidad de Belgrano: Ideas en Ciencias Sociales N° 8. Digitalizado por Biblioteca "P. Florentino Idoate, S.J".

Cofrancesco, Dino (1990). *Destra/Sinistra. Se cade lo spartiacque*.

Panebianco (1993). *La disfida dei due poli. Destra e sinistra, vecchie etichette*. En Corriere della Sera. El autor, en directa polémica con Alianza Democrática

Esteban Krotz (1994). *Alteridad y pregunta antropológica*. Se trata de una versión ligeramente modificada de una parte del capítulo segundo del libro *Alteridad cultural entre utopía y ciencia*, (Krotz, 1994). Revista *Alteridades*, Vol. 4, núm. 8. México: UAMI.

Wolton Dominique (1995). *La comunicación política: construcción de un modelo*. Barcelona, Gedisa.

Del Rey Morato J. (1996). *¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política?* ZER. Revista de Comunicación, N°1. (<http://www.ehu.es/zer/zer1/3artrey.htm>).

Bobbio, Norberto (1995). *Destra e Sinistra (Derecha e izquierda. Razones y significados para una distinción política)*. Roma. Ed. Donzelli.

Luis Villoro (1997). *El poder y el valor: fundamentos de una ética política*. México: FCE, El Colegio Nacional.

Giddens Anthony (1998). *La tercera vía: la renovación de la socialdemocracia*. Madrid. Ed. Taurus.

De la Fuente Garcia Mario (2001). *El análisis crítico del discurso: una nueva perspectiva*. Revista *Contextos del Departamento de Filología Hispánica*. Facultad de Filosofía y Letras Universidad de León. Campus de Vegazana. 24071 León.

Martinez Pandiani (2001). *Marketing político: campaña, medios y estrategias electorales*. Buenos Aires. Ed. Ugerman.

Hahn D. (2003). *Political Communication: Rhetoric, Government, and Citizens, State Collage, Strata Publishing*.

Lozano Wilfredo (2005). *La izquierda latinoamericana en el poder: interrogantes sobre un proceso en marcha*. Revista *Nueva Sociedad* N°197 págs. 129-149.

Escudero Mara Pilar (2006). *Lenguaje político y lenguaje políticamente correcto en España (con especial atención al discurso parlamentario)*. España. Tesis. Universidad de Valencia.

Castells (2009). *Comunicación y poder*. Madrid. Alianza editorial, S.A.

Oliver Marchart (2011). *El pensamiento político posfundacional. La diferencia política en Nancy, Lefort, Badiu y Laclau*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Riorda, Garrido, Carletta y Crespo (2011). *Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña: candidatos, medios y electores en una nueva era*. Ed. Biblos.

Riorda Mario (2011). *Politai, Revista de Ciencia Política*, 2011, Vol. 1 N°3, pág. 97.

Riorda Mario, Farré Marcela (2012). *¡Ey, las ideologías existen!* Buenos Aires. Ed. Biblos.

Eskibel Daniel (2015). *Comunicación Política: cómo destacar tu mensaje entre miles de mensajes*. Biblioteca Maquiavelo & Freud.

Pereira Manuel Andres (2015). *El poder como elemento distintivo entre las perspectivas de Michael Foucault y Ernesto Laclau*. *Revista Horizontes Decoloniales*, Vol. 1 N°1 págs. 40-61.

Traverso Enzo (2018). *Las nuevas caras de la derecha*. Ed. Siglo XXI.

Riorda (12/12/2020). *Las crisis es un pequeño fin del mundo para quien la vive*, Universidad Católica de Córdoba (www.ucc.edu.ar)

Galliano Alejandro (2020). *¿Por qué el capitalismo puede soñar y nosotros no?* Buenos Aires. Ed. Siglo XXI.

Pablo Stefanoni (2021). *¿La rebeldía se volvió de derecha? cómo el antiprogresismo y la anticorrección política están construyendo un nuevo sentido común (y por qué la izquierda debería tomarlos en serio)*. Ed. Siglo XXI.

Anexos -si correspondiere.

Discursos analizados de Alberto Fernández.

Periodo 2020.

[Coronavirus COVID-19 - Mensaje del presidente Alberto Fernández - YouTube](#)

[Conferencia de prensa del presidente Alberto Fernández desde Olivos - YouTube](#)

[COVID-19 | Aislamiento obligatorio - Anuncio del presidente Alberto Fernández - YouTube](#)
[La Rioja - Conferencia de prensa del presidente Alberto Fernández y el gobernador Ricardo Quintela - YouTube](#)
[Mensaje del presidente Alberto Fernández desde la Residencia de Olivos - YouTube](#)

Periodo 2021

[México - Conferencia de prensa de Alberto Fernández y Andrés Manuel López Obrador - YouTube](#)
https://www.youtube.com/watch?v=A6xTlxPg_hA&list=PL12-4Lzqh0AJQfx7GLnh28cCdbwq1Gm3&index=8&t=268s
[Coronavirus COVID-19 | Anuncio del presidente Alberto Fernández desde Olivos - YouTube](#)

Discursos analizados de Jair Bolsonaro.

Periodo 2020.

[Pronunciamento de Jair Bolsonaro sobre la política contra el Coronavirus - YouTube](#)
<https://www.youtube.com/watch?v=BMHwXdaeON8>

Periodo 2021.

[Bolsonaro en Cadena Nacional Miente al pueblo Brasileño. Covid-19 - YouTube](#)