

Miradas CRU ZA DAS

Compiladores
Editores

Fabio Enrique Pereira
Universidade de Brasília - Brasil

Elba Andrea Pedernera
Olga Lucero

Jorge Duperré
Universidad Nacional de San Luis

Miradas cruzadas:

Argentina y Brasil en tiempos de pandemia

Universidad Nacional de San Luis

Rector: CPN Víctor A. Moriño

Vicerrector: Mg. Héctor Flores

Compiladores/Editores

Fábio Henrique Pereira, Universidade de Brasília, Brasil

Elba Andrea Pedernera, Olga Lucero y Jorge Duperré,

Universidad Nacional de San Luis, Argentina

Coordinadores

Marcela Navarrete y Claudio Lobo

Proyecto de Investigación PROICO N° 4 1820 La comunicación en sociedades mediatizadas: discurso, cultura y poder de la Universidad Nacional de San Luis.

Fábio Henrique Pereira

Programa de Pós-graduação em Comunicação de la Universidade de Brasília

Prohibida la reproducción total o parcial de este material sin permiso expreso de NEU



RED DE EDITORIALES
DE UNIVERSIDADES
NACIONALES



Universidad
Nacional
de San Luis

Compiladores/Editores

Fábio Henrique Pereira

Universidade de Brasília, Brasil

Elba Andrea Pedernera, Olga Lucero y Jorge Duperré

Universidad Nacional de San Luis, Argentina

Miradas cruzadas: Argentina y Brasil en tiempos de pandemia

Miradas cruzadas: Argentina y Brasil en tiempos de pandemia / Fábio Henrique Pereira... [et al.]; Compilación de Fábio Henrique Pereira... [et al.] - 1a edición bilingüe - San Luis: Nueva Editorial Universitaria - U.N.S.L., 2024. Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

Edición bilingüe: Español; Portugués.

ISBN 978-987-733-399-2

1. Comunicación. 2. Educación Cultural. 3. Discursos. I. Pereira, Fábio Henrique, comp.

CDD 306.098

Nueva Editorial Universitaria

Avda. Ejército de los Andes 950

Tel. (+54) 0266-4424027 Int. 5197 / 5110

www.neu.unsl.edu.ar

E mail: unslneu@gmail.com

Director Administrativo

Sr. Omar Quinteros

Administración

Prof. Nahuel Sirur Flores

Dpto de Imprenta:

Sr. Sandro Gil

Dpto. de Diseño:

Tec. Enrique Silvage

DG Nora Aguirre

Diseño de Tapa: Cecilia Rodoni

Diagramación: Eliana Puertas

ISBN 978-987-733-399-2

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

© 2024 Nueva Editorial Universitaria

Avda. Ejército de los Andes 950 - 5700 San Luis

Índice

- | | |
|-----|--|
| 19 | “Infodemia, cobertura midática e desinformação científica na Argentina e Brasil: uma análise comparativa”
Fábio Henrique Pereira y Ana Pamela Paz García. |
| 55 | “Tecnologías de Información y Comunicación en pandemia, ¿herramientas de inclusión para mujeres de sectores populares?”
Nelva Farinazzo; Olga Lucero; Elba Pedernera y Florencia Cacace. |
| 71 | “Twitter como estratégia discursiva de combate à pandemia de Covid-19: uma análise dos tuítes presidenciais de Jair Bolsonaro e Alberto Fernández entre março de 2020 e junho de 2021”
Ricardo de Alcântara Dantas. |
| 98 | “La pandemia en memes: una aproximación desde el humor hipermediático en la producción risible del colectivo EAMEO en Argentina”
Pablo Daniel Parra; Marcela Haydeé Navarrete y Claudio Tomás Lobo. |
| 137 | “O mundo social do midiativismo feminista no Brasil e os impactos da pandemia. El mundo social del mediactivismo feminista en Brasil y los impactos de la pandemia”
Mariana Fagundes Ausani |
| 161 | “Discursos políticos y pandemia: un análisis Semiótico de los enunciados del Presidente argentino Alberto Fernández (2020-2021)”
Julián Agustín Jesús Robles Ridi. |

Introducción en español

Este libro nació de una colaboración iniciada en 2019 entre profesores y estudiantes de posgrado en comunicación, de la Universidad Nacional de San Luis, en Argentina, y de la Universidad de Brasilia, en Brasil. Vale aclarar que este proyecto pretende ir más allá de la dimensión protocolar, muchas veces derivada de las llamadas a la internacionalización que permean los sistemas de Ciencia, Tecnología e Innovación (CT&I) de ambos países. Por el contrario, los trabajos publicados en este libro son el resultado de una colaboración efectiva entre investigadores de ambos países, basada en un objeto de investigación común: prácticas y discursos comunicativos en el contexto de la pandemia de la Covid-19. Esta colaboración involucró una serie de seminarios realizados virtualmente durante el período de confinamiento. Se basaron en debates y intercambios entre los participantes, y fueron más allá de la simple presentación de informes de investigación. Este formato condujo a una reflexión crítica y colectiva sobre la relación entre comunicación y pandemia, anclada en diferentes tradiciones de investigación y enfoques teóricos nacionales, con el objetivo de producir un conjunto de perspectivas cruzadas sobre el fenómeno.

Argentina y Brasil abordaron la pandemia de manera diferente. Argentina estaba enfrentando una recesión económica y una crisis política y social después de cuatro años del gobierno de Mauricio Macri (2015-2019). Además del aumento del desempleo, la paralización de la producción y la inestabilidad económica, entre otros retrocesos, se sumaron los efectos de la pandemia de coronavirus. En otras palabras, la Covid-19

empeoró una situación que ya era urgente en el escenario local. Algunos datos que ilustran esto de manera resumida: en 2019, la tasa de pobreza en el país era del 35,5%, mientras que en el año siguiente, ya con las restricciones de la pandemia, este porcentaje aumentó al 42% en el segundo semestre (Fuente: EPH del INDEC / Ministerio de Trabajo, correspondiente a 2021). Por lo tanto, si observamos las variables económicas durante este período, podemos ver un deterioro en las condiciones de vida de las clases bajas y medias, antes y durante la crisis de salud global.

En cuanto a las medidas de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) y Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio (DISPO) decretadas tempranamente por el gobierno del presidente Alberto Fernández, fueron ampliamente acatadas al principio. De hecho, esto se reflejó en una alta tasa de aprobación del presidente Alberto Fernández, quien había sido elegido con el 48% de los votos en diciembre de 2019 y, en marzo del año siguiente, tenía una aprobación cercana al 93,8%. Sin embargo, las consecuencias de estas medidas impactaron significativamente en el ánimo social, revirtiendo notablemente su legitimidad ante la población argentina. Como resultado, el debate público y partidario se polarizó en torno a cómo gestionar las restricciones o las aperturas de todas las actividades afectadas. Esto quedó evidenciado en el resultado adverso del partido de Fernández en las elecciones de medio término de 2021 (que implicó una renovación parcial del Congreso y una especie de referéndum sobre la gestión del gobierno), atribuido, entre otros factores, a la forma en que el gobierno manejó la crisis de salud y sus consecuencias socioeconómicas.

Hoy, mirando retrospectivamente las estadísticas de muertes totales causadas por la pandemia, Argentina se encuentra entre los países de la región y del mundo con menos muertes. Por ejemplo, podemos citar el reciente informe del Ministerio de Salud de la Nación, que registra el “exceso de muertes” en 2021 (el año en que la enfermedad causó más víctimas), en comparación con los índices pre-pandémicos: el porcentaje es del 26,3%, lo que coloca al país en el octavo lugar en América Latina, por debajo de Perú (60,9%), Bolivia (57,9%), Paraguay (55,2%), Colombia (44,2%), México (42,6%), Ecuador (35,3%) y Brasil (34,3%).

En Brasil, la mediatización de la pandemia de Covid-19 estuvo marcada por controversias políticas notoriamente polarizadas entre la extrema derecha, en el poder, y otros sectores de la sociedad. Por un lado, el gobierno de Jair Bolsonaro (2019-2022) adoptó desde el inicio de la crisis de salud una postura de negacionismo científico, expresada en sus discursos anti-vacunación, la defensa de medicamentos sin eficacia comprobada y la dificultad para reconocer la gravedad de la pandemia. Ante la resistencia de parte de los medios de comunicación hacia esta postura, el expresidente y sus

seguidores utilizaron las redes sociales y una estructura creada para difundir desinformación para influir en parte de la opinión pública, construyendo narrativas alternativas al discurso científico. Por otro lado, una parte significativa de los medios de comunicación, junto con la comunidad académica y grupos políticos y de la sociedad civil, se movilizó para oponerse al discurso del gobierno, recurriendo a menudo al argumento de la autoridad científica. En este sentido, la polarización política durante la pandemia resultó en un conflicto constante entre estos dos grupos.

Al mismo tiempo, Brasil enfrentó una “crisis” duradera: de salud, económica y política, así como en los sistemas de salud y de CT&I. Tres años después, el país salió de la pandemia con más de 700 mil vidas perdidas debido al virus Covid-19 y la amarga sensación de que esto fue el precio pagado para evitar la reelección del presidente Bolsonaro.

Las perspectivas argentino-brasileñas sobre la pandemia también revelan varios puntos en común. Forman parte de cómo el proceso de transnacionalización de las prácticas de comunicación y de la ciencia se tensionó con la aparición de una crisis de salud global. Por un lado, se descubrieron, incorporaron y aplicaron avances científicos, profilaxis y vacunas en (casi) todo el planeta. Sin embargo, las formas y estrategias de comunicación también se reflejaron mutuamente, alimentando los diferentes espacios públicos nacionales con temas y preguntas que a menudo tenían su origen en otros contextos geográficos, algo que quedó muy claro en los debates sobre desinformación durante la pandemia.

En este sentido, países hermanos como Argentina y Brasil enfrentaron dilemas similares en algunas ocasiones. De hecho, los seis capítulos que componen este trabajo destacan la resonancia entre los temas abordados por investigadores de ambos países, así como los desafíos comunes que marcaron la experiencia de argentinos y brasileños en los últimos tres años. En ambos casos, la crisis de salud surgió en un contexto de fuerte politización del debate político, contaminando las políticas públicas de comunicación y de lucha contra la pandemia. Al mismo tiempo, la crisis de la Covid-19 fue escenario de una intensa movilización de grupos de la sociedad civil, desde activistas feministas hasta asociaciones médicas y científicas, que participaron en el debate público para reforzar su autoridad, luchar por sus derechos o incluso garantizar la implementación de políticas públicas. Este contexto sugiere que la pandemia desempeñó un papel en visibilizar y acentuar las tensiones y conflictos que marcan a las sociedades argentina y brasileña. Finalmente, en ambos países, las plataformas digitales y sus algoritmos desempeñaron un papel fundamental en la mediación de la mayoría de las corrientes de comunicación sobre la crisis pandémica, desafiando el papel tradicionalmente

desempeñado por las empresas de medios y las consultorías de comunicación pública, científica e institucional.

Este libro comienza con el capítulo 'La pandemia en los memes: un enfoque del humor hipermediático en la producción risueña del colectivo EAMEO en Argentina'. En este trabajo, desde una perspectiva sociosemiótica en diálogo con los estudios culturales, se investigan los sentidos producidos por el colectivo argentino EAMEO sobre el surgimiento de la pandemia en i-memes en las redes sociales digitales. Este colectivo introdujo en Argentina el debate social sobre la situación nacional, regional y global de la crisis de salud en los escenarios hipermediatizados del humor en contraposición a las agendas y discursos institucionalizados originarios del campo serio. Los autores destacan en su investigación el papel del humor y, específicamente, de la producción de i-memes en circunstancias tan críticas como una crisis de salud global, así como la posibilidad de exorcizar la tragedia y la muerte, lo que habilita la ironía como recurso retórico.

A continuación, Fábio Henrique Pereira y Ana Pamela Paz García, en 'Infodemia, cobertura mediática y desinformación científica en Argentina y Brasil: un análisis comparativo', discuten el proceso de construcción del problema público de la desinformación científica durante el primer año de la crisis pandémica. A través de un análisis de contenido de periódicos argentinos y brasileños, los autores muestran cómo, en ambos países, el discurso científico se movilizó como instrumento para combatir la infodemia. Además, analizan el papel de los responsables de declaraciones nacionales e internacionales en la promoción y denuncia de la desinformación. Este proceso dividió a los actores involucrados en el campo médico-científico y político-gubernamental en la construcción de este problema público. Sin embargo, el desempeño de estos dos grupos de emprendedores de causas en el espacio mediático fue diferente en los dos países. Mientras que en Argentina, la cobertura privilegió a actores individuales, médicos y académicos, en Brasil también hubo participación de asociaciones médicas y científicas, así como la repercusión de los resultados de estudios publicados en revistas científicas.

Los capítulos 3 y 4 discuten la movilización de las mujeres en el contexto de la pandemia. Nelva Farinazzo, Olga Lucero, Elba Pedernera y Florencia Cacace, en 'Las tecnologías de información y comunicación en la pandemia, ¿herramientas de inclusión para mujeres de sectores populares?', abordan, desde una perspectiva de género en diálogo con los estudios culturales, cómo un grupo de mujeres desempleadas y beneficiarias de programas de protección social del Estado implementaron un conjunto de estrategias formativas (principalmente en el campo de las TIC) para suplir la falta de protección social causada por el confinamiento obligatorio. A través de un estudio detallado de casos seleccionados, las autoras identificaron cómo cuestiones sensibles,

como las tareas de cuidado, el acceso a servicios básicos, las tasas de pobreza y la desigualdad, se vieron fuertemente afectadas por las infecciones y las medidas de prevención. Y precisamente, el acceso y el aprendizaje en el uso de nuevas tecnologías permitieron que las actrices involucradas en este debate pudieran transmitir, en muchos casos, algunas demandas urgentes a las instituciones gubernamentales y privadas.

En el capítulo ‘El mundo social del activismo mediático feminista en Brasil y los impactos de la pandemia’, Mariana Fagundes Ausani propone analizar cómo la pandemia provocada por el coronavirus afectó las prácticas y formas de colaboración y compromiso de las participantes de iniciativas mediáticas feministas en Brasil. Basándose en 33 entrevistas en profundidad con periodistas, colaboradoras y lectoras de este tipo de publicaciones, la autora muestra cómo la pandemia afectó el sistema de convenciones que estructuró la práctica de las participantes de este “mundo social”, priorizando las interacciones y colaboraciones mediadas por dispositivos digitales. Si bien esta situación limitó las interacciones presenciales, también permitió una mayor inclusión de personas de diferentes ciudades y estados brasileños, con la contratación de mujeres negras y de regiones periféricas.

Para concluir este libro, dos capítulos abordan el discurso presidencial durante la pandemia de la Covid-19. En ‘Discursos políticos y pandemia: un análisis semiótico de las declaraciones del presidente argentino Alberto Fernández (2020-2021)’, Julián Robles Ridi pretende identificar las principales (in)variantes enunciativas que caracterizaron la discursividad del presidente en relación con la configuración de la Covid-19. El trabajo propone identificar algunos temas que constituyen la base de su discursividad política; las formas en que los campos del ‘nosotros’ y los ‘otros’ asumen a través de la configuración de fronteras simbólicas, dimensiones adversativas y antagonismos; caracterizar qué tipos de ethos y pathos se construyen en la discursividad del enunciador; reconocer estrategias discursivas en el uso del cuerpo de Alberto Fernández que refuerzan o no la verosimilitud y analizar continuidades, desplazamientos y rupturas en las estrategias de enunciación del presidente después de un proceso de vacunación irregular.

Finalmente, como observa el autor: “esta pandemia surgió repentinamente y puso en alerta a los presidentes de todo el mundo que, ante este escenario, implementaron políticas gubernamentales muy diversas e incluso antagónicas. Ante este comportamiento discursivo marcadamente disímil, nuestro interés se centra en una de las áreas del discurso social desde donde se construye una arquitectura del mundo y se proporcionan claves de comprensión frente a la Covid-19: el discurso político”.

