

# COVID-19: los primeros 100 días de la política comunicacional del gobierno argentino

COVID-19: first 100 days of the communication policy by the Argentinean government

**Clarisa Mathot**  
clarisamathot94@gmail.com  
Universidad Nacional de Villa María

RAIGAL. Revista Interdisciplinaria de Ciencias Sociales  
Nº7, abril 2020 - marzo 2021 (Sección Dossier, pp. 37-56)  
e-ISSN 2469-1216  
Villa María: IAPCS, UNVM  
<http://raigal.unvm.edu.ar>  
Recibido: 06/06/2020 - Aprobado: 15/10/2020

## Resumen

La comunicación política puede presentarse de diversas maneras, la forma en la que ésta se manifiesta en el entramado de relaciones sociales, políticas e institucionales en un contexto determinado requiere de planificación y estrategia. El impacto y la expansión a nivel mundial, y en Argentina en particular, del COVID-19 generó consecuencias al mediano y largo plazo, por lo que se torna imperioso pensar el presente. En este sentido, en el artículo analizaremos cómo se desarrolló la política comunicacional del Gobierno Nacional Argentino durante los inicios de la Pandemia COVID 19, de qué manera se desarrolló la comunicación gubernamental, de crisis y riesgo durante el periodo de marzo a junio del 2020, dado que los meses iniciales resultan clave para el desarrollo e impacto de las políticas públicas en una situación de emergencia sanitaria.

**Palabras clave:** comunicación política; comunicación gubernamental; comunicación de crisis y riesgo; COVID-19

## Abstract

Political communication can be presented in various ways, the way in which it manifests itself in the web of social, political and institutional relationships in a given context requires planning and strategy. The impact and expansion worldwide, and in Argentina in particular, of COVID-19 generated consequences in the medium and long term, so it becomes imperative to think about the present. In this sense, in the article we will analyze how the communication policy of the Argentine National Government was developed during the beginning of the COVID 19 Pandemic, how government communication, crisis and risk was developed during the period from March to June 2020, since the initial months are key for the development and impact of public policies in a health emergency situation.

**Keywords:** political communication; government communication; crisis and risk communication; COVID-19

## COVID-19 el caso argentino: los primeros 100 días de la política comunicacional del gobierno nacional

### Introducción

El Estado posee un rol protagónico y la principal responsabilidad a la hora de generar acciones, a través de las políticas públicas, destinadas a mejorar las condiciones de vida y resolución de problemas frente a las múltiples necesidades sociales en contexto de pandemia. Comprender a las políticas públicas como *acciones estatales* ejecutadas para alcanzar los fines a los que se orienta el *ejercicio* del poder político (Vilas, 2011) introduce una dimensión de la disputa por el poder de la que devienen luego las decisiones gubernamentales. A su vez, permite pensar al Estado no de forma monolítica, sino en su integralidad y dinámica contradictoria; y a las políticas públicas no de manera lineal, sino en tanto procesos iterativos con fines que reflejan jerarquizaciones de problemas sociales por parte del mismo Estado. Esta conceptualización del Estado y las políticas públicas nos invita a reflexionar sobre la gestión de los procesos comunicativos en pandemia, ya que en los mismos convergen múltiples actores que intervienen en las decisiones estatales, y, por ende, en las definiciones de las políticas públicas.

Cuando se alude a este binomio –comunicación y políticas públicas– debemos pensar a la comunicación en su dimensión estratégica para la gestión, con un potencial transformador de la misma administración pública, la participación ciudadana, y la interacción de los actores que convergen en el proceso comunicacional (Bruno, 2012). Hablar de estrategia en tanto concepto relacionado a lo comunicacional, constituye actualmente una dimensión que nos permite analizar actores y relaciones sociales, escenarios y tiempos; como también reconocer problemas (o conflictos) y su consecuente planificación. Planificar una comunicación estratégica conlleva, siguiendo a Longo (2018), un momento reflexivo y práctico, simultáneamente.

De acuerdo con Mario Riorda (2011), la comunicación política se puede presentar en cuatro formas específicas: *la comunicación electoral*, *la comunicación gubernamental* y *la comunicación de crisis y de riesgo*, en este trabajo nos centraremos en las tres últimas. Particularmente, la comunicación gubernamental comprende el ejercicio de acciones transversales que permean todas las dimensiones de un gobierno y tiene gran incidencia en la construcción de una cultura política, para la obtención de capacidades institucionales y condiciones de gobernabilidad que doten de consenso las gestiones (Riorda, 2011). De esta manera, tomamos a la Comunicación Gubernamental, en este trabajo, no como la mera divulgación para la aceptación social y búsqueda de legitimidad de diversas políticas, sino como una política pública, con efectos políticos, transversal y potenciadora de consensos –o disensos– para dar gobernabilidad, en este caso, en tiempos de riesgo. La Comunicación Gubernamental hace posible el acompañamiento y mejora la eficacia de la gestión del Estado, para poder proyectar políticas públicas en las mejores condiciones posibles (Elizalde, 2006).

Como consecuencia de la pandemia COVID-19 la comunicación de crisis y de riesgo, en el marco de las políticas gubernamentales de comunicación, adquieren un rol central. Existen diferentes abordajes para la comunicación de crisis; en la literatura existente, hay un consenso general de que se trata de un fenómeno cortoplacista, con comunicación segmentada y autónoma en relación a otras comunicaciones (Crespo et.al, 2017; Riorda, 2011). Aun así, existen diversos tipos de crisis, con sus diversas fases (latencia, eclosión, desarrollo y cierre operativo y/o político), que afectan a la población en general y con una prolongación temporal inesperada de alcance mundial, como es el caso de la actual crisis sanitaria internacional (Crespo, 2020).

En cuanto a la comunicación política en el campo de la salud, enfatizar sobre la necesidad de utilizar un conjunto de intervenciones planificada e integralmente, en torno a la relación dialéctica generada entre Información, Comunicación y Educación, favorece a modificar comportamientos para el bienestar social (Prior, 2020). Esta definición se vuelve vital a la hora de ejecutar políticas para intervenir en un contexto de vulnerabilidad, emergiendo la necesidad de construir una pedagogía del riesgo a la hora de definir la estrategia de Comunicación Gubernamental.

Al hablar de la organización interna del Estado Nacional Argentino, no podemos evitar abordar las particularidades de ésta en clave federal, esto implicó la coordinación con las Provincias y los Municipios donde se utilizó de manera estratégica del andamiaje institucional con el que se distribuye el poder en los territorios subnacionales (Aminahuel, 2020).

En este sentido, el análisis de la Comunicación Gubernamental, de crisis y riesgo nos permite comprender el fenómeno político y como este se significa y resignifica en el espacio público. La prevención y las políticas comunicacionales son esenciales y prioritarias en la coyuntura que se atraviesa, ya que permiten articular e implementar de manera estratégica las acciones del Estado y a la vez posibilitan un desarrollo más eficaz de las políticas públicas en general, en contextos de crisis sanitaria como el actual.

Para dar respuestas a estos interrogantes se diseñó un abordaje teórico-metodológico específico a través del análisis de contenido cualitativo y cuantitativo y análisis documental apropiado para procesar grandes cantidades de información alojadas en documentos públicos incluyendo decretos, documentos específicos producidos en el marco de la pandemia, discursos presidenciales y conferencias de prensa, cadenas nacionales, redes, sitios web, entre otros.

Como resultado se constituyó un corpus de 35 discursos presidenciales, y 101 tuit del presidente Alberto Fernández, que fueron recolectados, codificados, clasificados y analizados a través de la construcción de un sistema de categorías para poder observar las dimensiones propuestas. Paralelamente se generó una *Matriz de relevamiento de información (MRI)* con capacidad de implementación y funcional a los objetivos propuestos en la investigación y a la técnica de análisis escogida para llevarlo a cabo.

