



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Estrategias discursivas de Alberto Fernández durante la primera ola de COVID-19: ¿Alberto presidente o residencia?

Autores (en el caso de tesis y directores):

Sofía Rodríguez Ares

María Fernanda Cappa, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2023

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Resumen - Tesina

Estrategias discursivas de Alberto Fernandez durante la primera ola de Covid-19

¿Alberto Presidente o Presidencia?

La imagen de sí que construyen los dirigentes políticos en sus alocuciones públicas es de vital importancia para ganar credibilidad. Esto se profundiza en contextos de crisis, como la presentada por la pandemia por el COVID-19 que llegó a la Argentina en marzo de 2020. Teniendo esto en cuenta, la presente tesina se propone analizar qué estrategias persuasivas se pusieron en funcionamiento en los discursos de Alberto Fernández durante el ASPO para convencer a la ciudadanía de la necesidad de tomar medidas drásticas para prevenir la propagación del virus en nuestro país, así como la construcción del ethos del presidente.

Para ello se seleccionaron seis discursos que el primer mandatario brindó a partir de la declaración de la pandemia por la OMS hasta finalizar el ASPO en el AMBA (hecho ocurrido el 6/11/2020).

Para poder realizar un análisis integral del corpus, se identificarán propiedades significantes en los discursos y se las analizará de acuerdo a sus rasgos retóricos, temáticos y enunciativos siguiendo la definición de estos que realiza Oscar Steimberg.

Con el objetivo de identificar regularidades y desvíos en la estrategia de Alberto Fernández, se construye una matriz de análisis, conformada por cinco niveles: estructura y géneros del discurso, construcción de la escenografía, retórica y argumentación, agenda temática y figuraciones y enunciación.

Sofía Rodríguez Ares

DNI: 37.606.706

E-Mail: sofirod17@gmail.com

Tutora: María Fernanda Cappa



Estrategias discursivas de Alberto Fernández durante la primera ola de COVID-19.

¿Alberto Presidente o Presidencia?

Sofía Rodríguez Ares

DNI: 37.606.706

E-Mail: sofirod17@gmail.com

Tutora: María Fernanda Cappa

Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, octubre 2022

Índice

1. Introducción	3
2. Antecedentes	6
2.1 Análisis del discurso político	6
2.2 Comunicación presidencial	7
2.3 Comunicación presidencial en pandemia	8
3. Marco teórico y herramientas metodológicas	12
3.1 Estructura y géneros del discurso	14
3.2 Construcción de la escenografía	15
3.3 Retórica y Argumentación	16
3.4 Agenda temática y figuraciones	18
3.5 Enunciación	20
3.6 Construcción del corpus	21
4. Desarrollo del análisis	24
4.1 Estructura y géneros del discurso	24
4.2 Construcción de la escenografía	26
4.3 Retórica y Argumentación	31
4.4 Agenda temática y figuraciones	44
4.5 Enunciación	64
4.6 Alberto Vs Horacio y Axel	75
5. Conclusiones	80
6. Bibliografía	89

1. Introducción

La imagen de sí que construyen los dirigentes políticos en sus alocuciones públicas es de vital importancia para ganar credibilidad. El ethos está ligado al status del locutor y su legitimidad. Esto se profundiza en contextos de crisis, como la presentada por la pandemia por el COVID-19 que llegó a la Argentina en marzo de 2020. Teniendo esto en cuenta, la presente tesina se propone analizar qué estrategias persuasivas se pusieron en funcionamiento en los discursos de Alberto Fernández durante el ASPO para convencer a la ciudadanía de la necesidad de tomar medidas drásticas para prevenir la propagación del virus en nuestro país, así como la construcción del ethos del presidente que se puso en juego en seis de los discursos pronunciados por él en el marco de la primera ola del COVID-19 desde el 13/3/2020 hasta el 6/11/2020.

Analizar cómo el presidente se presenta como un líder competente para la tarea se vuelve especialmente relevante, no solo por el contexto de crisis, sino además por los discursos previos –periodísticos, pero también de dirigentes opositores- que cuestionaban su liderazgo, su capacidad e incluso su voluntad de llevar las riendas del país, frente a la figura de la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner y actual vicepresidenta de la Nación. Estos discursos previos forman parte de las Condiciones de Producción (Verón, 1987) de la estrategia discursiva construida por Alberto Fernández en los discursos en análisis.

El objetivo general de la presente tesina es identificar las estrategias semio-discursivas puestas a funcionar en los discursos de Alberto Fernández en la primer ola de la pandemia Covid-19 y analizar la construcción del ethos del presidente en el período mencionado, para registrar sus efectos en la construcción del vínculo con los diferentes actores institucionales y con la ciudadanía.

Para ello se analizará una selección de seis discursos pronunciados por el primer mandatario a partir de la declaración de la pandemia por la OMS hasta finalizar el ASPO en el AMBA (hecho ocurrido el 6/11/2020), de las 17 alocuciones brindadas por el

presidente en relación a la situación epidemiológica del país y las medidas tomadas para mitigar su impacto.

Teniendo en cuenta que el objetivo de estas alocuciones es convencer a la audiencia de realizar una serie de acciones –permanecer en el hogar, utilizar barbijos, respetar la distancia social, entre otros-, analizar la relación propuesta entre enunciador y enunciatario se vuelve indispensable ¿Es una relación tendiente a la simetría o es de complementariedad? ¿Dónde se encuentra el saber? ¿El presidente responde a construcciones discursivas anteriores a sus discursos (ethos pre-discursivo)? ¿Cómo las retoma?

Es por eso que los objetivos específicos de la investigación serán:

- identificar los diferentes dispositivos que se fueron construyendo durante el período analizado, para determinar si existieron diferentes etapas en la estrategia discursiva del presidente.
- analizar las configuraciones retóricas, argumentaciones, y figuraciones que fueron utilizadas para caracterizar la pandemia, el rol del Estado y al propio presidente.
- describir los temas y motivos recurrentes en el corpus a fin de analizar la agenda temática propuesta por Alberto Fernández.
- reconstruir las relaciones entre enunciadores y enunciatarios, con sus consecuentes propuestas de vínculos, para indagar en los modos de construcción del rol presidencial y la apelación a diferentes destinatarios.

Para ese fin, las principales preguntas de la investigación serán las siguientes:

- ¿Cómo busca persuadir a la ciudadanía para que cumpla con las medidas implementadas por el Estado Nacional?
- ¿Cómo presenta y utiliza los datos epidemiológicos del país en sus discursos?
- ¿Cómo construye la dimensión polémica de sus alocuciones, como discursos políticos?
- ¿Cuáles son los principales motivos temáticos en sus discursos? ¿Se repiten a lo largo de todo el corpus?

- ¿Qué figuraciones se ponen en juego?
- ¿Qué nominaciones se aplican para describir la situación epidemiológica del país?
- ¿Cómo propone la relación entre enunciador y enunciatario?
- ¿Cómo se dirige a su electorado y cómo lo hacen los otros oradores, a los que él convoca a las conferencias de prensa?
- ¿El presidente responde a construcciones discursivas anteriores a sus discursos (ethos pre-discursivo como condiciones de producción)? ¿Cómo lo hace?
- ¿El presidente retoma otras discursividades? ¿A partir de qué condiciones de reconocimiento? ¿Cómo lo hace?
- ¿Cómo construye su liderazgo?

2. Antecedentes

El discurso político es un objeto de estudio recurrente en las Ciencias Sociales, y como tal ha sido abordado por diferentes disciplinas, por lo que es oportuno realizar un breve repaso por algunas de las vertientes teórico-metodológicas que lo han analizado.

2.1 Análisis del discurso político

Antes de profundizar en las diferentes vertientes que analizan discursos políticos, es conveniente definir en qué consiste ese análisis. Para Van Dijk, *“El análisis de discurso crítico-político consiste especialmente en el estudio de las formas de reproducción del poder político, la dominación o el abuso de poder mediante el discurso político, incluyendo las diversas formas de resistencia o las muestras de poder contra tales formas de predominio discursivo”* (Van Dijk, 1999, p. 10). Es por ello que el análisis de cualquier discursividad política es inescindible de su contexto sociopolítico.

La Escuela francesa del Análisis del Discurso, la Semiótica y la Teoría de los Discursos Sociales son algunas perspectivas que han tomado al discurso político como objeto de estudio.

Si bien su enfoque no es tan cercano a esta tesina, la **Escuela francesa del análisis del discurso** ha tomado al discurso político como objeto predilecto. Su metodología toma elementos de la lingüística combinándolos con una teoría de lo ideológico y el poder. Esta corriente, surgida a mediados de los setenta, tenía como objetivo principal *“pensar la relación de lo ideológico y lo lingüístico evitando igualmente reducir el discurso al análisis de la lengua y disolver lo discursivo en lo ideológico”* (Dagatti, 2012, p. 58).

Desde la **Semiótica**, Paolo Fabbri y Aurelia Marcarino mencionan algunos rasgos que un análisis del discurso político no puede eludir:

Un análisis semiótico del discurso político deberá tener en cuenta su coherencia semántica y su fuerza perlocutiva. Una hipótesis general de su estructura se acompaña con la descripción de estrategias discursivas y de las configuraciones enunciativas, polémicas o contractuales, que representan los principios del funcionamiento de una verdadera gramática del poder. [...] En este sentido los actores políticos inscriptos en el

discurso están dotados de un repertorio virtual de acciones y de pasiones y de un “saber hacer” que les consiente, una vez actualizado, alcanzar sus objetivos anticipando en el texto los resultados previstos. (Fabbri y Marcarino, 2002, p.25).

De acuerdo a este punto de vista, un análisis lexicológico, sintáctico o retórico del discurso político no permitiría estudiarlo de manera adecuada (Fabbri y Marcarino, 2002).

Desde el marco de la **Teoría de los Discursos Sociales**, Eliseo Verón comparte la premisa de Fabbri y Marcarino según la cual los discursos políticos deben ser estudiados de un modo particular, diferenciándolo de otros discursos. En *La palabra adversativa*, sostiene que todo discurso político posee una *dimensión polémica*, que está ausente en otros tipos discursivos, y que toma forma mediante la construcción de un *adversario*. Pero, además de construir un destinatario negativo, también se construye un destinatario positivo y da lugar a una “tercera posición”. Esto da lugar a la triple destinación: prodestinatario, contradestinataro y paradestinataro (Verón, 1987). Buena parte de los estudios sobre discurso político en Argentina son deudores de esta definición y se inscriben dentro de esta perspectiva.

2.2 Comunicación presidencial

Dentro del discurso político se encuentran los discursos presidenciales. Estos se distinguen de otras discursividades políticas, ya que un presidente no habla solamente como miembro de un espacio político partidario, ni como un mero dirigente, sino que tiene un rol institucional que inevitablemente debe formar parte de su estrategia comunicacional.

A través de sus discursos, un presidente puede anunciar políticas y medidas de gobierno, puede rendir cuentas de su administración –el discurso en la apertura de las sesiones ordinarias del Congreso de la Nación es el ejemplo por excelencia de este tipo de alocuciones-, realizar promesas y comprometerse con la sociedad a seguir una determinada línea de acción, o bien polemizar con la oposición (algo que ocurre especialmente en período de campaña).

En *Los dispositivos del presidente*, Oscar Traversa analiza las campañas electorales de Yrigoyen (1916) y de Perón (1946) con el objetivo de comparar cómo cada

uno de estos candidatos se dieron a conocer ante la audiencia. Para ello pone el foco en la corporalidad de ambos candidatos, entendiendo al cuerpo como un dispositivo: “*Los dispositivos como tales son los diferentes modos en que se procesa lo que genéricamente llamamos vínculos*” (Traversa, 2014, p. 312).

Para ganar una elección es imprescindible que el candidato primero sea conocido por los votantes, por lo que debe exhibir sus atributos personales, su trayectoria y propósitos. Según Traversa, “*Esos componentes operan de modo solidario, aportando a constituir una interface*” (Traversa, 2014, p. 290). Esa *interface* puede mantenerse una vez que el candidato se convierte en presidente, aunque con reconfiguraciones, puesto que el rol mismo establece una relación de asimetría con el resto de los dirigentes políticos y conciudadanos.

Gastón Cingolani repara en la *estrategia presidencial* que se pone en funcionamiento durante una Cadena Nacional, que es un género discursivo reservado únicamente para quien desempeña el rol de presidente:

No es necesario remontarnos a discursos presidenciales brindados en Cadenas Nacionales muy distantes en el tiempo: si revisamos a los tres últimos presidentes de Argentina –De la Rúa, Duhalde y Kirchner–, encontraremos una estrategia común, que casi define al género. Se trata de la presencia del presidente en primer plano, cuyo cuerpo está centrado y colocado en un espacio neutro, casi un simple soporte de su cuerpo, y, al mismo tiempo, una extensión simbólica de su emplazamiento: es la figuración delimitada de su escritorio en alguna de las salas de la Casa de Gobierno, o de la Residencia Presidencial. Esta espacialidad contiene al presidente y a símbolos de la patria. Él está hablando fijamente a cámara. [traducción propia] (Cingolani, 2012, p. 57).

En una Cadena Nacional tanto el cuerpo del presidente como el *eje de los ojos en los ojos* (Verón, 1986) que habilita la mirada a cámara constituyen un *dispositivo* al que Cingolani denomina *estrategia presidencial*. Allí no hay otros intermediarios, ni elementos de edición: el presidente puede hablar de manera directa a los ciudadanos. Su cuerpo se constituye como *dispositivo*.

2.3 Comunicación presidencial en pandemia

Una situación de crisis global, como la presentada por la pandemia por COVID-19, establece a su vez nuevas restricciones y habilita nuevas posibilidades en las

discursividades de los líderes. El clima social impone ciertos tonos, configuraciones y temáticas en la estrategia comunicacional de un presidente.

En concreto, la preocupación por los discursos presidenciales durante la pandemia por el COVID-19 ha sido abordada por varias investigaciones en nuestro país. En el caso de Alejandra Vitale (2020), analiza el discurso monologal de Alberto Fernández en las cinco conferencias de prensa brindadas entre el 15 de marzo y el 17 de julio de 2020. Para ello divide su artículo en dos partes: en la primera se concentra en el *ethos* construido por el presidente, definiéndolo como un *ethos pedagógico oral*, mientras que en la segunda se dedica a la puesta en escena.

De acuerdo a su análisis, el *ethos pedagógico oral* le permite a Alberto Fernández atenuar la carga polémica que, como se repuso anteriormente, define a los discursos políticos. Esta mitigación es habitual en el discurso presidencial ante momentos críticos (Campbell y Jamieson, 2008) y constituye parte de la estrategia, no solo semiodiscursiva, sino también política, dado que el consentimiento de la sociedad toda (y no solo de los votantes del Frente de Todos) era indispensable para el éxito de la política sanitaria establecida desde el Poder Ejecutivo Nacional.

En un segundo artículo Vitale (2021) analiza los discursos producidos a partir del 31 de julio de 2020 en el que muestra que ese *ethos pedagógico oral* se mantiene, mientras que se incorporan nuevas técnicas argumentativas no utilizadas hasta el momento y se refuerza la dimensión polémica, que había estado atenuada en la primera etapa (Vitale, 2021).

En los artículos “La mediatización política durante la pandemia por COVID-19. La argumentación en las redes sociales de Alberto Fernández y Mauricio Macri” y “El Instagram de Alberto Fernández en tiempos de pandemia por COVID-19”, Ana Slimovich también estudia la comunicación política de Alberto Fernández durante la pandemia, aunque centrándose en las publicaciones realizadas por éste en sus perfiles de Twitter e Instagram.

En el primer artículo mencionado, Slimovich analiza los mensajes publicados en Twitter desde noviembre de 2019 hasta junio de 2020 con el objetivo de comparar los modos de argumentación de Fernández en redes sociales con el de sus dos antecesores,

Mauricio Macri y Cristina Fernández de Kirchner. En el segundo, se centra en las publicaciones realizadas en Instagram.

Durante la pandemia se replicaron en su cuenta de Twitter fragmentos de las conferencias de prensa brindadas por el presidente –algunos de ellos son objeto de esta tesina- en formato de *hilo* (sucesión de tuits, interrelacionados entre sí): *“En este punto cabe observar que se replican en la red social fragmentos de la conferencia de prensa en los cuales el presidente interpela explícitamente a los contra-destinatarios”* (Slimovich, 2021, p. 11).

En los posteos de feed realizados en Instagram durante el mes de marzo también se reponen pasajes de las conferencias transmitidas por televisión: *“A pesar de que en la transmisión televisiva se visualiza a otros funcionarios, gobernadores y epidemiólogos, en los fragmentos que son compartidos en Instagram el único cuerpo mediatizado es el presidencial.”* (Slimovich, 2021b, p.102). A diferencia de lo ocurrido en Twitter, en esta red social predomina la interpelación al paradestinatario. Cabe destacar que a medida que fue avanzando la pandemia disminuyeron las publicaciones que retomaban momentos de las conferencias de prensa y aumentaron los contenidos producidos específicamente para este medio.

En el plano internacional, Leandro Soto y Álvaro Fernández Castex analizan la estrategia comunicacional de Nayib Bukele -presidente de El Salvador- en Twitter durante el mes de mayo de 2020. A diferencia de lo que Slimovich identifica en la estrategia de Alberto Fernández –quien, a través de hilos de tuits, replica los anuncios brindados en las conferencias de prensa-, Bukele utilizó Twitter interactuando con sus ministros y miembros de la oposición. Esto implica que se creaba contenido específicamente para la red social a la vez que se establecía un diálogo del presidente con sus funcionarios mediante una *estrategia de colmena*: *“La misma se centra en la interacción y retroalimentación con sus ministros en base a órdenes que son respondidas por medio de la red social.”* (Soto y Fernández Castex, 2020, p.6).

Asimismo se difundían a través de la cuenta de Twitter del presidente salvadoreño los partes diarios con los principales datos sanitarios: nuevos contagiados, fallecimientos y pacientes recuperados. Otros contenidos estaban destinados a rendir cuentas sobre la puesta en valor de hospitales para la atención de infectados por COVID 19, e informar

otras medidas de asistencia para mitigar las consecuencias de la pandemia y las restricciones a la circulación dictadas por el Poder Ejecutivo Nacional.

De los análisis citados sobre discursos presidenciales durante la pandemia por COVID-19, tres de ellos se abocaron a las estrategias de comunicación construidas para los perfiles en redes sociales de los mandatarios, mientras que los dos artículos de Alejandra Vitale se han concentrado en las conferencias de prensa, tomando como corpus en análisis los discursos audiovisuales.

La presente tesina se enfocará, partiendo de un corpus análogo al de ambos trabajos de Vitale, en la estrategia semiodiscursiva puesta a funcionar por Alberto Fernández, para analizar la relación entre los *géneros discursivos* utilizados y los rasgos *retóricos*, *temáticos* y *enunciativos*, así como en sus potenciales efectos. Además, se profundizará en cómo estas dimensiones trabajan en la construcción del *ethos* de Alberto Fernández partiendo del *ethos pedagógico oral* identificado por Vitale.

3. Marco teórico y herramientas metodológicas

Para analizar las estrategias persuasivas puestas en funcionamiento en el corpus desde una perspectiva socio-semiótica es necesario retomar conceptos de varias disciplinas o campos teóricos.

En primera instancia guiará esta tesina la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón, ya que concibe a los discursos como una producción social del sentido. Según esta tradición, los discursos se encuentran necesariamente relacionados con el mundo social. De modo tal que para analizar un discurso debemos ponerlo en relación con otros discursos, tanto anteriores como posteriores, que actúan como “*restricciones de generación de un discurso*” (Condiciones de Producción), o “*restricciones de su recepción*” (Condiciones de Reconocimiento). Para reconstruir estos procesos de circulación del sentido debemos identificar *huellas* en los discursos, ya que “*analizando productos, apuntamos a procesos.*” (Verón, 1987, p. 124).

Es por ello que se identificarán *propiedades significantes* en los discursos y se las analizará de acuerdo a sus rasgos retóricos, temáticos y enunciativos siguiendo la definición de estos que realiza Oscar Steimberg.

Bajo esta perspectiva, los rasgos retóricos no refieren a los ornamentos del discurso, sino a una dimensión que abarca todos los mecanismos de configuración de un texto cuya combinación de rasgos permite diferenciarlo de otros (Steimberg, 1993, p.48).

La dimensión temática hace referencia a “*acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto*”. (Steimberg, 1993, p.48).

Por último, la enunciación es definida por Steimberg como el efecto de sentido que generan los procesos de semiotización a través de los cuales un texto se construye como una situación comunicacional, por intermedio de diferentes dispositivos.

Estos tres niveles no pueden ni deben analizarse como sistema de clases excluyentes, sino que están relacionados entre sí, aunque el análisis enunciativo se presenta como lógicamente posterior al retórico y temático.

Asimismo, se considerará en el análisis el género al que pertenecen los discursos, si fueron emitidos por Cadena Nacional, si fueron transmitidos en vivo y en directo, o si eran videos previamente grabados, ya que cada una de estas alternativas genera efectos de sentido diferentes. Para ello se entiende al género como “*Clases de textos u objetos culturales discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social.*” (Steimberg, 1993, p. 45)

Otra dimensión analítica a considerar es la *gestión del contacto*. En el caso de la televisión, Verón (1986) identifica el eje de *los ojos en los ojos* que conecta al enunciador mediático con el televidente, ya que “*la mirada es una bisagra entre el orden metonímico del cuerpo significante y el orden analógico de la imagen*” (Verón, 1986, p. 86).

Teniendo en cuenta que estos discursos fueron televisados (y pensados para ser transmitidos a través de dicho medio), la dimensión audiovisual debe ser tenida en cuenta. En este sentido, la noción de *dispositivo de enunciación* se vuelve indispensable. Siguiendo a Oscar Traversa, cuando un discurso es enunciado por un presidente (o por alguien que aspira a serlo) su propio cuerpo se erige como dispositivo: “*Uno, quien se postula a presidente, debe dar lugar a un otro, que es una diversa integración de unos, por medio de una asociación de artefactos (conversación, difusión escrita en modo diverso, difusión de la voz o la imagen, etc) cuyo núcleo operativo no es otra cosa que su cuerpo y sus eventuales posibilidades de despliegue.*” (Traversa, 2014, p. 293).

Dado que el objetivo de la tesina es identificar las estrategias persuasivas y la imagen de sí que construye el presidente en sus discursos, el concepto de *ethos* –uno de los componentes de la Antigua Retórica- será fundamental, así como describir si los principales argumentos se construyeron por la vía emocional (*pathos*), o la vía racional (*logos*).

En relación a la construcción de la *imagen de sí*, el *ethos*, este se encuentra ligado a la pregunta acerca de la legitimidad de quien habla, o más bien, al proceso de

legitimación por intermedio de su habla (Amossy, 2008). Alejandra Vitale en sus artículos sobre la estrategia discursiva de Alberto Fernández identifica la construcción de un *ethos pedagógico oral* (Vitale 2020, 2021). Este le permite legitimar no solo su figura, sino además su política frente al COVID-19, “Dotándolo de una autoridad basada en su saber y en el de ser el intermediario entre un discurso experto y el auditorio” (Vitale, 2021, p. 74).