Ricardo de Alcântara Dantas realiza una comparación de las publicaciones de Jair Bolsonaro y Alberto Fernández entre marzo de 2020 y junio de 2021 en la red social

Twitter. El capítulo 'Twitter como estrategia discursiva para combatir la pandemia de Covid-19' analiza las estrategias discursivas presentes en 4.326 tweets publicados por los dos presidentes y recopilados a través de la aplicación Ltweet, desarrollada por el Laboratorio de Convergencia de Medios de la Universidad Federal de Maranhão. El autor destaca la presencia de elementos populistas en las publicaciones del presidente brasileño, especialmente el mantenimiento del aparente "enemigo" y el uso de expresiones coloquiales y populares como estrategia para mantener motivada a su base de apoyo. Estas características están menos presentes en las publicaciones de Fernández, quien recurrió al silencio en momentos de crisis. A pesar del carácter exploratorio de su investigación, el autor destaca el gran potencial de aplicar la perspectiva teórico-metodológica utilizada en otras investigaciones en el campo de la comunicación política.

Los seis capítulos que componen este libro testimonian la riqueza de enfoques con respecto a los objetos de comunicación y las pandemias en Argentina y Brasil. Ahora, los lectores tienen acceso a los resultados de una serie de intercambios entre investigadores de ambos países a lo largo de los últimos tres años, lo que ha dado lugar a un trabajo relevante y original para el campo. La expectativa es que su publicación abra espacio para otras colaboraciones de este tipo en un futuro cercano.

Introducción en portugués

Este livro nasceu de uma colaboração iniciada em 2019 entre professores e estudantes de pós-graduação em comunicação da Universidade Nacional de San Luis, na Argentina, e da Universidade de Brasília, no Brasil. Vale a pena esclarecer que este projeto pretende ir além da dimensão protocolar, muitas vezes derivada das chamadas para a internacionalização que permeiam os sistemas de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) de ambos os países. Pelo contrário, os trabalhos publicados neste livro são o resultado de uma colaboração efetiva entre pesquisadores de ambos os países, com base em um objeto de pesquisa comum: práticas e discursos comunicacionais no contexto da pandemia da Covid-19. Essa colaboração envolveu uma série de seminários realizados virtualmente durante o período de confinamento. Eles se basearam em debates e trocas entre os participantes, indo além da simples apresentação de relatos de pesquisa. Esse formato levou a uma reflexão crítica e coletiva sobre a relação entre comunicação e pandemia, ancorada em diferentes tradições de pesquisa e abordagens teóricas nacionais, a fim de produzir um conjunto de perspectivas cruzadas sobre o fenômeno.

Argentina e Brasil lidaram com a pandemia de maneiras diferentes. A Argentina estava enfrentando uma recessão econômica e uma crise política e social após quatro anos do governo de Mauricio Macri (2015-2019). Além do aumento do desemprego, da paralisação da produção e da instabilidade econômica, entre outros retrocessos, houve os efeitos da pandemia de coronavírus. Em outras palavras, a Covid-19 veio agravar uma

situação que já era urgente no cenário local. Alguns dados que ilustram isso de forma resumida: em 2019, a taxa de pobreza no país era de 35,5%, enquanto no ano seguinte - já com as restrições da pandemia -, esse percentual aumentou para 42% no segundo semestre (Fonte: EPH del INDEC / Ministerio de Trabajo, correspondente a 2021). Portanto, se olharmos as variáveis econômicas durante o período podemos observar uma deterioração das condições de vida das classes baixas e médias, antes e durante a crise de saúde global.

Quanto às medidas de Isolamento Social, Preventivo e Obrigatório (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio - ASPO, em espanhol) e Distanciamento Social, Preventivo e Obrigatório (Distanciamento Social Preventivo e Obligatório - DISPO), decretadas precocemente pelo governo do presidente Alberto Fernandez, elas foram amplamente acatadas no início. Inclusive, isso se refletiu em uma alta taxa de aprovação do presidente Alberto Fernández, que havia sido eleito com 48% dos votos em dezembro de 2019 e, em março do ano seguinte, tinha uma avaliação positiva próxima a 93,8%. No entanto, as consequências dessas medidas impactaram sensivelmente o humor social, revertendo notavelmente sua legitimidade junto à população argentina. Logo, o debate público e partidário se polarizou em torno de como gerenciar as restrições ou aberturas de todas as atividades afetadas. Isso ficou evidente no resultado adverso do partido de Fernandez nas eleições de meio de mandato de 2021 (que envolveu uma renovação parcial do Congresso e uma espécie de referendo sobre a gestão do governo), atribuído, entre outros fatores, à maneira como o governo lidou com a crise de saúde e suas consequências socioeconômicas.

Hoje, olhando retrospectivamente para as estatísticas de mortes totais causadas pela pandemia, a Argentina está entre os países da região e do mundo com menos óbitos. Por exemplo, podemos citar o recente relatório do Ministerio de Salud de la Nación, que registra o “excesso de mortes” em 2021 (o ano em que a doença causou mais vítimas), em comparação com os índices pré-pandêmicos: o percentual é de 26,3%, o que coloca o país em oitavo lugar na América Latina, abaixo de: Peru (60,9%), Bolívia (57,9%), Paraguai (55,2%), Colômbia (44,2%), México (42,6%), Equador (35,3%) e Brasil (34,3%).

No Brasil, a mediatização da pandemia de Covid-19 foi marcada por controvérsias políticas notoriamente polarizadas entre a extrema direita, no poder, e outros setores da sociedade. Por um lado, o governo de Jair Bolsonaro (2019-2022) adotou, desde o início da crise de saúde, uma postura de negacionismo científico, expressa em seus discursos antivacina, na defesa de medicamentos sem eficácia comprovada e até mesmo na dificuldade de reconhecer a gravidade da pandemia. Diante da resistência

de parte da mídia em relação a essa postura, o ex-presidente e seus seguidores usaram as redes sociais e uma estrutura criada para disseminar desinformação para influenciar parte da opinião pública, construindo narrativas alternativas ao discurso científico. Por outro lado, uma parte significativa da mídia, juntamente com a comunidade acadêmica e grupos políticos e da sociedade civil, mobilizou-se para se opor ao discurso do governo, muitas vezes recorrendo ao argumento da autoridade científica. Nesse sentido, a polarização política durante a pandemia resultou em um conflito constante entre esses dois grupos.

Ao mesmo tempo, o Brasil enfrentou uma “crise” duradoura: de saúde, econômica e política, bem como nos sistemas de saúde e de CT&I. Três anos depois, o país saiu da pandemia com mais de 700 mil vidas perdidas devido ao vírus Covid-19 e a amarga sensação de que isso foi o preço pago para evitar a reeleição do presidente Bolsonaro.

As perspectivas argentino-brasileiras sobre a pandemia também revelam vários pontos em comum. Eles fazem parte da forma como o processo de transnacionalização das práticas de comunicação e da ciência foi tensionado pelo surgimento de uma crise de saúde global. Por um lado, avanços científicos, profilaxias e vacinas foram descobertos, incorporados e aplicados em (quase) todo o planeta. No entanto, as formas e estratégias de comunicação também ecoaram entre si, alimentando os diferentes espaços públicos nacionais com temas e perguntas que muitas vezes tiveram origem em outros contextos geográficos, algo que ficou bastante claro nos debates sobre desinformação durante a pandemia.

Nesse sentido, países irmãos, como Argentina e Brasil, enfrentaram dilemas semelhantes em algumas ocasiões. Na verdade, os seis capítulos que compõem este trabalho destacam a ressonância entre os temas abordados por pesquisadores de ambos os países, bem como os desafios comuns que marcaram a experiência dos argentinos e brasileiros nos últimos três anos. Em ambos os casos, a crise de saúde surgiu em um contexto de forte politização do debate político, contaminando as políticas públicas de comunicação e de combate à pandemia. Ao mesmo tempo, a crise da Covid-19 foi palco de uma intensa mobilização de grupos da sociedade civil - desde ativistas feministas até associações médicas e científicas - que participaram do debate público para reforçar sua autoridade, lutar por seus direitos ou mesmo garantir a implementação de políticas públicas. Esse contexto sugere que a pandemia desempenhou um papel em dar visibilidade - e exacerbar - as tensões e conflitos que marcam as sociedades argentina e brasileira. Finalmente, em ambos os países, as plataformas digitais e seus algoritmos desempenharam um papel fundamental na mediação da maior parte das correntes de comunicação sobre a crise pandêmica, desafiando o papel

tradicionalmente desempenhado pelas empresas de mídia e consultorias de comunicação pública, científica e institucional.

Este livro se inicia com o capítulo 'A pandemia nos memes: uma abordagem do humor hipermediático na produção risível do coletivo EAMEO na Argentina'. Neste trabalho, a partir de uma perspectiva sócio-semiótica em diálogo com os estudos culturais, investiga-se os sentidos produzidos pelo coletivo argentino EAMEO sobre o surgimento da pandemia em i-memes nas redes sociais digitais. Este coletivo introduziu na Argentina o debate social sobre a situação nacional, regional e global da crise de saúde nos cenários hipermediatizados do humor em confronto com as agendas e discursos institucionalizados originários do campo sério. Os autores destacam em sua pesquisa o papel do humor e, especificamente, da produção de i-memes em circunstâncias tão críticas quanto uma crise de saúde global, bem como a possibilidade de exorcizar a tragédia e a morte, o que habilita a ironia como recurso retórico.

Em seguida, Fábio Henrique Pereira e Ana Pamela Paz García, em 'Infodemia, cobertura midiática e desinformação científica na Argentina e no Brasil: uma análise comparativa', discutem o processo de construção do problema público da desinformação científica durante o primeiro ano da crise pandêmica. Por meio de uma análise de conteúdo de jornais argentinos e brasileiros, os autores mostram como, em ambos os países, o discurso científico foi mobilizado como instrumento para combater a infodemia. Além disso, analisam o papel dos responsáveis por afirmações nacionais e internacionais na promoção e denúncia da desinformação. Esse processo dividiu os atores envolvidos no campo médico-científico e político-governamental na construção desse problema público. No entanto, o desempenho desses dois grupos de empreendedores de causas no espaço midiático foi diferente nos dois países. Enquanto, na Argentina, a cobertura privilegiou atores individuais - médicos e acadêmicos -, no Brasil, também houve participação de associações médicas e científicas, bem como a repercussão dos resultados de estudos publicados em revistas científicas.

Os capítulos 3 e 4 discutem a mobilização das mulheres no contexto da pandemia. Nelva Farinazzo, Olga Lucero, Elba Pedernera e Florencia Cacace, em 'As tecnologias de informação e comunicação na pandemia, ferramentas de inclusão para mulheres de setores populares?', abordam, a partir de uma perspectiva de gênero em diálogo com os estudos culturais, como um grupo de mulheres desempregadas e beneficiárias de programas de proteção social do Estado implementaram um conjunto de estratégias formativas (principalmente no campo das TICs) para suprir a falta de proteção social causada pelo confinamento obrigatório. Por meio de um estudo detalhado de casos selecionados, as autoras identificaram como questões sensíveis, como tarefas de cuidado,

acesso a serviços básicos, taxas de pobreza e desigualdade, foram fortemente afetadas por infecções e medidas de prevenção. E, precisamente, o acesso e o aprendizado no uso de novas tecnologias permitiram que as atrizes envolvidas nesse debate pudessem veicular, em muitos casos, algumas demandas urgentes junto a instituições governamentais e privadas.

No capítulo 'O mundo social do ativismo midiático feminista no Brasil e os impactos da pandemia', Mariana Fagundes Ausani propõe analisar como a pandemia provocada pelo coronavírus afetou as práticas e formas de colaboração e comprometimento das e dos participantes de iniciativas midiáticas feministas no Brasil. Com base em 33 entrevistas em profundidade com jornalistas, colaboradoras e leitoras desse tipo de publicação, a autora mostra como a pandemia afetou o sistema de convenções que estruturou a prática das e dos participantes desse "mundo social", a fim de priorizar interações e colaborações mediadas por dispositivos digitais. Se, por um lado, essa situação limitou as interações presenciais, por outro, permitiu uma maior inclusão de pessoas de diferentes cidades e estados brasileiros, com a contratação de mulheres negras e de regiões periféricas.

Encerrando este livro, dois capítulos abordam o discurso presidencial durante a pandemia de Covid-19. Em 'Discursos políticos e pandemia: uma análise semiótica das declarações do presidente argentino Alberto Fernández (2020-2021)', Julián Robles Ridi pretende identificar as principais (in)variantes enunciativas que caracterizaram a discursividade do presidente em relação à configuração da Covid-19. O trabalho propõe identificar alguns tópicos que constituem a base de sua discursividade política; as formas que os campos do 'nós' e dos 'outros' assumem por meio da configuração de fronteiras simbólicas, dimensões adversativas e antagonismos; caracterizar que tipos de ethos e pathos são construídos na discursividade do enunciador; reconhecer estratégias discursivas no uso do corpo de Alberto Fernández que reforçaram ou não a verossimilhança e analisar continuidades, deslocamentos e rupturas nas estratégias de enunciação do presidente após um processo de vacinação irregular.

Finalmente, como observa o autor: "esta pandemia surgiu repentinamente e colocou em alerta os presidentes de todo o mundo que, diante desse cenário, implementaram políticas governamentais muito diversas e até antagônicas. Face a esse comportamento discursivo marcadamente dissimilar, nosso interesse se concentra em uma das áreas do discurso social de onde se constrói uma arquitetura do mundo e são fornecidas chaves de compreensão diante da Covid-19: o discurso político".

Ricardo de Alcântara Dantas faz uma comparação das postagens de Jair Bolsonaro e Alberto Fernández entre março de 2020 e junho de 2021 na rede social Twitter.

O capítulo ‘Twitter como estratégia discursiva para combater a pandemia de Covid-19’ analisa, assim, as estratégias discursivas presentes em 4.326 tweets publicados pelos dois presidentes e coletados por meio do aplicativo Ltweet, desenvolvido pelo Laboratório de Convergência de Mídias da Universidade Federal do Maranhão. O autor destaca a presença de elementos populistas nos posts do presidente brasileiro, principalmente a manutenção do aparente “inimigo” e o uso de expressões coloquiais e populares como estratégia para manter a base de apoio motivada. Essas características estão menos presentes nos posts de Fernández, que recorreu ao silêncio em momentos de crise. Apesar do caráter exploratório de sua pesquisa, o autor destaca o grande potencial de aplicar a perspectiva teórico-metodológica utilizada em outras pesquisas no campo da comunicação política.

Os seis capítulos que compõem este livro testemunham a riqueza de abordagens em relação aos objetos de comunicação e às pandemias na Argentina e no Brasil. Os leitores agora têm acesso aos resultados de uma série de intercâmbios entre pesquisadores de ambos os países ao longo dos últimos três anos, que resultaram em um trabalho relevante e original para o campo. A expectativa é que sua publicação abra espaço para outras colaborações desse tipo em um futuro próximo.

Infodemia, cobertura midática e desinformação científica na Argentina e Brasil: uma análise comparativa

Fábio Henrique Pereira¹

Ana Pamela Paz García²

Resumen:

Este estudo explora e compara a desinformação científica durante a pandemia de Covid 19 na mídia argentina e brasileira. Analisa os recursos mobilizados por um conjunto de “empreendedores de causa” para transformar essa situação em um problema público: a infodemia. Este capítulo propõe uma análise quantitativa de conteúdo da mídia generalista e especializada em ambos os países 2020, com foco nas categorias temáticas mobilizadas pela mídia para enquadrar esta questão e no papel desempenhado pelos empreendedores de causa que emergiram como fontes de informação no período analisado. Os resultados destacam que a infodemia foi promovida por grupos semelhantes de empreendedores de causa internacionais (OMS, cientistas). Além disso, em ambos os países, a infodemia foi discutida principalmente por atores do campo

¹Doutor em Comunicação. Titular da Cátedra de jornalismo científico da Universidade Laval (Canadá) e professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Especialista em sociologia do jornalismo, é autor dos livros: *Jornalistas-intelectuais no Brasil* (Summus, 2011), *As diferentes maneiras de ser jornalista* (Editora UnB, 2020) e *Um journaliste em ligne mondialisé: sociohistoire comparative* (com Florence Le Cam, Presses Universitaires de Rennes e Editora Insular, 2022). E-mail fabio-henrique.pereira@com.ulaval.ca

²Doutora em Estudos Sociais da América Latina e Mestre em Sociologia (Universidad Nacional de Córdoba). Atua como pesquisadora no IIPsi, UNC/CONICET e é professora na Universidad Católica de Córdoba. Sua linha de trabalho inclui a análise de processos mediatizados da informação política, consumo ideológico dos meios de comunicação de massas e dinâmicas psico-sócio-comunicativas da opinião pública, no âmbito das metodologias mistas. E-mail: pamela.pazgarcia@unc.edu.ar

médico/científico e político/governamental. Na Argentina, essa cobertura deu mais espaço a atores individuais, como médicos e acadêmicos, enquanto, no Brasil, a cobertura privilegiou as associações médicas e científicas. Este estudo procurou distanciar-se da visão normativa e/ou naturalizada da desinformação, particularmente da desinformação científica, ao mostrar o quanto este tema emerge no espaço público como resultado de um importante trabalho de promoção e de legitimação desse problema realizada por atores diretamente envolvidos no debate.