### **Comunicación gubernamental: el encuadre como cordón sanitario**

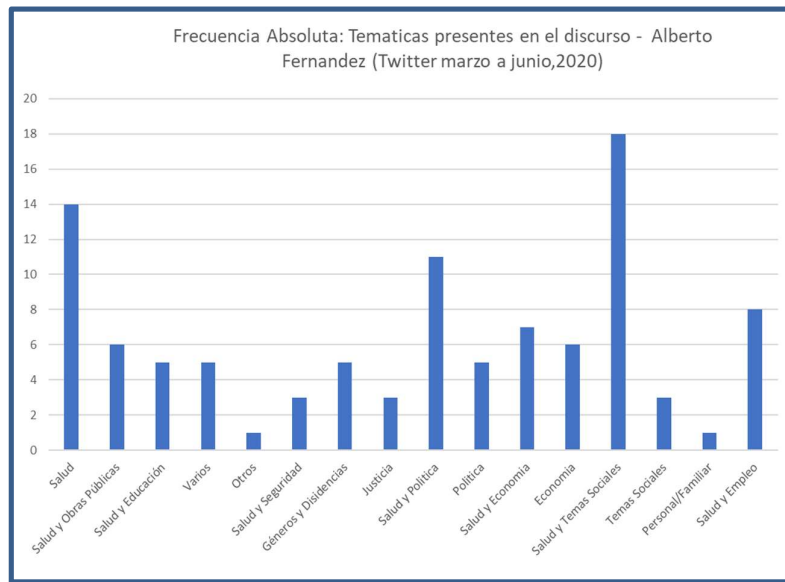
La comunicación gubernamental está orientada a todos los destinatarios aun en los mensajes segmentados, en una situación de crisis la comunicación gubernamental rutinaria se ve suspendida, sin embargo, esta también puede coexistir con el riesgo (Riorda, 2011).

Podemos observar que, ante la emergencia sanitaria internacional, la comunicación del gobierno nacional ha sido redirigida y concentrada a la demanda de información y medidas respecto a la salud pública. Como ensayaremos a continuación podemos destacar que nos encontramos con un periodo en el que coexisten una comunicación gubernamental orientada a la emergencia sanitaria, una política pública del riesgo y una comunicación de crisis centralizada en el ejecutivo presidencial.

La comunicación gubernamental es un método a través del cual un gobierno democrático intenta hacer explícitos sus propósitos u orientaciones a la opinión pública para obtener apoyo o consenso en el desarrollo de sus políticas públicas (Riorda, 2006:7)

De esta manera, a raíz de los mensajes analizados en Twitter bajo la categoría *temática principal*, observamos los siguientes datos:

Ilustración 1. Elaboración propia en base a datos sistematizados de cuenta oficial de Twitter de Alberto Fernández



Como observamos en esta figura la temática principal se ve atravesada por una constante mención de distintas temáticas y su vinculación con la categoría salud.

Es necesario retomar la decisión de vincular la categoría salud a otras temáticas que también aparecen individualmente, la misma fue tomada con relación a un testeo inicial de los indicadores donde la mayoría de las temáticas emergían siempre vinculadas a la agenda de salud.

Como podemos observar en la figura 1 las temáticas más repetidas en orden descendiente:

### *Salud y Temáticas Sociales*

“Gracias a vos David por haberte comprometido mostrando, por un lado, a que grado llega la imbecilidad humana, y por otro, lo virtuoso de hacer respetar las normas impuestas en beneficio de todos”. (Fernández, A. 2020)<sup>1</sup>

### *Salud*

“Investigadores del Conicet y la Fundación Leloir desarrollaron el primer test serológico del país para el nuevo coronavirus, un producto 100% nacional que permite determinar si una persona tiene anticuerpos. Felicidades y, sobre todo, gracias. Son un verdadero orgullo “. (Fernández, A. 2020)<sup>2</sup>

### *Salud y Política*

“Hoy tuvimos la tercera reunión interministerial en Casa Rosada sobre Coronavirus. Junto a funcionarios, médicos, especialistas y representantes de asociaciones científicas analizamos la situación y coordinamos la puesta en marcha inmediata de las medidas anunciadas ayer.” (Fernández, A. 2020)<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fernández, A. [@alferdez] (15 de marzo, 2020) [Tuit] Twitter. <https://twitter.com/alferdez/status/1239351652546760704>

<sup>2</sup> Fernández, A. [@alferdezz] (7 de mayo, 2020) [Tuit] Twitter. <https://twitter.com/alferdez/status/1258469527496667136>

<sup>3</sup> Fernández, A. [@alferdez] (13 de marzo, 2020) [Tuit] Twitter. <https://twitter.com/alferdez/status/1238585155855548418>

### Salud y Empleo

“No quería que termine este 25 de mayo sin homenajear a quienes hacen patria cuidándonos a todos en medio de esta pandemia. A los trabajadores y las trabajadoras esenciales, mi gratitud, mi respeto y mi admiración.” (Fernández, A. 2020)<sup>4</sup>

### Salud y Economía

“Durante una videoconferencia con líderes del G20 propuse la creación de un Fondo Mundial de Emergencia Humanitaria para enfrentar, mejor equipados de insumos, la pandemia del coronavirus COVID-19. Ante el dilema de preservar la economía o la vida, no dudamos: elegimos la vida.” (Fernández, A. 2020)<sup>5</sup>

### Salud y Obras Públicas – Economía

“La pandemia nos demostró que vivimos en un país injusto y que la calidad de vida incide fuertemente en el riesgo de contagio. Con el plan #ArgentinaHace lo que buscamos es corregir esas desigualdades y generar condiciones de vida dignas que garanticen la salud de la gente.” (Fernández, A. 2020)<sup>6</sup>

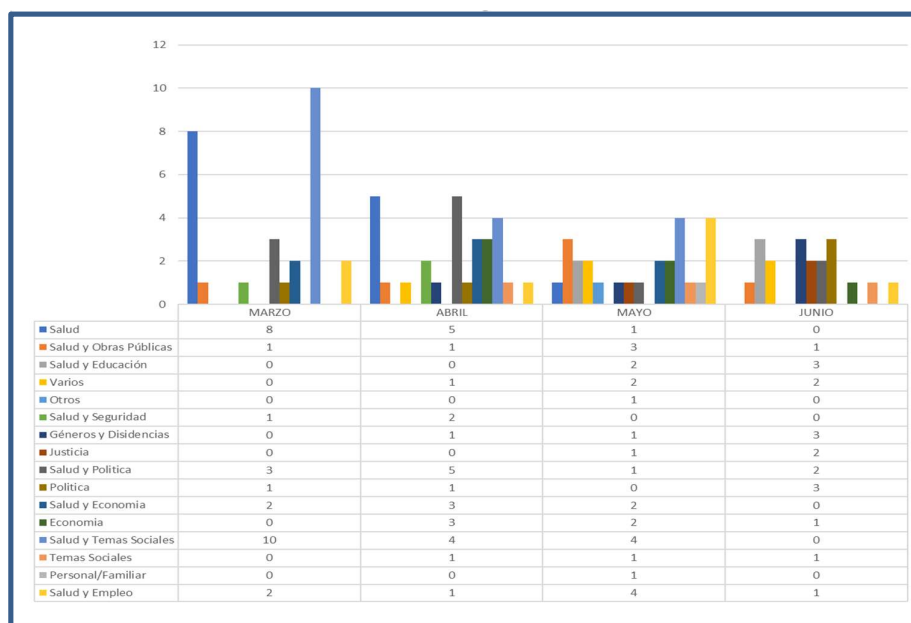
### Salud y Educación – Géneros y Disidencias

“La pandemia nos permitió saber qué es lo esencial y quiénes son los que más sufren. Ahora tenemos la oportunidad de ocuparnos de esa gente. Para construir una mejor sociedad debemos garantizar el acceso de todos a la educación, a la salud y también al agua.” (Fernández, A. 2020)<sup>7</sup>

Mientras va descendiendo a las categorías individuales con menor frecuencia no vinculadas específicamente a las medidas sanitarias, donde aparece como menos mencionada la categoría Personal/familiar. De esta manera, podemos observar que la comunicación gubernamental se enfoca y se redirige a una agenda que tiene como centralidad la temática salud mientras aborda transversal-mente las demás temáticas principalmente las temáticas sociales, política, economía y empleo.