Este *ethos pedagógico oral* se vale de algunas de las características del *discurso pedagógico oral* consideradas por Molina (2003) y citadas por Vitale (2021): el habla metacomunicativa, las explicaciones brindadas en formato de preguntas-respuestas, las recapitulaciones de conceptos o informaciones otorgadas en discursos (“clases”) anteriores, la recontextualización y el uso de materiales didácticos (como las filmas).

Tanto la Teoría de los Discursos Sociales, la Enunciación y la Retórica, así como el análisis por niveles retórico, temático y enunciativo según Oscar Steimberg, permiten indagar en el sentido producido en los discursos del presidente Alberto Fernández y sus potenciales efectos.

Para poder realizar un análisis integral de los seis discursos que conforman el corpus, e identificar aquellos elementos o temáticas estables que perduran en el tiempo, y señalar los desvíos, se construye una matriz de análisis. Dicha matriz estará conformada por cinco niveles.

3.1 Estructura y géneros del discurso.

Describir la estructura de cada discurso, los momentos e instancias de cada uno, según los siguientes elementos:

- Oradores: cuántos hubo y quiénes eran.
- Soportes: si se utilizaron filmas o videos con datos adicionales.
- Preguntas de la prensa.
- Géneros del Discurso: ¿Fue una cadena nacional, una conferencia de prensa en vivo, un discurso grabado, un video locutado? En esta instancia se definirá el género del discurso que se analiza (Steimberg, 2013).

En esta entrada del análisis se describirá la cantidad de oradores en cada discurso, identificando el cargo y/o rol de cada uno de ellos. Asimismo se presentará una descripción de los otros soportes –además de la palabra-utilizados por Alberto Fernández, con especial foco en las filminas y videos que se reprodujeron en las conferencias de prensa. Por último, se detallará si al término de los discursos hubo espacio para las preguntas de la prensa, cuántas y si fueron contestadas o no.

3.2 Construcción de la escenografía.

Describir el espacio tanto físico como su puesta en escena para las cámaras.

- Descripción del lugar y escenografía desde el que se enuncia el discurso.
- Ambientación de ese espacio.
- Descripción de la ubicación de los participantes y pantallas.
- Descripción de la cantidad y ubicación de las cámaras, así como del tamaño de los planos y contraplanos utilizados.

Al momento de describir la puesta de cámaras se identificará dónde y cómo se construye el *espacio umbilical*, poniéndolo en relación con lo analizado en el punto anterior sobre los géneros. Como afirma Verón, “*El espacio umbilical es aquel donde se establece y se mantiene el contacto con el telespectador*” (Verón, 2001, p. 27). De acuerdo a la configuración espacial de las cámaras y de los otros participantes se puede tomar una posición *complementaria inferior* o una posición *complementaria pedagógica*. Cada una de estas posiciones establece una relación diferente entre el enunciador y el saber, y entre el enunciador y el enunciatario.

Esta relación entre enunciador y enunciatario es posible gracias al dispositivo construido en estos discursos. El dispositivo es aquí entendido como “*la gestión de contacto entre instancias*” (Traversa, 2001, p. 236). Esa gestión del contacto establece, entonces, el rol vincular del dispositivo.

3.3 Retórica y Argumentación

Identificar las principales argumentaciones de cada discurso y categorizarlas; analizar la construcción del ethos del presidente Alberto Fernández:

- Identificar los diferentes tipos de argumentaciones para determinar cuáles predominan: las lógicas, las emocionales, las deductivas o las inductivas.
- Identificar los componentes del discurso (Verón, 1987): componente descriptivo, didáctico, programático e interpelativo. Señalar cuál es el predominante, si es que hay uno, o cómo varían a lo largo del corpus.
- Identificar qué tipos de influenciador (Bremond, 1982) predominan en cada discurso y su relación con los argumentos brindados en cada discurso.
- Analizar la construcción del ethos del presidente Alberto Fernández.

Existen múltiples definiciones de Argumentación. Para el presente análisis se considera a la argumentación como una actividad de pensamiento que deja *huellas* en los discursos y se pone a funcionar mediante un conjunto de estrategias discursivas (Nogueira, 2010, p.96).

Los argumentos pueden construirse por vías *inductivas* o *deductivas*: si se enumera una serie de casos para derivar una regla general, estamos ante un argumento inductivo. Si se deduce una conclusión a partir de premisas, se trata de un argumento deductivo. Estas son dos estrategias básicas de la Argumentación. Otra clasificación posible son los argumentos lógicos y los argumentos emotivos. Los primeros buscan *convencer* apelando a la razón, mientras que en los segundos el enunciador se dirige a los sentimientos del auditorio, especialmente a sus dudas, deseos y temores con el fin de *conmover*. Se buscará entonces describir las estrategias argumentativas desplegadas en los discursos de Alberto Fernández, identificando si apela más a argumentaciones inductivas, deductivas, racionales o emotivas.

Para reconstruir las estrategias discursivas puestas al servicio de la argumentación de Alberto Fernández también se identificarán en los discursos los componentes descriptivos, didácticos, programáticos e interpelativos entendiéndolos como *zonas del discurso* (Verón, 1987) que pertenecen a las modalidades del *saber* y del *deber*.

El componente *descriptivo* es utilizado por el enunciador político para constatar un estado de situación. Aquí el enunciador se construye como una fuente privilegiada de la inteligibilidad de la descripción. Es por eso que se utilizan modalizaciones apreciativas que se entrelazan con la descripción.

En el componente *didáctico* el enunciador político formula una verdad universal sobre el tema en cuestión. Es por ello que no se identificarán en estas zonas del discurso tantas marcas de su subjetividad. Estos dos primeros componentes pertenecen a la modalidad del *saber*.

El tercer componente es el *prescriptivo*, entrando a la modalidad del *deber*, aquello que es de una necesidad ética o moral. Esta necesidad se presenta como un imperativo universal, que excede a la figura del enunciador. Mediante este componente se interpela en mayor medida al *prodestinatario* y al *paradestinatario*.

Por último, el componente *programático* es aquel que es utilizado por el enunciador político para prometer o anunciar medidas. Se caracteriza por un mayor uso de verbos en infinitivo o futuro.

En esta instancia, además de centrarse en los argumentos, el análisis también apuntará a su enunciador, ya que no es posible escindir los argumentos de un discurso de quien lo dice.

De acuerdo a Claude Bremond existen dos tipos de *influenciador*: el intelectual y el afectivo (Bremond, 1982). El primero opera sobre el conocimiento que el influenciado tiene sobre una situación –en este caso, la pandemia en Argentina- y lo hace informándolo, confirmándole una información ya existente, o bien disimulando o desmintiendo. El influenciador afectivo, en cambio, actúa sobre los móviles que pueden inducir a un individuo hacia un deseo o conducta determinada.

Estos dos tipos de influenciador se asemejan a las dos vías de la *inventio*: la de convencer en el primer caso, y la de conmover, en el segundo (Bremond, 1982, p.94).

Bremond desarrolla una tipología de posibles móviles que un influenciador afectivo puede poner en juego para persuadir a su audiencia, a sus *influenciados*: móvil hedónico, móvil pragmático y el móvil ético. Asimismo existen diferentes tipos de influenciadores: seductor, intimidador, obligador, prohibidor, consejero y desaconsejador.

Se buscará entonces identificar qué tipo/s de influenciador/es se ponen en juego en los discursos de Alberto Fernández y mediante qué móviles busca persuadir a sus oyentes.

La figura del influenciador puede ponerse en relación con el *ethos*: “*Los ethe son los atributos del orador, son los rasgos de carácter que el orador debe mostrar al auditorio para causar una impresión favorable.*” (Barthes, 1990, p. 143). Las maneras de decir construyen una imagen: el *ethos* está ligado al status del locutor, a su legitimidad y credibilidad (Amossy, 2008). Es por eso que para persuadir a un auditorio la cuestión del *ethos* se vuelve central. Para que un mensaje sea creíble, también debe serlo quien lo enuncia.

Para poder erigirse como influenciador, entonces, además de poner a funcionar los móviles de la influencia, también se debe construir una imagen de sí que lo habilite. Es por ello que se analizará la construcción del *ethos* del presidente a lo largo del corpus, describiendo las estrategias discursivas que apuntan a dicha construcción. También se retomarán discursos anteriores (entendidos como Condiciones de Producción de los discursos de Alberto Fernández) en los que se pone en cuestionamiento su legitimidad como líder en el contexto de la crisis provocada por la pandemia de COVID-19.

3.4 Agenda temática y figuraciones

Identificar los temas y motivos que prevalecen en cada discurso, atendiendo a la construcción del verosímil y las figuraciones utilizadas.

- Identificar los *temas* y *motivos* recurrentes en el corpus, describiendo y analizando cómo es retomado en cada discurso.
- Analizar la construcción del *verosímil*.
- Figuración.

De acuerdo a Steimberg, el análisis del nivel temático apunta “*acciones y situaciones, según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto.*” (Steimberg, 1993, p.48). Aquí el *tema* no es el equivalente

al contenido del texto, debido a que es exterior a él. En relación a la distinción entre tema/motivo, se retomarán las definiciones elaboradas por Cesare Segre:

Llamaremos temas a aquellos elementos estereotipados que sostienen todo un texto o gran parte de él; los motivos son, por el contrario, elementos menores y pueden estar presentes en un número incluso elevado. Muchas veces un tema resulta de la insistencia de muchos motivos (Segre, 1985, p. 358).

Tanto los temas como los motivos son unidades de significado estereotipadas, que se convierten en tales por la repetición y, fundamentalmente, por una continua reutilización cultural (Segre, 1985). Esto se relaciona con lo citado anteriormente de Steimberg: los temas y motivos no son equivalentes al contenido del texto; son exteriores y anteriores a él. De allí la relevancia de identificar y describir los temas y motivos recurrentes en el corpus en análisis y cómo son tratados, lo que también habilitará en un nivel de análisis posterior dar cuenta de la circulación del sentido en los discursos del presidente Alberto Fernández.

Los horizontes de lo verosímil también se definen anteriormente a un texto o discurso dado. De acuerdo a Christian Metz, *“Lo verosímil es, desde un comienzo, reducción de lo posible, representa una restricción cultural y arbitraria de los posibles reales”* (Metz, 1967, p. 20). La construcción de un verosímil no se relaciona con *qué* se dice, sino con el *cómo*.

La pandemia por COVID-19 requirió por parte de los líderes del mundo tomar decisiones sin precedentes, por lo que, en algún sentido, el hecho mismo que se narró en los discursos que se analizarán en esta tesina desafiaba lo verosímil. Por eso se vuelve relevante detenerse en esta problemática y analizar si se construyó un nuevo verosímil o no a través de los discursos del presidente.

Por último, en este nivel también se analizarán las figuraciones en los discursos del presidente. Aquí la figuración será entendida como una modificación en los procesos de semiotización. Gracias a la operación de figuración, en un discurso se puede significar *algo* por intermedio de otra cosa: *“Adjudicar al término figura el carácter de una operación (figura no es lo que se ve o escucha, sino lo que le da origen): la facultad de producir un resultado como despliegue de una potencialidad”* (Traversa, 1997, p. 250). La figuración

es, entonces, una construcción y un resultado de una cadena de operaciones que se sitúan en diferentes niveles de la organización de los textos.

A partir de este concepto de Traversa se analizará cómo “se da a ver” a la audiencia un motivo o tema, entendiendo a la figuración como un punto de interconexión entre el nivel temático (qué se dice) y el retórico (cómo se configura aquello que se dice).

3.5 Enunciación

Describir cómo se construyen las figuras de enunciador y enunciatario.

- Describir los tipos de destinatarios construidos en los discursos, identificando si prevalece alguno: prodestinatario, contradestinataro, paradesinatario.
- Describir cómo se construye al cuerpo presidencial como un dispositivo para alcanzar a la audiencia (Traversa, 1997).

De acuerdo a Eliseo Verón, en los discursos políticos se construyen tres tipos de destinatarios: el *contradesinatario*, el *prodestinatario* y el *paradesinatario* (Verón, 1987). Al analizar el nivel enunciativo de los discursos de Alberto Fernández se identificará de qué manera se interpela a cada uno de ellos y en qué momentos del discurso. Asimismo se tendrá en cuenta la forma en la que se retoman los discursos de éstos para dar cuenta de la circulación del sentido.

El *contradesinatario* es el destinatario que está excluido del colectivo de identificación al que pertenece el enunciatario. Es quien cree lo opuesto al enunciatario y por tanto es una relación de *polémica*.

El *prodestinatario* es, por el contrario, el que participa de las mismas ideas y tiene los mismos objetivos que quien enuncia. Por lo tanto el enunciatario buscará mediante su discurso que el *prodestinatario* *refuerce* su posición de identificación.

Por último, el *paradesinatario* no adhiere al colectivo de identificación del enunciatario, pero tampoco está excluido del mismo. Esta es la figura que toman los indecisos. En palabras de Verón, “la posición de los indecisos tiene, en el discurso político, el carácter de una hipótesis de suspensión de la creencia.” (Verón, año, p. 5) Es por ello que el enunciatario busca interpelarlo mediante la *persuasión*.

Si bien en los discursos políticos la dimensión polémica es definitoria, es aquello que permite su distinción de otros discursos, en el contexto de crisis esto suele atenuarse. Es por ello especialmente interesante en este caso identificar de qué manera se construye al contradestinatario.

Por último, el cuerpo presidencial en sí mismo también se construye como un dispositivo que –alineado a los otros elementos semiodiscursivos de la estrategia presidencial- busca persuadir a su audiencia. Para analizarlo, se identificará de qué manera Alberto Fernández da a conocer sus atributos personales, su trayectoria y sus propósitos no solo a través de la materialidad textual, sino a través de su cuerpo, creando una *interface* (Traversa, 1997).

3.6 Construcción del corpus

La Organización Mundial de la Salud declaró la pandemia por COVID-19 el día 12 de marzo de 2020. A partir de esa fecha –y hasta el 6 de noviembre de 2020- el presidente Alberto Fernández brindó 17 discursos para dar cuenta del estado de situación y las medidas sancionadas por el Poder Ejecutivo Nacional. De los 17 discursos mencionados conforman el corpus en análisis 6 de ellos, mientras que los 11 restantes forman el corpus de control.

Para seleccionar los discursos que serían analizados se tomaron en cuenta las siguientes características:

- Género del discurso: se buscó que el corpus en análisis tuviera al menos un discurso de cada uno de los géneros utilizados por el presidente en el período mencionado, para dar cuenta de las diferencias retóricas, temáticas y enunciativas que cada uno de los géneros implica. Asimismo se busca identificar y analizar aquellos rasgos que permanecen a lo largo de todo el corpus, independientemente del género.
- La presencia o ausencia de otros funcionarios: en múltiples ocasiones el presidente fue acompañado por otras personas en sus alocuciones. Se seleccionaron discursos en los que se presenta solo ante la audiencia, y otros en

los que hay otros funcionarios presentes físicamente junto a él. Cabe señalar que la presencia en cámara no necesariamente implicó en todos los casos que tuvieran el uso de la palabra.

- La locación ha ido cambiando a lo largo del período en estudio y es pertinente analizar cómo eso dialoga con los géneros utilizados en cada caso, así como las recurrencias o desvíos en lo retórico, temático y enunciativo. Asimismo se plantea la cuestión del espacio como garante del distanciamiento social en tanto una de las medidas de prevención de la propagación del virus COVID-19.
- Recursos utilizados: en varias ocasiones el presidente ha recurrido a otros dispositivos además de la palabra, como las filminas o videos. El uso de los mismos debe ser analizado por ser parte central de la estrategia semio-discursiva de este período. La finalidad de estos elementos, la forma en que son presentados ante cámara y la posición del cuerpo presidencial al momento de su exposición deben ser analizados.

Los discursos restantes son parte del corpus de control y no serán analizados en detalle según la matriz de análisis construida para la presente tesina. Sin embargo, algún elemento presente en ellos puede ser citado como ejemplo.

Los discursos que componen el corpus en análisis son los siguientes:

1. Cadena Nacional del 13 de marzo de 2020.
2. Conferencia de prensa del 19 de marzo de 2020.
3. Conferencia de prensa del 10 de abril.
4. Conferencia de prensa del 4 de junio de 2020.
5. Anuncio del presidente emitido el 28 de agosto de 2020.
6. Anuncio presidencial emitido el 18 de septiembre de 2020.

De las siete conferencias de prensa brindadas por el presidente de la Nación junto a Horacio Rodríguez Larreta y Axel Kicilloff solo una de ellas integra el corpus en análisis, ya que las restantes han respetado la misma estructura.

En cuanto al último discurso –el anuncio presidencial- fue seleccionado para formar parte del análisis por dos razones: introduce un nuevo género a la estrategia persuasiva y hay un borramiento del cuerpo y de la voz del presidente. Este discurso es el único en el

que Alberto Fernández no se dirige a la población de manera directa y su imagen aparece muy brevemente en material de archivo.

4. Desarrollo del análisis

4.1 Estructura y géneros del discurso

En estos seis discursos se han utilizado distintos géneros discursivos: la Cadena Nacional, la Conferencia de Prensa, un anuncio presidencial (grabado) y un spot locutado. Tres de ellos fueron transmitidos en vivo y en directo, mientras que otros tres fueron grabados previamente a su emisión, incluyendo la Cadena Nacional.

También las locaciones han cambiado: la Cadena Nacional lo muestra al presidente en soledad en su despacho de la Casa Rosada, mientras que las tres Conferencias de Prensa se brindaron desde la sala de prensa alojada en la Quinta presidencial de Olivos. En el video grabado por Alberto Fernández lo vemos en la oficina que posee en la Quinta de Olivos. Por último, el video locutado que se dio a conocer el 18 de septiembre de 2020 no tiene una locación específica, ya que el material fílmico es de archivo.

Vemos entonces que hay un diálogo entre la locación y el género del discurso, que habilita o restringe los espacios desde los cuales el presidente se dirige a la población. En aquellos casos en los que está solo frente a las cámaras (la Cadena Nacional del 13 de marzo y el video grabado del 28 de agosto) Alberto Fernández habla desde uno de sus despachos: en la Cadena Nacional lo hace desde la Casa Rosada, haciendo un uso “tradicional” de ese género que Cingolani define como *estrategia presidencial* (Cingolani, 2012, p. 57), mientras que el 28 de agosto lo vemos en su oficina ubicada en la Quinta de Olivos.

El único de todos estos anuncios que se realiza desde la Casa Rosada es el primero, previo al comienzo del ASPO en el país. Cabe preguntarse si se decidió que el resto de sus alocuciones fueran en la Quinta de Olivos para mostrar que el presidente también se “quedaba en casa”.

En cuanto a las preguntas de la prensa, solo se habilitaron en dos Conferencias de prensa: las brindadas el 10 de abril y el 4 de junio. Cabe señalar que en una Conferencia

de prensa –la del 19 de marzo de 2020 anunciando el inicio del ASPO- no se permitieron preguntas.

En la Conferencia de prensa del 10 de abril se realizaron 18 preguntas y todas ellas fueron respondidas, mientras que el 4 de junio la prensa preguntó en 11 ocasiones y nuevamente todas sus consultas recibieron respuesta. En ambos casos la instancia de preguntas se abrió luego de que los oradores finalizaron sus alocuciones.

A pesar de los cambios en los géneros y locaciones, pueden rastrearse ciertos elementos en común: la presencia de elementos contextuales como las “filminas”, presentes en cuatro de los seis discursos en análisis.

A través de ese recurso se reponen los principales datos epidemiológicos, presentados en gráficos. Los datos que se presentaron de manera repetida en todos, o en la mayoría de estos cuatro discursos, fueron: la evolución de casos confirmados de COVID-19, el tiempo de duplicación de casos, fallecimientos totales y/o por cada millón de habitantes, la incidencia de casos cada 100.000 habitantes, la distribución de casos por departamento de residencia de los pacientes que dieron positivo, el porcentaje de ocupación de las camas de Unidades de Terapia Intensiva (UTI) a nivel país y en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) y la tasa de letalidad. Además, en tres de los cuatro discursos donde se mostraron las filminas, se compararon los datos de Argentina con los de otros países de la región y del mundo.

No se presentaron diapositivas con información de la evolución de la pandemia en solo dos ocasiones: la Cadena Nacional y la primera Conferencia de prensa, brindada el 19 de marzo para anunciar el comienzo del ASPO en todo el país. Posiblemente esta ausencia se deba a que en esos momentos el virus aún no había entrado en circulación comunitaria y la cantidad de casos era muy baja y no se justificaba un análisis pormenorizado de los principales indicadores. Otra posible lectura es que la introducción de las “filminas” en los discursos del presidente cumplía la función de reforzar la necesidad de mantener el ASPO como medida de prevención de la propagación del COVID-19 en el país. Los datos allí mostrados respaldaban la política sanitaria decidida por el Poder Ejecutivo Nacional.

En tres de los seis discursos analizados el presidente está acompañado ante cámaras y solo en uno de ellos le cede la palabra a otros oradores (Horacio Rodríguez Larreta y Axel Kiciloff)¹.

En el video que lo muestra a él desde Olivos, si bien está solo ante cámara, hay imágenes grabadas donde lo vemos acompañado por Gobernadores y otros funcionarios. En el último discurso analizado, en cambio, la imagen del presidente aparece tan solo cuatro veces al inicio del video.

Vemos entonces que la estrategia semiodiscursiva del presidente se valió de cuatro géneros discursivos, tres locaciones, y solo en ocasiones se habilitó la palabra de otros oradores y preguntas de la prensa.

4.2 Construcción de la escenografía

Como se describió en el nivel anterior, se utilizaron tres locaciones diferentes para los discursos del presidente. En el caso del último discurso en análisis, al ser un video grabado con material de archivo, no se utilizó una locación concreta. En cada uno de esos lugares se montaron diferentes puestas de cámaras y escenografías.

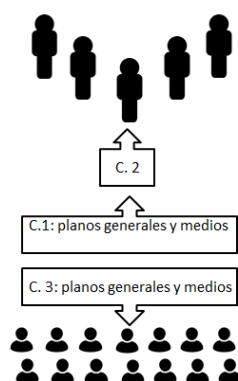
En el primer discurso, al haberse tratado de una Cadena Nacional, se utilizó la puesta habitual para este género: una única cámara fija tomó al presidente Alberto Fernández de frente en un plano medio durante todo el discurso. Él estaba sentado en su despacho de la Casa Rosada, con una bandera argentina ubicada a sus espaldas, a la izquierda de la pantalla. A la derecha se alcanza a observar una foto familiar que fue tomada el día de su asunción.