Palavras-chave: Infodemia – desinformação científica – problemas públicos – empreendedores de causa – jornalismo – estudos comparativos

Introdução

Este capítulo explora e compara como a mídia argentina e brasileira representou a questão da infodemia relacionada à pandemia de Covid 19. Em uma declaração conjunta da Organização Mundial da Saúde (OMS), Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e Cruz Vermelha, entre outros organismos internacionais que atuam na construção da agenda pública global em saúde pública, definiu-se o termo infodemia como “una sobreabundancia de información, en línea o en otros formatos, e incluye los intentos deliberados por difundir información errónea para socavar la respuesta de salud pública y promover otros intereses de determinados grupos o personas” (OMS, 2020a, online). Esse tipo de informação “errônea e falsa” pode prejudicar a saúde física e mental das pessoas, ampliar a estigmatização e afetar o cumprimento de medidas de saúde pública, entre outras situações que colocam sob risco a capacidade de os países de combaterem a pandemia.

Este estudo não lida diretamente com a desinformação e suas consequências para a sociedade. Ele busca entender como a infodemia foi inserida na agenda pública internacional. Mais especificamente, parte de uma abordagem baseada na sociologia dos problemas públicos para analisar os recursos mobilizados por atores dos campos jornalístico, científico e político - chamados aqui de “empreendedores de causa” - para converter uma situação em um problema público: a infodemia. O artigo é baseado em uma análise quantitativa e qualitativa de conteúdo do discurso jornalístico de veículos de mídia generalistas e especializados do Brasil e da Argentina que abordaram a temática da desinformação científica relacionada ao Coronavírus ao longo do ano de 2020. Nesse caso, o jornalismo e a mídia não são considerados apenas como espaço de mediação e repercussão desse debate público; são também atores ativos desse processo de promoção do problema da infodemia. Ao condenar os efeitos negativos da desinformação na sociedade, buscam legitimar suas reivindicações como produtores de um discurso “verdadeiro” e “credível” no espaço público.

Também é preciso destacar que a infodemia pode ser considerada um problema público *transnacional*. Ela foi anunciada e promovida por instituições de governança internacional, no contexto de uma pandemia global, e que deu origem a uma forte circulação de conteúdos científicos de desinformação em diferentes países do mundo.

A pesquisa se insere, portanto, em um esforço de nos distanciarmos de uma leitura normativa sobre a infodemia para nos focarmos nos processos sociais que levaram

à construção dessa temática como um problema público transnacional, presente nas agendas midiáticas argentina e brasileira - e certamente de vários outros países.

Para avançar com esse objetivo, este artigo busca apresentar o cenário de inserção da infodemia na agenda pública latino-americana, a partir da declaração inicial da OMS sobre o problema da desinformação associada à Covid-19. Em seguida, discutiremos os principais aspectos da perspectiva sociológica da construção dos problemas públicos, abordagem que embasa nossas discussões. Os resultados analisam e comparam a evolução da cobertura, as temáticas e as fontes mobilizadas pelos veículos de mídia argentinos e brasileiros.

A inserção do fenômeno da “infodemia” na agenda pública

Na última década, os países da América Latina, particularmente Brasil e Argentina, têm passado por profundas transformações na governança e na política dos sistemas e organismos de ciência, tecnologia e inovação. Suas estruturas têm sido fortemente afetadas por processos de liberalização e desregulação econômica. Por isso, o meio científico é pressionado a justificar, do ponto de vista econômico e social, os recursos públicos investidos no desenvolvimento da ciência devendo, além disso, mediatizar os resultados de suas investigações. Nesse embate entre a valorização e o desconhecimento da ciência, se complexificam também os desafios institucionais face aos ataques corporativos a evidências científicas e outras desordens informacionais (Del Fresno, 2019), que contrastam com os esforços em termos de políticas de comunicação científica, de ciência aberta e de acesso ao conhecimento.

Embora alguns setores - ainda minoritários - tenham incorporados crenças ou práticas que atentam contra o consenso científico ou recusam evidências científicas em áreas específicas (vacinas, mudanças climáticas, teoria da evolução, etc.), o crescimento da Internet levou a uma expansão do acesso de numerosos grupos sociais a fontes diversas de conteúdos científico-tecnológicos, que incluem “versões on-line dos meios de comunicação generalistas e especializados, plataformas de instituições de ciência e tecnologia, de amadorismo científico ou ainda redes sociais” (Polino & Castelfranchi, 2019, p. 121). Assim, as plataformas digitais imprimem às crises de informação um ritmo sem precedentes por conta da alta velocidade de propagação, baixo custo e amplo alcance.

Dentre as evidências empíricas que fundamentam o fenômeno da infodemia, a Unesco destaca que, somente em 2020, dos 112 milhões de posts publicados em 64

idiomas em distintas redes sociais, 40% provinham de fontes pouco confiáveis; 42% dos mais de 178 milhões de tweets sobre o tema foram produzidos por bots. Dos cerca de 50 milhões de tweets analisados por meio de inteligência artificial, 19 milhões (38% do total) foram considerados como “informação ou conteúdo manipulado”, além de e 8 milhões de e-mails fraudulentos terem sido bloqueados por dia pelo Google através do Gmail. Trata-se da primeira pandemia da história da humanidade em que novas tecnologias de comunicação de massa e personalizada, como as plataformas e redes sociais, oferecem à mais da metade da população mundial (mais de 4,5 bilhões de pessoas) volumes de informação sem precedente a um ritmo de produção e circulação nunca antes visto. Isso explica porque o problema da infodemia emergiu nas declarações da OMS ainda em fevereiro de 2020 (OMS, 2020a), um mês antes da declaração de pandemia por Covid-19 pela mesma Organização (OMS, 2020b). Para falar de infodemia, a OMS considerou alertas anteriores sobre esse problema em outras crises e epidemias, como foi o caso do ebola na África, no início dos anos 1990.

Assim, no site da OMS incluem-se desde iniciativas e campanhas para denunciar notícias falsas em redes sociais até guias informativos e atualizações permanentes sobre tratamentos, medicamentos, práticas de prevenção e luta contra o vírus. Sobre a desinformação como uma problemática pública anterior ou de maior amplitude, certas “mega-tendências” dão conta de sua complexidade estrutural na atualidade: as crescentes desigualdades, a polarização política, a perda de confiança na ciência, as bolhas ideológicas de consumo de informação, a hiper fragmentação dos meios e das audiências (Scheufele & Krause, 2019). Estes são alguns fatores que, nos últimos anos, ampliaram as possibilidades sociais de se expor à informação falsa ou incorreta, a partir da perspectiva da desinformação. Nesse sentido, chama-se a atenção sobre a necessidade de se analisar sistematicamente como se produz a comunicação científica em novos ambientes midiáticos e culturais.

A desinformação como um problema público

O fenômeno da desinformação não é novo tanto no campo do jornalismo (Tandoc et al., 2018) como no da ciência (McLean & Girling, 2017). O aumento de sua presença nesses espaços tem sido associado à emergência de um novo ecossistema midiático, mais fragmentado, e que permite a personalização e a customização de conteúdos em função dos interesses das audiências (Correia et. al, 2019; Moretzsohn, 2019; Swire-

Thompson & Lazer, 2020; Waisbord, 2018), independente da sua relação com os fatos. Nesse caso, destaca-se o uso das mídias sociais na circulação de conteúdos com forte apelo emocional e capazes de provocar uma relação de proximidade com os públicos (Delmazo et al., 2018; Bakir & McStay, 2018). Conteúdos com desinformação também se caracterizariam pela sua capacidade de viralização e o seu uso como fonte de monetização por veículos de mídia que adotam estratégias de *clickbait* (Bazaco et al., 2019; Braun & Eklund, 2019).

Ao mesmo tempo em que as condições de circulação de conteúdos com desinformação têm se alterado nos últimos anos, observamos um forte aumento da midiatisação do tema a partir de 2016 - muitas vezes pelo uso indiscriminado do anglicismo *fake news*. Tratar (e combater) a desinformação tem se tornado, desde então, um tema recorrente da agenda midiática (Humprecht, 2020), o que explica em parte, o aumento do interesse acadêmico pelo assunto (Lee, 2016; Spohr, 2017; Wang et al., 2020) e sua inclusão na agenda pública de alguns países³.

No contexto argentino, são incipientes os estudos sobre processos de circulação e efeito das notícias falsas, contudo, alguns trabalhos sobre temáticas pontuais destacaram as dinâmicas de viralização desse tipo de informação intencionada, bem como o uso de conteúdos de desinformação em contextos políticos, principalmente via redes sociais. Assim, Clavero (2018) analisa o caso dos posts falsos do Facebook, revelando estratégias distintas de uso, incluindo a descontextualização, a construção de relatos que visem provocar fortes reações emocionais, e o oportunismo no uso de imagens, em um cenário de contextos políticos particularmente críticos ou sensíveis à opinião pública. Nesse tipo de conjuntura, destaca-se o uso de informações com certo “semblante pseudocientífico”, cuja aplicação a esse tipo de notícia parece funcionar como um “cavalo de Tróia”, ao mesmo tempo em que a plataforma do Facebook detém um poder de “atração para direcionar as pessoas a websites de notícias falsas” (Clavero, 2018, p. 178).

Cabe assinalar que, na Argentina, a rede social Facebook mantém sua posição de liderança (Zuazo, 2018) em um cenário de consumo de conteúdos em que 88 de cada 100 argentinos possuem celulares e 85 em 100 possuem acesso à web (INDEC, 2021). Com a pandemia da Covid-19 e em um contexto em que infodemia é um problema-chave, o governo argentino implementou um projeto em parceria entre a Agencia Nacional de Noticias (TÉLAM) e o Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

³ No Brasil, o problema das *fake news* já virou objeto de uma Comissão Parlamentar de Inquérito na Câmara dos Deputados, bem como uma investigação aberta no Supremo Tribunal Federal, e de um projeto de lei de combate a esse problema, aprovado pelo Senado Federal e atualmente em tramitação na Câmara dos Deputados.

(CONICET) para combater todo tipo de notícias falsas sobre a pandemia. Foi criada, assim, a plataforma CONFIAR, que publica informes on-line desde abril de 2002, com o objetivo de “mitigar la proliferación de Fake news, a causa del desconocimiento, las incógnitas sobre el propio Coronavirus e, incluso, los prejuicios” (Jefatura de Ministros de la Nación, 2020, on-line). Trata-se, sem dúvidas, de iniciativas do setor governamental, e no contexto de uma rede relevante de atores cujos discursos merecem questionamentos no contexto internacional e comparativo, foco deste estudo.

Argumenta-se, portanto, que existe um processo em curso de promoção da desinformação como um problema público, incluindo de conteúdos falsos sobre ciência. Esse cenário se intensificou-se no contexto da crise sanitária provocada pela pandemia de Covid 19. Assim, a declaração da Organização Mundial de Saúde sobre o problema da infodemia representa como um marco importante para os debates públicos sobre a desinformação científica ligada ao Coronavírus em um contexto transnacional.

Esta constatação - de que haveria um conjunto de ações de sensibilização e combate em relação à infodemia - serve como ponto de partida para a reflexão proposta aqui. Ele considera a desinformação científica a partir da lógica da construção dos problemas públicos, concentrando-se nas dinâmicas sociais que explicam sua mediação. Nosso foco são as modalidades de agendamento desse problema nos espaços públicos nacionais, bem como as estratégias de sensibilização da opinião pública e da agenda político-governamental.

Para dar conta desses objetivos, recorreremos à perspectiva construtivista dos problemas públicos proposta por Neveu (2015) e com lastro na tradição sociológica estadunidense da construção dos “*social problems*” (Best, 2010; Blumer, 1971). Ela busca desnaturalizar a emergência desses problemas, situando-os como produto da atividade humana, resultado das relações de associação e conflito entre um grupo de atores sociais classificados como “empreendedores de causa” (“*entrepreneurs de cause*” ou “*claim makers*”), que se mobilizam na transformação de certos fatos em problemas. Assim, “um problema público nasce da conversão de um fato social em objeto de preocupação e de debate, e eventualmente, de ação pública” (Neveu, 2015, p. 15).

Segundo Neveu (2005), a construção de um problema público se inscreve em uma sequência temporal de eventos que permitem estruturar um percurso recorrente na configuração desse processo, organizado a partir de cinco operações: *identificação*, *enquadramento*, *justificação*, *popularização* e *desenvolvimento de políticas públicas*. Este artigo centra-se particularmente nas operações de justificação e popularização do problema da infodemia, tentando compreender os recursos mobilizados pelos empreendedores de causa nacionais e internacionais para promovê-la como um tema de interesse

comum, por meio da sua inserção nas agendas pública e midiática. Busca-se, por meio de um estudo comparativo sobre a cobertura da pandemia pela mídia argentina e brasileira, revelar as estratégias empregadas por atores dos campos midiático, médico-científico e político-governamental envolvidos nesse processo.

Nesse sentido, duas perguntas de pesquisa orientam este estudo: Como a mídia argentina e brasileira representou o problema da infodemia durante os seis primeiros meses da cobertura da pandemia de Covid-19? e Quais foram os empreendedores de causa mais importantes nessa cobertura e como eles buscaram justificar e popularizar esse tema como um problema público?

Para responder a essas questões, analisou-se comparativamente o conteúdo das versões digitais de três jornais argentinos e três brasileiros. O foco foram os meta-discursos sobre a desinformação relacionados à pandemia do Covid-19, buscando explorar suas similaridades e diferenças de forma a revelar a dimensão transnacional do problema. De certa forma, este artigo busca, construir um referencial teórico-metodológico, que permita desenvolver uma meta-análise sobre o fenômeno da infodemia, baseada em uma associação entre as perspectivas do *newsmaking*, agenda-setting e a sociologia construtivista dos problemas públicos a partir de uma perspectiva de comparação transnacional.

Metodología

Comparando o jornalismo na Argentina e Brasil

A decisão por comparar Argentina e Brasil seguiu a lógica do “the most similar cases” (Hirschl, 2005); ou da comparação entre países análogos (Vigour, 2005). De modo geral, os dois países caracterizam-se por uma forte concentração da propriedade dos meios de comunicação (Barreto, 2018; Mastrini & Becerra, 2010), reforçada por uma concentração geográfica das organizações jornalísticas (em Buenos Aires, Rio de Janeiro e São Paulo) e por sistemas de mídia sensíveis à polarização política que marca essas duas sociedades (Cf. Albuquerque, 2006; Hallin & Mancini, 2004). Face a esse cenário, os governos centrais argentino e brasileiro têm pouco poder (ou interesse) em regular a mídia privada. Além disso, os dois países desenvolveram modelos de radiodifusão pública de incipientes e de alcance limitado.

Nos últimos anos, em razão dos processos de digitalização da mídia, Argentina e Brasil vivenciaram um aumento da constelação de organizações jornalísticas alternativas

e independentes (Grohmann, 2020; Grohmann et al., 2019; Salaverría et al., 2019) e de movimentos midiativistas de democratização da comunicação (Ganter & Paulino, 2020). Ao mesmo tempo, veículos da mídia *mainstream* têm sofrido com a crise do modelo de negócios, o que tem levado a uma forte contração do setor e do mercado de trabalho dos jornalistas. Nos dois países, os jornais também sofrem com uma crise de credibilidade junto à população, provocada pelo ambiente político polarizado e pela proliferação do uso de redes sociais na produção e circulação de informações.

A cobertura do Covid na Argentina

A Argentina reportou o seu primeiro caso de Covid-19 em 03/03/2020. A primeira - e polêmica - medida do governo federal de enfrentamento à crise sanitária foi o Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO)⁴, decretado em 20 de março daquele ano mediante uma disposição normativa que seria prorrogada intermitentemente até 20 de julho e, mais tarde, em vários momentos críticos do primeiro semestre de 2021. Esta estratégia de confinamento obrigatório colaborou para ampliar o consumo de informações sobre a Covid-19 em redes sociais - particularmente via Instagram entre os mais jovens (Nielsen et al., 2020) - com um alto nível de confiança em relação a cientistas e especialistas, com nível médio de confiança frente às fontes governamentais e os meios de comunicação, e consistentemente menor em relação às pessoas comuns.