Si combinamos la variable temática principal a lo largo de los meses analizados obtenemos el siguiente gráfico:

Ilustración 2. Elaboración propia en base a datos sistematizados de cuenta oficial de Twitter de Alberto Fernández



4 Fernández, A. [@alferdez] (25 de mayo, 2020) [Tuit] Twitter. <https://twitter.com/alferdez/status/1265090226374037504>

5 Fernández, A. [@alferdez] (26 de marzo, 2020) [Tuit] Twitter. <https://twitter.com/alferdez/status/1243206833948504064?lang=es>

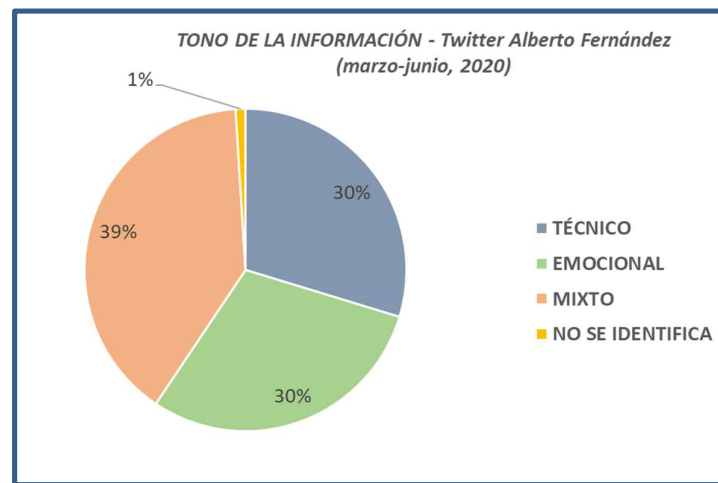
6 Fernández, A. [@alferdez] (26 de mayo, 2020) [Tuit] Twitter. <https://twitter.com/alferdez/status/1265339361127735299>

7 Fernández, A. [@alferdez] (29 de mayo, 2020) [Tuit] Twitter. <https://twitter.com/alferdez/status/1266430156488531970>

Tal y como se puede visualizar en el gráfico vemos un sostenimiento de la categoría salud y temas sociales a lo largo de los meses trabajados, con mayor presencia en el mes de marzo a los inicios de la declaración de emergencia. La categoría “salud” alcanza su pico en marzo y se sostiene en menor medida ya que esta comienza a aparecer enlazada a otros indicadores como lo es “salud y política” en el mes de abril, y “salud y empleo” en el mes de mayo.

En Cuanto a la categoría de **encuadre** y las dos variables utilizadas, esto es: *eje temático y tono de la información*, la sistematización arrojó los siguientes datos:

Ilustración 3. Elaboración propia en base a datos sistematizados de cuenta oficial de Twitter de Alberto Fernández



Como observamos en la figura, en cuanto al tono de la información podemos ver una primacía de la tonalidad mixta, es decir, una combinación de lenguaje técnico y emocional, como así también se ven reflejados mensajes individualmente técnicos y emocionales en iguales proporciones.

“En esta nueva fase de la cuarentena, que regirá para todo el país menos para el Área Metropolitana de Buenos Aires, será muy importante la conducta ciudadana<sup>8</sup> y la responsabilidad de cada uno de nosotros. Sigamos cuidándonos como hasta ahora.” (Fernández, A. 2020)<sup>9</sup>

La tarea de instalar una alta percepción del riesgo trae dificultades en sí misma, aún más cuando nos enfrentamos a una situación inesperada. Existen diferencias entre la racionalidad técnica, que implica una con

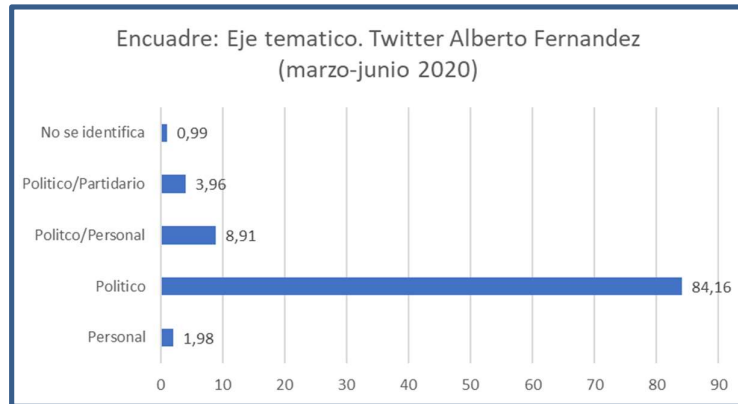
fianza en métodos científicos y la dimensión cultural del riesgo, que se corresponde en una relación con la cultura política y democrática (Riorda y Bentolila 2020). Las nuevas tecnologías y redes ofrecen diversas oportunidades para traducir el lenguaje técnico a un mensaje que el público necesita, y de esta manera poder reducir la incertidumbre.

En ese marco, en lo que refiere al *eje temático*, la variable que con más frecuencia se repite hace referencia al indicador eje temático: **político**.

<sup>8</sup> El subrayado es propio.

<sup>9</sup> Fernández, A. [@alferdez] (9 de mayo, 2020) [Tuit] Twitter. <https://twitter.com/alferdez/status/1258954979685085185>

Ilustración 4. Elaboración propia en base a datos sistematizados de cuenta oficial de Twitter de Alberto Fernández

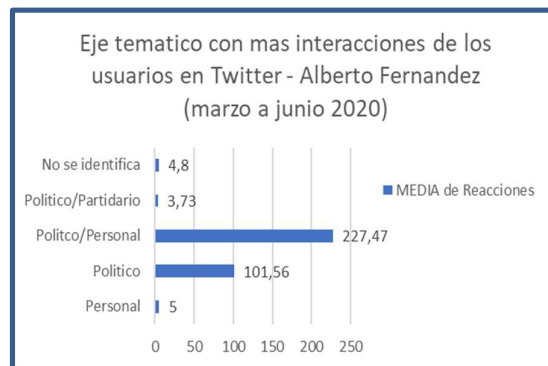


De acuerdo con los resultados presentados hasta el momento, encontramos mensajes con un alto nivel de contenido político, aunque no en relación con el tópico político partidario y con menor frecuencia aquellos mensajes que se encuadran en lo personal.

EJE TEMATICO	MEDIA de Reacciones
Personal	5
Politico	101,56
Politico/Personal	227,47
Politico/Partidario	3,73
No se identifica	4,8

Sin embargo, al cruzar la variable eje temático con los niveles de reacción de los usuarios en Twitter, los datos obtenidos demostraron, tal y como expresaremos en el siguiente gráfico, que la media de reacciones (me gusta y Re-tweet) se centran en su mayor proporción en aquellos mensajes que incorporan al eje temático “político” el “personal”.

Ilustración 5. Elaboración propia en base a datos sistematizados de cuenta oficial de Twitter de Alberto Fernández



Un ejemplo práctico o cualitativo de este gráfico sería el siguiente fragmento:

“Feliz de que nuestra querida Universidad de Buenos Aires se consolide como la mejor universidad iberoamericana. Mañana, con mucho orgullo, retomo el dictado de las clases a distancia de Teoría del Delito y Sistemas de la Pena. #OrgulloUBA AR” (Fernández, A. 2020)<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Fernández, A. [@alferdez] (9 de junio, 2020) [Tuit] Twitter. <https://twitter.com/alferdez/status/1270519725588656129>



De acuerdo con lo expuesto, la comunicación gubernamental se encuentra orientada a la agenda de Salud, lo cual no necesariamente significa una imposibilidad de imponer otras agendas sino la capacidad de enfocar la comunicación política a la temática de emergencia sanitaria, lo cual guarda relación con la coexistencia de ésta con una política comunicacional del riesgo que abordaremos más adelante. El tono de la información es predominantemente *mixto*, combinando datos técnicos con mensajes emocionales vinculados a un eje temático de claro *predominio político*. También observamos una escasa aparición de temáticas relacionadas a temas personales y familiares.