Para la conferencia de prensa del 19 de marzo se cambia la locación y el presidente habla desde la sala de prensa de la Quinta de Olivos. Allí se montó un

¹ El presidente Alberto Fernández comparte el uso de la palabra en siete de los discursos que forman parte del corpus de control. Esta conferencia de prensa (brindada el 4/6/2020) es representativa de aquellas que conforman el corpus de control, ya que su estructura es siempre la misma. También lo es la puesta de cámaras y la ubicación del presidente en el centro de la escena. Sí se advierten dos cambios de locación. El primero ocurre el 26/06/2020, ya que brindan la conferencia desde un salón vidriado y mucho más amplio, también en la Quinta de Olivos. El segundo ocurre el 9/10/2020 cuando el Presidente brinda la conferencia desde Casa Rosada con Omar Perotti, Gerardo Morales y Omar Gutiérrez. Luego, el 17/7/2020 participan vía videollamada la gobernadora Arabella Carreras y los gobernadores Jorge Capitanich y Gerardo Morales, mientras que asisten personalmente Horacio Rodríguez Larreta y Axel Kiciloff. Todos ellos hacen uso de la palabra. Aunque cambian o se suman participantes, la estructura de los discursos se mantiene.

pequeño escenario con un banner celeste con las leyendas “Residencia de Olivos”, “Argentina Unida”, el escudo nacional y “Argentina presidencia”. Este banner fue utilizado en todas las conferencias brindadas desde ese espacio. Asimismo se ubicaron dos banderas argentinas, una a cada lado de Alberto Fernández y casi sobre el fondo.

En cuanto a las cámaras, se utilizaron tres, que realizaron planos generales y planos medios. El presidente se ubicaba en el centro de un pequeño escenario montado en la sala de prensa de la Quinta de Olivos, de pie y detrás de un atril, mientras que el resto de los participantes (Omar Perotti, Horacio Rodríguez Larreta, Axel Kiciloff y Gerardo Morales) estaban ubicados a su lado, sin atriles ni micrófonos a disposición. La posición de los presentes y la puesta de cámaras fue la siguiente:



En esta ocasión el presidente fue reticente a mirar a cámara, motivo por el cual no se generó el *espacio umbilical* (Verón, 2001): su mirada alternó la lectura de sus apuntes con la mirada a las personas presentes en el salón (otros gobernadores, ministros y prensa). Esta reticencia a la mirada a cámara se repite en todas las conferencias de prensa, ya que en ellas Alberto Fernández dirige su mirada a quienes están físicamente allí. El *espacio umbilical*, entonces, solo se establece en la Cadena Nacional y en el video grabado (emitido el 28 de agosto).

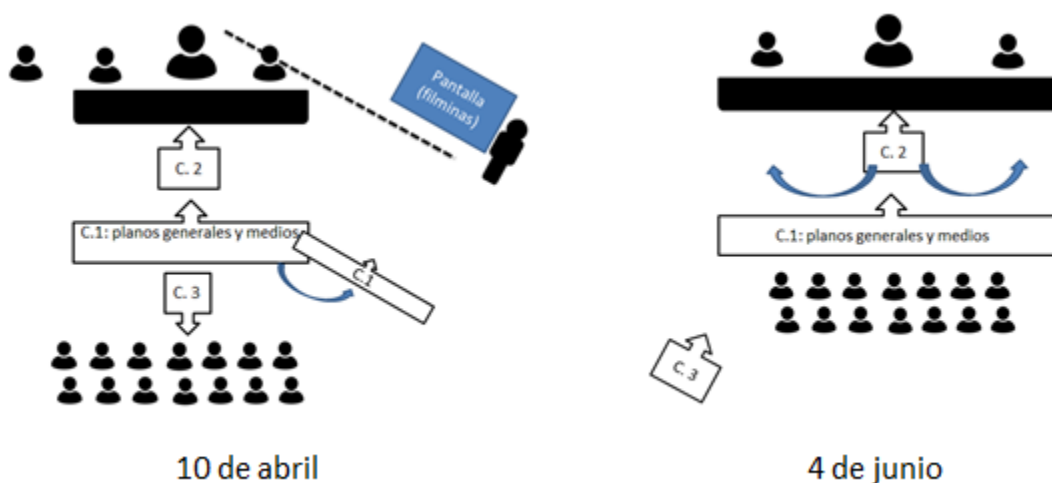
En las Conferencias de prensa de los días 10 de abril y 4 de junio comienza a estandarizarse una puesta de cámaras que, aunque con pequeñas diferencias, permaneció estable para las conferencias de prensa brindadas desde ese espacio²: si bien en ambas ocasiones todos los presentes estaban sentados a una mesa, el 10 de abril la mesa era más pequeña y uno de los participantes se sentó fuera de ella (Ginés

² Esta afirmación incluye a las conferencias de prensa que se brindaron desde esa sala de prensa y que forman parte del corpus de control.

González García), quedando a cada lado del presidente su entonces Jefe de Gabinete (Santiago Cafiero, a la izquierda de la pantalla) y el Ministro del Interior (Wado de Pedro, a la derecha de la pantalla).

Esta fue, además, la única ocasión en la que vemos al presidente moverse sobre el escenario para desplazarse desde la mesa hasta la pantalla en la que fue señalando las “filminas”, con el propósito de resaltar algunos datos.

La similitud entre la puesta de cámaras y escenografía entre los discursos del 10 de abril y 4 de junio es, de todas maneras, notable:



En ambas conferencias hay tres cámaras, dos apuntando al escenario y la restante mostrando a los presentes en el salón. La cámara 1 alternaba planos generales del escenario con planos medios, mientras que la cámara 2 siempre permanece en plano medio, ya sea al presidente o a sus acompañantes.

Por último, en el video grabado que se emitió el 28 de agosto, vemos un nuevo cambio en la puesta de cámaras, locación y escenografía. En esta oportunidad el presidente nos habla desde su despacho en la Residencia de Olivos, con una ambientación más cargada: vemos atrás suyo una bandera, dos ventanas, una biblioteca y un cuadro. También se llega a divisar parte de su escritorio.

El presidente permanece de pie, tomado por una única cámara que lo muestra en plano medio. Aquí nuevamente aparece la mirada a cámara, generándose el *espacio umbilical* con el enunciario.

En el anuncio presidencial difundido el 18 de septiembre no hay una locación concreta, ya que el video se realizó en base a imágenes de archivo. En los primeros segundos vemos al presidente sentado en diferentes mesas de trabajo dispuestas en distintos sectores de la Quinta de Olivos: primero con funcionarios de su gobierno y expertos, luego con gobernadores (tanto oficialistas como opositores) y por último en una de las conferencias de prensa brindadas junto a varios gobernadores. Allí lo vemos hablando –aunque no se emite su voz–, tomando nota y escuchando a sus interlocutores. Luego se exhiben las “filminas” a pantalla completa, intercaladas con imágenes de diferentes lugares del país, en las que se ven a ciudadanos/as en las calles, utilizando barbijo y respetando la distancia. En varios momentos las imágenes muestran autoridades policiales o de tránsito realizando los controles vehiculares característicos de los tiempos de cuarentena, en donde había que exhibir los permisos que habilitaban la circulación.

Recapitulando

Vemos que en las tres locaciones se propusieron cinco puestas de cámara diferentes, aunque hay grandes similitudes entre dos de ellas (las aplicadas para las conferencias de prensa del 10 de abril y 4 de junio). La escenografía se armó con elementos que connotan unidad y patriotismo, como la bandera argentina (presente en tres de los seis discursos) y el banner con los colores patrios, el Escudo Nacional y la leyenda “Argentina unida” (Vitale, 2021).

La alternancia entre planos generales y planos medios, utilizada en todas las conferencias de prensa, busca connotar que el presidente está acompañado en la toma de decisiones por los Gobernadores o por su Gabinete. Solo en dos ocasiones lo vemos solo ante la cámara: en la Cadena Nacional y en el video grabado desde su despacho en Olivos.

En aquellos discursos en los que está acompañado, su ubicación en el escenario lo jerarquiza, marcando una diferencia de poder por sobre los otros presentes. En la conferencia del 19 de marzo él es el único que está detrás de un atril, mientras que en las conferencias siguientes se ubica siempre en el centro de la mesa. El día 10 de abril,

además, fue el único que se movió en el escenario al momento de desplazarse desde la mesa hacia la pantalla.

Sin embargo, en el último video analizado (emitido el 18 de septiembre) vemos un contraste en oposición a esa jerarquización de la figura presidencial, que rompe con la previsibilidad que se había establecido en las conferencias de prensa anteriores: su imagen aparece tan solo cuatro veces en los primeros segundos del video, y siempre en planos generales. Lo vemos hablando con gobernadores y con los “expertos”, escena en la cual también lo muestran tomando notas. Es pertinente preguntarse si este desdibujamiento de la figura de Alberto Fernández no guarda relación con las encuestas publicadas por el diario Perfil el 3 de septiembre, en las que por primera vez la medición de la imagen positiva del presidente iguala a la negativa. En dicho estudio se advierte que su imagen positiva fue cayendo desde marzo 2020, momento en el que se registró el pico máximo (61%). Asimismo, a partir de junio 2020 se acelera el crecimiento de su imagen negativa, llegando al mes de agosto con un 47% de imagen positiva y un 48% de imagen negativa³. Estas encuestas podrían considerarse condiciones de producción del cambio en la estrategia discursiva que llevó a Alberto Fernández a discontinuar las conferencias de prensa y reemplazarlas por un video grabado y un spot locutado. Aunque luego, en un periodo que queda fuera del alcance de esta tesina, se retoman dichas conferencias.

En relación a cómo se vincula el presidente con su audiencia, es importante destacar que la Cadena Nacional es el único de los discursos en análisis en los que hay una mirada a cámara permanente⁴, construyendo así el *espacio umbilical* entre enunciador y enunciatario (Verón, 2001). Ese eje de la mirada, en el que los ojos del enunciador “conectan” con los ojos del enunciatario, es lo Verón denomina *espacio del contacto* (Verón, 2001). Esta mirada a cámara es, además, característica de la Cadena Nacional (Cingolani, 2012) y contribuye a significar que lo que el presidente está diciendo es de suma importancia y amerita renunciar a la mediación que suponen otros géneros, como la conferencia de prensa, donde los periodistas cumplen ese rol. El presidente, al mirar a cámara desde una Cadena Nacional (que interrumpe la programación de todas las emisoras de aire), mira a todo el país. Este es un rasgo propio del género y de la

³ Puede consultarse el artículo en <https://www.perfil.com/noticias/politica/se-desplomo-la-imagen-positiva-de-alberto-fernandez-a-niveles-previos-a-la-asuncion.phtml>

⁴ En el anuncio emitido el 28 de agosto, si bien el presidente mira a cámara, ese espacio umbilical se ve interrumpido por la exhibición de imágenes de archivo.

investidura presidencial, por ende anterior y exterior a la estrategia comunicacional de Alberto Fernández.

Si bien en las conferencias de prensa no hay mirada a cámara directa –lo que no permite la instauración de un *espacio umbilical*- con el espectador como enunciatario, dado que la posición de las cámaras que lo toman al presidente es coincidente con el público presente físicamente allí (conformado por periodistas y funcionarios) logra esbozarse una escena de enunciación *complementaria pedagógica*: “La estrategia del enunciador pedagógico consiste, dicho de otro modo, en definir su Otro no como un adversario poseedor de otra voluntad, sino como un Otro que no posee el saber necesario”, por eso) el enunciatario es colocado en una posición *complementaria inferior* (Verón, 2001, p. 32).

Los tamaños de plano (general, medio y primer plano) fueron en ocasiones utilizados para enfatizar ciertos conceptos o pasajes de los discursos de los oradores. En esos casos, la puesta de cámaras opera activamente en los efectos de sentido construidos. Es por eso que en los próximos niveles de análisis se describirá en qué momentos se aplicó un tamaño de plano u otro para profundizar en sus efectos.

4.3 Retórica y Argumentación

Para comenzar con este nivel de análisis veremos si los argumentos desplegados por Alberto Fernández son lógicos, emocionales, deductivos o inductivos y cuáles predominan, reparando especialmente en las pruebas *extratécnicas* (Barthes, 1990): las “filminas”.

Operaciones argumentativas de vía lógica

La mayoría de los *argumentos lógicos* desplegados a lo largo de todo el corpus se desprenden de los datos exhibidos a través de las “filminas”. En la conferencia del 10 de abril –con la primera aparición de este recurso- el presidente lo explicita de la siguiente manera⁵: “Vamos a parar en este momento para que entendamos: todo lo que acabamos

⁵ Este ejemplo es representativo de los otros discursos del corpus en los que se presentaron datos sobre el avance de la pandemia en Argentina.

de ver lo único que está demostrando es que la cuarentena tiene sentido".⁶ Esto permite ver la principal función argumentativa que cumplen estos datos: demostrar y convencer a la ciudadanía de que las medidas tomadas fueron positivas⁷ y por eso deben ser prorrogadas. Esta utilización de las "filminas" como punto de origen para los argumentos racionales es característica de la muestra, funcionado de esta manera incluso en el anuncio locutado del 18 de septiembre.

Los datos epidemiológicos de otros países son utilizados con la misma finalidad:

*"Ven ustedes lo que pasó, en Brasil y Chile, dos países cercanos a nosotros: esta es nuestra suerte de contagio, esta es la suerte de contagio de Chile, esta es la suerte de contagio de Brasil. Brasil tiene cinco veces nuestra población y Chile tiene la tercera parte de nuestra población. Quiero marcarles esto para que vean que en el continente también se reflejan los resultados de la cuarentena."*⁸

En este caso se trata, además, de un *argumento inductivo*⁹.

En el anuncio emitido el 18 de septiembre, se vuelve a comparar la situación argentina con la de otros países de la región para sostener la conclusión de que las medidas sancionadas son positivas y por consiguiente deben extenderse. Aunque en este caso no se cuenta con la palabra del presidente para afirmarlo, el argumento permanece.

También en el discurso del 10 de abril, el presidente recoge datos duros sobre la mortalidad de la enfermedad con el objetivo de apelar a la empatía de los más jóvenes para que ellos cumplan con la cuarentena, pese a no ser los más vulnerables ante el virus:

"Los mayores adultos, para que todos entendamos, son los que más riesgo corren. Esto es muy importante que lo entendamos: la mortalidad en todo el mundo en menores de 50 años es del 1%, y tal vez los que tienen menos de 50 se relajen y digan "yo no voy a ser justamente el 1%", pero tal vez sean portadores de infecciones y terminen matando a alguien de más de 75 años, porque la mortalidad de los mayores de 75 años es del 80%"

⁶ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

⁷ Fueron positivas porque evitaron mayores niveles de contagio y, por lo tanto, más muertes.

⁸ Esta frase pertenece al discurso del 10/04/2020.

⁹ Las comparaciones con otros países fueron objeto de debate en la opinión pública. Sin embargo, aquellos casos que más discursos en reconocimiento suscitaron (las comparaciones con Suecia y Noruega) fueron citados en la conferencia de prensa del 08/05/2020 que no forma parte del corpus en análisis.

Si bien este argumento parte de un dato que por sí solo debería *convencer* (los jóvenes deben cumplir las medidas para evitar contagiarse y contagiar a la población con mayor riesgo de muerte), el presidente apela a la emocionalidad a través del sentido de la responsabilidad. Otro ejemplo de esto ocurre en la conferencia del 28 de agosto: *“Es necesario que cada uno de nosotros, cada una de nosotras, sea consciente del momento que vivimos, de la responsabilidad que nos cabe a cada uno de nosotros y de nosotras. Está en nuestras manos ver cómo podemos combatir definitivamente al virus”*.

Esto da cuenta de una articulación entre los argumentos racionales y los emocionales, donde la presentación de los primeros a través de las “filminas” lleva a la introducción de los segundos.

Vemos que en los argumentos por la vía *emocional* predominan aquellos que apelan a la responsabilidad, pero el presidente también trabajó argumentos que apelaban al temor, aunque esto se hizo de dos maneras diferentes. En los primeros dos discursos el presidente menciona las sanciones a las que se exponen quienes no cumplen con las medidas dictaminadas: *“Y entiéndase que aquel que no puede explicar lo que está haciendo en la calle se verá sometido a las sanciones que el Código Penal prevé para quienes violan las normas que la autoridad sanitaria dispone”*.¹⁰ Más adelante en el tiempo, el temor se reconfigura y refiere a la posible saturación del sistema de salud, como en este *entimema* (Barthes, 1990): *“Como ya sabemos, si aumenta la circulación de personas, si nos relajamos, si nos descuidamos, no hay sistema de salud que aguante”*¹¹.

Otro argumento lógico que se repite en varios discursos podría resumirse en “a mayor cantidad de contagios, mayor sufrimiento para la sociedad”. La primera vez que aparece es el día 19 de marzo, cuando instaba a los ciudadanos a que impulsaran a sus vecinos a cumplir el aislamiento total cuando regresaban de un viaje al exterior¹²: *“Si se queda en casa nos preserva a todos, si nos preservamos todos el contagio será menor, y si el contagio es menor, vamos a sufrir mucho menos como sociedad”*¹³. Este argumento *deductivo* vuelve a apelar a la responsabilidad enmarcada en la contribución a aliviar el

¹⁰ Esta frase fue dicha en el discurso del 19/03/2020.

¹¹ Esta frase pertenece a la conferencia de prensa del 28/08/2020.

¹² En este discurso se instaura el ASPO, por lo que, hasta ese momento, solo debían cumplir cuarentena los casos confirmados, los casos sospechosos y quienes regresaban del exterior.

¹³ Otro ejemplo, del 28/08/2020: *“Lo que necesitamos es parar los contagios y si paramos los contagios, vamos a parar las muertes”*.

sufrimiento que padece la sociedad por la pandemia. La pandemia y sus consecuencias son, entonces, configuradas como un padecimiento.

El video emitido el 18 de septiembre tiene efectos más descriptivos que argumentativos, pero no por eso carece de argumentación: se vuelve a apelar por intermedio de las “filminas” a la comparación con otros países de la región para demostrar que las medidas sancionadas en nuestro país fueron y son efectivas (motivo por el cual se extienden). A diferencia de lo que ocurre en los otros discursos, no hay argumentos emocionales. Cabe preguntarse si esta ausencia está relacionada a la respuesta de la sociedad a los discursos anteriores del presidente, y representa un cambio en la estrategia, o si bien responde a una restricción propia del género. En un anuncio locutado, donde no hay presencia de la voz ni del cuerpo del presidente, apelar a lo emocional sería forzado.

Los argumentos por sí solos no constituyen una estrategia discursiva. Es por eso que se incluye en el análisis la identificación de los componentes *descriptivos*, *didácticos*, *prescriptivos* y *programáticos* de los discursos (Verón, 1987).

En el corpus predomina el componente *descriptivo* –asociado al *saber*- a través del recurso de las “filminas”: es así cómo Alberto Fernández se erige como fuente privilegiada de la inteligibilidad de esos datos (Verón, 1987). No solo presenta la información, sino que además introduce *modalizaciones apreciativas*: “*Lo mismo si uno mira la cantidad de fallecidos por millón de habitantes: el resultado de la Argentina es un resultado interesante. Como siempre digo, gracias a Dios, no tenemos los muertos que pudimos haber tenido*”¹⁴. Si bien este componente está ausente en los dos primeros discursos, es el que termina predominando.

En los primeros dos discursos se destacan los componentes que trabajan sobre el *deber*: el *prescriptivo* y el *programático*: “*El primer deber de un gobernante es cuidar la salud de su gente, es cuidar la integridad física de su gente, y lo único que estuve haciendo y estamos haciendo todos los que estamos aquí es cuidando la integridad física de aquellos a los que gobernamos*”¹⁵. Este pasaje corresponde a la modalidad *prescriptiva*, ya que cuidar la salud de la población es una necesidad ética de todos los

¹⁴ Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020.

¹⁵ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020.

gobernantes y no solo del presidente. Es por ello que alude a los Gobernadores y a otros funcionarios del Poder Ejecutivo Nacional (*“Todos los que estamos aquí”*).

Si bien en los dos primeros discursos es cuando se anuncian la mayor cantidad de medidas económicas y sanitarias, el componente *programático* se sigue utilizando a lo largo de todo el corpus, aunque con menor protagonismo:

“Nosotros vamos a seguir ayudando a sobrellevar este momento: lo hemos hecho y lo seguimos haciendo. Ahora viene el segundo pago del IFE, que va a alcanzar a 9 millones de personas; vamos a seguir colaborando con la Asignación del trabajo y la producción, donde el 99% de quienes lo reciben son pymes y allí vamos a seguir ayudando al pago de salario de los trabajadores del sector privado, y ya tenemos casi medio millón de personas que se han anotado y que han recibido el préstamo a tasa cero de monotributistas y autónomos”.¹⁶

Como puede verse a través de estos ejemplos, los componentes asociados a la modalidad del *saber* se trabajan sobre los datos epidemiológicos, que contribuyen a la constatación de los hechos: son el balance de las medidas tomadas hasta el momento. Es por eso que comienza a predominar esta modalidad a partir del 10 de abril, con la introducción de las “filminas”. Los componentes que trabajan sobre la modalidad del *deber*, en cambio, tienen mayor preponderancia en los primeros dos discursos.

Cabe preguntarse si la pérdida de protagonismo de los componentes pragmáticos y programáticos está relacionada con los efectos del paso del tiempo en la sociedad: por la extensión de la cuarentena y el hastío que eso provocó, por las dificultades en el acceso a los programas de asistencia económica propuestos desde el Poder Ejecutivo (IFE, ATP, crédito para las pymes, el bono para el personal de salud, entre otros). Los recursos retóricos no se ven afectados por esto hasta el discurso del 28 de agosto, cuando se opta por un video grabado del presidente hablando a cámara, mucho más breve que las conferencias de prensa. Esto se acentúa en el anuncio locutado del 18 de septiembre, cuando la figura del presidente solo se muestra brevemente al inicio del video.

¹⁶ Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020.

Operaciones argumentativas de vía psicológica/emotiva

Hasta aquí se analizaron los argumentos de tipo lógico trabajados por el presidente. Pero para indagar en la estrategia persuasiva de un enunciador es necesario analizar también cómo se presenta en el discurso. Para una primera aproximación, se identificarán los *móviles* y los *influenciadores* construidos en el corpus para determinar cuáles han sido los predominantes (Bremond, 1982).

En cuanto a los *móviles*, se advierte que los dos que han sido movilizados por el enunciador son el *ético* y el *pragmático*. El móvil *ético* apela a la responsabilidad de cumplir con las medidas sancionadas: *“Yo quiero que cada paso que demos hacia adelante sea un acuerdo social, que todos estemos de acuerdo en asumir la cuota de responsabilidad que tenemos de hacer lo que las autoridades sanitarias recomiendan”*¹⁷.

Como en el ejemplo citado por Bremond¹⁸, la cuarentena es presentada como un estímulo negativo (el remedio de feo sabor, en el ejemplo aludido), pero necesario para alcanzar la recompensa a posteriori, que en este caso sería la reducir los contagios y las muertes al evitar el colapso del sistema sanitario:

“El único remedio que todos los infectólogos y epidemiólogos sostienen que tiene sentido es resguardarse en las casas de cada uno, y que por lo tanto tenemos que recurrir a él para lograr el objetivo que nos marcamos el primer día: aletargar la velocidad de contagio y haciendo más liviana la velocidad para garantizar que el sistema de salud pueda dar respuesta a los que se infecten y necesiten ser atendidos médicamente”.¹⁹

De los móviles trabajados se desprenden los *influenciadores* construidos en los discursos. El *móvil ético*, en el corpus en análisis, se asocia con mucha frecuencia al *influenciador obligador*, que apela a la conciencia de un deber, que es la responsabilidad ciudadana que se debe asumir para contribuir a la disminución de los contagios. Este influenciador utiliza la figura de *juramento* (Bremond, 1982), mediante la cual afirma enérgicamente esta demanda de responsabilidad:

“Es más necesaria que nunca la responsabilidad personal, que tiene impacto colectivo para lograr minimizar los riesgos. Es necesario que cada uno de nosotros, cada una de

¹⁷ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

¹⁸ “Sócrates, enfermo, bebió el medicamento prescripto para curarse”, siendo este un purgante de feo sabor (Bremond, 1982, p. 97-98).