Nesse contexto, a mídia assumiu um caráter monotemática, evidenciando a alta relevância e presença na agenda de textos sobre o Coronavírus (6 de cada 10 notícias postadas on-line tratavam do tema), em um cenário de tematização focado fundamentalmente na questão sanitária (Zunino & Arcangeletti Yacante, 2020). Essa agenda foi construída quase que exclusivamente com base no discurso oficial do governo central. Por isso, embora os “picos” de atenção da cobertura tenham sido associados aos anúncios governamentais de extensão ou de modificação do isolamento ou do distanciamento

⁴ Sobre o assunto, é possível consultar as normas oficiais publicadas como o decreto nº 297/2020: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-297-2020-335741> e os sucessivos decretos: nº 325 e 355 (abril), nº 408 e 459 (maio), nº 493 e 520 (junho). Com esse último decreto, começa a vigorar o DISPO (Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio), aplicando o ASPO de modo restrito a populações com indicadores epidemiológicos observáveis e incorporando sucessivas decisões administrativas que autorizam a retomada progressiva de atividades em distintas jurisdições.

social, em termos valorativos, o tratamento pela mídia foi predominantemente crítico: de uma valoração inicialmente positiva das medidas do governo nacional durante as três primeiras semanas do confinamento, seguiu-se uma mudança de tendência a uma valoração negativa. Sobre esse ponto de inflexão na cobertura jornalística, cabe destacar que a denúncia de casos de corrupção estatal e a exposição - por erros de planejamento - de populações vulneráveis ao contágio do vírus, representaram em acontecimentos centrais para uma redefinição da valoração da gestão por parte do governo nacional (Zunino & Arcangeletti Yacante, 2020).

A cobertura do Covid no Brasil

Em 19/02/2020 foi registrado o primeiro caso confirmado de Covid-19 no Brasil. As incertezas provocadas pelo que seria a primeira grande pandemia do século XXI foram agravadas por um cenário de crise das políticas públicas de ciência e tecnologia, resultado dos confrontos entre a comunidade científica e o governo federal. Felizmente, o Brasil já dispunha de um campo de comunicação e do jornalismo científico relativamente consolidados (Massarani et al., 2013), dispondo de um know-how construído com a cobertura de outras epidemias que atingiram o território nacional nos anos anteriores, como dengue, febre amarela e Zika (Malinverni, 2017; Moares et al., 2017; Teixeira, 2018).

A maior parte dos meios de comunicação adotaram uma posição de confronto em relação ao governo federal (Renault, 2020), que se intensificou à medida em que a presidência da república adotava posições negacionistas ou em defesa de tratamentos sem eficácia comprovada (Tavares et al., 2020). Por sua vez, o governo federal contou com o apoio de alguns veículos de mídia leais ao presidente Bolsonaro, além de ter se utilizado de estruturas de difusão de desinformação, criadas por ocasião das eleições de 2018 (Ricard & Medeiros, 2020).

Essa tensão levou a uma forte politização da cobertura. Nesse cenário, boa parte das empresas de mídia recorreu ao discurso de diferentes atores políticos e da comunidade científica para se posicionarem contra a retórica do presidente e seus ministros. Essa polarização político-midiática vai se refletir nas posições comunidade médico-científica, dividida entre os apoiadores do posicionamento do governo federal⁵, e aqueles que vão se alinhar ao discurso hegemônico da ciência internacional.

⁵ É o caso da associação Médicos Pela Vida, que se posicionou em defesa do chamado “tratamento precoce”, baseado em medicamentos sem eficácia comprovada contra o vírus, como a cloroquina e a ivermectina.

Constituição do corpus

A comparação foi operacionalizada por meio de uma análise de conteúdo (Díaz Herrera, 2018; Piñuel Raigada, 2002) sobre a infodemia pelas mídias argentina e brasileira. O corpus consistiu em materiais informativos e opinativos publicados nas versões digitais de seis veículos jornalísticos, três de cada país. Foram selecionadas mídias nacionais de referência (*Página 12* e *Folha de S. Paulo*), populares (*Clarín* e *Metrópoles*) e especializados em jornalismo científico (*Agência TSS* e *Revista Pesquisa Fapesp*). A escolha do corpus também tentou equilibrar a diversidade de posicionamentos políticos dos meios em relação aos governos dos dois países.

Três períodos foram considerados na análise. O primeiro inclui os 15 dias que se seguiram à declaração da OMS sobre o problema da infodemia (12 a 26/02/2020); o segundo (maio e junho de 2020) trata do período em que a América Latina se tornou o epicentro mundial de difusão da pandemia; finalmente, o terceiro período com a divulgação da vacina russa Sputnik e o início dos testes de fase três das principais vacinas atualmente em uso nos dois países (11 a 25/08/2020).

Por meio da ferramenta de busca dos próprios sites dos jornais foram pesquisadas matérias que tratavam de Covid-19, Coronavírus, Infodemia, Fake news e desinformação. Após uma leitura das matérias, aquelas que não condiziam com o foco deste artigo foram excluídas da amostra. Ao final, foram codificados e analisados 67 itens originários da Argentina e 63 itens originários do Brasil (Quadro 1).

Quadro 1 - Corpus do estudo

País	Jornal	Período 1	Período 2	Período 3
		(fevereiro de 2020)	(maio e junho de 2020)	(agosto de 2020)
Argentina	Clarín	1	20	16
	Página 12	1	13	5
	Agência TSS	0	10	1
Brasil	Folha de S. Paulo	6	28	9
	Metrópoles	3	10	6
	Revista Pesquisa Fapesp	0	1	0

Codificação e definição das categorias de análise

Todos os itens do corpus foram inicialmente codificados, com a inserção da data, nome do veículo de mídia, título, autor, gênero jornalístico e fontes associadas a cada texto. Em seguida, buscou-se observar a recorrência de alguns termos e expressões que permitissem a identificação de categorias comparativas. Este tipo de análise de conteúdo busca “uma redução de categorias analíticas, que pode ser determinado em distribuições de frequência e correlações” (Díaz Herrera, 2018: 126), avaliando sua ocorrência. Com base em um corpus representativo de um produto comunicativo específico, como as notícias publicadas no contexto de uma pandemia, o desenho da pesquisa foi “extenso ou horizontal” (Piñuel Raigada, 2002: 13), centrando-se na interpretação de eventos-chave, classificados por meio das seguintes categorias, recuperadas por meio da aplicação do Atlas.ti como software auxiliar na busca de nós significativos em termos temáticos. São elas:

Anticiência. Faz referência a processos políticos e culturais de descrcredibilização das atividades e descobertas científicas nos dois países, incluindo efeitos do conservadorismo político e social, da polarização política, dos discursos religiosos, da militância anti-quarentena, anti-máscara e dos movimentos antivacina dos dois países.

Ciência. Trata da mobilização de discursos científicos (por cientistas e jornalistas científicos) como uma forma de problematizar e combater os efeitos da pandemia e da infomedia, contrapondo a desinformação ao discurso científico a priori qualificado como *verdadeiro*. Esta categoria inclui textos com explicações sobre vacinas e materiais de proteção (máscara, álcool 70°), a divulgação de descobertas que buscavam desqualificar tratamentos sem comprovação científica (cloroquina, hidroxicloroquina, CDS) e as menções a políticas nacionais de incentivo à produção e divulgação de trabalhos científicos.

Crise (com foco na infodemia como um problema público). Esta categoria abarca a dimensão política (em um sentido amplo) da infodemia. Trata do papel dos agentes públicos na difusão (e.g. Bolsonaro no Brasil) e no combate de *fake news*, das tensões no interior do Poder Público em relação à comunicação sobre a crise pandêmica, de suas negociações com organismos internacionais (sobretudo a OMS) e com a indústria farmacêutica. Também aborda a forma o papel do jornalismo neste debate, em um contexto de crise de confiança em relação às instituições e seus representantes, incluindo a questão da competência jornalística, as relações de concorrência com os conteúdos que circulam em plataformas e redes sociais e de produção caótica e indiscriminada de informação não-verificada.

Fake news. Trata materialmente de conteúdos com desinformação que circularam durante o período analisado, incluindo a denúncia em relação aos tratamentos contra a Covid sem validação científica (e.g. cloroquina), os falsos tratamentos, e outros conteúdos enganosos associados à pandemia. A categoria enfoca os efeitos sanitários e, sobretudo, sociais da desinformação científica, como situações de percepção seletiva, bolhas ideológicas, vieses de conformação e falsas sensações de segurança provocadas pelos vários tipos de “tratamentos precoces” contra a Covid.

Geopolítica da Infodemia. Trata do contexto de relações entre os países, tanto do ponto de vista binacional - Argentina e Brasil - como de outros países que, de alguma forma, estiveram envolvidos no debate sobre a infodemia (sobretudo China, Estados Unidos e Rússia).

Em seguida, analisou-se a origem empreendedores de causa que participam como *fontes de informação* nas matérias da amostra. A codificação incluiu a abrangência (nacional ou internacional) dessas fontes, seu grau de oficialidade (oficiais ou não oficiais) e de identificação (identificadas, reconhecíveis ou anônimas) (Cf. Lopes et al., 2006). Além

disso, com base em uma adaptação da tipologia proposta por Stroobant et al. (2018) para a análise da cobertura de saúde na Bélgica, identificou-se o setor de origem de cada empreendedor de causa mobilizado neste estudo (ver Livro de Códigos no Apêndice).

Finalmente, para estruturar a análise comparativa dos resultados, foi utilizada a abordagem por “variáveis” (Vigour, 2005). Nela, “o pesquisador identificar parâmetros que lhes parecem relevantes considerando o assunto que ele está estudando, ele então nota a presença ou ausência de cada um deles e sua importância relativa⁶” (p. 236) - neste caso, a presença de temáticas relacionadas à infodemia na cobertura da pandemia da Covid-19 e as fontes mobilizadas pelas mídias dos dois países. Com isso, busca-se explorar a hipótese de que haveria um processo de construção da desinformação científica como problema público transnacional.

Resultados

Com base neste desenho metodológico, a apresentação da análise foi estruturada em duas etapas. Na primeira foi realizada uma exploração da evolução da agenda midiática nos três períodos analisados. Na sequência, o foco será dado à ação dos empreendedores de causa que passaram a intervir na mídia como fontes de informação em temáticas relacionados à infodemia.

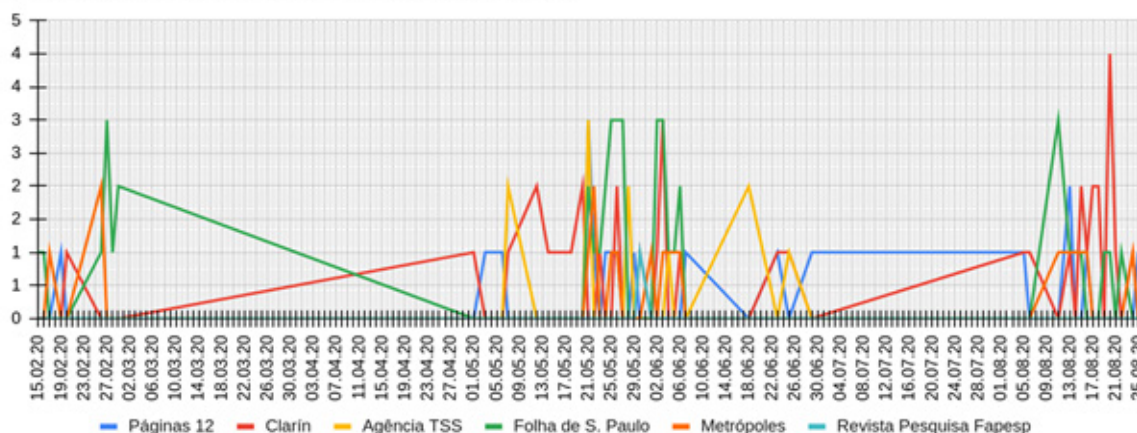
A evolução da agenda midiática

Um primeiro olhar sobre a evolução da cobertura (Gráfico 1) sobre o problema da infodemia nos dois países mostra que dois jornais - *Clarín* (Argentina) e *Folha de S. Paulo* (Brasil) - concentraram mais de 60% do conteúdo. Além disso, o pico na cobertura, na amostra selecionada, ocorreu no segundo período da análise, quando o epicentro da pandemia moveu-se da Europa para a América do Sul. Nesse momento, *Clarín* e *Folha* chegaram a publicar de 3 a 4 matérias por dia.

⁶ No original “the researcher identifies parameters which seem relevant to him given the issue he is studying; he then notes the presence or absence of each of them and their relative importance”. Tradução livre dos autores.

Gráfico 1 - Evolução do ritmo da cobertura, por veículo de mídia

Ritmo de cobertura (publicaciones por medio)



Do final de maio até a primeira semana de junho, a *Folha de S. Paulo* focou boa parte da cobertura no debate sobre a eficácia de tratamentos baseados em cloroquina/hidroxicloroquina, priorizando discursos que visavam contestar o uso do medicamento. Já o *Clarín* destacou, no mesmo período, os discursos de Trump e Bolsonaro em defesa desse tipo de tratamento. O jornal publicou, por exemplo, uma série de matérias sobre ciberativismo e infodemia no Brasil e nos Estados Unidos. É interessante destacar que, algumas semanas mais tarde, em 20 de agosto, o *Clarín* retomou a temática ao reportar a morte de dois argentinos, envenenados pelo uso não-autorizado de cloroquina.

Os dados mostram algumas diferenças importantes na forma como o tema da infodemia foi enquadrada nos dois países (Quadro 2). Na Argentina, o assunto foi bastante associado à difusão de desinformações e *fake news*. Também é possível ver uma dualidade entre os discursos científico e anticientífico. Esses diferentes posicionamentos, contudo, não se distribuem de forma equilibrada entre os diferentes veículos. Enquanto o discurso anti-ciência é bastante mediatizado pelo *Clarín*, será o portal especializado *Agencia TSS* o principal difusor de discursos de promoção da Ciência - o que parece coerente com a linha editorial do veículo. Ao mesmo tempo, essa mídia científica não vai se interessar por denúncias e desmentidos em relação às *fake news*, deixando esse debate a cargo dos veículos generalistas.

No Brasil, o discurso em torno da Ciência é geralmente utilizado como um contraponto à desinformação. Isso está particularmente presente nas matérias, que buscavam na Ciência argumentos para descredibilizar o debate sobre “falsos tratamentos” (eg. cloroquina). A cobertura brasileira também associou o tema ao campo das políticas

públicas, como sugere a recorrência da categoria Crise, que inclui a ausência de uma comunicação de crise efetiva durante os primeiros meses da pandemia, bem como o papel de Jair Bolsonaro na difusão de conteúdos anticientíficos ou contendo *mis* e desinformação. Isso inclui tanto a defesa da cloroquina, como as críticas feitas pelo presidente e membros do seu *staff* contra as medidas de distanciamento social e os *lockdowns*, decretadas pelos governos estaduais. No corpus, essa categoria também antecipa parte do debate sobre o desenvolvimento e aquisição de vacinas, que passa a integrar a agenda midiática de forma mais efetiva a partir de agosto de 2020 (período 3) e segue, até 2022, como uma das principais temáticas associadas à gestão federal da crise pandêmica.

A Geopolítica do vírus é pouco mobilizada no corpus. É interessante notar, contudo, diferenças na forma como ela aparece nas agendas midiáticas dos dois países. Enquanto no Brasil, o foco são as relações com a China (alvo de críticas e preconceitos por conta da origem do vírus) e, mais tarde, a Rússia Rússia (que anuncia, em agosto, a aprovação da vacina Sputnik); na Argentina, existe um interesse particular na circulação de teorias conspiracionistas a partir dos Estados Unidos e nas ações de combate à pandemia desenvolvidas pelo governo brasileiro.

Quadro 2 - Principais temáticas relacionadas à cobertura da infodemia
(n=67 na Argentina; n=63 no Brasil)

	Anticiência	Ciência	Crise	Fake news	Geopolítica da infodemia	Total
Página 12	2	1	4	9	3	19
Clarín	12	5	1	17	2	37
Agência TSS	0	6	2	0	3	11
Total Argentina	14	12	7	26	8	67
Folha de S. Paulo	4	15	11	10	3	43
Metrópoles	1	7	4	4	3	19
Revista Pesquisa Fapesp	0	1	0	0	0	1
Total Brasil	5	23	15	14	6	63

Relação estatisticamente significativa em $p < .00$ (força .29)

Os dados também mostram que, apesar da diferença em termos de volume de matérias, as mídias generalistas de cada país apresentaram um padrão similar no que diz respeito à cobertura do problema da infodemia, priorizando temáticas semelhantes. As diferenças são mais evidentes quando se observam os veículos especializados: uma participação tímida, quase inexpressiva, da *Revista Pesquisa Fapesp* e um esforço da *Agência TSS* em veicular matérias de legitimação do discurso da Ciência.