### Los riesgos de no percibir el riesgo

La política pública comunicacional de riesgo coexiste con la comunicación gubernamental y puede coexistir con la comunicación de crisis si esta se presenta como en el presente caso de análisis de emergencia sanitaria. Como su principal objetivo y finalidad es la modificación del comportamiento, y está orientada a la prevención podemos destacar algunas características de los mensajes a tales fines. Siguiendo a Riorda y Bentolila (2020) los mensajes pueden ser **directivos** a través de declaraciones que **instan a la acción** - o inacción - es decir, motivan a la ciudadanía a que haga o no haga algo:

“Por ese decreto – a toda la Argentina, a todos los argentinos, a todas las argentinas – a partir de la 00:00 horas, de mañana, deberán someterse al aislamiento social preventivo y obligatorio (...) Esto quiere decir que – a partir de ese momento – nadie puede moverse de su residencia, todos tienen que quedarse en sus casas. Es hora de que comprendamos que estamos cuidando la salud de los argentinos” (Fernandez, A. 2020)<sup>11</sup>

En segundo lugar, pueden aparecer mensajes **expresivos o emotivos** que expresen las emociones del hablante o vocero:

“Cuando nosotros dispusimos el comienzo de la cuarentena obligatoria de algún modo, nos preguntábamos si los argentinos íbamos a ser capaces de quedarnos en nuestras casas y la verdad yo quiero decirles – a todos y a todas – que estoy muy contento cómo nos portamos como sociedad.” (Fernandez, A. 2020)<sup>12</sup>

En tercer lugar, ubicamos los mensajes de **compromiso y certezas**, donde el hablante se compromete a alguna acción futura, generalmente relacionadas al momento de “nueva normalidad” o “pos-pandemia”:

“Nosotros nos propusimos hacer lo que hicimos con Néstor allá por el año 2003, cuando nos hicimos cargo del Gobierno, que también heredamos una situación, aquella era de default explícito, esta es una suerte de default virtual, pero lo que quisimos es que todos entendieran que por delante tenemos un compromiso común, que es salir de esta situación.” (Fernández, A. 2020)<sup>13</sup>

Y por último los mensajes constantes y pedagógicos. Esta última dimensión adopta una especial relevancia en este contexto, ya que no sólo se trata de la repetición de enunciados si no de su relevancia, en tanto enseñan. Construir una percepción del riesgo con fines preventivos y perdurables mientras la amenaza sigue latente requiere abordarlo en toda su extensión incluida la cultural, ya que esta política

<sup>11</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del presidente de la Nación, Alberto Fernández, luego de su reunión con los Gobernadores, para analizar la pandemia del coronavirus, COVID-19, desde Olivos.” Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>12</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la pandemia del coronavirus COVID-19, desde Olivos”

Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>13</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del Presidente Alberto Fernández desde la Quinta de Olivos por la renegociación de la deuda” Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

apunta a modificar la cotidianeidad. Podemos encontrar en la comunicación de riesgo huellas de esta estrategia:

“Nadie se inquiete, porque no estamos haciendo esto porque la situación se haya agravado, estamos haciendo esto para atacar el problema y poder manejarlo lisa y llanamente. Como dije, esta mañana, en algún programa donde me entrevistaron: ‘miren, acá tenemos que luchar contra dos cosas: contra la pandemia y contra la psicosis. Todos nos sentimos en riesgo, si hacemos las cosas bien y respetamos las instrucciones los riesgos se van a minimizar.’” (Fernandez, A. 2020)<sup>14</sup>

Encontramos distintos recursos en los discursos que instan a la ciudadanía a percibir el riesgo. En esta instancia se presentan dos grandes dimensiones en la constancia de la repetición de la situación de riesgo. Dentro del periodo analizado, en las 35 apariciones públicas y/o declaraciones oficiales del presidente Alberto Fernández, la palabra “riesgo” aparece en 68 oportunidades, así como también la repetición de los cuidados básicos que se sostienen durante todo el periodo comprendido en los meses analizados

A la vez que la dimensión pedagógica se centra principalmente en una operación retórica que incluye al destinatario mediante expresiones tales como “¿Se Entiende?” “¿Qué vamos a hacer?” “¿Por qué digo esto?” “¿De acuerdo?”:

“Acá tenemos los últimos 14 días. ¿Por qué mostramos esta filmina? La mostramos porque es el tiempo en el que, supuestamente, el virus puede circular en una persona, esos 14 días en que una persona puede contagiarse, dicen los médicos, que generalmente cuando una persona se infecta y toma la enfermedad esto ocurre, entre el día 4 y 6 del contagio; pero entre el día 6 y el 14, algunos dicen que 11 ó 14 de días, según se trate, entre el 6 y el 14 hay mucha gente que no tiene síntomas, pero sigue cargando el virus y por lo tanto pueden seguir contagiando. ¿De acuerdo?” (Fernandez, A. 2020)<sup>15</sup>

Otro de los recursos utilizados que guarda relación con explicar la utilidad de las medidas adoptadas en relación a su éxito para persuadir a más ciudadanos de adoptarlas es el siguiente:

“En este cuadro siguiente podemos ver cómo es la mortalidad, la relación de muertes por la pandemia en relación con la cantidad de habitantes, por cada millón de habitantes, Argentina tiene 6 fallecidos. Pueden ver los números del resto y les muestro esto para que se den cuenta que tiene sentido el esfuerzo, que estamos haciendo, tiene mucho, pero mucho sentido. Miren, la Argentina – hoy en día – ha logrado aplanar la curva de casos y de fallecimientos; la Argentina hoy representa el 0,3 por ciento de los casos de América” (Fernandez, A. 2020)<sup>16</sup>

En las operaciones discursivas presentadas podemos notar distintos tipos de lenguajes más técnicos y otros que han sido popularizados en construcciones discursivas más simplificadas o metafóricas. En una situación de riesgo la ciudadanía cuanto más preocupada está, tolera menos la complejidad con la que las fuentes tienden a hablar, por esta razón se torna necesario anticipar preocupaciones de la audiencia generando mapas de mensajes que organicen las ideas de los especialistas (Riorda y Bentolila, 2020).

“Hoy me decía el Doctor Pedro Cahn, una cosa que todos tenemos que guardarnos en la cabeza: el virus no nos busca a nosotros, nosotros somos los que vamos a buscar al virus. No es que el virus está buscando cómo entrar por la ventana de mi casa, porque no está en el aire, nosotros nos exponemos al virus, cuando andamos caminando por las calles o nos concentramos en un lugar con

<sup>14</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa de Alberto Fernández, Horacio Rodríguez Larreta y Axel Kicillof, al término de la Reunión Interministerial de seguimiento del coronavirus, COVID-19.” Recuperado de <https://www.caserosada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>15</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la extensión de la cuarentena por el coronavirus COVID-19, desde Olivos” Recuperado de <https://www.caserosada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>16</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la extensión de la cuarentena por el coronavirus COVID-19, desde Olivos” Recuperado de <https://www.caserosada.gob.ar/informacion/discursos>

gente y esto hay que acordárselo, porque nosotros somos los que vamos a buscar al virus, si nos quedamos en casa el riesgo de encontrarnos con el virus es absolutamente nulo.” (Fernandez, A. 2020)<sup>17</sup>

Apelar desde la dimensión pedagógica a la ciudadanía hace posible la gestión del riesgo, que debe ser abordada multisectorialmente con un enfoque preventivo y accesible:

“Me ocupé de tener comunicación permanente con los líderes del mundo y también con los líderes científicos, con la comunidad científica del mundo, de la Organización Mundial de la Salud. Además, hemos organizado reuniones con los sectores que más se involucran en cuidar y proteger a los sectores más postergados: me reuní con los curas villeros, me reuní con la Iglesia, me reuní con los curas de la opción por los pobres; estoy en permanente contacto con las organizaciones sociales y con todos los Intendentes del Gran Buenos Aires, a quienes – de corazón – les agradezco la forma en que se involucraron en hacer cumplir la cuarentena y en cuidar a sus vecinos de ese modo.” (Fernandez, A. 2020)<sup>18</sup>

Las crisis no impactan a todos por igual, sino que profundizan desigualdades preexistentes:

“Cuando a mí me preguntan qué dejó la pandemia, es la muestra de la desigualdad (...) Lo único que dejó en evidencia son millones de personas a los que el Estado no tenía registrados, y la urgencia de de crear un plan que fue el IFE, dejó al descubierto que había casi un tercio de argentinos que la Argentina, como Estado, no sabía qué hacían, dónde estaban, qué producían, cómo vivían. Y eso como sociedad a nosotros debe avergonzarnos” (Fernandez, A. 2020)<sup>19</sup>

La pandemia de Covid-19 implica un escenario complejo donde, reconociendo y priorizando a grupos que son más vulnerables que otros, se necesita que toda la sociedad en su conjunto tome noción del peligro a la exposición del virus. Asimismo, es que algunos mensajes van a adquirir una comunicación sectorizada para abordar los factores subyacentes que pueden profundizar el riesgo, e igualmente estar dirigidos a la población en *general*, que continúa siendo la principal destinataria.