¹⁹ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020 y es representativo de cómo se utilizó a lo largo de todo el corpus.

nosotras, sea consciente del momento que vivimos, de la responsabilidad que nos cabe a cada uno de nosotros y de nosotras. Está en nuestras manos ver cómo podemos combatir definitivamente al virus”.²⁰

Nuevamente vemos que hay una diferencia entre los primeros dos discursos y los cuatro posteriores. En las alocuciones del 13 de marzo y del 19 de marzo se identifica un influenciador *intimidador* que no vuelve a aparecer. Este influenciador busca movilizar el miedo a través de las penalidades a las que se arriesga aquel que no cumpla con lo dispuesto en las medidas: “*Aquellas personas que infrinjan el aislamiento establecido tendrán responsabilidades penales*”²¹.

Hasta aquí se han mostrado las recurrencias: el presidente moviliza los *móviles éticos* y *pragmáticos* a través de un *influenciador obligador* o *intimidador*. Sin embargo, también se identificó en una oportunidad la apelación a un *influenciador seductor*, pero con un desvío: no moviliza el *móvil hedónico*, sino que apela al *ético*.

“Esto es un logro nuestro como sociedad y tenemos que seguir trabajando igual. Así que les pido que no nos relajemos creyendo que las cosas ya están, que sigamos con mucha atención porque no sabemos dónde está el enemigo, y que si seguimos haciendo las cosas bien, siguiendo el teorema de Gorosito, es muy posible que las cosas terminen saliendo bien”.²²

Se trata de un *influenciador seductor* por intermedio de la *deprecación* (Bremond, 1982) que moviliza el deseo, en este caso, de colaborar para que las cosas “*salgan bien*”. Aquí la recompensa es concomitante a la acción de quedarse en casa, porque es la contribución a la resolución del problema que representa la pandemia lo que constituye dicha recompensa. Pero el móvil no es *hedónico* (aunque la recompensa sea inmediata), sino que parte de la ética del influenciado.

Ethos y pathos

Otra vía para analizar cómo se construye la figura del enunciador es el *ethos*. Vitale identifica en los discursos brindados por Alberto Fernández durante el periodo del ASPO en el AMBA un *ethos pedagógico oral* (Vitale 2020, 2021). Como ya se mencionó

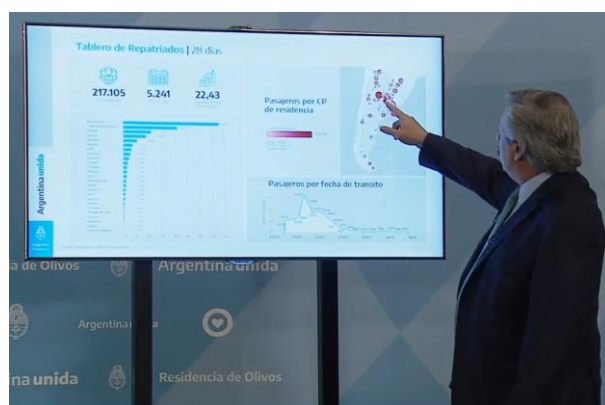
²⁰ Este fragmento corresponde al discurso del 28/08/2020 y es representativo de lo que ocurre a lo largo del corpus.

²¹ Este fragmento corresponde al discurso del 13/03/2020.

²² Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

oportunamente, este *ethos* se caracteriza por un habla metacomunicativa, que se refiere a la explicación brindada y el aprendizaje esperado por el auditorio y se expresa en frases como “¿Se entiende?”²³. Otros rasgos definitorios de este *ethos* son las recapitulaciones de los contenidos dichos en discursos anteriores, las explicaciones, la recontextualización de datos epidemiológicos que son llevados a un lenguaje más coloquial²⁴, y el uso de recursos didácticos, como las “filminas”.

En la conferencia de prensa del 10 de abril, el presidente se pone de pie y se dirige a la pantalla donde se exhiben las diapositivas para ir señalando en el monitor aquellos datos que considera relevantes. La puesta en escena remite a una clase:



Otro punto a señalar en la construcción del *ethos* es la relación que construye con sus enunciatarios a partir de las “filminas”. Al plantear una puesta en escena que remite a una clase, el presidente se sitúa en un rol docente, pero lo hace de un modo *paternalista*. Ese *paternalismo* habilita al presidente a aleccionar a la ciudadanía. En varias ocasiones Alberto Fernández “reta” a quienes no cumplían con la cuarentena, o a aquellos que no asumían la responsabilidad ciudadana de acatar las medidas preventivas para disminuir la circulación del virus y lo hace también desde lo gestual, levantando el dedo índice de su mano derecha. Si bien este gesto es característico del presidente desde antes de su asunción²⁵, en estos discursos vuelve a presentarse, tomando otra configuración. La primera vez que lo realiza es en la Cadena Nacional del 13 de marzo: “La realidad es que esta pandemia nos convoca como sociedad, nos convoca al Estado Nacional, a cada

²³ Esta pregunta retórica, y otras similares, es muy recurrente en el corpus.

²⁴ Por ejemplo: “Esto es lo que llamábamos achatar la curva” (10/04/2020).

²⁵ En los debates previos a la elección presidencial, el gesto que Alberto Fernández realiza con el dedo fue interpretado por el entonces oficialismo y parte de la prensa como un gesto acusatorio. Ver: <https://www.lanacion.com.ar/politica/el-dedo-acusador-alberto-fernandez-repercutio-redes-nid2296946/>

provincia, a cada municipio, a **cada uno y a cada una**” (En negrita se marca el momento en que realiza el gesto):



En esta construcción de un *docente paternalista* que además de “enseñar”, “reta” a su “alumnado” se pone en juego un rasgo generacional, ya que en la actualidad los docentes o los padres –figuras de autoridad- se valen de recursos más pedagógicos y menos aleccionadores para abordar cuestiones ligadas a la conducta. Asimismo, la relación que se construye hoy con los estudiantes o con los hijos toma en consideración su subjetividad, sus necesidades y su palabra, algo que no estuvo presente en ningún momento de la estrategia desplegada por el presidente. Vemos, entonces, que al presentarse como un maestro que enseña a la población por intermedio de las “filminas”, se busca atenuar la impronta autoritaria que hay detrás de la apelación a los *influenciadores obligadores e intimidadores* desarrollada anteriormente.

Hasta aquí se analizó el *ethos mostrado* por el presidente a partir de los elementos contextuales que se introdujeron en sus discursos y su gestualidad. Pero es también necesario analizar el *ethos dicho*, aquello que es explicitado por el orador al referirse a sí mismo, o bien para construir una imagen de sí.

En el discurso del 19 de marzo, Alberto Fernández se presenta ante cámaras acompañado por cuatro gobernadores. Agradece explícitamente a ellos y a todos los que formaron parte de una reunión en la que se decidieron los pasos a seguir. Esto da cuenta de una determinada construcción de su autoridad: una que reconoce a los otros gobernantes y sus puntos de vista para tenerlos en consideración al momento de tomar decisiones. Adicionalmente los invita a compartir escenario en múltiples ocasiones, lo que también contribuye a crear esa imagen de sí como un líder dialoguista, que busca

construir consensos antes que imponerse de manera autoritaria: *“Estamos trabajando codo a codo con el Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires”*²⁶. La mención al jefe de gobierno toma especial relevancia si se considera que es miembro del principal partido opositor a su gobierno y posible contendiente en las elecciones presidenciales de 2023. En todos los discursos siguientes –incluido el video locutado– el presidente agradece la colaboración de los gobernadores, reforzando así su perfil moderado y dialoguista. Ese perfil era, además, necesario por una razón pragmática: sus decisiones debían ser acompañadas por los gobernadores opositores para que fueran exitosas.

Su autoridad también se construye a partir del diálogo permanente con los expertos, que asesoran al presidente sobre las medidas a tomar para ralentizar la circulación del virus: *“Ayer yo estuve hablando con los científicos y los epidemiólogos, que siempre nos asesoran”*²⁷. Otra evidencia de esto es la cita al Dr. Pedro Cahn, presente en varios discursos: *“Hoy me decía el Dr. Pedro Cahn [...] el virus no nos busca a nosotros, nosotros somos los que vamos a buscar al virus”*.²⁸

Esta apelación permanente a los expertos no solo construye una imagen de Fernández como alguien que se asesora correctamente antes de tomar decisiones, sino que da cuenta de la capacidad del presidente para comprender una materia ajena a su formación y realizar una suerte de traducción a la ciudadanía de lo que los profesionales de la salud sugieren: *“Aunque ya, a esta altura, confieso que en epidemiología estoy bastante experto”*²⁹.

Mediante estas alusiones a los expertos y la incorporación de otros gobernantes a las conferencias de prensa, Alberto Fernández construye su autoridad, sobre todo, hacia el interior de la clase política y en particular de cara a sus co-gobernantes.

Por último, otro elemento mencionado por el orador que forma parte de la construcción de su imagen es la elaboración y gestión de un plan para la Argentina durante la pandemia por COVID-19:

²⁶ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020.

²⁷ Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020.

²⁸ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

²⁹ Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020.

“Me voy a poner al frente para poder garantizar aquello que nos hemos propuesto, que es tratar de evitar que el ritmo del contagio se acelere de tal modo que el sistema sanitario argentino no lo pueda atender. Hemos previsto un plan, por el cual manteniendo distancia entre nosotros, teniendo los cuidados de los que estamos hablando, guardándonos en nuestras casas y si se propaga, porque se va a propagar, que se propague lentamente, de modo tal que los contagios crezcan de tal modo que el sistema sanitario argentino pueda hacer frente a ello. Hemos calculado absolutamente todo”³⁰.

Podría decirse, entonces, que construye su imagen de autoridad a partir de tres pilares: el *diálogo* permanente con otros gobernadores en la previa a la toma de decisiones sobre las medidas sanitarias, el *asesoramiento* con los *expertos*, la elaboración y *gestión* de un *plan sanitario*. Es en línea con esa construcción dialoguista que se aprecia una clara atenuación de la polémica en sus alocuciones.

Luego de analizar la construcción del *ethos* es pertinente pensar cómo se relaciona con el *pathos*. Como se mencionó previamente, los *argumentos emocionales* se movilizaron a partir del temor y del sentido de la responsabilidad enlazado con un compromiso ético hacia la sociedad.

El *ethos pedagógico oral* y de la figura de un *docente paternalista* por parte del presidente, por otro lado, construyen un efecto de distancia y de autoridad hacia la ciudadanía, aunque se busca atenuar esto último mediante la puesta en escena de una clase. Alberto Fernández se posiciona como alguien que porta un saber del que la sociedad carece y, además, “reta” a aquellos individuos que no cumplen con las medidas sancionadas. Por lo tanto, se establece una relación complementaria y de autoridad.

En cuanto a la construcción de su autoridad, esta apunta más a la política que a la ciudadanía. El *tono dialoguista* mediante el cual se relaciona con la oposición y con los gobernadores, así como las menciones a los *expertos* y a la gestión de un *plan sanitario*, dan cuenta de conversaciones de las que la sociedad no forma parte. La ciudadanía, entonces, no tiene voz ni voto en las políticas sanitarias del Poder Ejecutivo Nacional, a diferencia de lo que ocurre con los otros actores mencionados.

Esta articulación *pathos-ethos* dista de ser empática, ya que se trabajan emociones como el temor y el deber, desde una construcción del enunciador distante con la ciudadanía, ya que se posiciona en un lugar de saber y autoridad.

³⁰ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020.

Recapitulando

Habiendo analizado todos estos componentes de la Retórica y la Argumentación de Alberto Fernández se alcanzan las siguientes conclusiones.

Predominan los argumentos emocionales que apelan al sentido de la responsabilidad (a excepción de los primeros dos discursos, donde se moviliza el temor) y los argumentos lógicos parten en la mayoría de los casos de la presentación de las “filminas”. En cuanto a los *componentes*, predomina el *descriptivo*, ya que a partir del 10 de abril el presidente dedica la mayor parte de sus alocuciones al repaso de los principales indicadores del avance de la pandemia en el país, ubicándose como el portador de un *saber* que el resto de la población no posee y por ello debe explicárselo. Ese saber, además, es el que habilita luego la construcción de un *influenciador obligado* e *intimidador*: porque conoce la situación epidemiológica del país, conoce mejor que nadie los riesgos que esta implica y por ello debe alentar a la sociedad para que cumpla con las medidas impuestas desde el Poder Ejecutivo Nacional. El presidente no solo posee un saber sobre el avance de la pandemia en el país, también porta el saber sobre cómo atenuar su impacto.

En relación al orador en sí mismo, como ya fue dicho, este moviliza mayormente los móviles *éticos* y *pragmáticos* a través del influenciador *obligado* o *intimidador*.

Los *móviles éticos* apelan al sentido de la responsabilidad al que el presidente recurre mediante sus *argumentos emocionales*, mientras que los *pragmáticos* se asocian a los *argumentos lógicos* que se despliegan a partir de la exposición de las “filminas”, que a su vez está asociada al *componente descriptivo* predominante en el corpus. El *influenciador intimidador* es utilizado en aquellos momentos en los que Alberto Fernández busca infundir el temor en la sociedad y esto ocurre con mayor frecuencia en los primeros dos discursos. El *influenciador obligado*, en cambio, es el predominante y sus influencias también se encuentran ligadas a las “filminas”, ya que los *argumentos lógicos* allí expuestos dan lugar a los *argumentos emocionales* que apelan al sentido de la responsabilidad por el cual la sociedad es persuadida a respetar las medidas sancionadas por el Poder Ejecutivo Nacional.

Vemos entonces que las “filminas” no son un mero recurso contextual e informativo, sino que son el centro de la estrategia argumentativa y de persuasión de

Alberto Fernández. A raíz de los datos allí expuestos se desprenden los *argumentos* tanto *lógicos* como *emocionales* y permiten al presidente tomar el rol de *influenciador obligado*, que es el predominante, por intermedio de los *móviles éticos* y *pragmáticos*. También el *ethos pedagógico oral* se encuentra relacionado con las “filminas”, como lo señala Vitale (2020, 2021), ya que el habla metacomunicativa, las recapitulaciones y la recontextualización parten de ese recurso.

El *ethos paternalista*, en cambio, sí está presente desde la Cadena Nacional del 13 de marzo, aunque vinculado al aleccionamiento de la ciudadanía para que esta cumpla con las medidas sancionadas. Lo mismo ocurre con su construcción de autoridad apalancada en los tres pilares ya mencionados.

Se aprecia, entonces, que las estrategias argumentativas puestas a funcionar en los primeros dos discursos son muy diferentes a las aplicadas a las cuatro alocuciones posteriores. En las primeras dos predominan los argumentos que apelan al temor (y por consiguiente se destaca el *influenciador intimidador*) y los *componentes prescriptivos* y *programáticos*, a diferencia de lo que ocurre a partir del 10 abril, cuando pasan a tomar mayor protagonismo los argumentos que apelan al sentido de la responsabilidad y el *componente descriptivo*. Sí se advierte una continuidad en los *móviles éticos* y *pragmáticos*, que se encuentran en los seis discursos.

El *ethos pedagógico-oral* también gana protagonismo a partir de la conferencia de prensa del 10 de abril, aunque en este sentido sí hay una estrategia de mayor continuidad a raíz del *paternalismo* y la construcción discursiva de su autoridad, presentes desde el primer discurso.

Esta construcción del *ethos* de Alberto Fernández es inescindible del contexto político en el que asume la presidencia, luego de haber sido designado públicamente para ser candidato a dicho rol por la vicepresidenta –y expresidenta- Cristina Fernández de Kirchner. Tanto la prensa como dirigentes opositores han cuestionado la capacidad de Fernández para desempeñarse como presidente, e incluso si él sería quien desempeñaría efectivamente ese cargo³¹. Este contexto obligaba al presidente a construir una imagen de sí como autoridad competente y con fuerte voluntad para la toma de decisiones durante la pandemia, pero con un estilo más dialoguista y conciliador que el de su vicepresidenta.

³¹ Ver: <https://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/alberto-y-cristina-como-sera-su-gobierno-en-argentina-427942> y <https://www.lavoz.com.ar/opinion/cual-de-fernandez-manda/>

Podría considerarse, entonces, que esta construcción de *ethos* es, en parte, una respuesta a esos discursos previos sobre Alberto Fernández.

La construcción de una puesta en escena que remite a una clase, con las “filminas” y el *ethos pedagógico oral*, posibilitaron la atenuación del autoritarismo encarnado por el tono *paternalista* del presidente, mediante el cual instaba a la población a *obedecer* las medidas sancionadas. Los datos ofrecidos a la población buscaban que esta *comprendiera* el estado de situación y las decisiones tomadas para frenar el avance de la pandemia, pero al mismo tiempo se pedía *obediencia*, apelando al temor y al sentido de responsabilidad, para que ese llamado a respetar la autoridad fuera menos explícito y, por ende, construyera una imagen Alberto Fernández como un presidente ejerciendo autoridad sin ser abiertamente autoritario.

4.4 Agenda temática y figuraciones

Operaciones del tratamiento verosímil

Dados los diferentes géneros y formatos empleados por Presidencia a lo largo del corpus, este nivel comenzará el análisis sobre los temas a partir de los “posibles de decir” vinculados a los diferentes géneros involucrados.

Un primer concepto que permite dar cuenta de la dimensión temática en la estrategia semiodiscursiva del presidente es la construcción del *verosímil* (Metz, 1967). Este análisis comenzará por el *verosímil de género*, entendiendo que las leyes de un género se derivan de obras anteriores (Metz, 1967).

En el primer discurso en análisis, la Cadena Nacional, no se rompe el *verosímil* tradicional de este género. Por el contrario, se ciñe por completo a él (Cingolani, 2012), tanto desde la puesta en escena (el presidente sentado en su despacho presidencial, con símbolos patrios en el plano) como desde el contenido. Incluso la elección del género para este discurso está alineada al *verosímil*, puesto que fue utilizada para dar cuenta de una de las situaciones previstas por la legislación vigente: “*Situaciones graves*,

*excepcionales o de trascendencia institucional*³². La pandemia era, en efecto, una situación excepcional.

En relación al segundo discurso, estamos por primera vez ante una conferencia de prensa. Allí la puesta en escena construida remite efectivamente al género, al igual que en el caso de la Cadena Nacional:



La presencia de un atril dispuesto en un escenario forma parte de lo *esperable* para una conferencia de prensa. Sí se advierte un desvío, que igualmente no podría considerarse una ruptura del *verosímil*: el presidente de la Nación se encuentra acompañado por cuatro gobernadores, aunque él es el único que hace uso de la palabra. Otro desvío del género es la ausencia de preguntas por parte de la prensa. Si bien están allí presentes físicamente los periodistas acreditados en la residencia de Olivos, estos no realizan preguntas.

A partir de la conferencia de prensa del 10 de abril advertimos una clara ruptura del *verosímil* cuando se introducen las “filminas”. No es esperable que durante una conferencia de prensa brindada por el presidente se introduzcan *pruebas extratécticas* (Barthes, 1990) como estas. La puesta en escena que se construye en torno a las “filminas” está más asociada –como ya fue analizado en el nivel anterior- a la de una *clase*. En la conferencia del 4 de junio, además de las “filminas”, se proyecta un video que antecede a la exposición del primer mandatario, introduciendo así un segundo elemento que representa una ruptura con el *verosímil del género*.

En el discurso del 28 de agosto, la puesta en escena sí remite a un anuncio presidencial: Alberto Fernández habla desde su despacho en Olivos, y mira a cámara.

³²Ley Nacional 26.522, artículo 75.

Desde hace tiempo en Argentina es habitual que los presidentes se dirijan a la ciudadanía mediante videos grabados previamente, por lo que el *diferido* no constituye una ruptura del *verosímil*³³. Sin embargo, las “filminas” continúan presentes, por lo que ese elemento sí introduce una fractura.

Por último, el video emitido el 18 de septiembre es el discurso que mayor distancia tiene con el *verosímil* de los anuncios presidenciales, puesto que la palabra de Alberto Fernández no aparece y su imagen solo se muestra en los primeros segundos. La ausencia total de su voz y casi completa de su cuerpo representa una fuerte ruptura.

Además de analizar los elementos vinculados al *género*, en los discursos de Alberto Fernández se presentan otros rasgos que ameritan ser pensados desde la construcción del *verosímil*: la actitud y el tono que adopta el presidente al momento de presentar las “filminas” también representan una ruptura. No se trata únicamente del elemento en sí mismo, sino además de cómo se desenvuelve Alberto Fernández en torno a ellas. Como ya fue analizado en el capítulo anterior, se construye una puesta en escena que remite a la de una clase en la que el “profesor” (el presidente) explica los datos que allí se presentan.

Asimismo, algunas expresiones coloquiales, que pueden identificarse en los discursos que fueron emitidos en vivo, rompen con el *verosímil* de un presidente, de quien se espera un tono más formal³⁴. En aquellas alocuciones que fueron grabadas previamente no se advierten frases fuera de protocolo y esto puede deberse a que en esas ocasiones los discursos fueron pronunciados de acuerdo a lo escrito o pautado con anterioridad. El directo, por el contrario, habilita la espontaneidad.

Vemos, entonces, que en tres de los cinco discursos se presenta una ruptura del *verosímil de género*, siendo las excepciones la Cadena Nacional del 13 de marzo y la conferencia de prensa del 19 del mismo mes. Sin embargo, el tono coloquial está presente desde esa conferencia, al igual que en todos los discursos emitidos en vivo. Al analizarlo cronológicamente vemos que a medida que se suceden los discursos se

³³ Como en esta Conferencia de prensa brindada por el entonces presidente Mauricio Macri: https://www.youtube.com/watch?v=SuFi2DcM0qk&ab_channel=Infobae (14/08/2019).

³⁴ Un ejemplo puede verse en la conferencia de prensa del 19/03/2020: “Hemos tomado el toro por las astas desde el comienzo”. Otro ejemplo, del 10/04/2020: “Les pido disculpas porque mi huso horario evidentemente es distinto al del resto de la gente”. Un fragmento del 04/06/2020: “El problema está a la vuelta de la esquina si no nos cuidamos”.

produce mayor distanciamiento y luego la ruptura con el *verosímil de los géneros utilizados*.

Operaciones de figuración

En segundo lugar, en este nivel se analizarán las *figuraciones*. Estas operaciones permiten significar algo por intermedio de otra cosa (Traversa, 1997) y es por ello que permite articular lo mencionado en el nivel de análisis anterior –con foco en *lo retórico*- y lo trabajado aquí, en relación a *lo temático*.