O papel dos “empreendedores de causa”

Em relação aos empreendedores de causa priorizados na cobertura de cada país, os dados sugerem que sua participação como fontes de informação teve como objetivo sustentar certas posições editoriais das mídias analisadas, ao mesmo tempo em que visam garantir uma suposta postura de “objetividade” no tratamento do tema (Cf. Tuchman, 1973). O primeiro dado que chama a atenção é a grande presença de fontes ao longo de toda cobertura: 65 das 67 matérias argentinas contaram com a algum tipo de fonte, número ligeiramente menor no Brasil (56 de 63).

De modo geral, tanto Brasil como Argentina mobilizaram fontes com algum tipo de identificação; em contraposição às anônimas, o que sugere uma cobertura, baseada na assunção de posicionamentos institucionais e explícitos por parte dos empreendedores de causa envolvidos no debate. Isso parece estar relacionado à forma como a agenda da infodemia foi construída: como uma espécie de debate (em alguns casos, confrontação) entre os campos político e científico. Nesse sentido, as fontes especializadas foram geralmente utilizadas para eventualmente reforçar (Argentina) ou contrapor (Argentina e Brasil) as versões oficiais dos governos federais (Quadros 3 e 4).

Também se observou uma importante presença de fontes oficiais em detrimento às não-oficiais, sobretudo no caso brasileiro (41 contra 11). A diferença parece estar ligada às especificidades dos sistemas midiáticos dos dois países. Tradicionalmente, o jornalismo brasileiro tem privilegiado a repercussão de declarações oficiais, incluindo em coberturas controversas ou que envolvam denunciar ou desmentir casos de desinformação (Cf. Becker & Góes, 2020; Chagas & Cruz, 2022). Na Argentina, observa-se um equilíbrio maior entre fontes oficiais e não-oficiais, particularmente no caso do *Clarín*, que estruturou boa parte da cobertura majoritariamente por meio de não-oficiais (29 contra 22 oficiais). Uma possível explicação para esse fato reside no posicionamento político do jornal de oposição ao governo de Alberto Fernández, bem como sua linha editorial, de um jornalismo mais popular. Por conta disso, o *Clarín* privilegiou fontes da sociedade civil - associações, médicos, meios de comunicação, cidadãos ordinários - como uma forma de contrapor as políticas estatais (ou ao menos criar vozes alternativas à visão oficial sobre a pandemia).

Quadro 3 - Presença de fontes no corpus pelo grau de oficialidade e especialização (n=65 na Argentina; n=53 no Brasil)

	Oficial	Especializada- institucional	Especializada não- institucional	Não-oficial	Documentais
Página 12	12	4	2	11	4
Clarín	22	15	8	29	17
Agência TSS	6	6	1	7	6
Folha de S. Paulo	25	16	14	8	19
Metrópoles	15	6	3	3	10
Revista Pesquisa Fapesp	1	0	1	0	1

Categorias adaptadas de Lopes et al. (2012).

As fontes oficiais dividiram o debate com o agrupamento de fontes especializadas (institucionais e não-institucionais), originárias de setores médico e científico. No caso brasileiro, há também um forte uso de fontes documentais, como artigos de periódicos acadêmicos e relatórios de agências internacionais. Essa configuração de fontes, relativamente similar nos dois países, nos parece coerente com o contexto transnacional de uma crise pandêmica. Contudo, como se verá mais abaixo, diferenças importantes entre Argentina e Brasil serão observadas ao se detalhar os setores de origem desses empreendedores de causa.

O Quadro 4 revela a baixa recorrência de fontes anônimas na cobertura de temas relacionados à infodemia. Na leitura comparativa, observa-se algumas diferenças entre os dois países. A Argentina focou-se em fontes identificadas - em que o nome e a função das pessoas eram claramente informados na matéria. Já no Brasil, há um equilíbrio maior entre as fontes claramente identificadas e um segundo grupo de fontes, classificadas aqui como “reconhecíveis”, e que faz referência, por exemplo, a declarações feitas em nome de grupos, organizações e associações governamentais, internacionais, médicas, científicas etc. (Ver Apêndice).

Quadro 4 - Presença de fontes no corpus pelo grau de identificação
(n=65 na Argentina; n=53 no Brasil)

	Identificadas	Reconhecíveis	Anônimas
Página 12	18	5	1
Clarín	37	10	4
Agência TSS	11	1	0
Folha de S. Paulo	28	31	6
Metrópoles	14	14	0
Revista Pesquisa Fapesp	1	1	0

Categorias adaptadas de Lopes et al. (2012).

Em relação à origem geográfica das fontes, os dados sugerem que os empreendedores de causas internacionais assumiram um papel importante na promoção da infodemia (Quadro 5). Esses resultados reforçam nosso pressuposto inicial sobre a dimensão transnacional desse problema público. Essa circulação de informações a partir de atores internacionais está em consonância com o caráter global da pandemia e sugere também a existência de fluxos de circulação dos discursos sobre a desinformação. Ela revela a existência de processos de agendamento de temáticas originárias de atores transnacionais, como a OMS, em direção aos países afetados pela infodemia. Haveria, portanto, um processo de transferência” (“*transfert*”) desse problema público entre um exportador e um importador, sobre o qual se exerce importantes constrangimentos (Hassenteufel & Maillard, 2013).

Esse processo, contudo, vai além da relação entre dois estados nacionais, de forma que é possível falar em uma transferência em escala transnacional. De fato, a leitura do corpus revela uma configuração mais complexa de países envolvidos na promoção da desinformação científica (Brasil, Estados Unidos, Suécia, Venezuela), bem como uma forte intervenção da Organização Mundial de Saúde, que atua como um operador importante na denúncia do problema e na construção de políticas públicas transnacionais

para a infodemia. A difusão desses discursos em diferentes contextos nacionais, explica a evolução relativamente similar da agenda pública e midiática argentina e brasileira em relação a esse problema, graças ao trabalho de “tradução” dessas temáticas transnacionais por operadores nacionais (médicos, cientistas, jornalistas) (Hassenteufel e Maillard, 2013). Essas hipóteses sobre os possíveis fluxos transnacionais de circulação de um problema público merecem ser retomadas em outros estudos, pois revelam as formas de mobilização dos empreendedores de causa internacionais e as relações que estabelecem com seus equivalentes nacionais na promoção da temática da desinformação científica

Quadro 5 - Origem geográfica das fontes presentes na amostra

	Nacional	Internacional	Sem classificação geográfica	Total
Argentina	157	187	5	349
Brasil	137	82	4	223
Total	294	269	9	572

Um detalhamento das fontes por setor de origem mostra ainda que o debate sobre a infodemia foi dominado por quatro tipos principais de empreendedores de causa: cientistas, formuladores de políticas públicas, instituições governamentais e organizações internacionais (Quadro 6). Outro conjunto de atores relevantes tem sua origem do campo médico, o que inclui as associações médicas (Brasil) e médicos independentes (Argentina).

Quadro 6 - Origem geográfica das fontes presentes na amostra

Tipos de empreendedores de causa*	Página 12	Clarín	Agencia TSS	Folha de S. Paulo	Metrópoles	Revista Pesquisa Fapesp
Acadêmicos	5	7	7	14	6	1
Cidadãos comuns	1	6	1	2	0	0
Formuladores de políticas públicas	11	9	2	17	6	0
Pessoal médico	3	11	1	7	0	0
Mídia generalista	7	20	0	4	3	0
Mídia especializada	3	5	0	2	1	1
Revistas científicas	0	7	0	10	2	1
Instituições governamentais	8	17	4	18	8	0
Associações científicas	0	0	1	4	0	0
Associações de profissionais de saúde e hospitais	2	5	0	10	6	0
Organizações internacionais	3	13	3	16	6	1
Associações de profissionais sem relação com o campo da saúde	1	8	2	1	0	0
Universidades	0	2	3	2	3	0
Outros	6	12	0	7	3	0

*Categorias adaptadas de Stroobant et al. (2018)

Esta configuração de fontes sugere que a cobertura da infodemia foi marcada por uma dualidade entre duas grandes categorias de empreendedores de causa: as fontes originárias do meio médico científico e do meio político-governamental (o que inclui as instituições de governança internacional, como a OMS). É interessante destacar que praticamente não foram observadas co-ocorrências entre esses dois grupamentos de fontes em uma mesma matéria. Ou seja, não havia necessariamente uma preocupação em confrontar os discursos desses diferentes empreendedores na construção dos enquadramentos jornalísticos, mas de estruturar a cobertura como um espaço de repercussão de duas grandes ordens de discursos responsáveis pela promoção do problema da infodemia: a política e a ciência.

Um último grupo de resultados discute que tipo de temática cada grupo de empreendedores de causa buscou promover (e eventualmente denunciar) o problema público da infodemia (Quadro 7). Uma temática transversal aos discursos dos vários atores implicados no debate é a das Fake News. E, como esperado, a mídia generalista, enquanto empreendedor de causa, teve uma participação proporcionalmente alta nesse debate. Também chama a atenção o papel das organizações científicas e do meio acadêmico (sobretudo no Brasil) e de instituições políticas e de governança internacional na promoção do discurso da Ciência como um contraponto para o problema da desinformação.

Quadro 7 - Relação entre os setores de origem das fontes e as temáticas das matérias nas quais eles entrevistaram (n= 118)

Tipos de empreendedores de causa*	Anticiência	Ciência	Crise	Fake news	Geopolítica Da infodemia
Acadêmicos	2	14	10	12	2
Cidadãos comuns	2	1	4	3	0
Formuladores de políticas públicas	7	9	7	13	9
Pessoal médico	5	9	2	5	1

Mídia generalista	9	3	5	13	4
Mídia especializada	0	1	2	8	1
Revistas científicas	1	14	2	3	0
Instituições governamentais	11	16	8	15	5
Associações científicas	0	2	1	0	2
Associações de profissionais de saúde e hospitais	4	8	4	6	1
Organizações internacionais	5	15	5	11	6
Associações de profissionais sem relação com o campo da saúde	0	0	3	7	2
Universidades	0	4	1	5	0
Outros	5	4	5	13	1
Total	17	35	19	36	14

*Categorias adaptadas de Stroobant et al. (2018)

Apesar dessas tendências mais gerais, observa-se algumas variações na forma como os empreendedores de causa atuaram nos dois países. A cobertura da mídia argentina apresentou um número mais diversificado de atores sociais envolvidos na cobertura. Por sua vez, a cobertura brasileira utilizou-se bastante de resultados de pesquisas publicadas em revistas científicas. Essas fontes foram particularmente mobilizadas nos meses de maio-junho, frequentemente associados à categoria temática Ciência. Vários desses estudos foram utilizados para refutar a eficácia de falsos tratamentos: o uso de cloroquina, mas também da ozonioterapia, de remédios caseiros, curas religiosas etc.

Discussões e conclusões

Este artigo se propôs a discutir e comparar como a infodemia associada à da pandemia de Covid-19 foi midiaticizada na Argentina e no Brasil. Tendo como base na sociologia dos problemas públicos, analisou-se as representações veiculadas pela mídia generalista e especializada dos dois países sobre o tema, com um foco particular na forma como certos empreendedores de causa participaram da construção desse problema, atuando como fontes de informação.

É possível observar similaridades na maneira como a cobertura se configurou nas agendas midiáticas argentina e brasileira. Os ritmos de publicação de matérias sobre o problema da desinformação foram semelhantes, com um forte pico nos meses de maio de junho - em consonância com a evolução da própria pandemia. Nos dois países há um foco importante na promoção do discurso científico como forma de combater a desinformação. Mas, enquanto a mídia argentina focou sua atenção nos fluxos de conteúdos falsos e nas controvérsias entre discursos científicos e anticientíficos, os veículos jornalísticos brasileiros mobilizaram o discurso científico como uma ferramenta importante de combate à infodemia. Também observamos um esforço importante de promoção do problema da desinformação na esfera das políticas públicas no Brasil. De certa forma, a mídia generalista brasileira se preocupou em denunciar o papel do governo no contexto infodêmico. seja pela ausência de uma comunicação pública eficaz, seja pelo protagonismo assumido pelo presidente Bolsonaro e seus colaboradores mais próximos na divulgação de *fake news* e de conteúdos anticientíficos.

Isso sugere que, enquanto na Argentina, a mídia se posicionou como um espaço de mediação, responsável por endossar os discursos médico e governamental, no caso brasileiro, parece ter se consolidado uma espécie de aliança implícita entre dois grupos de atores - jornalistas e cientistas - que se autorreforçam como os produtores legítimos de um discurso credível e verdadeiro.

A análise mostra que o tema foi promovido nos dois países por um grupo similar de empreendedores de causa internacionais: OMS e cientistas. Isso parece reforçar nossa percepção inicial de que haveria um processo em curso de construção da infodemia como um problema público transnacional. O presidente Bolsonaro foi um importante operador nesse debate. Ele não só se destacou como o mais proeminente negacionista brasileiro, como foi bastante mencionado pela mídia argentina para introduzir o debate sobre a desinformação e os seus efeitos negativos na sociedade. Por isso, é possível dizer que Bolsonaro se engajou, de forma não-intencional, em um processo de co-agendamento entre os dois países em que alguns temas comuns - como o negacionismo da

pandemia e o uso da cloroquina no tratamento da doença - estiveram presentes nas agendas públicas argentina e brasileira.

Nos dois países, a infodemia foi discutida a partir de atores dos campos médico-científico e político-governamental. Essa constatação esconde, contudo, algumas diferenças importantes em relação ao papel dos empreendedores de causa nacionais. Se, na Argentina, essa cobertura privilegiou atores individuais - médicos e acadêmicos; no Brasil, observou-se também a participação de associações médicas e científicas, bem como a repercussão de resultados de estudos publicados em revistas científicas. Além disso, os médicos brasileiros se dividiram entre grupos de defensores e detratores dos tratamentos sem eficácia comprovada (e.g. cloroquina), o que sugere a existência de fraturas no interior do campo médico-científico desse país.

Outra diferença foi o protagonismo assumido pela mídia argentina como uma fonte frequentemente mobilizada na cobertura do tema. Isso sugere uma dinâmica importante de autorreferenciamento no interior do campo das mídias generalistas daquele país - ao mesmo tempo em que o portal especializado Agencia TSS teve uma participação proporcionalmente menor na promoção do problema da desinformação. No caso brasileiro, o debate sobre infodemia foi praticamente monopolizado pela mídia generalista. Isso talvez possa ser atribuído a um histórico recente de coberturas, no país, de temas ligados à saúde pública. Nos últimos cinco anos, o país enfrentou epidemias de dengue, febre amarela e Zika vírus, o que veio acompanhado de um aumento da circulação de conteúdos de desinformação e uma exigência de maior qualificação dos jornalistas de veículos de mídia generalistas em relação ao tema.

Este estudo traz algumas contribuições importantes no campo dos estudos de jornalismo. Primeiro, busca construir e operacionalizar uma metodologia de estudos sobre o papel da mídia na construção de problemas públicos ligados à Ciência e que pode ser aplicado a outras temáticas que vêm ganhando espaço na agenda midiática internacional (e.g. mudanças climáticas, proteção de dados pessoais, inteligência artificial etc.). Segundo, trata-se de um esforço em encontrar interfaces entre duas perspectivas teóricas que não costumam ser utilizadas em conjunto: a sociologia dos problemas públicos e os estudos de *agenda-setting* e *newsmaking*, particularmente os trabalhos sobre o papel das fontes de informação na construção do noticiário. Nesse sentido, pensar as fontes de informação como “empreendedores de causa”, não só permite operacionalizar este conceito e aplicá-lo aos estudos de jornalismo, como pode ser uma alternativa interessante a abordagens geralmente midiacêntricas sobre a produção da notícia - e que tendem definir as fontes como atores passivos nesse processo (Schlesinger, 1992). Finalmente, este estudo buscou, distanciar-se do olhar normativo e/ou naturalizado sobre

a desinformação, particularmente a científica, mostrando em que medida esse tema emerge no espaço público como resultado de um forte trabalho de promoção e legitimação realizado por atores diretamente envolvidos nesse debate - e não é, por acaso, que médicos, cientistas, decisores políticos e meios de comunicação tenham sido tão mobilizados na cobertura.