## Comunicar la crisis

En cuanto a la comunicación de crisis, retomando lo trabajado, podemos afirmar que la gestión de ésta tiene como finalidad su clausura o cierre operativo y político, aunque los momentos de ambos cierres no necesariamente coincidan. Poder dilucidar algunos rasgos de la crisis a la que se enfrenta un gobierno y fases, permite diseñar una mejor estrategia de gestión de la crisis. Siguiendo a Crespo (2020) nos encontramos frente a una crisis a escala mundial y nacional de características inesperadas y con un nivel complejo de influenciabilidad. En este sentido, en el discurso presidencial podemos encontrar la permanente alusión a la caracterización de la emergencia sanitaria como inesperada y exógena.

“Lo primero que quiero es que entendamos que estamos enfrentando una pandemia de alcance inusitado, que 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” (Fernandez, A. 2020)<sup>20</sup>

<sup>17</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la extensión de la cuarentena por el coronavirus COVID-19, desde Olivos”. Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>18</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la pandemia del coronavirus COVID-19, desde Olivos”. Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>19</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, en la puesta en marcha de una nueva etapa del plan Argentina Hace para la reactivación y ejecución de obras en municipios de la Provincia de Buenos Aires”. Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>20</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la extensión de la cuarentena por el coronavirus COVID-19, desde Olivos” Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

Se presenta de manera recurrente, no sólo lo imprevisto del fenómeno, sino un retorno al origen o causas de la emergencia sanitaria internacional para así expresar cómo una crisis exógena, trae consecuencias endógenas en un escenario donde el gobierno nacional lidia con los efectos pero no los causa. Ejemplo de ello se puede ver en el siguiente fragmento:

“Buenas noches a todos y a todas: gracias por esperarnos. Ustedes saben que el mundo está atravesando un momento singular, que está atravesado por una pandemia que ha avanzado con mucha velocidad: primero en Asia, después en Europa, después en Estados Unidos y que ha llegado América latina”. (Fernandez, A. 2020)<sup>21</sup>

## Las fases de la crisis

El día 21 de mayo en su decimoquinto discurso en contexto de pandemia, el presidente Alberto Fernández se dirigió a la provincia de Tucumán donde por primera vez utilizó la palabra *crisis* para referirse a la situación que atraviesa el país y el mundo.

“Yo marco todas estas cosas porque en este tiempo de crisis hemos dejado al descubierto lo mejor de nosotros, la responsabilidad social, un enorme valor, porque la cuarentena no la hizo Alberto, Alberto no le soldó las puertas de las casas a nadie para que no salgan. Los argentinos se cuidaron, y cuidándose ellos cuidaron a los otros”. (Fernandez, A. 2020)<sup>22</sup>

Sin embargo, aunque el concepto de crisis aparece por primera vez en el mes de mayo, este se encontraba anudado al reconocimiento de otras medidas y etapas que podemos identificar previas a la aparición pública de esta definición. Retomando a Crespo (2020), primero atravesamos la etapa de “latencia” o “fase de simulacro” de una crisis, donde se preparan todos los escenarios posibles antes de la etapa siguiente. En esta etapa es importante no minimizar el riesgo. Al ser un escenario incierto, en el cual hasta el momento no se avistaba la posibilidad de un cierre si no que el margen de maniobra solo permitía mitigar algunos de sus efectos, principalmente limitar la propagación, el gobierno nacional volvió a la etapa de planeación y eclosión varias veces. En este punto, los organismos internacionales y los avances epidemiológicos, a medida que fueron realizando nuevos descubrimientos, fomentaron estos “retornos de fase” y redefinición de estrategias.

“Esta es una pandemia que realmente es espeluznante ver a la velocidad que crece y nosotros —como les dije, el primer día— la verdad es que dispusimos la cuarentena para que el crecimiento fuera más lento y nos dé tiempo para prepararnos cuando llegue el peor momento y en el mientras tanto nos ayude a proveernos de insumos para poder enfrentar la epidemia, la pandemia y nos permita también esperar a ver si podemos conseguir el medicamento, la vacuna que nos ayude a resolver la pelea contra el coronavirus”. (Fernandez, A. 2020)<sup>23</sup>

De esta manera, la preparación es esencial tanto para que los decisores pongan en marcha el plan sanitario y administrar los recursos como para preparar a la ciudadanía para los momentos de eclosión y desarrollo de la crisis y que no impacte de manera sorpresiva en la opinión pública. En ese marco:

“...darnos días para ver que toda la capacidad que necesitamos de equipos, de herramientas, de capacitación para el personal médico, para que eso ocurra, y estamos ganando tiempo y lo estamos aprovechando muy bien”. (Fernandez, A. 2020)<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del presidente de la Nación, Alberto Fernández, luego de su reunión con los Gobernadores, para analizar la pandemia del coronavirus, COVID-19, desde Olivos” Recuperado de <https://www.casarsada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>22</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, durante su visita a la provincia de Tucumán.” Recuperado de <https://www.casarsada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>23</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la pandemia del coronavirus COVID-19, desde Olivos”. Recuperado de <https://www.casarsada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>24</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la pandemia del coronavirus COVID-19, desde Olivos”. Recuperado de <https://www.casarsada.gob.ar/informacion/discursos>

La siguiente escala en una crisis -aunque como antes explicitamos no es posible entender este tipo de crisis como un proceso lineal- comienza con la fase de contención refuerzo e institucionalización del riesgo, estrategia que permite prevenir y encausar la gestión de la crisis. Es decir, que en esta etapa, además de los nuevos descubrimientos que generan nuevos escenarios posibles, se despliega una política pública de prevención del riesgo que persistirá durante el desarrollo de la crisis por todo el territorio argentino. En este marco el presidente declaró:






“Los formatos son múltiples, habrá resoluciones, habrá decretos, son múltiples los formatos por los cuales estas cosas se deciden (...) como es algo muy dinámico hay que ver cómo evoluciona y hay que actuar en consecuencia” (Fernandez, A. 2020)<sup>25</sup>


De esta manera en la instancia de eclosión se comunicaron una batería de medidas económicas, sociales y sanitarias que surgieron principalmente en los Decretos de Necesidad y Urgencia y fueron transmitidos en su gran mayoría a través de conferencias de prensa a excepción del primer mensaje emitido por cadena nacional el 13 de marzo del 2020.

“En estos días dictamos más de 30 medidas de todo tipo, medidas que van desde la suspensión de clases, hasta el cuidado de nuestra economía, que necesita seguir funcionando para que los argentinos puedan seguir avanzando en sus vidas. Dispusimos, también -rápidamente- la obligación de estar en cuarentena cuando uno llegaba de cualquiera de los países donde el virus se había desarrollado, esos países que son los países críticos y dispusimos que cualquier persona que llegara de esos países o que se haya acercado o haya tenido algún tipo de vínculo, con personas que hubieran llegado, de esos países, estaban obligadas a someterse a cuarentena, de 14 días” (Fernandez, A. 2020)<sup>26</sup>

Al encausarse la crisis, comienza su fase de desarrollo donde los efectos se propagan y el tiempo de pervasión de la misma varía, en este caso aún sin encontrar su cierre operativo. El gobierno nacional en busca de darle orden y sentido a la comunicación de crisis en esta primera etapa del 2020, donde el aislamiento social preventivo y obligatorio se vió prorrogado mas de tres veces, propuso un sistema de fases:

“Cuando nosotros enfrentamos el tema nos pusimos una serie de objetivos y en la medida en que esos objetivos se fueron cumpliendo fuiamos dando diferentes etapas, a esto que nosotros llamamos aislamiento social, obligatorio (...) Ahora, empieza esta tercera etapa, donde empezamos a tener en cuenta lo que hemos experimentado, en estos 35 días de cuarentena aproximadamente y viendo cómo podemos actuar” (Fernandez, A. 2020)<sup>27</sup>

	1. Aislamiento estricto	2. Aislamiento administrativo	3. Segmentación geográfica	4. Reapertura progresiva	5. Nueva normalidad
 <b>Autorizados</b>	Solo servicios esenciales	Nuevas autorizaciones	Excepciones provinciales	Excepciones provinciales	Con hábitos de higiene y cuidado sostenido
 <b>Prohibiciones</b>	Todo el resto	Prohibiciones nacionales	Prohibiciones nacionales	Prohibiciones nacionales	
 <b>Movilidad de la población</b>	Hasta el 10%	Hasta el 25%	Hasta el 50%	Hasta el 75%	Más del 75%
 <b>Tiempo de duplicación de los casos</b>	Menos de 5 días	5 a 15 días	15 a 25 días	Más de 25 días	
 <b>Geográfico</b>	Homogéneo	Excepciones nacionales	Segmentación por criterio epidemiológico	Restricciones locales	Homogéneo

¿Cómo podemos ayudarte? 