En la Cadena Nacional la única operación figural que se identifica es la de “*alarma generalizada*” a través de la cual se define el momento que se estaba viviendo por la declaración de “pandemia” a partir del brote por COVID-19. A partir de esa operación, el presidente define las principales responsabilidades del Estado (*motivo* en el que se profundizará más adelante): “*En situaciones de **alarma generalizada** es imprescindible el rol del Estado para prevenir, tranquilizar y brindar protección a la población*”³⁵.

En la conferencia de prensa del 19 de marzo se presenta por primera vez³⁶ al virus como un “*enemigo invisible*”. A partir de esta *figuración* se introduce una serie de *figuraciones* bélicas (señaladas en negrita):

“*Uno está peleando contra un **enemigo invisible**, que se mete en el cuerpo de nosotros y uno no lo puede detectar, pero uno tiene dos **peleas**: que son la **pelea** contra la pandemia y la **pelea** permanente que se da contra la psicosis, esa sensación de que todo es muy grave, de que todo es irreparable y que nada se puede hacer*”³⁷.

Esta forma de enunciar a la pandemia como una *pelea* y al virus como un *enemigo invisible* habilita en discursos posteriores la construcción discursiva de la cuarentena como una empresa colectiva, en la que la *responsabilidad social* y la unidad son imprescindibles para *derrotar* al virus, como puede verse en la conferencia de prensa siguiente:

³⁵ Este fragmento corresponde al discurso del 13/03/2020.

³⁶ Considerando únicamente a los discursos en análisis, ya que la figura del *enemigo invisible* surgió en la conferencia de prensa del 15/03/2020 que forma parte del corpus de control.

³⁷ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020.

*“Es una **pelea difícil** que seguimos **peleando** contra un **enemigo invisible** [...] por lo tanto debemos preservarnos y la única forma que tenemos para preservarnos es estar en nuestras casas [...] Lo importante es que nadie se vuelva displicente”.*³⁸

En esa misma conferencia de prensa, la *cuarentena* es figurada como “el *único remedio*”³⁹, como un “*esfuerzo*” que tuvo sentido haber realizado⁴⁰ y también como un “*martirio*”⁴¹. Sin embargo, la pandemia es presentada como un “*problema*”⁴². Vemos entonces que la carga emocional está puesta sobre la cuarentena y no sobre la pandemia, que es en definitiva la razón del aislamiento.

Además de las *figuraciones* bélicas, en este discurso se utilizó una *operación figural* que relaciona al objetivo de la disminución de contagios con una *meta*, como se estiliza en el mundo corporativo: “*Estamos muy lejos de haber llegado a la meta.*”⁴³

En la conferencia de prensa del 4 de junio vuelve a emerger la *figura* del “*esfuerzo*”: “*Por eso, cuanto más **esfuerzo** hagamos en protegernos, en preservarnos, mejor será*”⁴⁴. También se reitera la del “*problema*”: “*Tenemos que entender que no superamos el **problema***”⁴⁵.

En el video que se exhibe durante este discurso se *figura* el *compromiso de la sociedad* a través de los individuos que allí aparecen, dado que están respetando las principales medidas de prevención: utilizan barbijos, respetan la distancia social y se registra la temperatura a un trabajador antes de ingresar a su lugar de trabajo.

Este compromiso de respetar las medidas de cuidado no se *figura* al mismo nivel, en la puesta en escena de los discursos del presidente. El único elemento presente a partir del 19 de marzo es el alcohol en gel. En la conferencia de prensa del 4 de junio, vemos que se incrementa la distancia social entre los participantes y que utilizan el

³⁸ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

³⁹ “*El **único remedio** que todos los infectólogos y epidemiólogos sostienen que tiene sentido es resguardarse en las casas de cada uno*”.

⁴⁰ “*Estuvo visto que el **esfuerzo** tuvo sentido, y esto no es resultado de un gobierno, es resultado de una sociedad que entendió, y yo celebro ver el alto nivel de adhesión que tiene la continuidad de la cuarentena*”.

⁴¹ “*Nadie sabe cuándo va a terminar este **martirio***”.

⁴² “*Y yo lo que quiero más mostrarles (sic) y que todos entendamos es que no fue en vano quedarse en casa, que fue bueno, que nos alivió el **problema**, que aún existe*”

⁴³ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

⁴⁴ Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020.

⁴⁵ Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020.

alcohol en gel en sus manos. Asimismo, se llega a vislumbrar el barbijo de Alberto Fernández en la mesa, aunque no lo está usando⁴⁶.

En el anuncio presidencial grabado, nuevamente se *figura* a la cuarentena como un “**esfuerzo**”⁴⁷ y a la pandemia como un “*problema*”⁴⁸. Y reaparece una *figuración* bélica, explícita que había estado ausente en la conferencia del 4 de junio: “*Está en nuestras manos ver cómo podemos **combatir** definitivamente al virus*”⁴⁹.

Por último, en el video del 18 de septiembre, se ilustra a través de las imágenes de archivo lo que enuncia la locutora. Por caso, cuando ella dice “*A partir del diálogo constante con los expertos y con los gobernadores y governoras de todo el país*” se muestra al presidente conversando con esos actores. Al igual que ocurrió en el video emitido durante la conferencia del 4 de junio, aquí se muestra nuevamente a los individuos respetando las medidas de prevención. También se incluyen las “filminas” que dan cuenta gráficamente de lo que relata la locutora. Si bien aquí no hay *operaciones figurales*, es oportuno retomar en esta instancia la función de anclaje que ejercen estas imágenes sobre el discurso verbal.

También se *figura* el *rol del Estado* mostrando imágenes de la construcción de hospitales modulares: “*El aislamiento temprano y el compromiso de la sociedad nos permitieron fortalecer un sistema que no hubiera sido capaz de dar respuesta*”⁵⁰, gracias a los cuales se pudo evitar la saturación del sistema de salud.

Vemos, entonces, que si bien la *figura* del “*enemigo invisible*” que da lugar a la configuración de la pandemia como una “*pelea*” es explicitada en solo dos ocasiones -19 de marzo y 10 de abril- las metáforas bélicas continúan presente en la estrategia presidencial a través de la constante apelación a la *responsabilidad social*. Esta *figuración* convive con la asociada al “*problema*” que representaba la pandemia, en tanto versión atenuada de la primera. En ese caso, y de manera implícita, se asocia a la cuarentena

⁴⁶ En la conferencia de prensa del 17/07/2020 –que forma parte del corpus de control- sí se ve a los participantes usar barbijo, que solo se lo quitan al momento de hablar.

⁴⁷ “*Esto es porque hasta ahora no se ha saturado el sistema de salud, gracias al **esfuerzo** que hicimos como sociedad*”. Este fragmento corresponde al discurso del 28/08/2020.

⁴⁸ “*El **problema** ya no es solo del AMBA, el **problema** está en todo el país*”. Otro ejemplo, también del discurso del 28/08/2020: “*Estamos muy lejos de haber resuelto el **problema***”.

⁴⁹ Este fragmento corresponde al discurso del 28/08/2020.

⁵⁰ Este fragmento corresponde al discurso del 18/09/2020.

como la *solución*. Por último, la cuarentena es *figurada* explícitamente como un “esfuerzo” realizado por la sociedad en su conjunto y como el único “*remedio*”.

Además de las *figuraciones* a través de la palabra o de las imágenes mostradas en los videos, hay otros elementos que permiten dar cuenta de estas operaciones, como la escenografía y la vestimenta. En relación a la escenografía, y como ya fue mencionado oportunamente, en la Cadena Nacional se ve una bandera argentina y una foto del presidente luciendo la banda presidencial. En la conferencia de prensa del 19 de marzo y el anuncio del 28 de agosto también vemos la bandera, al igual que en varias escenas incluidas en el video emitido el 18 de septiembre. En las conferencias del 10 de abril y del 4 de junio, en cambio, el único símbolo patrio presente es el Escudo Nacional en el banner, que además es de color celeste. La presencia de estos elementos *figura* al Estado Nación, mientras que la banda presidencial que se llega a ver en la foto que sale en cuadro en la Cadena Nacional *figura* un atributo de mando. En cuanto a la vestimenta, vemos al presidente de traje y corbata en todas sus apariciones, lo que contribuye a la construcción de una imagen presidencial.

A partir del 19 de marzo –día en que el presidente anuncia el comienzo del ASPO- Alberto Fernández se dirige a la población desde la residencia de Olivos, es decir, su casa. Cabe preguntarse si esta decisión no buscaba *figurar* que incluso el presidente adoptaba el “teletrabajo” que se recomendó en marzo de 2020. La inclusión de otros participantes a sus conferencias de prensa contribuye a *figurar* el estilo dialoguista de Alberto Fernández. El presidente incluso menciona explícitamente en más de una ocasión que se trabaja de manera coordinada y unida con otros dirigentes⁵¹. Al ir abordando distintas aristas de la pandemia en sus discursos, en ocasiones trae la palabra de otros gobernadores para dar cuenta de que el diálogo es permanente con ellos, y no solo con quienes lo acompañan en escena⁵².

Por último, en el análisis de la dimensión temática se definirán los *temas* y *motivos* recurrentes en el corpus (Segre, 1985)

⁵¹ “Estamos junto al Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y al Gobernador de la Provincia de Buenos Aires trabajando juntos, muy bien, tratando de resolver el problema”. Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020.

⁵² Como puede verse el 04/06/2020: “Ayer me comentaba Omar Perotti de un caso que se dio en un distrito que está pegado a Reconquista”. Otro ejemplo, del 10/04/2020: “Ahora nosotros nos hemos propuesto ver, a partir de lo que los gobernadores han dicho, analizar el modo de ir escuchando esos casos de comunidades que pueden seguir funcionando por sí mismas, sin conectarse con lugares en riesgo”.

El tema principal –del que surgen todos los demás- es la *pandemia*. Como se mencionó anteriormente, esta fue definida en la Cadena Nacional del 13 de marzo como una situación “*de alarma generalizada*” en la que era “*imprescindible el rol del Estado para prevenir, tranquilizar y brindar protección a la población*”. Es por esto que el presidente decide dictar el primer DNU que amplía la “*emergencia pública en materia sanitaria*”⁵³.

De la *pandemia* surgen los diferentes personajes, asociados al *rol del Estado*: los gobernadores⁵⁴, los ministros⁵⁵ y las fuerzas de seguridad. Alberto Fernández les asigna una tarea o un papel a estos actores en sus discursos. Por otro lado, emerge la figura de los “*expertos*”.

Los *motivos temáticos* vinculados a estos personajes y a su accionar serán analizados en función de los *bloques temáticos* identificados en los discursos del presidente: el primero es sobre la *pandemia* y las *medidas sanitarias*, el segundo bloque trata sobre el *rol del Estado*, el tercero aborda la *economía*, con especial atención al dilema que se plantea entre salud y economía, y el último refiere a la *responsabilidad ciudadana* a la que el presidente apela.

La pandemia y medidas sanitarias

Este tema se construye a partir de los siguientes *motivos* recurrentes: la *recomendación de los expertos*, la *cuarentena* y los *tratamientos* y, puntualmente, las *vacunas*.

El *motivo* de la *recomendación de los expertos* es movilizado en casi todos los discursos:

*“Estamos actuando según las recomendaciones realizadas por la Organización Mundial de la Salud, las autoridades de los países más afectados y de nuestros expertos y sociedades científicas”*⁵⁶

⁵³ Estos fragmentos corresponden al discurso del 13/03/2020.

⁵⁴ “*Acá me acompañan cuatro gobernadores [...] Con ellos hemos decidido conformar un gabinete federal que permanentemente vaya atendiendo la evolución de la pandemia y vaya resolviendo el problema que ha surgido*”. Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020.

⁵⁵ “*A cada Ministerio que corresponde le asigné una misión*”. Este fragmento corresponde al discurso del 13/03/2020.

⁵⁶ Este fragmento corresponde al discurso del 13/03/2020. Otro ejemplo puede verse el 10/04/2020: “*Hoy me decía el Dr. Pedro Cahn [...] el virus no nos busca a nosotros, nosotros*”.

En el video publicado el 18 de septiembre se jerarquiza aún más su recomendación, ya que es lo primero que menciona la locutora: *“A partir del diálogo constante con los expertos...”*⁵⁷.

Vemos, entonces, que la función de este *motivo* es demostrar que las medidas sancionadas por el Poder Ejecutivo Nacional cuentan con un aval “científico”. Estas recomendaciones operan como un respaldo a las decisiones presidenciales.

En cuanto al *motivo* de la *cuarentena*, este se vuelve más recurrente a partir del 10 de abril, ya que es el primer discurso en análisis que brinda luego de la sanción del ASPO (anunciado el 19 de marzo). Es introducido por el presidente para exhibir por intermedio de las “filminas” los resultados obtenidos en materia sanitaria: *“Nosotros llevamos ya, desde el día 20 de marzo, una cuarentena que se extiende hasta el lunes próximo. Vemos, primero, qué es lo que nos pasó en esta cuarentena”*⁵⁸.

Al atribuirle a la *cuarentena* los resultados parciales en materia sanitaria, este *motivo* aparece muy vinculado al de *responsabilidad ciudadana*, que por su recurrencia e implicancias será analizado de manera independiente: *“Estamos muy lejos de haber llegado a la meta, por eso quiero marcar lo importante de que sigamos cumpliendo la cuarentena. Lo importante es que nadie se vuelva displicente frente a estos datos”*⁵⁹.

En los discursos del 28 de agosto y 18 de septiembre no se pronuncia la palabra *cuarentena*, sino que se habla de *restricciones*: *“Desde el Gobierno Nacional recomendamos incrementar las restricciones de manera transitoria para reducir la circulación de las personas”*⁶⁰. Pese a este desvío en el significante, podría considerarse que el *motivo* movilizado en la precedente cita es el de la *cuarentena*. Es posible que se haya evitado la palabra *cuarentena* de manera deliberada, considerando que este concepto había sido capitalizado por la oposición, en crítica al gobierno por la “*cuarentena eterna*”.

somos los que vamos a buscar al virus [...] Si nos quedamos en casa el riesgo de encontrarnos con el virus es absolutamente nulo”.

⁵⁷ Este fragmento corresponde al discurso del 18/09/2020.

⁵⁸ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

⁵⁹ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020. Otro ejemplo de esto puede verse el 04/06/2020: *“Esto es –como siempre digo- producto del esfuerzo de todos los argentinos, de una sociedad que ha entendido el riesgo y se ha protegido”.*

⁶⁰ Este fragmento corresponde al discurso del 18/09/2020.

Como se advierte en los ejemplos, este *motivo* es utilizado en las conferencias de prensa para describir los resultados parciales de la pandemia en el país, así como para solicitar a la ciudadanía que acate las restricciones. Cumple una función descriptiva que luego moviliza argumentos persuasivos.

Por último, se analizará el *motivo* de los *tratamientos y vacunas*. Inicialmente el presidente asocia a la *cuarentena* con el “*único remedio*” existente en los primeros meses de la pandemia: “*Seguimos sin conocer ni el remedio, ni la vacuna que la evite. El único remedio que todos los infectólogos y epidemiólogos sostienen que tiene sentido es resguardarse en las casas de cada uno*”⁶¹.

Este *motivo* vuelve a emerger el 28 de agosto, cuando ya se habían conocido las primeras informaciones sobre el desarrollo de *vacunas*⁶²:

*“En este tiempo, también, la ciencia ha logrado notables avances con tratamientos y vacunas que se están investigando. En la Argentina produciremos una vacuna para toda Latinoamérica. Hoy tenemos un horizonte temporal mucho más claro, mucho más completo. Por eso no podemos descuidarnos ahora”*⁶³.

En ese discurso, Alberto Fernández anuncia flexibilizaciones en las restricciones a la circulación, permitiendo reuniones sociales al aire libre de hasta diez personas en el AMBA (en algunas provincias esto ya estaba permitido). En ese contexto, el *motivo* de *tratamientos y vacunas* es utilizado como un elemento que posibilita dichas flexibilizaciones, aunque sigue llamando a la *responsabilidad ciudadana* (“*Por eso no podemos descuidarnos ahora*”), mientras que en el primer ejemplo se figura a la *cuarentena* como un “*remedio*” que la sociedad debe “tomar”.

Si bien desde lo discursivo se plantea que las vacunas marcan un “*horizonte temporal mucho más claro*” que habilita relajar ciertas medidas, teniendo en cuenta el hartazgo de la sociedad, no habría que descartar a los discursos que circulaban tanto en la sociedad como en los medios⁶⁴ como condición de producción de la decisión.

⁶¹ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

⁶² El 12/08/2020 se anunció que en la Argentina se producirían las vacunas de Oxford-AstraZeneca

⁶³ Este fragmento corresponde al discurso del 28/08/2020.

⁶⁴ Como puede verse en el siguiente ejemplo: https://www.clarin.com/zonales/emotivo-reencuentro-abuelo-geriatrico-vicente-lopez-amiga-alma_0_Gtzc48j4.html

El rol del Estado

En este tema se identifican los siguientes *motivos* recurrentes: *DNU y resoluciones del Ministerio de Salud, sanciones, fuerzas de seguridad y gestión*.

Los *motivos* de *DNU y resoluciones del Ministerio de Salud* son más recurrentes en los primeros dos discursos, ya que allí se enumeran la mayoría de las medidas, como puede verse en la siguiente cita: “*Hemos tomado el toro por las astas desde el comienzo y nos hemos abocado a dar respuestas rápidas [...] En estos días dictamos más de 30 medidas de todo tipo*”⁶⁵. A medida que avanzan los discursos (y el tiempo), este *motivo* va perdiendo recurrencia.

Relacionado al *motivo* de *DNU* se encuentra el de las *sanciones*, ya que estas surgen de lo dictaminado en esos decretos: “*Aquellas personas que infrinjan el aislamiento establecido tendrán responsabilidades penales*”⁶⁶. Otra emergencia del *motivo* de *sanciones* se presenta en el discurso siguiente: “*Aquel que no pueda explicar qué está haciendo en la calle se verá sometido a las sanciones que el Código Penal prevé*”⁶⁷. A partir de la conferencia de prensa del 10 de abril deja de surgir este *motivo*.

La autoridad competente que debía hacer cumplir estas *sanciones* son las *fuerzas de seguridad*: “*A partir de las 00 horas, la Prefectura, la Gendarmería, la Policía Federal y las policías provinciales estarán controlando quién circula por las calles*”⁶⁸. Este *motivo*, al estar ligado al de *sanciones*, emerge recurrentemente en los primeros dos discursos y luego desaparece.

Estos tres *motivos* cumplen una función similar: la de establecer un marco regulatorio a las medidas sancionadas desde el Poder Ejecutivo Nacional (los *DNU*), con sus posibles consecuencias legales (las *sanciones*) y los actores encargados de ejecutarlas (las *fuerzas de seguridad*).

En cuanto a la *gestión*, este *motivo* es utilizado para dar cuenta del accionar del Poder Ejecutivo Nacional en torno a la pandemia y las acciones concretas que se llevan a

⁶⁵ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020.

⁶⁶ Este fragmento corresponde al discurso del 13/03/2020.

⁶⁷ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020.

⁶⁸ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020.

cabo para “combatirla”: *“Fuimos con Wado a ver lo que estamos haciendo en Tecnópolis, que es un enorme centro de internación para 2.400 infectados leves”*⁶⁹.

Este *motivo* no solo es trabajado desde las palabras del presidente, sino también a partir de las imágenes mostradas en el último discurso. Mientras que se escucha lo siguiente se proyectan las imágenes de referencia: *“El aislamiento temprano y el compromiso de la sociedad nos permitieron fortalecer un sistema de salud que no hubiera sido capaz de dar respuesta”*⁷⁰.



La *gestión*, en este caso, refiere a la construcción de hospitales modulares y al fortalecimiento del sistema de salud.

Federalismo

Mediante este tema articulador el presidente alude a los gobernadores y a su relación con ellos, lo que también exhibe la construcción de su propia autoridad, como fue abordado en el capítulo anterior:

*“Les he pedido a todos los gobernadores la máxima severidad [...] Acá me acompañan cuatro gobernadores, hoy estuvieron todas las provincias, las que no estuvieron presentes estuvieron por teleconferencia. A todos les doy las gracias por su apoyo, a todos les doy las gracias por su compromiso. Con ellos hemos decidido conformar un gabinete federal que permanentemente vaya atendiendo la evolución de la pandemia y vaya resolviendo el problema que ha surgido”.*⁷¹

⁶⁹ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020. Otro ejemplo puede verse en el discurso del 04/06/2020: *“Hemos destinado 50 millones a cuatro grupos de científicos para que desarrollen esos kits”.*

⁷⁰ Este fragmento corresponde al discurso del 18/09/2020.

⁷¹ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020. Otro ejemplo puede verse en el discurso del 04/06/2020: *“Hoy, les contaba, tuve una reunión muy larga con todos los gobernadores [...]”*

Este *tema* permite, entonces, no solo explicar a la ciudadanía que se trabaja articuladamente desde el Poder Ejecutivo Nacional con los diferentes gobiernos provinciales, sino que también construye una imagen de Alberto Fernández como un presidente *dialoguista y conciliador*. Cumple de esta manera con un doble objetivo.

En el video locutado del 18 de septiembre, surge nuevamente el *federalismo*, pero con un desvío en relación a sus emergencias anteriores: “*Las autoridades locales seguirán siendo las que determinen qué nuevas indicaciones van a disponerse en cada territorio [...] Por eso desde el gobierno nacional recomendamos incrementar las restricciones de manera transitoria*”⁷². En esta ocasión se traslada la responsabilidad de la decisión final a los gobernadores, mientras que antes se planteaba que las decisiones se tomaban en conjunto y en base al diálogo permanente entre el Poder Ejecutivo Nacional y las Provincias.

Cabe preguntarse si esta decisión de trasladar la responsabilidad a las provincias no se relaciona con las encuestas citadas anteriormente que revelaban la caída en la imagen positiva del presidente y su potencial vínculo con el agotamiento de la sociedad por las restricciones impuestas.

Economía

Dentro del gran tema de la Economía, se identifican otros temas articuladores, como el *control de precios*, los *subsidios*, el *dilema salud-economía*⁷³ y la *reactivación económica*.

El primero de ellos es trabajado por el presidente en la Cadena Nacional del 13 de marzo: “*Fijar precios máximos para alcohol en gel, barbijos y otros insumos críticos*”. Y vuelve a aparecer el 10 de abril, junto al motivo de DNU: “*Hemos puesto en marcha desde el día miércoles un DNU que ha cambiado la Ley de Abastecimiento, que permite que controlemos en conjunto gobernadores, Estado Nacional y municipios cómo evolucionan*

Tenemos que seguir trabajando muy juntos y unidos porque el problema no está resuelto y porque el problema puede aparecer en cualquier momento, en cualquier lugar”.

⁷² Este fragmento corresponde al discurso del 18/09/2020.

⁷³ El motivo del *dilema salud-economía* es más recurrente en los discursos que forman parte del corpus de control, como es el caso de la conferencia de prensa del 25/04/2020: “*No quiero que me hagan caer en el falso dilema de la salud o la economía, porque [...] yo prefiero que una fábrica no trabaje porque sus empleados están en cuarentena y no porque porque sus empleados están enfermos*”.

los precios". Al mencionar la articulación con otros gobernantes, también se pone a funcionar el tema *federalismo*.