A pesquisa possui alguns desdobramentos possíveis. Um deles seria a ampliação da amostra, incluindo um período maior de análise - ou, eventualmente, a análise da cobertura da infodemia em outros contextos nacionais. Além disso, um estudo de caráter qualitativo, focado nos discursos da mídia e dos empreendedores de causa, poderia revelar melhor as estratégias discursivas desses atores na construção desse problema. Uma terceira possibilidade seria a realização de entrevistas em profundidade com alguns empreendedores de causa que emergiram da análise textual - o que nos permitiria compreender como eles representam suas práticas de promoção desse problema e quais são as estratégias mobilizadas por eles na construção de certos enquadramentos no espaço público. Essas pistas mostram que há um trabalho interessante a ser desenvolvido no interstício entre os estudos de jornalismo e a sociologia dos problemas públicos.

Referências bibliográficas

- Albuquerque, A. (2011). On Models and Margins. Comparative Media Models Viewed from a Brazilian Perspective. In: D. Hallin and P. Mancinni (Eds), *Comparing Media Systems Beyond the Western World*, (pp. 72-95). Cambridge University Press. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139005098.006>
- Bakir, V., McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Barreto, H. M. R. (2018) *O mercado de comunicações brasileiro no contexto da convergência: análise das estratégias do Grupo Globo e da América Móvil*. [Tese de doutorado, Universidade de Brasília]. Recuperado de <https://repositorio.unb.br/handle/10482/32830>
- Bazaco, A; Redondo, M. & Sánchez-García, P. (2019): Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methods. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 94-115. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1323en>
- Becker, B. & Goes, F. M. A. (2020). Fake News: Uma Definição Possível entre a Reflexão Crítica e a Experiência Jornalística. *Âncora*, 7(2), 34-53. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2359-375X.2020v7n2.47565>
- Best, F. (2010). Situation or Social Problem: The influence of events on media coverage of homelessness. *Social Problems*, 57(1), 74-91. DOI: <https://doi.org/10.1525/sp.2010.57.1.74>
- Blumer, H. (1971). Social problems as collective behavior. *Social Problems*, 18(3), p. 298–306.
- Braun, J.A., Eklund, J.L. (2019). Fake News, Real Money: Ad Tech Platforms, Profit-Driven Hoaxes, and the Business of Journalism. *Digital Journalism*, 7(1), p. 1-21. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1556314>
- Chagas, L. J. V., & Cruz, M. C. da. (2022). Jornalismo declaratório na cobertura eleitoral e a dependência das fontes oficiais. *Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*,

11(2), 108–123. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v11.n2.2022.494>

- Clavero, J. (2018). Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina. *Contratexto*, (29), 167-180. DOI: <https://doi.org/10.26439/contratexto2018.n029.1857>
- Correia, J. C., Jerónimo, P., Gradim, A. (2019). Fake news: emotion, belief and reason in selective sharing in contexts of proximity. *Brazilian Journalism Research*, 15(3), 590-613. DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1219>
- Del-Fresno-García, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *El profesional de la información*, 28(3), e280302. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Delmazo, C., Valente, J C.L. (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155-169. DOI: https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_11
- Díaz Herrera, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista. *Universum. Revista General de Información y Documentación*, 28(1), 119-142. DOI: <https://doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Ganter, S. A., Paulino, F. O. (2021). Between attack and resilience: the ongoing institutionalization of independent digital journalism in Brazil. *Digital Journalism*, 9(2), 235-254. DOI: <https://10.1080/21670811.2020.1755331>
- Grohmann, R. (2020). A dança dialética do trabalho em uma cooperativa de jornalistas: o caso do Tiempo Argentino. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, 17(1), 169-181. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p169>
- Hallin, D. & Mancini, P (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hassenteufel, P. & de Maillard, J. (2013). Convergence, transferts et traduction: Les apports de la comparaison transnationale. *Gouvernement et action publique*, OL2, 377-393. DOI: <https://doi.org/10.3917/gap.133.0377>

- Hirschl, R. (2005). The Question of Case Selection in Comparative Constitutional Law. *The American Journal of Comparative Law*, 53(1), 125-155. DOI: <https://doi.org/10.1093/ajcl/53.1.125>
- Humprecht, E. (2020). How Do They Debunk “Fake News”? A Cross-National Comparison of Transparency in Fact Checks. *Digital Journalism*, 8(3), 310-327. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1691031>
- INDEC. *National Institute of Statistics and Censuses* [database], 2021. Recuperado de <https://www.indec.gob.ar/>
- Informe Unesco (2020). *Periodismo, libertad de prensa y covid-19*. Recuperado de https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf?fbclid=IwAR3S-gB-N1CTNnda5KH72S3ORtN9pXBJRmlxB81rLIYZiz1sHH3_mhQwS7KBU.
- Jefatura de Gabinete de Ministros (2020). *Secretaría de Medios y Comunicación Pública*. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/jefatura>
- Lee, F. (2016). Impact of social media on opinion polarization in varying times. *Communication and the Public*, 1(1), 56-71. DOI: <https://doi.org/10.1177/2057047315617763>
- Lopes, F., Ruão, T., Marinho, S., Fernandes, L., Gomes, S. (2012). Transplantes em notícia: um jornalismo delineado em factos declinados por fontes oficiais. *Organicom*, 9(16-17), 328-348. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2012.139148>
- Malinverni, C. (2017). Uma epizootia, duas notícias: a febre amarela como epidemia e como não epidemia. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 11(2). DOI: <https://doi.org/10.29397/reciis.v11i2.1339>
- Massarani, L; Bauer, M. W. & Amorim, L. (2013). Um raio X dos jornalistas de ciência: há uma nova ‘onda’ no jornalismo científico no Brasil? *Comunicação & Sociedade*, (35), 1, 111- 129. DOI: <http://dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v35n1p111-129>.
- Mastrini, G-N. & Becerra, M. (2011). Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. *Comunicar*, 26(36), 51-59. DOI: <https://doi.org/10.3916/C36-2011-02-05>

- McLean J. & Girling, G. (2017). Keeping science's seat at the decision-making table: Mechanisms to motivate policy-makers to keep using scientific information in the age of disinformation. *Facets*, 2, 1045–1064. DOI: <https://doi.org/10.1139/facets-2017-0087>
- Moraes, C. H.; Loose, E. B., Girardi, I. T. (2017). Dengue, zika e chikungunya: análise da cobertura do risco de doenças associadas às mudanças climáticas sob a ótica do jornalismo ambiental. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 10(2), 120-132. DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4790>
- Moretzsohn, S. (2019). Chaff, wheat, filters, and bubbles: a discussion on fake news, journalism, credibility, and affections at network times. *Brazilian Journalism Research*, 15(3), p. 540-561. DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1188>
- Neveu, E. (2015). *Sociologie des problèmes publics*. Paris: Armand Colin.
- Nielsen, R.; Fletcher, F.; Newman, N.; Brennen, S. & Howard, P. (2020, Apr. 15). *Navigating the 'infodemic': how people in six countries access and rate news and information about coronavirus*. Reuters Institute - University of Oxford. Recuperado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/infodemic-how-people-six-countries-access-and-rate-news-and-information-about-coronavirus>
- Observatorio Iberoamericano de la Ciencia, la Tecnología y la Sociedad (OCTS - OEI). (2019), Jun.) *Informe de Coyuntura*, (4). Recuperado de <http://octs.riicyt.org/coyuntura/coyuntura04.html>
- Organização Mundial da Saúde - OMS (2020a, Fev. 12). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on Ebola and COVID-19 outbreaks. Recuperado de <https://www.who.int/en/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-ebola-and-covid-19-outbreaks>
- Organização Mundial da Saúde - OMS (2020b, Mar. 11). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020. Recuperado de <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de sociolingüística: Linguas, sociedades e culturas*, 3(1), 1-42. Recuperado de https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf
- Polino, C. & Castelfranchi, Y. (2019). Percepción pública de la ciencia en Iberoamérica. Evidencias y desafíos de la agenda de corto plazo. *Revista CTS*, 14(42), 115-136. Recuperado de <http://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/136/0>
- Renault, L. (2020). O telejornal vai à guerra: a cobertura da pandemia de coronavírus no Brasil sob ataques do governo. In C. Emerim, A. Pereira & I. Coutinho (eds.), *Telejornalismo Contemporâneo: 15 anos da Rede Telejor* (pp. 115-128). Florianópolis: Insular.
- Ricard, J., & Medeiros, J. (2020). Using misinformation as a political Weapon: Covid-19 and bolsonaro in Brazil. *The Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(2), 1–6. doi: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-01>
- Salaverría R; Sádaba, C.; Breiner; J. G. & Warner, J. C. (2019). A Brave New Digital Journalism in Latin America. In: M. Túñez-López, V. A. Martínez-Fernández, X. López-García, X. Rúas-Araújo, F. Campos-Freire (eds.), *Communication: Innovation & Quality. Studies in Systems, Decision and Control* (pp. 229-247). Cham: Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-91860-0_14
- Santos, J. G. B., Freitas, M., Aldé, A., Santos, K., Cunha, V., Cardoso, C. (2019) WhatsApp, política, mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018. *Comunicação & Sociedade*, 41(2), 307-334. DOI: <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v41n2p307-334>
- Scheufele D. & Krause, N. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662-7669. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.1805871115>
- Schlesinger, P. (1990) Rethinking the sociology of journalism: source strategies and the limits of media-centrism. In: M. Ferguson (ed.) *Public Communication: The New Imperatives* (pp. 61-83). SAGE Publications: London.

- Spohr D. (2017). Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. *Business Information Review*, 34(3), 150-160. DOI: <https://doi.org/10.1177/0266382117722446>
- Stroobant, J.; De Dobbelaer, R.; Raeymaeckers, K. (2018). Tracing the Sources. A comparative content analysis of Belgian health news. *Journalism Practice*, 12(3), 344-361. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1294027>
- Swire-Thompson, B. & Lazer, D. (2020) Public Health and Online Misinformation: Challenges and Recommendations. *Annual Review of Public Health*, 41, 433-451. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040119-094127>
- Tandoc Jr., C. C., Lim, Z. W., Ling, R. (2018). Defining “Fake News”. A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tavares, L. P.; Oliveira Júnior, F. L. & Magalhães, M. 2020. Analysis of President Jair Bolsonaro’s Speeches in the Midst of the Pandemic: Is the Coronavirus Just a “little flu”. *Research, Society and Development* 9(7), e609974469. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i7.4469>.
- Teixeira, A. (2018). *Fake news contra a vida: desinformação ameaça vacinação de combate à febre amarela* [Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo]. Recuperado de <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/21972>
- Tuchman, G. (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Vigour, C. (2005). *La comparaison dans les sciences sociales Pratiques et méthodes*. Paris: La Découverte.
- Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News on Journalism, Fake News, and Post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- Wang, Y.; McKee, M.; Torbica, A. & Stuckler, D. (2019). Systematic Literature Review on

the Spread of Health-related Misinformation on Social Media. *Social Science & Medicine*, 240, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>

- Zuazo, N. (2018). *Los dueños de Internet*. Buenos Aires, Penguin RH.
- Zunino, E. & Arcangeletti Yacanto, C. (2020). La cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios online del país. *Prácticas de Oficio*, 1(25), 49-66. Recuperado de <http://revistas.ungs.edu.ar/index.php/po/article/view/31>

Apêndice – Livro de códigos

Grau de Oficialismo das Fontes*		
Código	Categoria	Significado
1	Oficiais	Fontes mantidas pelo Estado ou por instituições vinculadas ao Estado, bem como empresas e organizações. Essas fontes falam oficialmente em nome da organização a qual se vinculam
2	Especializadas institucionais	Fontes vinculadas a organizações (ex. universidades, associações médicas), mas que não falam em nome dessas organizações como presidentes ou porta-vozes - são mobilizadas como “especialistas” de uma temática específica’ (ex. um cientista da OMS).
3	Especializadas não-institucionais	Fontes especializadas que não estão associadas a nenhuma organização (ex.: um médico, um acadêmico, um infectologista)

4	Outras fontes não-oficiais	Fontes que não têm nenhum vínculo institucional, tampouco são reconhecidas como especialistas (ex.: cidadãos comuns)
5	Documentais	Documentos, artigos, relatórios, vídeos etc.
Identificação das fontes*		
1	Identificadas	O nome e função da pessoa aparece de forma explícita no texto
2	Reconhecíveis	Não é uma pessoa identificada que fala, mas uma organização ou coletivo reconhecível no texto (ex.: “A OMS disse”; “O governo acredita”; “Cientistas reforçam que”)
3	Anônimas / Não-identificadas	Categoria aplicada a fontes sigilosas ou declarações em <i>off the records</i> (ex. “Mensagens trocadas no aplicativo WhatsApp” “Uma fonte do governo que não quis se identificar”)
Setor de origem das fontes**		
1	Acadêmicos	
2	Cidadãos comuns	
3	Formuladores de políticas públicas	
4	Pessoal médico	
5	Mídia generalista	
6	Mídia especializada	
7	Revistas científicas	
8	Instituições governamentais	

9	Associações científicas
10	Associações de profissionais de saúde e hospitais
11	Organizações internacionais
12	Associações de profissionais sem relação com o campo da saúde
13	Universidades
14	Outros

* Adaptado de Lopes et al. (2012)

** Adaptado de Stroobant et al. (2018)

Tecnologías de Información y Comunicación en pandemia, ¿herramientas de inclusión para mujeres de sectores populares?

Nelva Farinazzo ^{1,5}

Olga Lucero ^{2,5}

Elba Pedernera ^{2,5}

Florencia Cacace ^{4,5}

Resumen:

Durante la pandemia, 2020 - 2021, el Estado nacional y el Gobierno de la Provincia de San Luis, implementaron diversas políticas sociales, educativas y sanitarias como estrategias de emergencia que se activaron a través de la virtualidad, con el objetivo

¹ Esp. en Docencia Universitaria (UNSL) y Esp. en Nuevas Tecnologías y Educación (Ministerio de Educación de la Nación Arg.). Profesora en Ciencias de la Computación del Nivel Medio y Superior (UNSL). Docente del Dpto. de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis. Integrante de la Fundación La Luciérnaga San Luis. Correo electrónico: nelvarf@gmail.com

² Lic. en Comunicación Social (UNC). Doctoranda en Estudios de Género, Centro de Estudios Avanzados (UNC). Docente del Dpto. de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis. Integrante fundadora del grupo Ningunas Santas, mujeres por la perspectiva de género. En su tesis doctoral aborda la relación entre arte, activismo y feminismo. Correo electrónico: lucero.olga@gmail.com

³ Lic. en Comunicación Social (UNC). Maestranda en Estudios Latinoamericanos (UNCuyo). Docente del Dpto. de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis. Integrante fundadora del grupo Ningunas Santas, mujeres por la perspectiva de género. En su tesis de maestría aborda el compromiso social universitario en la formación profesional. Correo electrónico: eapedernera@gmail.com

de asegurar aspectos básicos vinculados con la alimentación, la salud, la educación.

En el presente trabajo nos proponemos indagar de qué manera las mujeres de los sectores populares -desocupadas, beneficiarias de planes sociales y jefas de hogar-, se apropiaron de las herramientas de la comunicación digital y accedieron a políticas y servicios sociales que garantizaron derechos.

Confluyen en este abordaje la perspectiva de género y los estudios culturales, en articulación con una con una aproximación semiótica a los usos sociales de la tecnología. Esta primera etapa de la investigación es un acercamiento a la comprensión de la problemática, a partir de preguntas iniciales que cuestionan relaciones desiguales de poder y evidencian cómo esta situación gravita en la vida cotidiana de las mujeres.

Palavras-chave: mujeres de sectores populares - pandemia -TIC

⁴ Lic. en Comunicación Social (UNC) y Master en Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona (sede Mendoza). Fue periodista y redactora gráfica. Docente del Dpto. de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis. Correo electrónico: cacace.flor@gmail.com

⁵ Integrante del Proyecto de Investigación "La comunicación en las sociedades mediatizadas: discurso, cultura y poder". Línea "Comunicación y feminismos: reconfiguraciones de prácticas y saberes". Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de San Luis.

Tecnologías de Información y Comunicación en pandemia, ¿herramientas de inclusión para mujeres de sectores populares?