Imagen<sup>28</sup>

<sup>25</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa de Alberto Fernández, Horacio Rodríguez Larreta y Axel Kicillof, al término de la Reunión Interministerial de seguimiento del coronavirus, COVID-19”. Recuperado de <https://www.casarsada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>26</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del presidente de la Nación, Alberto Fernández, luego de su reunión con los Gobernadores, para analizar la pandemia del coronavirus, COVID-19, desde Olivos”. Recuperado de <https://www.casarsada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>27</sup> Fernández, A. cita del discurso “Anuncios del presidente de la Nación, Alberto Fernández, para la extensión de la cuarentena, por el coronavirus COVID-19, desde Olivos”. Recuperado de <https://www.casarsada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>28</sup> Publicación en la web oficial del Gobierno Nacional Argentino el 8 de mayo del 2020, extraído de la Conferencia de Prensa del 25 de abril. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/coronavirus/aislamiento/fases>

## Los voceros y el Comité de crisis

Siguiendo a los autores de referencia, en la medida que la crisis avanza, se vuelve necesario identificar a los voceros de la crisis, la participación de los expertos y los diversos actores que participan del proceso de la política comunicacional. Las crisis generan amenazas, urgencias e incertidumbre. Por estas razones se exige particularmente a quienes se erigen como voceros de la crisis, aún siendo de carácter poco esperable, que generen certidumbre. La comunicación de crisis puede coexistir con la de riesgo cuando ésta ya se encuentra latente, no podemos identificar cuando comienza, pero sí que debe terminar (Riorda 2011).

Las crisis se revelan como un acontecimiento disruptivo, un evento que no ha ocurrido antes, de ahí su caracterización como inesperada o, dicho de otro modo, aun cuando la crisis tuviese un grado de previsibilidad, ponen a prueba de diversas maneras a los decisores, instituciones, y a la población.

A su vez, la comunicación de crisis es personalista; mientras que en otros países este rol fue desempeñado por funcionarios relacionados a la salud pública, representantes del poder legislativo, entre otros, en Argentina el principal vocero fue el presidente Alberto Fernández quien encabeza todas las comunicaciones oficiales durante la pandemia.

Esto se debe no sólo a las características del sistema político e institucional argentino en lo que refiere a su forma presidencialista, sino que también responde a una comunicación gubernamental redireccionada que coexiste con una política pública de riesgo y con un contexto de crisis, donde la estructuración de los mensajes adopta se centra en la figura del líder del Ejecutivo, predomina una sola marca gubernamental y, en consecuencia, como plantean Riorda y Rincón (2016), el resto de las dependencias pierde visibilidad.

“(…) si a la parte le va bien, no se cree que al todo le vaya le bien. Pero si al todo le va bien, las chances de que las partes se fortalezcan son grandes”. (Riorda, Rincón. 2016. PP. 69)

A diferencia de cómo se va a estructurar la implementación de una política pública del riesgo en todo el territorio nacional que requiere excluyentemente que a todas las partes les vaya bien, lo cual se traduce en el control de la reproducción de los contagios principalmente, para que al todo le vaya “bien”. Es posible, siguiendo algunas categorizaciones expuestas por Riorda y Bentolila (2020) identificar algunos sesgos en los distintos liderazgos de la comunicación de crisis, entre ellos podemos mencionar: *excesos retóricos, el voluntarismo, el decisionismo institucionalista, la politización exacerbada o descoordinación operativa.*

En el caso del gobierno argentino encontramos algunas orientaciones como lo son:

**Retorica Bélica:** “...les contaba una sensación que yo siento, y es que estamos luchando contra un enemigo invisible” (...) “Entonces todo esto es muy dinámico, yo vuelvo a repetirles, es una pelea con un ejército invisible, que además era desconocido”. (Fernandez, A. 2020)

**Voluntarismo:** “Gracias a todos por esperar, le pido disculpas porque mi uso horario, evidentemente es distinto al del resto de la gente, pero admito que tengo algunos problemitas más que el resto de las gentes y, a veces, se me complican los horarios” (Fernandez, A. 2020). Al asistir a un gran número de reuniones y entrevistas en múltiples medios (en este caso a 27 entrevistas exclusivas), protagonizadas por el principal vocero de crisis, se suele perder el encuadre y puede generar errores discursivos o polémicas mutando en un voluntarismo confrontativo (Riorda, 2020).

**Decisionismo Institucionalista:** “Así que yo tengo muy buenas expectativas, porque -vuelvo a repetir- en este tiempo de dolor yo con los 24 gobernadores estoy seguro que tejí un vínculo para el futuro que nos va a ser muy fácil ponernos de pie, porque así como nos unimos en el dolor, nos vamos unir en la recuperación, no tengan dudas”. (Fernandez, A. 2020). Retomando lo trabajado por el autor, se trata de orientaciones en los liderazgos apegados a la institucionalidad y componentes que tienden a la cooperación para lograr un consenso multipartidario y multinivel que le permita tomar decisiones como la declaración inmediata del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio.

Si bien la mayoría de los mensajes son canalizados a través del presidente, el mismo cuenta con

lo que anteriormente denominamos un *Comité de Crisis*, necesario no sólo para nutrirse de la voz de los expertos si no para dotar de los consensos necesarios para la gestión de una crisis a gran escala.

“Terminamos recién una reunión con todos los Gobernadores, donde estuvimos analizando la situación en cada provincia y en el país, en general. Ustedes saben que, esta mañana, tuve también una reunión –junto al ministro de Salud y otros colaboradores, el ministro del Interior y el Jefe de Gabinete– con la comunidad científica. Allí un grupo de 8 expertos, a los que habitualmente consulto, me dieron su impresión sobre cómo evolucionaba la cuarentena y me plantearon tam-bién su idea sobre lo que creían ellos debíamos hacer.” (Fernandez, A. 2020)<sup>29</sup>

De esta manera observamos que para la gestión del riesgo y la crisis, el presidente Alberto Fernández por un lado menciona a los actores principales que acompañaran en el desarrollo de la gestión de la crisis a los gobernadores, se presenta en las conferencias con algunos de ellos y con ministros – principalmente el ministro de Salud Ginés González García y el Jefe de Gabinete Santiago Cafiero -, pero sólo otros dos actores tendrán voz y acompañaran los anuncios oficiales a partir del 12 de mayo del 2020: el gobernador de la provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof -del mismo signo político/Frente de todos- y el Jefe de Gobierno porteño Horacio Rodríguez Larreta –del signo político opositor/Juntos por el Cambio-.

Así se refirieron ambos dirigentes políticos en la primera conferencia que aparecieron en conjunto en el marco de la pandemia:

Horacio Rodríguez Larreta dijo “Gracias señor presidente, quiero destacar que estamos trabajando muy bien, en forma coordinada, en forma unida y lo vamos a seguir haciendo. Ya perdí la cuenta, pero esta semana, hubo decenas de reuniones de trabajo con Santiago, con Wado, con el ministro de Salud, con Axel hablamos todos los días. La verdad que hay mucha y muy buena coordinación, que obviamente es lo que corresponde ante la situación, que vivimos” (Rodríguez Larreta, H. 2020)<sup>30</sup>

Axel Kicillof dijo “Así que creo que un aprendizaje de esta cuarentena, de esta pandemia, es que la mejor vacuna por un lado, obviamente, son las medidas de distanciamiento, lo que conocemos, pero también es la solidaridad, el estado presente y lo que estamos logrando, casi en todos los casos, es una unidad muy fuerte de la dirigencia política” (Kicillof, A. 2020)<sup>31</sup>

El apoyo en los epidemiólogos, incluso en un contexto tan cambiante en cuanto a la información médica circulante fue una premisa recurrente. Las diversas fuentes de conocimiento científico producen experiencia que se moviliza en las crisis sanitarias, en el caso del gobierno argentino se centró en reconocer públicamente la labor en esta materia tanto de las recomendaciones de la OMS a nivel internacional, como al sistema científico argentino nucleado en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Alberto Fernández dijo en cuanto a la Organización Mundial de la Salud “En el día de hoy, analizamos puntualmente – a partir de una recomendación de la OMS, de esta mañana, que es que se tomen medidas drásticas y se ataque en conjunto todo lo que se pueda atacar para impedir la proliferación del virus” (Fernandez, A. 2020).<sup>32</sup>