Otro tema vinculado a la *economía* es el de *subsidios, transferencias directas y otras formas de asistencia económica* –que, además, conectan de manera directa con el *Rol del Estado*- que aparece tanto el 10 de abril⁷⁴ como el 4 de junio: "*Ahora viene el segundo pago del IFE, que va a alcanzar a nueve millones de personas; vamos a seguir colaborando con la Asignación del Trabajo y la Producción*"⁷⁵.

Tanto los *controles de precios* como los *subsidios* son presentados como las respuestas del gobierno a las consecuencias económicas que tuvieron la pandemia y el ASPO.

En cuanto al *dilema salud-economía*, este aparece al responder a un periodista: "*De un punto del PBI que se cae, de ahí se vuelve, de donde no podemos volver es de una vida perdida*"⁷⁶. En esta frase también se construye un imaginario del *rol del Estado*, entendiendo que este debe privilegiar la vida por sobre el desarrollo económico.

En el video proyectado durante la conferencia de prensa del 4 de junio, en voz de la locutora, emerge el tema *reactivación económica*: "*La reactivación de las actividades sociales, comerciales y productivas se da en todas las regiones*". En ese mismo video se ofrecen datos de la actividad económica en el país. Al igual que ocurre con el *motivo de la gestión*, en esta ocasión las imágenes que acompañan dan cuenta de diferentes actividades económicas y productivas:



⁷⁴ "*Para el sector informal creamos el IFE y lo que tenemos que hacer es mejorar para que el IFE funcione bien*".

⁷⁵ Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020. En esa misma conferencia de prensa se mencionaron otros programas de subsidios, tales como la Tarjeta Alimentar y la AUH.

⁷⁶ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

Aunque no sea explicitado, la inclusión de estos datos e imágenes de la *reactivación económica* pueden interpretarse como una respuesta al debate mediático y a las críticas de la oposición sobre los daños que la cuarentena tenía sobre la economía del país⁷⁷.

Lo que sí se manifiesta de modo explícito en el video son las diferencias entre el AMBA y el resto del país, tanto a nivel epidemiológico, como económico y productivo:

*Una Nación con realidades muy distintas, por eso la pandemia no impactó en todas las provincias de la misma manera. La reactivación de las actividades sociales, comerciales y productivas se da en todas las regiones, pero con protocolos diferentes y en distintos tiempos. Actualmente, las autoridades sanitarias indican que cerca del 15% del país se encuentra en una situación de transmisión comunitaria. Por eso en estas zonas es necesario sostener las medidas de aislamiento y reforzar el programa Detectar [...] Pero el 85% del país logró evitar la propagación del virus. En casi todas las regiones ya están en marcha fábricas, comercios y diversos emprendimientos productivos*⁷⁸.

A partir de esta cita vemos que los protocolos y medidas sancionadas fueron diferentes en distintas zonas del país en función de la cantidad de casos positivos y de la transmisión comunitaria. Esto no solo da cuenta de la *reactivación económica*, sino además del *federalismo* en la toma de decisiones, dado que en aquellas regiones donde fue posible, se aplicó un protocolo distinto al que se puso en marcha en el AMBA, que fue la zona más afectada y en la cual el descontento social se manifestó más rápidamente.

Responsabilidad ciudadana

El *motivo* de la *responsabilidad ciudadana* es muy recurrente a lo largo de todo el corpus. Como se analizó en el nivel anterior, el presidente pidió en todos sus discursos a la sociedad que respetara las diferentes medidas que se iban sancionando, enfatizando que de ese cumplimiento dependía el éxito del “combate” al “*enemigo invisible*” que representaba el COVID-19.

En la Cadena Nacional este *motivo* se asoció al aislamiento que debían cumplir aquellos individuos que regresaban del exterior, o quienes tenían un diagnóstico

⁷⁷ En esta nota se reponen las críticas y la respuesta del presidente:
<https://www.mendoza.elpost.com/nota/152080-fernandez-lo-que-complico-la-economia-fue-la-pandemia-no-la-cuarentena/>

⁷⁸ Este fragmento corresponde al video proyectado el 04/06/2020.

confirmado de COVID-19: *“Le pido a cada ciudadana y a cada ciudadano que también tomen las medidas de prevención que estamos y estaremos difundiendo”*⁷⁹. A partir del 19 de marzo, cuando se anuncia el comienzo del ASPO, esta *responsabilidad ciudadana* apuntaba al cumplimiento de la *cuarentena*: *“La única forma que tenemos para preservarnos es estar en nuestras casas. Y yo les pido que así como lo hicieron hasta ahora, sigan haciendo lo mismo: quédense ahí en sus casas”*⁸⁰.

Cabe señalar que este *motivo* no solo se configura para hacer un llamado al acatamiento de las medidas sancionadas, sino también para “felicitarse” a la sociedad por los resultados que la *cuarentena* va presentando: *“Esto es un logro nuestro, de cada argentino y de cada argentina, de la sociedad toda [...] Tanto esfuerzo no es en vano”*⁸¹.

Otro ejemplo, que combina el pedido de seguir respetando las medidas y el reconocimiento al rol que le asigna al acatamiento de la *cuarentena* como medida de prevención:

*Cuanto más esfuerzo hagamos en protegernos, en preservarnos, mejor será. Y que la Argentina hoy esté ocupando el lugar que ocupa respecto de los casos confirmados acumulados al 2 de junio demuestra que hemos hecho las cosas bien como sociedad. Yo siempre digo esto porque me parece importante*⁸².

En el anuncio grabado y emitido el 28 de agosto –más breve que las alocuciones anteriores- nuevamente aparece el *motivo* de la *responsabilidad ciudadana* al hablar de las flexibilizaciones en las medidas: *“Es más necesaria que nunca la responsabilidad personal, que tiene impacto colectivo”*⁸³.

El 28 de agosto se advierte una asociación del *motivo* de la *responsabilidad ciudadana* con el de *gestión*:

Hasta ahora no se ha saturado el sistema de salud, gracias al esfuerzo que hicimos como sociedad, el incremento de camas de terapia intensiva con respirador, la construcción de

⁷⁹ Este fragmento corresponde al discurso del 13/03/2020.

⁸⁰ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

⁸¹ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

⁸² Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020. Otro ejemplo de este *motivo* de la misma conferencia de prensa: *“Es muy importante la responsabilidad social, fundamentalmente del país en blanco”*. La referencia al país en blanco refiere a aquellas zonas con mejor cantidad de infectados, según lo que se mostraba en las “filminas”.

⁸³ Este fragmento corresponde al discurso del 28/08/2020. Otro ejemplo de ese mismo anuncio *“Está en nuestras manos ver cómo podemos combatir definitivamente al virus”*.

*hospitales modulares y por el compromiso incesante de los trabajadores y trabajadoras de la salud*⁸⁴

Los *trabajadores de la salud* son amalgamados con la población general, o con trabajadores de otros sectores que siguieron trabajando pese a las restricciones a la movilidad. Pero no son presentados como parte de la gestión estatal que busca dar respuesta a la pandemia en el país. De hecho son muy pocas las menciones al personal de salud a lo largo de todos los discursos en análisis.

De esta manera, advertimos que tanto la *responsabilidad ciudadana* como las acciones impulsadas desde el Poder Ejecutivo Nacional son consideradas los factores que impidieron la saturación del sistema de salud. Se jerarquiza, entonces, de la misma manera al esfuerzo de la sociedad y a las medidas estatales.

Esta serie de ejemplos permite ver que a pesar de que va avanzando el tiempo –y el agotamiento de la sociedad crece- el arsenal argumentativo mediante el cual se requiere la *responsabilidad ciudadana* no cambia: se le atribuye al *esfuerzo* que hizo la sociedad al cumplir con las restricciones los buenos resultados en materia de contagios, a la vez que les solicita que sostengan –y/o refuercen- las medidas de prevención. Al mismo tiempo, el presidente felicita a la sociedad por la *responsabilidad ciudadana* demostrada.

En este sentido se le asigna un lugar protagónico a la ciudadanía: mediante su accionar han impedido un nivel de propagación del virus que pudiera saturar el sistema de salud. Recién en el discurso brindado en agosto, el presidente introduce allí una segunda variable del éxito al mencionar las obras realizadas para fortalecer el sistema sanitario.

Cuarentena, ASPO y DISPO

Además de los temas y motivos recurrentes en el corpus, que definen la agenda temática del presidente, es pertinente analizar el tratamiento de las palabras *cuarentena*, *ASPO* y *DISPO*, que fueron las utilizadas para definir las restricciones en la circulación.

En la Cadena Nacional la palabra *cuarentena* definía al aislamiento estricto que debían cumplir quienes regresaban del exterior, tenían síntomas compatibles con COVID-19, un diagnóstico confirmado, o bien habían estado en contacto con casos sospechosos

⁸⁴ Este fragmento corresponde al discurso del 28/08/2020.

o confirmados. Por aislamiento estricto se entiende que estos individuos no podían salir de sus casas.

A partir del 19 de marzo, el vocablo *cuarentena* comienza a ser utilizado como sinónimo del ASPO (que se inicia ese mismo día), situación que determinaba que los ciudadanos permanecieran en sus casas la mayor cantidad de tiempo posible, pero habilitando las salidas para realizar ciertas actividades⁸⁵. De modo que a partir de esa fecha se reconfigura el significado de la palabra *cuarentena*.

El 4 de junio el presidente acuña un nuevo término: el *DISPO* (*Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio*):

*¿Qué pueden hacer en el distanciamiento social, los que vivan en lugares con distanciamiento social? Podemos ver que las personas allí pueden trabajar, circular y realizar sus actividades siempre que guarden la distancia de 2 metros [...] En estos lugares de distanciamiento social no podrán reunirse más de 10 personas, cumpliendo el distanciamiento y nunca superando la ocupación del 50 por ciento del lugar donde se reúnen.*⁸⁶

Al plantearse un escenario heterogéneo en materia de restricciones, el 28 de agosto el presidente ya no utiliza la palabra *cuarentena*, sino que al anunciar su extensión habla de “medidas de cuidado, el aislamiento sanitario, el distanciamiento físico”⁸⁷. En ese mismo discurso se habilitaron los encuentros sociales al aire libre de hasta diez personas en el AMBA, motivo por el cual el propio concepto de ASPO deja de significar lo mismo a partir de ese día⁸⁸. Siguiendo con lo planteado en el discurso anterior, el 18 de septiembre la locutora habla nuevamente de “medidas de cuidado” y “restricciones”.

Vemos, entonces, que la palabra *cuarentena* tuvo dos significados diferentes y que el concepto de ASPO se ve modificado implícitamente el 28 de agosto, motivo por el cual en el último discurso en análisis ya no se utilizan ninguno de los conceptos anteriores. Al

⁸⁵ Este permiso para circular aplicaba para pocas actividades, como la compra de alimentos y/o medicamentos, a excepción de aquellos trabajadores considerados *esenciales* que también podían asistir a sus lugares de trabajo. A medida que fue pasando el tiempo, las actividades permitidas fueron aumentando.

⁸⁶ Este fragmento corresponde al discurso del 04/06/2020.

⁸⁷ Este fragmento corresponde al discurso del 28/08/2020.

⁸⁸ En el AMBA el ASPO finaliza el 6/11/2020, día a partir del cual esa zona ingresa al DISPO.

darle más de un significado a la palabra *cuarentena*, volviéndola un sinónimo del ASPO⁸⁹, que también fue sufriendo modificaciones para incluir cada vez más actividades dentro de las permitidas, no hubo definiciones claras que permitieran dar cuenta de las distintas instancias que se vivieron en materia de restricciones. A partir del concepto de DISPO se pueden diferenciar las diversas situaciones que se vivían en el país.

Recapitulando

Habiendo analizado la *construcción del verosímil*, las *figuraciones*, los *temas* y *motivos*, se alcanzan las siguientes conclusiones.

En relación a la *construcción del verosímil de género*, este se rompe por primera vez en la conferencia de prensa del 10 de abril a raíz de la introducción de las “filminas” y de la interacción que el presidente establece con ellas, remitiendo a una puesta en escena asociada a la de una clase. Esta ruptura se profundiza a medida que avanzan los discursos, por la introducción de un video el 4 de junio y –especialmente- en el anuncio grabado y locutado del 18 de septiembre, donde el cuerpo presidencial está ausente casi por completo.

Otro elemento que contribuye a esa ruptura del *verosímil* es la informalidad que el presidente adopta en su modo de hablar en los discursos emitidos en vivo. Si bien esto por sí solo no permitiría hablar de una fractura del *verosímil* en el caso de la conferencia de prensa del 19 de marzo, al combinarse con los otros factores previamente mencionados, sí generan ese efecto de sentido en las conferencias de prensa del 10 de abril y del 4 de junio.

Por último, se advierte que las *figuraciones* puestas a funcionar en los discursos están estrechamente ligadas a los *temas* y *motivos* trabajados por Alberto Fernández. El hecho de *figurar* al virus como un *enemigo* invisible, a la pandemia como un *martirio* y un *problema*, y a la cuarentena como un *esfuerzo* y el *único remedio* habilitan la introducción de los motivos de *cuarentena* y de la *responsabilidad social*, considerándolas como las herramientas fundamentales para “*derrotar*” al COVID-19. Las *figuraciones bélicas*, además, permiten trabajar la *responsabilidad social* no solo desde lo individual, sino

⁸⁹ Como puede verse en el discurso del 10/04/2020: “Solo vamos a dictar un decreto que prorrogue la cuarentena ya dispuesta, el aislamiento social, preventivo y obligatorio, y miro a Vilma porque es la que se aprende esa definición”. Vilma Ibarra es la Secretaria Legal y Técnica de Presidencia de la Nación.

también desde lo colectivo, ya que cuando un país es “atacado” por un “enemigo” (la pandemia por COVID-19), la respuesta debe ser conjunta: la ciudadanía y los dirigentes políticos debían unirse para dar esa “batalla”.

En relación al *rol del Estado*, este se *figura* a través de las imágenes de archivo exhibidas en los videos de la conferencia de prensa del 4 de junio, y en los discursos del 28 de agosto y 18 de septiembre, donde se muestra la *gestión* estatal al construir los hospitales modulares. Lo mismo ocurre con el *motivo* de la *reactivación económica* que se trabaja únicamente el 4 de junio al mostrar escenas de fábricas en funcionamiento.

También se pueden poner en relación las *figuraciones* sobre el cuerpo presidencial con el *ethos* analizado en el capítulo anterior, ya que todos los discursos a partir del 19 de marzo –día en que se anuncia el comienzo del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO)- se brindan desde la residencia de Olivos y no desde la Casa Rosada, es decir que el presidente se dirige a los argentinos desde *su casa*. Un segundo elemento que justifica este diálogo entre *figuración* y *ethos* es la presencia de otros actores en las conferencias de prensa de Alberto Fernández, puesto que buscan connotar que el primer mandatario se encuentra acompañado por otros gobernantes, pero desde un lugar de mayor autoridad. Por último, la introducción de las “filminas” el 10 de abril trae aparejada la fractura del *verosímil de género* y la *figuración* de la conferencia de prensa como una clase, lo que se vincula con el *ethos pedagógico-oral*.

Se advierte una continuidad temática a lo largo de todo el corpus a través de cuatro grandes ejes temáticos: la pandemia y las medidas sanitarias, el rol del Estado, la economía y la responsabilidad ciudadana.

Sobre el *rol del Estado* predominó el *tema articulador de federalismo*, gracias a la permanente mención del diálogo y convivencia con los gobernadores de todas las provincias al momento de la toma de decisiones, incluyendo en ello a los dirigentes opositores. La mención recurrente al *federalismo* responde a la necesidad ya analizada en el nivel anterior de una construcción de la autoridad de Alberto Fernández como el legítimo primer mandatario del país, con un estilo diferente al de su vicepresidenta.

Un *motivo* identificado en el *tema del rol del Estado* es el de la *gestión*, que tiene mayor preponderancia en los primeros dos discursos y luego se va desdibujando hasta

que emerge con mayor fuerza en los últimos dos: este resurgimiento puede deberse al agotamiento de la ciudadanía ante tan prolongada cuarentena.

En las conferencias del 10 de abril y del 4 de junio tuvo mayor protagonismo el *motivo* de la *cuarentena*, configurándola como la mejor medida sanitaria que podía tomarse, sin ahondar en qué medidas estaba tomando el Estado para acompañar ese esfuerzo de la sociedad que acataba el aislamiento.

En aquellos discursos donde más se trabajó el *motivo* de la *responsabilidad ciudadana* –que es el más recurrente de todo el corpus- por el cumplimiento de la cuarentena, se tematizó muy poco qué estaba haciendo el Estado para acompañar ese rol activo de la ciudadanía. Ante el agotamiento de la sociedad, se invierte esa relación, dando mayor lugar a la *gestión* del Estado, mientras que la *responsabilidad ciudadana* aparece también para “felicitar” el compromiso de la sociedad y pedir que continúe en el tiempo.

En el discurso del 18 de septiembre se menciona a través del *motivo* de la *gestión* que el Estado pudo reforzar el sistema de salud gracias al compromiso de la sociedad que acató el ASPO, jerarquizando al mismo nivel la intervención estatal y el accionar de la ciudadanía. Esto *figura* un desdibujamiento del poder del Estado y, por consiguiente, de la autoridad presidencial, quien por definición posee mayor capacidad de intervención que la ciudadanía, incluso cuando esta actúa de manera conjunta.

4.5 Enunciación

Como ya fue mencionado oportunamente, en las conferencias de prensa se alternan los planos medios al presidente con planos generales que lo muestran acompañado por Gobernadores (el 19 de marzo), por miembros de su gabinete (el 10 de abril) y por el Jefe de Gobierno de la Ciudad y el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires (en la conferencia del 4 de junio). En estos tres casos, los cambios en los tamaños de plano tienen un *efecto enunciativo*, que es lo que se analizará en el presente nivel: connotan que el *enunciador* se encuentra acompañado en sus decisiones, que está respaldado por los otros mandatarios del país. Asimismo esto construye otro efecto: la

clase dirigente está unida, lo que constituye todo un acontecimiento político en épocas de “grieta”.

En función de la ubicación de Alberto Fernández en la escena que comparte con otros gobernantes o funcionarios, es pertinente analizar qué pasa con el *cuerpo presidencial* (Traversa, 1997) y cómo se constituye en *dispositivo*: en las conferencias de prensa, Alberto Fernández está siempre ubicado en un lugar protagónico dentro de la escenografía, y esto es acompañado por la puesta de cámaras. No solo porque es a quien más tiempo vemos en pantalla, sino porque al enfocarlo predominan los planos medios. Ocasionalmente se pasa a un plano general que recuerda al espectador que el presidente se encuentra acompañado, y únicamente en la conferencia de prensa del 19 de marzo se enfoca a los otros presentes mientras el presidente habla, dejándolo fuera de cuadro.

En estos tres discursos se construyen efectos enunciativos muy similares. Lo contrario ocurre en la Cadena Nacional del 13 de marzo, el video grabado del 28 de agosto y el video locutado del 18 de septiembre, donde se desplegaron estrategias disímiles.

En el primer caso, como ya se analizó en los niveles anteriores, la puesta en escena y de cámaras responde al género de la Cadena Nacional. Allí, entonces, los *efectos enunciativos* son los clásicos del género y están más asociados a la investidura presidencial que a una estrategia particular de Alberto Fernández.

En el video del 28 de agosto el presidente habla solo frente a cámara, en el centro del plano y establece el *espacio umbilical* –al igual que ocurre en la Cadena Nacional-, que en este caso solo es interrumpido cuando se muestran a pantalla completa las “filminas” e imágenes de archivo. Estas se exhiben a medida que el presidente va abordando diferentes temáticas:



En los momentos donde no se muestra al presidente, sí se continúa escuchando su voz, de modo tal que está presente a lo largo de todo el discurso.

En el video locutado del 18 de septiembre, en cambio, el cuerpo del presidente aparece pocos minutos, sobre el inicio del mismo y en ningún momento se escucha su voz. Esto implica un quiebre en la estrategia enunciativa que se venía desplegando, en la que Alberto Fernández tenía un rol protagónico y se ubicaba siempre en el centro de la escena, que se construía en torno a su figura. Aquí, por el contrario, hay un borramiento casi completo de su cuerpo.

El cambio de estrategia del 18 de septiembre puede responder a las encuestas de imagen que ya no eran favorables a Fernández. Siguiendo esa hipótesis, esta decisión podría responder a la necesidad de resguardar una imagen que comenzaba a caer. Como

consecuencia del borramiento del cuerpo de Alberto Fernández, se produce una mayor distancia enunciativa entre el primer mandatario y su *enunciatario*.

Aunque con estrategias diversas, desde el primer discurso hasta el 28 de agosto inclusive, advertimos un *efecto enunciativo* a partir de la presencia del presidente en un rol central, de protagonismo, que lo diferencia de sus acompañantes y de otros dirigentes. Cabe preguntarse si esto forma parte de una estrategia semiodiscursiva propia de él, o si se debe a la investidura presidencial. Es decir, ¿Alberto Fernández protagoniza este rol central o es el cargo que ocupa?

No es posible responder a esta pregunta sin atender a otros discursos que operan como *condiciones de producción* de la estrategia semiodiscursiva del presidente. Como ya fue señalado en otros niveles del análisis, desde el momento en que la vicepresidenta designó a Alberto Fernández para encabezar la fórmula presidencial en las elecciones de 2019 circularon discursos que señalaban que era precisamente Cristina Fernández de Kirchner quien estaría al frente de las decisiones gubernamentales. Entre otras razones, esto se creía así porque es ella quien posee un electorado propio. A raíz de esto, Alberto Fernández debía rebatir esas especulaciones fortaleciendo semiodiscursivamente su rol. En ese sentido, ubicarlo en un lugar central de la puesta en escena y jerarquizar a su figura mediante la puesta de cámaras contribuía a crear una imagen de Fernández como el portador de la autoridad presidencial.

El *enunciador* que se construye, entonces, es a partir de la investidura presidencial. Por lo tanto, quien está en el centro de la escena y en un rol jerarquizado en relación a sus acompañantes no es Alberto Fernández, sino el *Presidente de la Nación*.

Otra cuestión a indagar es si esa ubicación física contribuye a establecer un vínculo eficaz y directo con la ciudadanía (el *enunciatario*).

Uno de los elementos que permite esbozar una respuesta a este interrogante es el *espacio umbilical* (Verón, 2001). Únicamente en la Cadena Nacional y en el video grabado del 28 de agosto se instaura exitosa y persistentemente. En los otros discursos, al mirar a quienes están físicamente presentes en el salón de prensa y no a cámara, se construye un *espacio de intercambio* (Verón, 2001), que por sus características no permite una interpelación activa al *enunciatario*. De modo tal que este queda excluido.

Vemos, entonces, que en la mayoría de los discursos se generó una distancia con el *enunciatorio*, con las únicas dos excepciones de la Cadena Nacional y el video grabado gracias al *espacio umbilical* generado en esas dos ocasiones.