Virtualidad y continuidad de la vida en pandemia

La pandemia de Covid-19 y sus consecuencias -muertes, confinamiento, virtualización de algunas dimensiones de la vida, entre otras- se produjeron en nuestro país a partir de marzo de 2020, cuando todxs esperábamos que sucediera más adelante, con la llegada de los primeros fríos. Pero no. Su advenimiento fue inesperado, repentino, y su alcance no fue ni sospechado en las literaturas distópicas, pese a que según biólogos, es esperable que eventos así acontezcan cada cien años aproximadamente.

De este modo, nos convertimos en un enorme laboratorio donde las distintas descripciones, teorías y anticipaciones sobre el impacto y consecuencias de la incorporación de las tecnologías en la vida cotidiana se pusieron a prueba.

El escenario de catástrofe estaba dispuesto, en un país latinoamericano, subdesarrollado, endeudado y empobrecido. Frente a este contexto de exclusión y confinamiento, nos acercamos a la comprensión de la problemática a partir de las siguientes preguntas, ¿de qué manera mujeres de sectores populares -desocupadas, beneficiarias de planes sociales y jefas de hogar- se apropiaron de las herramientas de la comunicación digital para acceder a políticas sociales en situación de pandemia?; ¿qué cuestiones operaron como obstáculos para su uso y apropiación? Queremos conocer si en un contexto económico de marginalidad las mujeres de Juana Koslay, San Luis, pudieron apropiarse de las TIC para sostener la educación y la salud de sus familias.

Convergen en este abordaje la perspectiva de género y los estudios culturales, en articulación con una aproximación semiótica a los usos sociales de la tecnología. Nos posicionamos desde los planteos de Sandra Harding (1987) en torno a la necesidad de un método feminista y acudimos a la mirada de Corina Rodríguez Enríquez (2012, 2015), para abordar la desigualdad que visibiliza las dimensiones de género en la dinámica económica. Para pensar el uso y apropiación de las TIC, nos aproximamos a los estudios

culturales que consideran qué hacen lxs sujetxs con la tecnología, en qué prácticas sociales y culturales las utilizan, qué sentidos les atribuyen y en qué modo inciden en sus vidas.

Clivajes teórico-epistemológicos

Desde los feminismos

Desde las epistemologías feministas se sostiene que los enfoques tradicionales excluyen sistemáticamente la posibilidad de que las mujeres sean sujetos de conocimiento, adoptando la ciencia y la historia la perspectiva de los varones que pertenecen a la clase y raza dominantes (Harding, 1987). Así, las ciencias adoptan criterios androcéntricos -experiencia de varones, blancos, occidentales, burgueses- para construir problemas y hacerlo produce visiones parciales de la vida social. El Estado, la economía y las políticas e instituciones públicas han sido conformadas sin visibilizar a las mujeres en distintas prácticas sociales, reproductivas y sexuales y tareas de cuidado.

Desde este lugar, Harding afirma que es necesario definir nuevos propósitos para la ciencia, ligados a la transformación social. Para lograrlo, propone varias acciones a implementar en el marco de una metodología y una epistemología feministas. En primer lugar, recomienda “desarmar la posición objetivista” que oculta las creencias y prácticas culturales de quien investiga; y que se expliciten su género, raza, clase y rasgos culturales “para que no se convierta su voz en la voz invisible y anónima de la autoridad y la ciencia, sino en la voz de individuos reales, históricos con intereses particulares y específicos” (Harding, 1987, p. 24). Exhorta así a construir y abordar un problema de investigación a partir de hacer conscientes los propios condicionamientos, para que no operen como obstáculos o limitaciones. Del mismo modo, invita a construir un “nuevo” objeto de investigación, o configurarlo de una manera diferente a la que recomienda la metodología tradicional, esto es, situar a quien investiga en el mismo plano crítico que el objeto investigado.

Una epistemología y metodología feminista propone nuevos recursos teóricos y empíricos: estudiar a las mujeres desde sus propias experiencias y validar su propia voz para determinar qué es útil que se interroge.

En este sentido, uno de nuestros puntos de partida como investigadoras fue pensarnos situadamente, partir de quiénes somos, qué experiencias, recorridos y formaciones

poseemos y cómo, desde nuestra posición que consideramos privilegiada, podemos encontrarnos con un grupo de mujeres de sectores populares e intentar empatizar desde nuestra condición (de mujeres) para encarar un proyecto vinculado a la construcción de conocimiento.

Conocer los debates acerca del trabajo doméstico y de las tareas de cuidado, desde la corriente de la economía feminista, nos permite visibilizar las dimensiones de género de la dinámica económica y reconocer que, a decir de Corina Rodríguez Enríquez (2012) “una sociedad más justa e igualitaria, debe sustentarse en una distribución más equitativa del trabajo total (productivo y de cuidado) y en la puesta en práctica de la responsabilidad social y colectiva en la reproducción de las personas” (p. 35). La relevancia de la economía feminista radica en que es un programa no sólo académico sino también político, ya que no asume como finalidad la descripción de la realidad, sino más bien propone como objetivo transformar la realidad en un sentido más igualitario.

Uno de los conceptos analíticos que desarrolla es el de la ‘economía del cuidado’. Esta categoría hace referencia a todas aquellas actividades que involucran las tareas del hogar y el cuidado de personas, donde la fuerza del trabajo es reproducida y mantenida. En este sentido, la crítica económica feminista define que el trabajo de cuidado no remunerado que realizan mayoritariamente las mujeres en los hogares, conforma un subsidio a la acumulación de capital.

Esta perspectiva es fundamental porque, en primer lugar, sin trabajo de cuidado no existiría fuerza de trabajo, y en consecuencia no habría posibilidad de generar valor económico y reproducir el sistema económico y social.

En segundo lugar, las estadísticas no revelan acabadamente cómo incide la pobreza en la vida de las mujeres, ya que la metodología que implementa el Estado nacional, toma en cuenta a los hogares como el espacio en el que se organiza nuestra reproducción cotidiana. Esta forma de medir no visibiliza qué ingresos perciben las personas desagregadas por género. Al desconocer esta dimensión, el análisis económico se encuentra sesgado y brinda un diagnóstico incompleto del funcionamiento del sistema a la hora de evaluar la repercusión real de las políticas económicas (EPH - INDEC en EcoFemiData, 2021).

En tercer lugar, la manera en que se organiza socialmente el cuidado, esto es, el modo en que las responsabilidades de cuidado se distribuyen entre estado, mercado y hogares, por una parte, y entre varones y mujeres, por otra, explica una proporción sustantiva de las desigualdades existentes. Al respecto, pueden señalarse al menos dos elementos, primero, la presunción de que la división sexual del trabajo de cuidado está en la raíz de las desigualdades de género, que se manifiestan en este y otros espacios

(particularmente en el mercado laboral). Segundo, que las alternativas de organización de las actividades de cuidado son diferentes por clases sociales, lo que determina distintas posibilidades de acceso y goce de niveles de bienestar (Rodríguez Enriquez, 2012).

Esta extensión de la esfera de análisis del cuidado permite advertir cómo la “feminización” del cuidado traspasa las fronteras de los hogares, y se naturaliza la sobrerrepresentación femenina en ciertas actividades de cuidado remuneradas (sectores salud, educación, servicio doméstico). El cuidado aparece así como un problema de política pública, que se escapa por tanto del terreno estricto de lo privado y de su naturalización como un asunto de mujeres.

En definitiva, en la economía del cuidado, como propuesta conceptual y analítica de la economía feminista, se procura no solo medir y visibilizar el cuidado, y sus diferentes dimensiones -acompañar las tareas escolares de lxs niñxs, encargarse de la alimentación de la familia, velar por la salud integral de la misma, cuidar el espacio donde transcurre la vida cotidiana, organizar las tareas de cada integrante y compatibilizarlas-, sino además proyectar una mirada que cuestiona el funcionamiento del sistema económico y la manera en que éste se interpreta.

Los estudios culturales. Uso y apropiación social de las TIC

Esta perspectiva concibe a lxs sujetxs inscriptos en un contexto determinado, en el que influyen las relaciones de poder, la familia, las prácticas culturales y las problemáticas de género. La tecnología se comprende como un producto social de las interrelaciones humanas, atravesada por las condiciones socio-históricas en un contexto situado y centra la atención en las interpretaciones sociales que lxs diferentes usuarixs pueden hacer de ella, de acuerdo con los contextos culturales, sociales y a diferentes variables, como la clase, la edad, el género, la etnia, entre otras.

En este marco, el concepto de apropiación social pone el énfasis en la capacidad que tienen lxs sujetxs para tornar relevante la tecnología de acuerdo con sus propósitos. Los artefactos culturales son apropiados en la medida en que son socialmente significativos en términos de su universo simbólico particular. En coincidencia con esta mirada, la antropóloga Winocur señala que la apropiación social implica no sólo el acceso a las tecnologías sino las habilidades para usarlas, de modo tal que pasen a ser parte de su vida cotidiana con la finalidad de fomentar su desarrollo social, económico y cultural (Winocur en Gómez Navarro, 2006).

Desde esta corriente, se considera que ha persistido una impronta dominante que le atribuye a la tecnología la capacidad de transformación de la vida cotidiana. El uso de las Tecnologías de Información y Comunicación se limitaría al dominio de las competencias digitales y estaría determinada por las funciones y características propias de la tecnología y no por las posibilidades de las personas. En estos abordajes o enfoques de las TIC está de manera implícita una teoría instrumental de la tecnología.

La investigación sobre los consumos culturales se posiciona de manera diferenciada respecto de este paradigma dominante y cuestiona la idea de neutralidad a partir de una visión constructivista de la tecnología, es decir, “lejos de venir implícito en sus cualidades materiales, su significado se va construyendo de acuerdo a las prácticas sociales, culturales e históricas que los actores tejen articuladamente con los objetos” (Grillo et al., 2016, p.48).

Usos sociales de la tecnología, una mirada semiótica

En el marco de las sociedades hipermediatizadas, Mario Carlón (2018) propone pensar la contemporaneidad signada por la emergencia de un nuevo sistema de medios soportado en internet y las redes de telefonía celular, que convive con el sistema tradicional de medios masivos de comunicación. Estas sociedades se caracterizan por llevar al extremo la individuación posmoderna, ya que las redes permiten y potencian la emergencia de nuevos enunciatorxs. La existencia de las redes hace que cada persona mediatice su enunciación y eventualmente alcance el sistema de medios tradicionales, incluso ante un posteo de *Instagram* o *Facebook* o un hilo de *Twitter*, afirma, no estamos ante un discurso, sino ante un intercambio público de discursos.

Desde esta mirada, las sociedades mediáticas que ven instalarse los medios masivos se forjan en torno a las ideas modernas de utopías y transformación social, que privilegia el futuro como horizonte temporal. Las sociedades mediatizadas que, en cambio, se habitúan a los medios masivos y presencian el afianzamiento de la televisión y el surgimiento de internet en plena crisis de los grandes relatos y fin de la historia, entronizan al pasado como núcleo temporal significativo y a la nostalgia como *pathos* de época. Las transformaciones contemporáneas, por su parte, fundan un nuevo régimen temporal signado por un presente perpetuo, que constituye un ritmo regido por la instantaneidad, lo efímero y la fugacidad.

Intentaremos responder nuestras preguntas de investigación desde un encuadre

teórico y epistemológico que habilita pensar en la superposición de exclusiones vinculadas con situaciones de clase y de género que obstaculizan el acceso a las TIC.

Contexto económico y social en pandemia

Para responder los interrogantes iniciales consideramos necesario describir, de manera sintética, la crisis socio-económica y su correlato en la profundización de la pobreza, desde el marco de la economía feminista teniendo en cuenta las políticas sociales nacionales y provinciales que se implementaron en este emergente.

Argentina viene de una larga crisis económica y social, recrudecida en los últimos seis años por políticas neoliberales y luego por la pandemia. Algunas de las variables económicas que dan cuenta de la crisis pre-pandemia son: la pobreza que alcanzó el 35.5% de las personas (primera y segunda mitad del 2019) y la desocupación que ascendió a casi el 10 % en el mismo período. (Instituto Nacional de Estadística y Censo [INDEC], 2019)

Las estadísticas del segundo semestre del 2020 evidencian una profundización de la crisis, en estos términos, la pobreza asciende a un 42% (12 millones de pobres) y la indigencia en un 10,5% (3 millones de indigentes). La inflación ascendió, a fines de 2020, a un 36% anual, mientras que la desocupación alcanzó al 11 % de la población activa en el último trimestre del 2020, lo que representó 1,4 millones de argentinx. (INDEC, 2021)

En ese mismo período de 2020, se agudizaron los índices vinculados con las desigualdades estructurales: 200 mil trabajadorxs registradx menos que el año anterior. En relación con las tasas de desempleo, las más afectadas del mercado de trabajo son las mujeres menores de 29 años; un 32,9% de lxs trabajadorxs no está registradx y es cuentapropista, es decir, son trabajadorxs informales (EcoFemiData, 2021).

En el ámbito provincial, primer semestre de 2021, la pobreza sobrepasó por casi 4 puntos a la media nacional (40,6%). En el Gran San Luis -el aglomerado urbano más poblado y en el que viven las mujeres entrevistadas para esta investigación-, el 44,3% de lxs habitantes vivía por debajo de la línea de pobreza; y el 4,7% vivía en el nivel de indigencia (INDEC, 2021).

Al inicio de la pandemia, al igual que en el resto del mundo, el Estado nacional implementó una serie de medidas restrictivas para evitar la propagación del virus, una de ellas fue el aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO), que implicaron una

creciente virtualización en las diversas dimensiones de la vida social, se generó un profundo impacto en las economías globales y regionales que profundizó la crisis.

La virtualización de la mayoría de las dimensiones de la vida social implicó el desarrollo de diversas aplicaciones digitales para la realización de trámites y servicios esenciales. La cuestión tecnológica se tornó de crucial importancia.

Para hacer frente a esta situación, el Estado nacional reforzó la ejecución de políticas redistributivas hacia los hogares más vulnerables, la Asignación Universal por Hijo (AUH); Asignación Universal por Embarazo (AUE); la tarjeta Alimentar, y estableció el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), que fue una medida excepcional que buscó proteger a las familias argentinas ante la pérdida o disminución de sus ingresos por la situación de emergencia sanitaria generada por el COVID-19. Muchas de estas políticas económicas, sociales y sanitarias demandaron el uso y apropiación de aplicaciones informáticas para su acceso.

Con respecto a las políticas provinciales, en consonancia con las disposiciones del Estado nacional, se dispuso el cierre de las fronteras geográficas entre provincias; se estableció la obligatoriedad de la digitalización de los trámites; se canceló la presencialidad en las diferentes esferas de la vida social, entre otras restricciones.

Frente a esta situación, en el ámbito educativo, se adoptó la modalidad no presencial a través de la plataforma *Classroom*, que significó la virtualidad en todos los niveles. En materia de salud, se implementó una aplicación para la realización de auto test que determinaba síntomas compatibles con Covid-19 y el seguimiento de casos de contagio (App Vigilancia Epidemiológica 4.0).

Con respecto a las medidas económicas de emergencia, no se dispuso ninguna política específica para paliar la situación de pobreza incrementada. Sólo se mantuvo el Plan de Inclusión Social, que es un subsidio provincial que se otorga a personas que no tienen trabajo. Consiste en una remuneración mensual equivalente a medio salario mínimo por media jornada de trabajo. Esta asistencia brinda además cobertura social al grupo familiar (hijos menores de 18 años).

En este contexto de pandemia, la implementación de la virtualidad significó un desafío para el Estado provincial a pesar de que hace más de veinte años se implementan políticas destinadas a la inclusión digital. Entre ellas, conexión inalámbrica a internet gratuita en todas las localidades y distribución de *netbooks* y *tablets* a estudiantes y *jubilados*.

En el marco de un estado que se promociona como pionero y líder en inclusión digital y desarrollo tecnológico respecto de Latinoamérica, resulta significativo analizar la forma en la que la apropiación de las TIC permitió o dificultó el acceso a algunos

derechos y beneficios sociales de sectores vulnerables de la población. Abordaremos el modo en el que un grupo de mujeres, -la mayoría, jefas de hogar y en situaciones estructurales de pobreza y exclusión-, hizo frente a la virtualidad preponderante en este estado de emergencia.

Las mujeres y su vida cotidiana

Nos aproximamos a los modos en los que las mujeres de sectores populares -desocupadas, beneficiarias de planes sociales y jefas de hogar-, se apropian de dispositivos tecnológicos y de aplicaciones de la comunicación digital para acceder a políticas sociales.