En cuanto al CONICET “Y el mundo también descubrió que no tenía test rápidos para controlar

<sup>29</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, acerca de la pandemia del coronavirus COVID-19, desde Olivos”. Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>30</sup> Rodríguez Larreta, H. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa del Presidente de la Nación; del Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y del Gobernador de la provincia de Buenos Aires”. Recuperado de <https://www.casarosad.a.gob.ar/informacion/discursos>

<sup>31</sup> Kicillof, A. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa del Presidente de la Nación; del Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y del Gobernador de la provincia de Buenos Aires, acerca de la extensión de la cuarentena”. Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

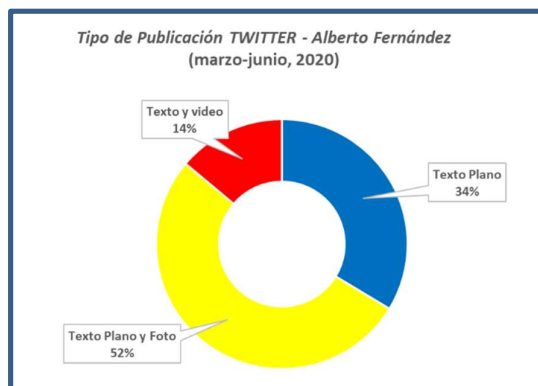
<sup>32</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa de Alberto Fernández, Horacio Rodríguez Larreta y Axel Kicillof, al término de la Reunión Interministerial de seguimiento del coronavirus, COVID-19”. Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

el virus, y nosotros le dimos recursos al CONICET para que sus investigadores hagan los test rápidos, y lo hicimos, y mientras todo el mundo está viendo de comprar en un remate mundial los test, en la Argentina tenemos test que nos permiten que en una hora sepamos quién está infectado y quién no. ¿Y eso saben quiénes lo hicieron? Los argentinos” (Fernández, A. 2020).<sup>33</sup>

Y en relación a los especialistas de consulta: “Como siempre hago, antes de tomar esta decisión, consultar a los epidemiólogos, que hoy me acompañan dos de ellos, a los que les estoy eternamente agradecidos en nombre de todos, porque nos han guiado bien y por lo tanto nuestra gratitud eterna al saber y al compromiso de ellos” (Fernández, A. 2020)<sup>34</sup>

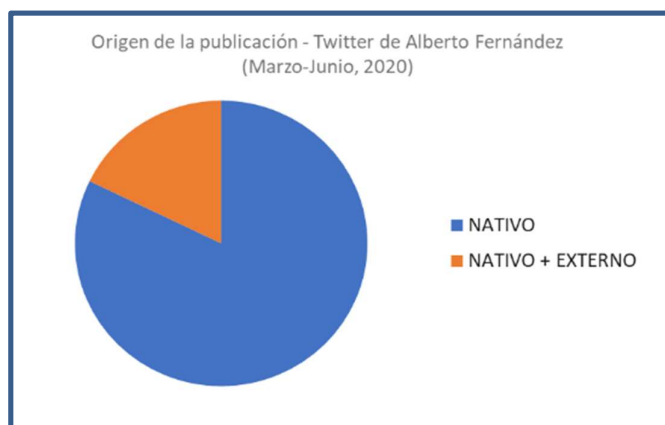
Por último, en este apartado al analizar el uso de las redes del presidente como principal vocero de la comunicación de crisis en un primer lugar podemos identificar: tipo de publicación.

Ilustración 6. Elaboración propia en base a datos sistematizados de cuenta oficial de twitter de Alberto Fernández



Como observamos en el gráfico, la primacía de la utilización de imágenes sin movimiento acompañando un texto plano dan cuenta de algunas de las funciones ya mencionadas de la estrategia comunicacional en cuanto a construir mensajes claros y precisos que conduzcan a generar certidumbre para la población.

Ilustración 7. Elaboración propia en base a datos sistematizados de cuenta oficial de twitter de Alberto Fernández



<sup>33</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, durante su visita a la provincia de Tucumán”. Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

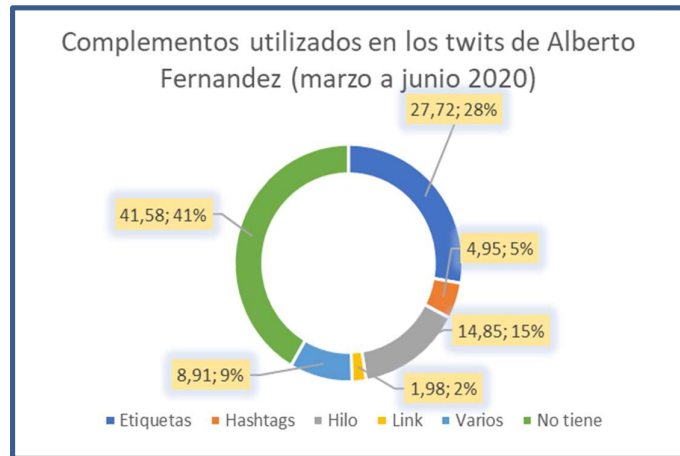
<sup>34</sup> Fernández, A. 2020 cita del discurso “Conferencia de prensa del Presidente de la Nación; del Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y del Gobernador de la provincia de Buenos Aires, acerca de la extensión de la cuarentena”. Recuperado de <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>



En esta ocasión podemos observar que, en cuanto al origen de las publicaciones, el 83% de las mismas son de origen nativo (propio) y solo el 18% son Nativo + Externo (Citar Tweet). No se encuentran en el periodo analizado publicaciones de origen externo (Re-tweet). Este último dato nos permite observar que el presidente no acude a referentes externos, de manera tal que tanto los mensajes citados como nativos están intervenidos por su palabra, reforzando su posicionamiento y liderazgo a la hora de producir sus discursos.

## Complementos

Ilustración 8. Elaboración propia en base a datos sistematizados de cuenta oficial de twitter de Alberto Fernández



En el caso de los complementos observamos que la mayoría de los tweets no tienen ningún complemento. El complemento más utilizado son las etiquetas con un 28%, seguido por los hilos con un 15%. Los complementos menos utilizados son los hashtags con 5%. Generalmente el uso de hashtags permite a los usuarios agrupar todos los comentarios generados alrededor de una publicación en un Trending Topic. El presidente utiliza con poca frecuencia hashtags instalados; se podría inferir que la baja utilización de hashtag responde a un tipo de comunicación que busca evitar la polarización con relación a los temas de tendencia en redes sociales.

## Consideraciones finales

A modo de reflexiones finales, en cuanto a la forma que adopta la Comunicación política en este periodo, podemos destacar la existencia -y no suspensión- de una comunicación gubernamental direccionada y enfocada a la crisis sanitaria con poco margen de acción en incluir temáticas por fuera de los tópicos con relación a la salud, por esta razón se desplaza sin desvincularse del encuadre sanitario para abordar las temáticas sociales, políticas, económicas, educativas entre otras.

Profundizando en el encuadre de la comunicación gubernamental se concertó una estrategia donde el *tono de la información fue predominantemente mixto* (técnico-emotivo) preferente a los fines de trasladar el lenguaje técnico, propio de las legislaciones y avances epidemiológicos, a una operación discursiva que se adapte a las demandas de información accesible de la ciudadanía. Es decir, en la tarea de instalar la percepción del riesgo, se reconoce una diferenciación entre la racionalidad técnica y la dimensión cultural del riesgo, actuar sobre este último aspecto implicó una relación con la cultura política y democrática, así como también el uso de todas las herramientas posibles incluidas las redes sociales y la construcción de sitios oficiales de información confiable.

En el eje temático en el que se inscribe el encuadre, los mensajes analizados poseen un alto contenido político por sobre los mensajes partidarios y casi nula referencia a un encuadre con mensajes

de corte personal/familiar. Sin embargo, al vincular esta variable encontramos que los niveles de reacción de la ciudadanía se inclinan a darle más relevancia a aquellos mensajes políticos que incorporan el aspecto personal del presidente Alberto Fernández. Esta idea refuerza la elección de una estrategia de encuadre prioritario en el que se inscribe la comunicación gubernamental con orientación a la crisis sanitaria y difusión de medidas preventivas aun si estos no son los mensajes con más niveles de reacción por parte de los usuarios.