Siguiendo la afirmación de que lo que se jerarquiza enunciativamente es la investidura presidencial, cuando en el video locutado del 18 de septiembre se borra el cuerpo y la voz de Alberto Fernández, también se está difuminando la autoridad presidencial⁹⁰.

Otro rasgo que permite dar cuenta de la construcción del *cuerpo presidencial* como *dispositivo* es el aspecto corporal y gestual que captan las cámaras, ya que esos elementos también forman parte de la construcción del *enunciador*.



Como puede verse en la imagen, se evidencia un aumento de peso. Asimismo puede vislumbrarse el agotamiento físico, que se manifiesta en la coloración más oscura de las ojeras y bolsas. Por último, se nota un crecimiento en el cabello, aunque el presidente se muestra siempre peinado.

⁹⁰ Esto es así no solo desde lo enunciativo, sino también desde lo temático, ya que lo que se dice en el video es que el Gobierno Nacional **recomienda** a las Provincias la extensión de las medidas.

Habiendo analizado la construcción del *cuerpo presidencial* como un *dispositivo* (Traversa, 1997) y de Alberto Fernández como *enunciador*, es momento de abordar la construcción del *enunciatario*.

Teniendo en cuenta que se apela permanentemente a la *responsabilidad ciudadana* para disminuir los contagios de COVID-19, el *enunciatario* construido es el individuo. Ese individuo que encarna al *enunciatario* no es interpelado desde su adhesión partidaria, tampoco como ciudadano que posee el derecho al voto, sino como parte de una comunidad, ya que la preservación de la salud de esa comunidad depende de que cada uno tome las medidas adecuadas para prevenir la enfermedad. El *enunciatario* es, entonces, un individuo que tiene una *responsabilidad* hacia su comunidad en tanto parte de ella.

Esto vuelve aún más significativo que no se establezca el *espacio umbilical*, dado que genera un efecto persuasivo mayor, y permite que el *enunciatario* se sienta parte del discurso que está oyendo y sea interpelado por él. Al no dirigir la mirada a cámara es como si Alberto Fernández no formara parte de la misma comunidad que el *enunciatario* al que se dirige, ya que él mira a quienes están físicamente en la sala de prensa.

Desde lo *Retórico* y lo *Temático* se dirige claramente a la población. Sin embargo, desde lo *Enunciativo* esto no se construye con tanta claridad, debido a la ausencia del *espacio umbilical* y la instauración de un *espacio de intercambio* en el cual el electorado queda excluido (Verón, 2001)⁹¹.

Dado que el corpus en análisis está formado por *discursos políticos*, además de analizar la construcción del *enunciador* y *enunciatario*, es necesario identificar a los tipos de *destinatarios* a los que se interpela (Verón, 1987)⁹².

En la Cadena Nacional del 13 de marzo predominan las interpelaciones al *paradestinatario*, ya que allí se explica el estado de situación de Argentina en el marco de

⁹¹ Si bien en la Cadena Nacional del 13 de marzo y en el video grabado del 18 de agosto sí se establece el *espacio umbilical*, teniendo en cuenta lo que ocurre en la mayoría de los discursos, se afirma que el efecto de conjunto construido en el corpus es este.

⁹² Esta parte del análisis se realizará de manera cronológica con la intención de mostrar su evolución en el tiempo.

la pandemia declarada por la OMS y se informan las primeras decisiones del gobierno, aunque también se detectan algunas apelaciones al *prodestinatario*⁹³.

En el segundo discurso, donde se anuncia el comienzo del ASPO en todo el país, se encuentran más interpelaciones explícitas al *contradestinatario*: “Y entiéndase que aquel que no pueda explicar qué está haciendo en la calle se verá sometido a las sanciones que el Código Penal prevé⁹⁴”. A partir de este discurso empieza a construirse la figura del *contradestinatario* como quien no acata las medidas sanitarias sancionadas.

En las conferencias de prensa del 10 de abril y del 4 de junio, por el contrario, se interpela más al *prodestinatario* y al *paradestinatario*. Al explicar –por intermedio de las “filminas”- los resultados de la cuarentena, se interpela al *paradestinatario* que aun no decidió o no tiene claro si las medidas sancionadas son las correctas, pero que aun así las acató:

*¿Por qué les cuento todo esto? Porque esto es un logro nuestro, es un logro de cada argentino y argentina, de la sociedad toda y me parece importante que lo sepamos para que entendamos que tanto esfuerzo no es vano.*⁹⁵

Para el *paradestinatario*, la exposición de las principales variables de la evolución de la pandemia en el país buscan probar que las medidas tomadas dieron buenos resultados, mientras que para el *prodestinatario* estos mismos pasajes del discurso buscan reforzar su actitud de apoyo para que continúe en el tiempo. Esto se observa en la siguiente cita: “Esos muertos –gracias a Dios- hoy no existen y son vidas que, de algún modo, salvamos entre todos cumpliendo con la cuarentena”⁹⁶

⁹³ Como en el siguiente ejemplo: “Somos la Argentina. Un país unido en el que cada uno debe comprometerse con los demás y todos con cada uno, empezando por el Estado. Un país unido en el que comprendemos que lo que le pasa al otro nos afecta a todos”.

⁹⁴ Este fragmento corresponde al discurso del 19/03/2020. Otro ejemplo de esa misma conferencia de prensa: “Confío en que no haya irresponsables que en lugar de estar en cuarentena estén paseando por la Costa”.

⁹⁵ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020. Otro ejemplo, del 04/06/2020: “Y yo insisto en mostrar los datos comparativos solo para que nos demos cuenta de que esto tiene sentido hacerlo y seguir haciéndolo”.

⁹⁶ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020. Otro ejemplo, del 04/06/2020: “Esto es – como siempre digo- producto del esfuerzo de todos los argentinos, de una sociedad que ha entendido el riesgo y se ha protegido”.

El *prodestinatario* fue también interpelado por el presidente en reconocimiento al esfuerzo realizado: “Así que yo diría que tenemos que empezar esta etapa con alegría, porque estuvo visto que el esfuerzo tuvo sentido”⁹⁷.

Las menciones al *contradestinatario* surgieron con mayor fuerza al momento de responder las preguntas de la prensa y no apelaban únicamente a los individuos que están en contra de la cuarentena, sino que también referían a empresarios que suben los precios de sus artículos:

*Le he pedido al Ministro de Desarrollo Económico que por favor vayan sobre los grandes productores de alimentos, porque la verdad es que esto es como el juego del gran bonete [...] Tenemos que detectar dónde los precios se inflan y ahí lo que tenemos que hacer es ser inflexible con el que lo hace, porque no hay ningún argumento real para que los precios aumenten*⁹⁸.

En el video grabado del 28 de agosto hay una particularidad: no se encuentran interpelaciones explícitas al *contradestinatario*. Esto puede deberse al agotamiento que vivía la sociedad ante tan prolongado aislamiento y a la consecuente caída de la imagen positiva de Alberto Fernández. Sí se advierte una continuidad en las apelaciones al *paradestinatario* y al *prodestinatario*⁹⁹.

En cuanto al video locutado del 18 de septiembre, allí el “*esfuerzo de la sociedad*”, que hasta aquí estaba asociado a la interpelación del *prodestinatario*, fue citado para dar cuenta de lo que el Estado había accionado durante el período de cuarentena más cerrada¹⁰⁰. En cambio, la interpelación al *paradestinatario* continúa manifestándose de la misma manera: “*Estos datos no nos permiten descuidarnos*”¹⁰¹. Y nuevamente se advierte una ausencia del *contradestinatario*.

⁹⁷ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020.

⁹⁸ Este fragmento corresponde al discurso del 10/04/2020. Otro ejemplo del 10/04/2020: “*Hay una situación de especulación que muchos no entienden que no deben hacer*”. Y un ejemplo del 04/06/2020: “*En una sociedad donde unos ganan y otros pierden, eso no es una sociedad, eso es una estafa. Y entonces lo que nosotros necesitamos es que todos ganen*”.

⁹⁹ Se sigue interpelando al *prodestinatario* para señalar la importancia de haber adherido activamente a la cuarentena y reconocer su esfuerzo: “*Hasta ahora no se ha saturado el sistema de salud, gracias al esfuerzo que hicimos como sociedad*”. Mientras que se sigue haciendo hincapié en la evolución de las variables sanitarias para persuadir al *paradestinatario* mediante el recurso de las “filminas”.

¹⁰⁰ En el video se sostiene la idea de que gracias al acatamiento del aislamiento más estricto al comienzo de la pandemia se pudo reforzar el sistema de salud.

¹⁰¹ Este fragmento corresponde al discurso del 18/09/2020.

A través de estos ejemplos se puede ver que el *contradestinatar*io construido no es aquel que adhiere a otro partido político, sino que está encarnado por el ciudadano/a que no acata las medidas de cuidado sugeridas y sancionadas por el Estado Nacional, o bien aquel que pone en duda la necesidad y/o eficacia de las mismas. En las respuestas de Alberto Fernández a la prensa hay una mayor carga polémica al mencionar empresarios que especulan con los precios, quienes encarnarían a otro tipo de *contradestinatar*io, más alineado a cuestiones de índole política o ideológica, inscriptas dentro de la tradición peronista. Pero es pertinente remarcar que esto último solo emerge al responder a la prensa y que no forma parte de la propuesta semiodiscursiva del presidente.

El *paradestinatar*io, por otro lado, es quien aún no está completamente convencido/a de que las decisiones tomadas en materia sanitaria sean las correctas, mientras que el *prodestinatar*io construido refiere a los individuos que están de acuerdo y adhieren activamente a las medidas.

Al construir a los tres tipos de destinatarios en torno a su posición sobre la pandemia y las medidas tomadas desde el Poder Ejecutivo Nacional, lo que se evidencia es una atenuación de la polémica político-partidaria. Debido a esto la lógica gobierno-oposición se pone en suspenso en el discurso de Alberto Fernández¹⁰². Esto va en consonancia con el *tono dialoguista* del presidente y con la decisión de incorporar a sus conferencias de prensa a distintos gobernadores, algunos de ellos opositores¹⁰³.

Las apelaciones directas al *contradestinatar*io fueron más frecuentes en los primeros discursos y fueron atenuándose hasta desaparecer por completo a partir del 28 de agosto. Como ya fue dicho, esto puede deberse al agotamiento que vivía la sociedad y a la caída en la imagen de Alberto Fernández. Por último, en el video del 18 de septiembre, predomina la interpelación al *paradestinatar*io, pero con un cambio en relación al *prodestinatar*io. En este discurso, entonces, no solo hay un borramiento de la figura de Fernández, sino también de los adherentes a sus políticas.

¹⁰² No así en el discurso de dirigentes opositores, como el ex presidente Mauricio Macri, quien a través de las redes sociales polemizó directamente en más de una ocasión con las decisiones tomadas por el Poder Ejecutivo Nacional. Asimismo, un grupo de ciudadanos organizaba por la misma vía manifestaciones en contra de la cuarentena.

¹⁰³ Como es el caso de Horacio Rodríguez Larreta, Gerardo Morales, Arabela Carreras y Omar Gutiérrez.

Recapitulando

Alrededor de Alberto Fernández se presenta una escena muy colaborativa con los expertos y otros dirigentes políticos, aunque centralizado en su figura en tanto *Presidente de la Nación*. El *enunciador* se construye a partir de la investidura de su rol, más que a partir de rasgos propios de Fernández (a excepción del *tono dialoguista* que lo caracteriza y diferencia de otros dirigentes de su espacio político).

El video locutado del 18 de septiembre, donde el cuerpo del presidente es prácticamente borrado, implica un quiebre en la estrategia enunciativa que lo jerarquizaba en la escenografía. En consecuencia, allí no solo se desdibuja Alberto Fernández, sino también la *autoridad presidencial*.

Esta escena colaborativa con otros dirigentes que se construye en las conferencias de prensa, al mismo tiempo, presenta un desnivel respecto del ciudadano (el *enunciatario*). Una de las razones que explica esto es la ausencia de la mirada a cámara en la mayoría de los discursos, lo que inhabilita el *espacio umbilical*. Esto genera un efecto de complementariedad en el vínculo, que se exagera por lo analizado previamente en relación al *ethos pedagógico-oral* (Vitale, 2021). Incluso en la Cadena Nacional y el video grabado, a pesar de que en esas ocasiones sí se instaura el *espacio umbilical*, se genera un *efecto enunciativo* de distancia con el *enunciatario*. Al contrario de lo construido desde lo Retórico y lo Temático, a nivel Enunciativo el *enunciatario* se ve excluido.

Ese *enunciatario* al que se interpela es el individuo, aunque entendido como parte de una comunidad hacia la cual tiene una responsabilidad: la de cuidar su salud para cuidar la de todos los otros individuos que también la conforman. Ese individuo es, además, apartidario.

Esa atenuación de lo político-partidario también se ve representado en la construcción del *prodestinatario*, el *paradestinataro* y el *contradestinataro*. Estas tres figuras se caracterizan en relación a su posicionamiento hacia las medidas sanitarias sancionadas por el Estado (y no por el Gobierno).

El *prodestinatario* es aquel individuo que acuerda con las restricciones y adhiere a ellas desde el convencimiento pleno. El *paradestinataro*, en cambio, es quien ha acatado las medidas, pero no se encuentra tan de acuerdo con ellas, o bien duda de su

pertinencia. Por último, el *contradestinataro* está en contra del aislamiento determinado por el Estado.

La exposición de las principales variables de la evolución de la pandemia a través de las “filminas” cumple una función para el *prodestinataro* y una diferente para el *paradestinataro*. En el caso del *prodestinataro*, mediante estos argumentos se busca reforzar su conducta para que perdure en el tiempo. Para el *paradestinataro* estos datos buscan probarle que las medidas dieron buenos resultados y fueron eficaces.

En cuanto al *contradestinataro*, fue más interpelado en los primeros discursos mediante alusiones a las consecuencias penales para quienes no respetaran el ASPO. En esta instancia de la pandemia, con tan pocos casos en el país, había que instalar en la sociedad la necesidad de un aislamiento muy estricto. En los últimos dos discursos, cuando el apoyo ciudadano a las medidas había caído significativamente, esta figura desaparece por completo. Cabe destacar que las encuestas de imagen revelaban que la imagen positiva de Alberto Fernández también había caído.

El hecho de haber borrado al *contradestinataro* en los últimos dos discursos puede deberse a un intento de preservar la imagen presidencial, priorizando esta necesidad por sobre el respeto a las medidas que aún tenían vigencia. Esto constituye una nueva demostración de la vocación dialoguista y no confrontativa de Alberto Fernández, que lo lleva a evitar el conflicto incluso a costa del éxito de la estrategia sanitaria.

Dicha vocación de diálogo y conciliación de Fernández contrastan con el perfil atribuido a la vicepresidenta, quien es caracterizada como una líder política autoritaria, tanto por periodistas como por otros dirigentes¹⁰⁴. Es a esos discursos críticos de la construcción de liderazgo llevada adelante por su vicepresidenta que Alberto Fernández responde con la construcción de un *ethos* y *enunciador* dialoguista.

¹⁰⁴ Como puede verse en estos dos ejemplos: <https://www.youtube.com/watch?v=WBb-kdKMIq0> y <https://www.infobae.com/opinion/2019/04/30/sinceramente-es-una-oda-al-autoritarismo/>

4.6 Alberto vs Horacio y Axel

Con el objetivo de encontrar similitudes y diferencias con respecto al discurso de Alberto Fernández, se analizará la *propuesta enunciativa* de Horacio Rodríguez Larreta y de Axel Kicillof en la conferencia de prensa del 4 de junio¹⁰⁵.

Luego de finalizada la intervención del presidente, toma la palabra el jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, a quien vemos de saco y camisa, aunque sin corbata. Comienza su alocución destacando el trabajo coordinado con Nación y Provincia¹⁰⁶, al igual que hace Alberto Fernández. Luego, a diferencia de este, dedica unos minutos a hablar sobre la “*angustia de la gente*”, validando de esta manera las emociones que la población –en particular del AMBA- estaba manifestando.

La elección de la palabra *angustia* no es azarosa, ya que en la conferencia de prensa anterior¹⁰⁷ (del 23 de mayo) la periodista Silvia Mercado había consultado al presidente sobre esto: “*¿Evalúa también consecuencias emocionales, psicológicas? Realmente hay mucha gente angustiada*”. Esta pregunta no fue bien recibida por el presidente, quien respondió lo siguiente, con tono de exasperación:

Yo lo primero que quisiera es que ustedes cuando hablan expliquen a los ciudadanos y ciudadanas que lo que les estamos haciendo es pidiendo (sic) que se cuiden. Porque a mí me llama mucho la atención esta idea que transmiten muchos medios y muchos periodistas de la angustia de la cuarentena. ¿Es angustiante salvarse? Angustiante es enfermarse [...] Angustiante es que el Estado te abandone y te diga ‘arreglatelas como puedas’, no que el Estado te diga ‘quedate en tu casa y cuidate. Yo mientras tanto voy a buscar dónde está el virus’, eso es angustiante, que el Estado no esté presente ahí.

De modo tal que esa pregunta y la respuesta de Alberto Fernández son *condiciones de producción* del discurso de Rodríguez Larreta, quien retoma la *angustia* para construirse como un *enunciador* empático, que reconoce los sentimientos de su población, los valida y los comprende, a la vez que explica que la cuarentena era y sigue siendo una medida necesaria:

¹⁰⁵ Ya que esta es la única Conferencia de prensa que comparten que forma parte del corpus en análisis.

¹⁰⁶ Algo que retoma en varios pasajes de su discurso.

¹⁰⁷ Que no forma parte del corpus en análisis, sino del corpus de control.

*Yo entiendo la angustia de la gente, la incertidumbre, la angustia de padres que no mandan a sus hijos a la escuela, de gente que no puede trabajar [...] Pero quiero destacar el efecto positivo que ha tenido la cuarentena, pues nos ha permitido, a todo el país, fortalecer el sistema de salud*¹⁰⁸.

Aunque no cuenta con pruebas extratécnicas como las “filminas”, en una segunda instancia de su discurso presenta los datos de la Ciudad de Buenos Aires y su evolución respecto de la conferencia de prensa anterior, al igual que hace el presidente. Por último, hace un repaso tema por tema, enumerándolos. Esto le permite transmitir la información de manera más ordenada y enfocarse en diferentes áreas, abordando no solo cuestiones sanitarias, sino también sociales, como la actividad física y las salidas de esparcimiento para la población infantil, o la educación. Estas cuestiones, más cercanas a la ciudadanía, están ausentes en los discursos de Alberto Fernández.

Al reconocer la *angustia* de la población, y al traer a la agenda temáticas de índole social, Horacio Rodríguez Larreta se construye como un *enunciador* empático, que escucha las demandas de la sociedad y da respuestas concretas sobre asuntos que le interesan, como la posibilidad de realizar actividad física fuera del hogar y tener más salidas de esparcimiento con sus hijos e hijas. En cuanto a su vestimenta, si bien está de saco y camisa, al no tener corbata lo vemos menos formal que al presidente.

Por otro lado, al igual que Fernández, el jefe de gobierno no mira a cámara, sino a los periodistas presentes en la sala, de modo que durante su alocución tampoco se instaura el *espacio umbilical*. Esa mirada a los presentes es interrumpida cuando lee su discurso, algo que el presidente no hace con tanta frecuencia.

El *enunciatorio* construido, como contraparte, también es el individuo, aunque no como quien únicamente tiene un deber hacia su comunidad, sino como un ser sensible, que tiene angustia, e incertidumbres.

En cuanto a Axel Kicillof, quien habla en tercer lugar, también está vestido de saco y camisa. El gobernador comienza su discurso hablando directamente de los principales datos epidemiológicos de su provincia y va realizando comparaciones con la Ciudad de

¹⁰⁸ Este fragmento corresponde al discurso de Horacio Rodríguez Larreta del 04/06/2020.

Buenos Aires: “303 casos cada 100.000 habitantes hay en la ciudad. En el conurbano, que es una zona más amplia y más poblada hay 49 casos cada 100.000 habitantes”¹⁰⁹.

Dado que en todas las comparaciones presentadas por Kicillof los indicadores de su jurisdicción son mejores que los de la ciudad, su inclusión introduce una polémica ausente en los discursos del presidente y del jefe de gobierno.

Esta polémica también se manifiesta cuando responde a discursos anteriores, que operan como *condiciones de producción*:

“En la Provincia de Buenos Aires hay dos situaciones distintas, una en el interior, otra en el conurbano. Por eso tengo que anunciar dos conjuntos de medidas completamente distintas. Esto también para esa idea de ‘se enamoraron de la cuarentena’¹¹⁰, está todo cerrado”¹¹¹.

Luego de presentar los principales indicadores de su provincia –realizando diferenciaciones entre el conurbano y el interior de Buenos Aires- cita un caso que había tomado notoriedad pública, tras una serie de contagios en un baby shower realizado en Necochea. A través de este caso ejemplifica lo que puede ocurrir si no se prolongan las medidas de aislamiento. Por lo tanto, en el discurso de Kicillof no solo se utilizan los datos epidemiológicos para argumentar en favor de las medidas –como hacen Alberto Fernández y Horacio Rodríguez Larreta- sino que también se incluye un caso ejemplificador.

Por último, y como cierre de su alocución, habla directamente al ciudadano: “Les pido que tengan fuerza, que no aflojen, sabemos todo lo que significa en términos de pérdida y angustia, lo sabemos, pero esta es la única forma de evitar que siga creciendo”¹¹².

¹⁰⁹ Este fragmento corresponde al discurso de Axel Kicillof del 04/06/2020. Otra comparación con la ciudad puede verse en el siguiente ejemplo: “En la Ciudad de Buenos Aires se han presentado 4.286 casos en barrios populares; en la Provincia de Buenos Aires, 1.295”.

¹¹⁰ Un ejemplo de la circulación de la idea de “enamorados de la cuarentena” puede verse aquí: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/eduardo-feinmann-alberto-fernandez-esta-enamorado-cuarentena-nid2356453/>

¹¹¹ Este fragmento corresponde al discurso de Axel Kicillof del 04/06/2020. Otro ejemplo de cómo recupera discursos anteriores, en esta ocasión sobre la cantidad de testeos: “Lo digo para terminar con la controversia [...] Cuando aparecen más casos, se testea más”.

¹¹² Este fragmento corresponde al discurso de Axel Kicillof del 04/06/2020.

Al igual que el presidente y el jefe de gobierno, el gobernador dirige su mirada a quienes están presentes en la sala.

Debido al componente polémico en su alocución, Kicillof se construye como un *enunciador* más político que Fernández y que Rodríguez Larreta. Retoma conceptos o ideas que circulan en el discurso periodístico con el objetivo de refutarlos, y para ello se ampara en los datos, tanto de Argentina como del exterior, algo que vuelve a diferenciarlo de los oradores precedentes. Por otro lado, compara los indicadores de la Ciudad con los de la Provincia para –de manera implícita- dejar a entrever que su gestión de la pandemia es más exitosa que la de Rodríguez Larreta.