En segundo lugar, la comunicación gubernamental coexiste con una política comunicacional del riesgo donde su principal objetivo es la prevención y modificación de comportamientos sociales. En este marco, la comunicación de riesgo al estar compuesta por mensajes que inciten a la acción o inacción, en este sentido, se puede destacar la popularización de la consigna “quédate en casa” con un tono imperativo; como así también mensajes que apelaron a la emotividad; mensajes que plasmaban compromisos a futuro relacionados principalmente con “la nueva normalidad” “post-pandemia”, “reactivar la economía” y, por último, y no menos importante, mensajes constantes y pedagógicos. La construcción (pedagogía) y sostenimiento (constancia, repetición) en el tiempo de la percepción del riesgo mientras la amenaza persiste requiere de estrategias discursivas, de las cuales encontramos huellas en los mensajes analizados, principalmente, aquellas que tienden en primer lugar a incluir al receptor en los enunciados, la adopción de un rol “*docente*” del presidente, alusiones al éxito de las medidas, y generar espacios de abordaje multisectorial del riesgo. La pandemia de Covid-19 implicó/a un escenario complejo donde reconociendo y priorizando a aquellos grupos que son más vulnerables que otros, se necesita que toda la sociedad tome noción del peligro a la exposición del virus. Asimismo, es que algunos mensajes fueron adquiriendo una comunicación sectorizada para abordar los factores subyacentes que pueden profundizar el riesgo -como la desigualdad-, e igualmente estar dirigidos a la *población en general* en tanto destinataria.

En tercer lugar, la comunicación gubernamental y de riesgo coexisten con la comunicación de crisis. La crisis sanitaria se caracteriza por ser inesperada, y de origen exógeno, pero con consecuencias para la propia organización interna. Este diagnóstico también se utiliza como un recurso retórico presentado como un escenario donde el gobierno nacional “lida” con los efectos de la crisis pero no la provoca.

En cuanto a las fases de la crisis, si bien la “crisis” como concepto asumido públicamente aparece en el mes de mayo, podemos afirmar que no podemos clasificarlas de manera lineal o continuada en escalas rígidas, sólo podemos identificar cuando empezó y cuando ocurra su cierre operativo y/o político. Esto se debe a lo vertiginoso y cambiante del contexto producto de la exponencialidad en los niveles de contagio, rebrotes y nuevos descubrimientos científicos hasta el momento que propician a retomar fases de preparación, redefinición de estrategias al tiempo que se transforma la situación crítica. Cuando los efectos se propagan a límites inimaginables, aquí aparece la necesidad de identificar a los voceros de la crisis, en este caso, el principal vocero del corpus analizado fue el presidente Alberto Fernández, acompañado del gobernador de la Provincia de Buenos Aires Axel Kicillof y del Jefe de Gobierno porteño Horacio Rodríguez Larreta. La comunicación de crisis analizada en el marco de la pandemia fue profundamente personalista y, en el marco del discurso del enunciador, se pudieron identificar algunas orientaciones en el liderazgo de Alberto Fernández como lo son la retórica de *épica nacionalista, bélica, de voluntarismo y decisionismo institucionalista*.

## Bibliografía

- Andréu Abela, J. (1998). Las técnicas del análisis de contenido: una revisión actualizada. [Documento en línea]. Disponible en: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/s200103.pdf>
- Aruguete, N. (2015). El poder de la agenda: política, medios y público. Buenos Aires: Biblos.
- Bruno, D. (2012). Comunicación y políticas públicas en la Argentina pos neoliberal. Propuestas para una práctica profesional políticamente situada. *Question/Cuestión*, 1(34), 14-22.
- Canel Crespo, M. J. (2006). Comunicación política una guía para su estudio y práctica . España: Tecnos.
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza
- Crespo Martínez, I. A. (2017). ¿Estamos preparados? La gestión de la comunicación de crisis en la Administración Pública española. España: INSTITUTO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.
- Crespo, I.; Garrido, A. (2020) La pandemia del coronavirus: estrategias de comunicación de crisis. *Más poder local*, (41), 12-19.
- D'Adamo, O., García Beaudoux, V., y Freidenberg F. (2000). Medios de comunicación, efectos políticos y opinión. Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- Elizalde, L. M. (2006). La Construcción del Consenso: Gestión de la Comunicación Gubernamental. Buenos Aires: La Crujía.
- Fielding, N. y Fielding, J. (1991) "The Articulation of Qualitative and Quantitative Methods in Social Ressearch" en CEIL-CONICET, Seminario 1991.
- Gómez, R (2015) "Políticas públicas de comunicación de masas, ciudadanía y conflicto social en las sociedades capitalistas latinoamericanas. Un análisis del estado de la cuestión". En Saintout, F & Varela, A: Voces abiertas de América Latina. Comunicación, política y ciudadanía. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido teoría y práctica. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.
- Laclau, E. y Mouffe, C. (2004). Hegemonía y estrategia socialista. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Longo, V., "Comunicar estratégicamente en las organizaciones: conceptualizaciones sobre qué es la comunicación estratégica (y qué no)". En Massoni, S., Uranga, W. y Longo, V. (Comp.), Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica, 1º ed., San Luis, Nueva Editorial Universitaria, 2018, pág. 22-46.
- López-García, G. (2007). Comunicación política y discursos sobre el poder. *El profesional de la información*, v. 26, n. 4, pp. 573-578.
- McCombs, M. (2004), Estableciendo Agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Barcelona: Paidós.
- Mínguez, R. (2020). COVID-19: la no percepción del riesgo. *Más poder local*. (41) 34-35.
- Prior, H. (2020). Comunicación pública de riesgo en tiempos de pandemia: las respuestas de Portugal a la COVID 19. *Más poder local*. (41) 6-11.
- Riorda, M. (2006). Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso. En L. F. Elizalde, La construcción del consenso: gestión de la comunicación gubernamental. Buenos Aires: La Crujía.
- Riorda, M. (2011). La Comunicación Gubernamental, como Comunicación Gubernamental. *Politai Revista de Ciencia Política*, v. II n. 3, pp. 96-111.
- Riorda, M. (2020) Antes de comunicar el riesgo o la crisis: hay que diferenciarlos. *Más poder local*, (41), 20- 23.

Riorda, M. (28 abril 2020). Capacidades estatales para comunicar la crisis y el riesgo. <https://www.youtube.com/watch?v=ACvFMctxgg4&t=17s>. Conferencia INAP.

Riorda, M. (s.f.). “Gestionando certidumbres: la comunicación de crisis no es comunicación gubernamental, electoral ni de riesgo”, en ELIZALDE, L.; FERNÁNDEZ, D. y RIORDA, M., eds., *La gestión del disenso. La comunicación gubernamental en problemas.* . Buenos Aires: La Crujía.

Riorda, M. y Bentolila, S. (2020). *Cualquiera tiene un plan hasta que te pegan en la cara. Aprender de las crisis.* Argentina, Buenos Aires: Paidós.

Riorda, M., & Faré, M. (2012). *¡Ey, las ideologías existen!: comunicación política y campañas electorales en América Latina.* Buenos Aires: Biblos.

Riorda, M., & Rincón, O. (2016). *Comunicación gubernamental en acción: narrativas presidenciales y mitos de gobierno.* Buenos Aires: Biblos.

Rodríguez, M. (2020). *Comunicación política sociodigital: comunidades en red en América Latina. La liberté d’expression à l’ère numérique. De l’infox à l’intelligence artificielle.* 528-557.

Vilas (2011). *Política y políticas públicas en América Latina.* En Fioramonti, C. y Amaya, P.(comps.), “El Estado y las políticas públicas en América Latina”. La Plata: Honorable Cámara de Senadores de la Provincia de Buenos Aires/AECID/COPPPAL, 37-74.

---

## Sobre la autora

### Clarisa Mathot

clarisamathot94@gmail.com

Licenciada en Ciencia Política. Becaria Doctoral del CONICET y del Centro de Conocimiento, Investigación y Formación en Estudios Sociales (CConFIInES) de la Universidad Nacional de Villa María. Forma parte de equipos de investigación del Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales, UNVM.