En cuanto al *enunciatario* que construye, este no es el individuo, sino los opositores a las medidas tomadas y quienes descreen de su necesidad y/o eficacia. En línea con esto, el gobernador retoma la palabra de periodistas y de dirigentes opositores para refutarlos con los datos para así argumentar en favor de la continuidad de la cuarentena, especialmente en la zona del conurbano.

Vemos entonces a tres *enunciadores* distintos: Fernández es quien informa a la ciudadanía y la insta a cumplir las medidas sanitarias amparándose en su investidura, Rodríguez Larreta se presenta más empático al recuperar ciertas demandas de la población en su discurso y Kicillof es el más político de los tres, recuperando discursos anteriores para polemizar con ellos.

En cuanto al *enunciatario* construido por estos tres dirigentes, para el Presidente y el jefe de gobierno de la Ciudad es el individuo, aunque entendido de distintas maneras. Alberto Fernández lo interpela como parte de una comunidad hacia la que tiene una responsabilidad, mientras que Rodríguez Larreta lo considera como un sujeto portador de preocupaciones y sentimientos. Por el contrario, el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires construye a su *enunciatario* a partir de la prensa opositora y al hacerlo, refuerza el vínculo con el *prodestinatario*. En el discurso de Axel Kicillof, entonces, el *prodestinatario* y el *contradestinatario* se definen a partir de su posicionamiento político-partidario y no en virtud de su opinión sobre las políticas sanitarias, como en el caso del presidente.

El vínculo propuesto entre el *enunciador* y el *enunciatario* es distinto para cada uno de ellos. El presidente le da “clases” e instrucciones a la población, mientras que el jefe de gobierno se erige como portavoz institucional de las emociones y preocupaciones

de la población. Por último, Axel Kicillof es el único que se vincula de modo más directo con su *prodestinatario* y con el *contradestinataro*, explicitado así la polémica característica del discurso político.

5. Conclusiones

Luego de aplicar la matriz de análisis a los seis discursos que integran el corpus se alcanzan las siguientes conclusiones.

En la estrategia semio-discursiva de Alberto Fernández se han utilizado cuatro géneros y cada uno de ellos ha condicionado la locación y la escenografía, así como la puesta de cámaras.

En el caso de la Cadena Nacional, todos los elementos allí aplicados son los definitorios del género y hacen a la *estrategia presidencial* (Cingolani, 2012). En las conferencias de prensa –en las que se rompe el *verosímil de género* por la introducción de las “filminas”- se cambia la locación y la puesta de cámaras, que ahora no solo debe mostrar al presidente, sino también a sus acompañantes. Para el discurso presidencial grabado y emitido el 28 de agosto se monta una única cámara en el despacho presidencial que Fernández posee en la Quinta de Olivos. Allí lo vemos de pie y en soledad, tomado en un plano medio (casi americano). Por último, el spot locutado del 18 de septiembre se realizó en base a imágenes de archivo, por lo que no hay una locación concreta, pero sí se advierte nuevamente cómo el género opera restringiendo el tono e imágenes utilizadas.

En todos los discursos se presentan como parte de la escenografía elementos que connotan unidad y nacionalismo, como la bandera argentina en algunos casos, o los colores e inscripciones del banner que se utiliza en las conferencias de prensa (de color celeste, con el escudo nacional y la leyenda “Argentina unida”).

Es importante señalar que la puesta de cámaras aplicada a las conferencias de prensa no solo estaba condicionada por el género, sino que fue diseñada con una segunda finalidad: la alternancia entre planos medios al presidente y planos generales permitían mostrar que Alberto Fernández se encontraba acompañado por gobernadores, o bien por miembros de su gabinete. Este hecho permite significar dos cosas: que las decisiones tomadas por Fernández reciben el apoyo de la clase política; y a su vez connota que el presidente dialoga y escucha a otros mandatarios, lo que permite construir

un perfil conciliador y dialoguista, aunque jerarquizando su investidura en relación a los otros presentes.

Este *perfil dialoguista* se construye desde lo mostrado ante cámaras, pero también desde lo dicho por el propio Fernández, quien en sus discursos destaca el trabajo mancomunado con todas las jurisdicciones del país y con el Gabinete Nacional. Asimismo, pone en valor dicha unidad para dar respuesta sanitaria a la pandemia y a los efectos provocados por las restricciones en la circulación. Otro elemento que alimenta este perfil es la mención a los “expertos” que lo asesoran antes de cada decisión.

Es indispensable relacionar este perfil que forma parte del *ethos* de Alberto Fernández con discursos anteriores, que operan como *condiciones de producción* de la imagen del presidente, sobre el perfil que parte de la opinión pública tiene de la vicepresidenta.

Sin embargo, hay otras características del *ethos* construido que entran en tensión con este perfil conciliador. Especialmente en los primeros dos discursos, Fernández apeló al temor. Por ello en esas primeras alocuciones los argumentos fueron mayoritariamente emocionales. Para movilizar el miedo, el presidente tomó la figura del *influenciador intimidador* valiéndose de los *móviles éticos* y *pragmáticos*. En cuanto a los *componentes*, predominaron los *prescriptivos* y *programáticos*, ya que se hizo hincapié en las responsabilidades que tiene el Poder Ejecutivo Nacional ante situaciones extraordinarias y de gravedad, como la representada por la pandemia, y en cómo esa responsabilidad se traducía en medidas concretas.

A partir de la conferencia de prensa del 10 de abril se introducen las “filminas”, que pasa a ser el elemento central de toda la estrategia semio-discursiva, ya que implicó grandes cambios tanto a nivel *retórico*, como *temático* y *enunciativo*. Tanto los *argumentos lógicos* como los *emocionales* se despliegan al exponer los principales indicadores de la evolución de la pandemia en Argentina y el mundo. Se apela al sentido de la responsabilidad a través de los *móviles éticos* que surgen a partir de los *argumentos emocionales*, mientras que los *móviles pragmáticos* son movilizados por intermedio de los *argumentos lógicos*. Y estos encuentran su origen en los datos expuestos en las “filminas”. Estos argumentos y *móviles* son los que dan a luz al *influenciador obligador*, que es el predominante a partir del 10 de abril.

De este modo se ven las diferencias con lo construido en los primeros dos discursos: los *argumentos* ya no son únicamente *emocionales*, sino que se introducen los *lógicos* (gracias a las “filminas”). Y los *emocionales* ya no apelan al temor sino principalmente a la *responsabilidad ciudadana*. Estas modificaciones, que nacen a partir de las “filminas”, obligan a aplicar otros *influenciadores*, aunque los *móviles* continúan siendo los *éticos* y *pragmáticos*. Del mismo modo cambia el *componente*, pasando a predominar el *descriptivo* a raíz de la exposición de los datos ofrecidos en las “filminas”.

También a partir de estas *pruebas extratécnicas*, y al modo en que Fernández se relaciona con ellas, comienza una construcción del presidente como único portador de un saber que debe explicar. Esto, a su vez, da lugar a la puesta en escena que remite a una clase. Es importante destacar que él es docente universitario, por lo que puede interpretarse que naturalmente se siente cómodo en escenarios como el planteado. Es a partir de esta puesta que gana protagonismo el *ethos pedagógico oral*, que se caracteriza por el habla metacomunicativa y las recapitulaciones, ambos muy frecuentes en la retórica del presidente.

Otro elemento importante en la construcción del *ethos* es la relación que construye con sus *enunciarios* a partir de las “filminas”. Si bien se coloca en un rol docente, lo hace de un modo *paternalista*, que es lo que lo habilita a aleccionar a la ciudadanía y retar a quienes no cumplen con las medidas establecidas.

El *ethos pedagógico oral* y la figura de un *docente paternalista* construyen un efecto de distancia y de autoridad hacia la ciudadanía, que se refuerza por la ausencia del *espacio umbilical*, aunque se busca atenuar esto último a través la puesta en escena que nos remite una clase. Alberto Fernández se posiciona como portador de un saber que solo él posee y, además, “reta” a aquellos individuos que no cumplen con las medidas sancionadas. Esto establece una relación complementaria y de autoridad hacia la ciudadanía. Si, además, vinculamos esto con los *influenciadores* utilizados (el *obligador* y el *intimidador*), vemos que se construye una articulación *pathos-ethos* que dista de ser empática, ya que se trabajan emociones como el temor y el deber, desde una construcción del *enunciador* distante y complementaria con su *enunciario*.

Se concluye, entonces, que ese *perfil dialoguista* que construye el presidente es de cara a la clase política y a los medios de comunicación, mientras que de cara a la sociedad plantea una relación asimétrica, en la cual debe enseñar y aleccionar a la

ciudadanía desde su lugar de mayor conocimiento de la pandemia. Y lo hace apelando a dos *influenciadores* que inhabilitan una comunicación empática. Esto da lugar a una construcción del *ethos* contradictoria e inconsistente, ya que busca presentarse de modos diferentes a través de la misma estrategia semiodiscursiva.

Además de esta construcción contradictoria entre autoridad, diálogo y falta de empatía, otra debilidad de la construcción del *ethos* del presidente comienza a advertirse a partir del anuncio grabado del 28 de agosto. Allí se abandona el vivo y se vuelve a mostrar solo, de pie y ante una cámara. Como ya fue dicho, esta decisión de borrar el cuerpo del presidente puede deberse a la pérdida de imagen positiva revelada por las encuestas de opinión, así como el cansancio de la sociedad ante tan largo aislamiento. En el video del 18 de septiembre, no solo se difumina el cuerpo y la voz del presidente, sino también la *autoridad presidencial* al delegar en las jurisdicciones provinciales la continuidad de las medidas sanitarias, ya que el Estado Nacional solo “recomienda” su extensión.

Si bien en las imágenes grabadas –tanto del 28 de agosto como del 18 de septiembre- se lo ve a Fernández acompañado por otros actores, ya no se jerarquiza su posición, como venía sucediendo a través de la puesta de cámaras de las conferencias de prensa. Al correr del foco su figura se difumina la propia investidura presidencial, a partir de la cual se había sostenido –hasta ese momento- la construcción de su autoridad, en base al diálogo con los otros mandatarios, el asesoramiento de los “expertos” y la elaboración y gestión de un plan sanitario.

A nivel *temático* también se advierten ciertos cambios a lo largo del corpus. En los primeros dos discursos hay *temas articuladores* y *motivos* que están ausentes (como la *cuarentena*) y otros que se presentaron con mayor frecuencia que en los subsiguientes, como los *motivos sanciones, fuerzas de seguridad y DNU y resoluciones del Ministerio de Salud*, todos ellos vinculados al tema *Rol del Estado*.

Sin embargo, también se observan continuidades. El *tema articulador* que mayor recurrencia tiene en la totalidad del corpus es el *federalismo*, y entre los *motivos* se destaca el de la *responsabilidad ciudadana*. En el primer caso, la apelación constante a la colaboración entre las diferentes jurisdicciones y al trabajo conjunto responde a la construcción del *ethos* del presidente por lo ya mencionado. Y en el segundo caso, la

carga emotiva y ética movilizada desde la *responsabilidad ciudadana* ha constituido la principal herramienta persuasiva de Alberto Fernández.

Los *temas* y *motivos* fueron en ocasiones puestos en la agenda discursiva de Fernández a través de *figuraciones*, en particular *bélicas*: el COVID-19 fue presentado desde el inicio como un *enemigo invisible* al que solo se podía combatir si el país estaba unido y respetaba las decisiones gubernamentales. Esto se relaciona con la *responsabilidad ciudadana* tan movilizada desde lo argumentativo y retórico. También se vincula con el tono *dialoguista* que el presidente mantuvo hacia la clase política y a otros mandatarios; esa unidad no solo debía ser de la sociedad, sino también de las autoridades.

En relación al *motivo* de la *gestión*, tiene mayor recurrencia en los primeros dos discursos y luego se atenúa hasta que emerge con mayor fuerza en los últimos dos: este resurgimiento también podría estar ligado al agotamiento de la ciudadanía ante tan prolongada cuarentena. En los primeros dos discursos se pone el foco en el *Rol del Estado* frente a la pandemia, en los segundos dos se tematiza mucho más la *responsabilidad ciudadana* y la *cuarentena* y luego se vuelve a poner en primer plano la *gestión*¹¹³.

Ante el agotamiento de la sociedad, se vuelve necesario explicar y mostrar en imágenes la contribución del Estado para luchar contra este *enemigo invisible* –algo que estaba casi ausente en los discursos anteriores-, mientras que la *responsabilidad ciudadana* aparece, pero para “felicitar” el compromiso de la sociedad y ya no como una demanda hacia ellos.

En términos *enunciativos*, y en línea con lo ya expresado sobre la construcción del *ethos*, Alberto Fernández se construye como *enunciador* a partir de la investidura de su rol, más que a partir de rasgos propios (con la excepción del *ethos docente* y del *tono dialoguista* que sí lo caracteriza y diferencia de su vicepresidenta, en respuesta a discursos que operan como *condiciones de producción*).

¹¹³ Si bien en los primeros dos discursos se había tematizado con fuerza el *Rol del Estado*, es importante señalar que en aquellas conferencias de prensa brindadas durante el más estricto aislamiento se había depositado en la *responsabilidad ciudadana* el éxito de la gestión de la pandemia, minimizando así la contribución estatal para esos resultados. Luego, esa carga se invierte.

Dada la apelación constante a la *responsabilidad ciudadana*, el *enunciario* construido es el individuo, pero como parte de una comunidad hacia la que tiene un deber, que es el de preservar su propia salud para preservar la de todos los otros individuos que forman parte de ella. Este vínculo asimétrico con el *enunciario* está dado por el tono *paternalista* con el que se dirige a la sociedad, pero también por la ausencia del *espacio umbilical*.

Si bien estos seis discursos analizados son discursos políticos, hay una atenuación de la carga polémica en virtud del tono *dialoguista* que Fernández busca mantener hacia la clase política. Esto se traslada a la definición de su *prodestinario*, su *contradestinario* y el *paradestinario*, ya que estas tres figuras no se definen por su adhesión político-partidario, sino por su posición ante las medidas sancionadas por el Estado para mitigar el impacto de la pandemia en el país.

Y aquí vuelven a tener un rol preponderante las “filminas”, ya que los datos allí expuestos son los que dan lugar a las apelaciones a estos tres destinatarios. La exposición de los indicadores de la pandemia cumple una función para el *prodestinario* y una diferente para el *paradestinario*. Para el primero, se busca reforzar su conducta de adhesión a las medidas, mientras que para el *paradestinario* estos datos tienen como objetivo demostrarle que las medidas fueron eficaces y por eso deben ser prorrogadas.

Las apelaciones al *contradestinario* fueron más frecuentes en los primeros dos discursos al mencionar las consecuencias que enfrentarían quienes incumplieran el aislamiento dispuesto por el Poder Ejecutivo Nacional. En los últimos dos discursos no hay ninguna mención al *contradestinario*, por el motivo ya expuesto de la caída de la imagen positiva del presidente. Se buscó de esta manera preservar la imagen de Fernández, en detrimento de la estrategia sanitaria.

A partir de todo lo expuesto se pueden señalar tres etapas en la estrategia semio-discursiva de Alberto Fernández:

- Primera etapa: Cadena Nacional del 13 de marzo y conferencia de prensa del 19 de marzo.
- Segunda etapa: conferencias de prensa del 10 de abril y del 4 de junio.
- Tercera etapa: anuncio grabado del 28 de agosto y spot locutado del 18 de septiembre.

El punto de quiebre entre la primera y la segunda etapa son las “filminas”, mientras que la inflexión entre la segunda y la tercera etapa está dada por el protagonismo y el rol otorgado a la figura del presidente. En los últimos dos discursos hay un borramiento creciente del cuerpo presidencial que impactan especialmente en lo *enunciativo* y en la construcción del *ethos* de Alberto Fernández.

La introducción de las “filminas” implicó cambios en lo *retórico*, lo *temático* y lo *enunciativo*, es por ello que marcan la frontera entre la primera y la segunda etapa. Como ya fue mencionado, en los primeros dos discursos los argumentos fueron mayormente emocionales y apelaron al temor. A partir de la conferencia del 10 de abril, y a raíz de los datos presentados en las “filminas”, aparecen los argumentos lógicos. Asimismo, la *agenda temática* se reconfigura para dejar de enfatizar en el *Rol del Estado* y la *gestión* para pasar a dar más protagonismo al *motivo* de *cuarentena* y la *responsabilidad ciudadana*. Si bien el *tema articulador* del *federalismo* es muy recurrente en todos los discursos, es en la segunda etapa donde adquiere mayor relevancia en pos de la construcción del *ethos* de Fernández.

Es por todo esto que las “filminas” no son un elemento contextual o una mera prueba *extratécnica*, sino que es el corazón de la estrategia semiodiscursiva del presidente a partir del 10 de abril, dado que todo su arsenal argumentativo nace de los datos allí presentados.

En cuanto al *ethos*, la puesta en escena que remite a una clase, el tono *paternalista* y el *ethos pedagógico oral* se construyen en torno a las “filminas” y el modo en que Fernández las presenta.

En la tercera etapa el quiebre está dado en la imagen del presidente y cómo es presentada ante su *enunciatario*. Si en los primeros cuatro discursos se buscaba jerarquizarlo en la escenografía, en estos últimos dos se persigue el objetivo contrario.

Aunque el 28 de agosto lo vemos hablando frente a cámara —e instaurando el *espacio umbilical* por segunda y última vez—, su imagen es en ocasiones removida del plano para dar lugar a las “filminas”, o bien imágenes en las que se lo ve conversando con otros funcionarios y/o mandatarios. Sí permanece su voz a lo largo de todo el anuncio. El 18 de septiembre, en cambio, su voz está completamente ausente y su imagen es solo mostrada unos pocos segundos.

Es posible que este quiebre en la estrategia esté vinculado a los estudios de imagen que revelaban la fuerte pérdida de apoyo por parte de la ciudadanía, como consecuencia del hastío ante la cuarentena por su larga duración (especialmente en el AMBA). Estos datos, entonces, operan como *condiciones de producción* de estos dos discursos. Al hacerlo, por primera vez “se toma nota” de las percepciones de la sociedad al momento de decidir la estrategia comunicacional. En esta misma línea de sentido puede pensarse la ausencia del *contradestinatario*, con la finalidad de mitigar el impacto negativo en la imagen de Fernández.

Al haber aplicado distintas estrategias semiodiscursivas a lo largo del periodo analizado, la propuesta del presidente fue perdiendo fuerza y eficacia, dando además lugar a una construcción del *ethos* contradictoria y errática, más apalancada en la investidura presidencial que en el propio Alberto Fernández.

Por otro lado, el haberse presentado como el responsable máximo de las decisiones sanitarias, lo que incluyó un largo periodo de ASPO en el AMBA, pudo haber incidido en que todo el peso de la crítica de la opinión pública recayera sobre su figura, con la consecuente caída en su imagen positiva. Solo en última instancia, el 18 de septiembre, la voz de la locutora señala que el Gobierno Nacional “*recomienda*” la extensión de las medidas, delegando así por primera vez (y quizás tardíamente en términos políticos) la decisión en las provincias.

Otro elemento que podría haber jugado en contra de su imagen es que en los discursos brindados en los momentos de mayor aislamiento y, por consiguiente, de mayor sacrificio de la ciudadanía, se tematizó mucho más el aporte de la sociedad por el acatamiento de la *cuarentena* que aquello que el Estado estaba realizando, tanto en términos sanitarios como económicos. Tampoco se tematizó el aporte de los trabajadores de la salud, contrastando fuertemente con lo ocurrido en otros países.

A pesar de que con el paso del tiempo se fueron habilitando distintas actividades sociales y comerciales en el AMBA, el gobierno nacional mantuvo el status de ASPO hasta el 6 de noviembre, lo que dio lugar a *discursos en reconocimiento* de la oposición y de parte de la opinión pública que contribuyeron a la erosión del capital político del presidente. Asimismo, las inconsistencias ya mencionadas en la construcción del *ethos* de Alberto Fernández, la relación asimétrica que se planteó hacia la ciudadanía y el nulo registro discursivo del agotamiento que la sociedad iba expresando también explican esa

pérdida de capital político. Todos estos elementos atentaron contra una efectiva construcción de liderazgo de Alberto Fernández.

6. Bibliografía

- Adam, J. (2002). De la gramaticalización de la retórica a la retorización de la lingüística. Ayudamemoria, en *Après Perelman. Quelles politiques pour les nouvelles rhétoriques?*, L' Harmattan.
- Amossy, R. (2008). De la noción retórica de ethos al análisis del discurso, en *Imagens de si no discurso. A construação do ethos*, Contexto.
- Barthes, R. (1990). *La aventura Semiológica*, Paidós.
- Bremond, C. (1982). El rol del influenciador, en *Investigaciones Retóricas II*, Ediciones Buenos Aires.
- Cingolani, G. (2012). A midiatização da figura presidencial: espaços, estratégias y transições, en *Transformações da midiatização presidencial. Corpos, relatos, negociações, resistências*, Difusão.
- Dagatti, M. (2012). Aportes para el estudio del discurso político en las sociedades contemporáneas. El caso del Kirchnerismo, en *De signos y sentidos n°13*, 52-82.
- Fabbri, P. y Marcarino, A. (2020) El discurso político, en *deSignis n° 33*, 23-36.
- Metz, C. (1967). El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de un cierto verosímil?", en *Lo verosímil*, Editorial Tiempo Contemporáneo.
- Nogueira, S. (2010). *Manual de lectura y escritura universitarias*, Biblos.
- Segre, C. (1985). *Principios de análisis del texto literario*, Editorial Crítica.
- Slimovich, A. (2021). La mediatización política durante la pandemia por COVID-19. La argumentación en las redes sociales de Alberto Fernández y Mauricio Macri, en *Dixit 34*, 01-14.
- Slimovich, A. (2021). El Instagram de Alberto Fernández en tiempos de pandemia por COVID-19, en *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación n° 136*, 91-111.
- Soto, L. y Fernández Castex, A. (2020). Redes sociales y democracia: la estrategia comunicacional de Nayib Bukele en Twitter durante la pandemia del COVID 19 en El Salvador, en *Revista Avatares n° 20*.
- Soto, M. *Qué es proyectar*, material de la Cátedra Semiótica de los géneros contemporáneos.
- Soto, M. *Operaciones retóricas*, material de la Cátedra Semiótica de los géneros contemporáneos.
- Steimberg, O. (1993). *Semiótica de los medios masivos*, Atuel.
- Tassara, M. *El relato en la cultura y en los medios*, material de la Cátedra Semiótica de los géneros contemporáneos.

- Traversa, O. (1997). *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*, Gedisa.
- Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo, en *Signo y seña* n° 12, 231-247.
- Traversa, O. (2014). *Inflexiones del discurso*, Santiago Arcos Editor.
- Van Dijk, T (1999), *Análisis del discurso social y político*, Abya-Yala.
- Verón, E. (1986). Il est là, je le vois, il me parle, en *Réseaux* n°2, 71-95.
- Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política, en *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Hachette.
- Verón, E. (1998). *La semiosis social*, Gedisa.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*, Norma.
- Vitale, M. (2020). Discurso presidencial sobre el COVID-19. El caso de Alberto Fernández en Argentina, en *deSignis* n° 33, 113-125.