Para este trabajo, dialogamos con un grupo de mujeres de Juana Koslay de entre 18 y 35 años, con las que tenemos contacto a través de la Fundación La Luciérnaga San Luis (FLLSL). Les consultamos si estaban dispuestas a conversar con nosotras acerca de la cotidianeidad de sus vidas en pandemia, si la tecnología les ayudaba o no a concretar los emergentes que generó la virtualidad.

Realizamos tres visitas para dialogar en torno a esos temas, y en ese marco el desafío planteado fue cómo ese hacer consciente nuestros privilegios de clase nos permitió encontrarnos con este grupo de mujeres con las que iniciamos un proceso de construcción de conocimiento, priorizando sus voces, vivencias y sentires.

En este marco, formulamos algunas definiciones en torno a la metodología de tipo cualitativa, recurrimos a la observación participante y a las entrevistas en profundidad. Si bien planificamos algunas preguntas de guía, la propia dinámica de las reuniones fue redefiniendo la modalidad, el tiempo, el cuestionario, entre otros aspectos metodológicos.

El contexto en el que se desarrollaron las entrevistas nos acercó a la cotidianeidad de sus vidas. Las conversaciones transcurrieron de manera fluida. Algunas nos esperaron en grupo, compartiendo el mate, relajadas, con sus niñxs jugando alrededor y los varones de la familia, observando atentos. Otras fueron entrevistadas de manera individual, pero con la misma disposición. Ellas, con sus relatos, fueron redefiniendo nuestros interrogantes.

De esta manera pudimos relevar algunas características acerca de sus condiciones de vida. Viven en Juana Koslay, que es una localidad residencial de la ciudad de San Luis, con un entorno periurbano, muy cercana a localidades turísticas, con edificaciones suntuosas, un shopping al aire libre y viviendas habitadas por familias de clase media

y media alta. Las mujeres viven en la periferia, en los márgenes del Río El Chorrillo, allí podemos observar casas precarias o asentamientos que están construidas en terrenos fiscales. Sus viviendas son de adobe, con techos de nylon o chapas asentadas. La mayoría de las familias vive en condiciones de hacinamiento, ya que comparte el núcleo habitacional con su grupo familiar extendido (hermanas con sus parejas e hijxs). Sólo cuentan con algunos servicios básicos esenciales como el agua, se ‘cuelgan’ de la red pública de luz y no tienen cloacas.

Son mujeres jóvenes, en edad activa, entre los 20 y 30 años, con un promedio de 3 a 4 hijxs, la mayoría son jefas de hogar y algunas están separadas de sus parejas. Su nivel de escolaridad es incompleto, algunas han interrumpido sus estudios por tareas de cuidados y/o embarazos.

Ellas no encuentran trabajo formal en la zona que habitan porque lxs empleadores requieren referencias y, en otros casos, se sienten discriminadas. Una de ellas nos relata “No encontrás trabajo porque piden referencias y nosotras no tenemos. Más acá, en Juana Koslay, que es toda gente que tiene plata. Hay mucha desconfianza, y por ahí, hay que entender a la gente que no conoce al que va a entrar a su casa”. Son amas de casa que se ocupan exclusivamente de las tareas de limpieza, la comida, el cuidado y el acompañamiento en la escolaridad de sus hijxs, es decir, realizan un trabajo no remunerado de reproducción social de la familia.

Tal como dijimos anteriormente, todas las mujeres tienen hijxs y por lo tanto acceden a los subsidios familiares. Por otra parte, en la provincia de San Luis, la mayoría de las mujeres “está” en el Plan de Inclusión, esto constituye otra entrada de dinero mensual de cada familia. Sus parejas tienen trabajos informales o están desocupadas, realizan ‘changas’, que son coyunturales y representan un ingreso incierto y muy bajo.

Además de las condiciones de hacinamiento, las mujeres narran los problemas que se agudizaron con la pandemia. Las vicisitudes económicas para llegar a fin de mes, la tarea exigente para acompañar la escolaridad de lxs hijxs, la falta de viviendas propias, el desempleo, el consumo excesivo de alcohol de los varones con derivaciones a situaciones de violencias, entre otras dificultades. En esta situación de riesgos permanentes, conviven, por ejemplo, una familia de cinco integrantes en un comedor convertido en una habitación. Escenas reiteradas de violencia se viven periódicamente, como relata María:

“cuando se juntan a tomar, ahí nomás llamamos a la policía para que esté alerta, cosa de que vengan antes de que se maten, que haya un muerto. La última vez se agarraron con piedras, fierros, ollas, ¡todo volaba, todo! A mis hijos los

encierro y los otros van y vienen. Después, los varones se dan cuenta y se lamentan, pero ya los niños lo tienen en la mente”.

Ellas nos expresan que al día siguiente de estos episodios se sienten cansadas, “sin ganas de hacer nada”.

Estos relatos descarnados nos hacen pensar en las vulnerabilidades y violencias a las que están expuestas estas mujeres que representan a miles de mujeres de sectores populares en Argentina.

Educación y salud en mujeres de sectores populares

Con respecto al ámbito educativo, las escuelas provinciales adoptaron la plataforma virtual *Classroom*, pero la mayoría de lxs niñxs no pudo sostener la continuidad de la escolaridad debido a la antigüedad de sus dispositivos y la falta de conectividad. Por estas razones, tampoco pudieron acceder al *Meet* ni realizar videollamadas o descargar material educativo digitalizado. A pesar de estas dificultades, las mujeres hicieron todo lo posible para mantener medianamente la tarea educativa de sus hijxs. En el día a día, estas familias numerosas, con un único teléfono celular, decidieron qué hijx cumplía con las tareas escolares a través del *WhatsApp*.

Asimismo, con frecuencia se dificultó el acceso a internet, a pesar de las antenas de *WiFi* gratuitas instaladas cerca de sus viviendas. Por esta razón las mujeres debieron trasladarse a lugares públicos en busca de conexión y realizar un gasto extra para comprar paquetes de datos para navegar en la web. La mayoría de las *netbooks* o *tablets* entregadas años anteriores gratuitamente dejaron de funcionar al poco tiempo de recibirlas. Como una alternativa a estos obstáculos, algunas escuelas distribuyeron fotocopias para estudiantes que no tuvieron acceso a la virtualidad.

Como revela Bocchio, quien analiza la escolaridad remota en sectores populares durante la pandemia: “Si hay algo que el Covid-19 ha conseguido es visibilizar exponencialmente las desigualdades estructurales que nos aquejan como sociedad, con un claro correlato en las condiciones de escolarización de miles de estudiantes pertenecientes a los sectores sociales más empobrecidos” (Bocchio, 2020, pp. 2-3).

En relación con la salud, el Estado desarrolló una aplicación para celulares -Vigilancia Epidemiológica 4.0-, que facilitó el seguimiento y control sanitario de personas contagiadas de Covid-19. Debido a que los celulares de las mujeres son modelos viejos,

no pudieron descargarla, por lo tanto no hicieron el seguimiento de los casos en sus familias a través de la App. Quienes lo hicieron, al poco tiempo dejaron de usarla porque desconfiaban de los resultados. Jessica expresó “yo he escuchado que eso es una boludez porque primero te mandan un resultado positivo y después negativo”. Juana reconoció que sólo se comunicaban por WhatsApp con los agentes de salud del Centro de Atención Primaria para consultas cotidianas y controles de Covid-19.

Estas mujeres accedieron a la información sobre medidas preventivas a través de la radio, televisión y de folletos que se distribuían en los hospitales. No fueron ni el *WiFi* gratuito, ni las *netbooks* o *tablets*, ni las aplicaciones desarrolladas para este contexto específico, lo que les permitió a este grupo de mujeres informarse sobre la situación diaria para saber si podían salir a trabajar o hacer una changa que les permitiera comprar la comida del día.

Consideraciones finales

Las condiciones de indigencia de este grupo de mujeres se acentúan por el hecho de ser mujeres, su pobreza está feminizada y es endémica. Son jefas de hogar, excluidas del sistema educativo y del régimen laboral formal a pesar de que son todas jóvenes. Tampoco acceden a los planes de vivienda, habitan casas “prestadas” o terrenos usurpados, con altos niveles de hacinamiento. Son discriminadas, segregadas socialmente y expuestas a diferentes tipos de violencias.

En este escenario que configura una superposición de exclusiones, podemos pensar con De Certeau (1996), en las tácticas como ese escaso margen de maniobra que tienen estas mujeres para sobrevivir en la pandemia, poner el acento en cómo resuelven la comida diaria y cómo logran acompañar la escolaridad de las infancias, a pesar de las situaciones de marginalidad.

En la actual sociedad hipermediatizada, las mujeres adoptaron herramientas propias de otros momentos históricos y accedieron a medios tradicionales de comunicación. Nos parece paradójico que en un contexto en el que los bienes e intercambios simbólicos por excelencia están vinculados a las tecnologías digitales y a la virtualidad, estas mujeres recurran a instrumentos y dispositivos vetustos, resabios de formas sociales premediatizadas modernas. En lugar de usar aplicaciones en dispositivos móviles, acuden a la radio y la televisión; a las fotocopias, en reemplazo de archivos digitalizados; y a la escuela como institución que promete -más que garantiza- algún horizonte de socialidad y posibilidades de inserción laboral en un mundo cada vez más incierto.

En este sentido, Bocchio (2020) acude a Grinberg para afirmar que “la pandemia evidencia cómo aquello que para ser ubicuo (la educación virtual para todos al mismo tiempo) precisa apoyarse en tecnologías preexistentes y cuestionadas, principalmente, por ser primigenias” (Bocchio, pp. 7-8). Y continúa, “en tiempos de pandemia el recurso didáctico central para desarrollar una propuesta pedagógica son las fotocopias”. Con una mirada crítica, expresa que hay que denunciar la paradoja de la educación remota, ya que remoto es lo “impensable e imposible que resulta la virtualidad para grandes fragmentos de la población” (*op. cit.*).

Por último, para acercarnos a la respuesta de la pregunta inicial del trabajo, retomamos el planteo de Benítez Larghi (2010), quien destaca que la “capacidad táctica” que los sectores populares demuestran en el acceso a equipos y apropiación de las TIC, revela el “desencuentro constitutivo” que existe entre “el diseño de las políticas públicas tendientes a la inclusión digital y los modos concretos en que ellas son recepcionadas y resignificadas” por esos mismos sectores (Benítez Larghi, p. 32).

Los modos de uso y apropiación de las TIC por parte de las mujeres con las que realizamos este trabajo, están atravesados por el contexto de marginalidad que se agravó con la pandemia. Sin embargo, ellas decidieron sostener la escuela como un eje vertebrador de la vida social y sobrellevar la vida, urdiendo modos creativos, amorosos y de cuidado para amortiguar las dificultades y ‘cuerpear’ el aguzamiento de la crisis.

Referencias bibliográficas

- Benítez Larghi, S. (2010). Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), democracia y sectores populares en Argentina. Andamios. *Revista de Investigación Social* (Vol. 7, N° 14, pp. 11-34). Universidad Autónoma de la Ciudad de México. ISSN: 1870-0063. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=628/62819897002>
 - Bocchio, M. C. (2020). El Futuro Llegó Hace Rato: Pandemia y Escolaridad Remota en Sectores Populares de Córdoba, Argentina. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social* (Vol. 9, N° 3e). Disponible en: https://revistas.uam.es/riejs/issue/view/riejs2020_9_3/630
 - Carlón, M. (2018). "Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea". En: Organizacao Jairo Ferreira [et al] Entre o que se diz o que se pensa: onda está a midiatizacao? Santa María FACOS. UFSM.
 - De Certeau, M. (1996). La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer. México, Universidad Iberoamericana.
 - EcoFemiData (2021) Feminización de la pobreza, pandemia y políticas públicas. La economía a un año de la pandemia. <https://economiafeminista.com/feminizacion-de-la-pobreza-pandemia-y-politicas-publicas/>
 - Gómez Navarro, D. A., Alvarado López, R. A., Martínez Domínguez, M., & Díaz de León Castañeda, C. (2018). La brecha digital: una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 6(16). <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2018.16.62611>
 - Grillo, M., Papalini, V., & Larghi, S. B. (2016). EL ESTUDIO SOBRE CONSUMOS CULTURALES. In M. Grillo, V. Papalini, & S. B. Larghi (Eds.), *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea* (pp. 23-58). CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctv253f5pn.5>
 - Harding, S. (1987). "¿Existe un método de investigación feminista?" *Feminism and Methodology*, Bloomington/ Indianapolis, Indiana University Press.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos.

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019) Informes Técnicos / vol. 3 n° 182. ISSN 2545-6636. Incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 aglomerados urbanos Primer semestre de 2019. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_01_19422F5FC20A.pdf

- (2020) Informes técnicos. Vol. 5, n° 52 ISSN 2545-6636 Trabajo e ingresos. Vol. 5, n° 1 Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH) Cuarto trimestre de 2020. ISSN 2545-6768 (INDEC). Disponible en: http://www.estadistica.sanluis.gov.ar/wp_content/uploads/Mercado-de-trabajo-4%C2%B0trim2020.pdf

- Rodríguez Enríquez, C. (2012). La cuestión del cuidado: ¿El eslabón perdido del análisis económico? En Revista CEPAL 106, 23-36.

- (2015) Economía feminista y economía del cuidado. Aportes conceptuales para el estudio de la desigualdad. En Revista Nueva Sociedad N° 256, marzo-abril de 2015.

- Shokida, N., Serpa, D., Domenech, L., Moure, J., Fernández Erlauer M., Espiñeira Lucía, Santellán Celina, Lee Justina & Pradier Carolina. (2021). Ecofeminita/EcoFemiData: informes ecofemidata. Zenodo. <http://doi.org/10.5281/zenodo.4540185>

Twitter como estratégia discursiva de combate à pandemia de Covid-19:

uma análise dos *tuítes* presidenciais de Jair Bolsonaro e Alberto Fernández entre março de 2020 e junho de 2021

Ricardo de Alcântara Dantas¹

Resumen:

Observamos a estratégia comunicacional sobre a Covid-19 e seus temas subjacentes (pandemia, vacina, economia, enclausuramento e políticas públicas) na análise de todos os *tuítes* dos presidentes brasileiro, Jair Bolsonaro, e argentino, Alberto Fernández, entre 1º de março de 2020 e 12 de junho de 2021. Considerando o resultado problemático da quantidade de mortes por habitante causadas pela Covid-19 nos dois países, analisaremos quantitativamente e qualitativamente os *tuítes*, com ênfase na construção discursiva dos enunciados, com objetivo de comparar a estratégia comunicacional dos dois presidentes no Twitter durante o ano inicial da pandemia. Quais seriam as semelhanças e diferenças na estratégia comunicacional executada na plataforma pelos dois presidentes? De comum, identificamos comportamentos populistas nas publicações dos dois presidentes, a partir do conceito proposto por Eatwell e Goodwin (2020), ainda que em diferentes gradações. Considerando as diferenças socioeconômicas entre Brasil e Argentina, os espectros políticos antagônicos de Bolsonaro e Fernández, e a diferença no trato democrático entre os dois presidentes, os dois países tiveram alto número absoluto e relativo de mortes durante a pandemia. A análise da construção do discurso em nossa amostra de *tuítes* pode ajudar esta e outras pesquisas a identificarem e analisarem estratégias governamentais nas redes sociais.

Palavras-chave: Pandemia; Twitter; Populismo; Análise do Discurso.

¹ Ricardo de Alcântara Dantas é mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB) e especialista em Relações Internacionais pelo Clio Internacional/Damásio. ricodantas@gmail.com

Introdução

A Argentina registrou a primeira morte por Covid-19 em 7 de março de 2020, dez dias antes da primeira morte no Brasil, no dia 17 do mesmo mês. Considerando a grande diferença populacional entre os dois países (projeções atuais calculam a população argentina em 47 milhões e a brasileira em 215 milhões)², a partir da primeira morte o Brasil “ganhou” a trágica corrida no tempo: 10 mil mortes quatro meses antes que a Argentina, marca alcançada pelos brasileiros em 9 de maio de 2020; 50 mil mortes oito meses antes, em 19 de junho de 2020; 100 mil mortes onze meses antes, em 8 de agosto de 2020. Resultado em outubro de 2022: o Brasil teve 688 mil mortes e a Argentina 130 mil. Entretanto, em um ponto da fúnebre contagem os dois países se aproximaram: na razão de mortes por habitante. Até outubro de 2022, na Argentina morreram por consequência da Covid-19 aproximadamente 287 pessoas por cem mil habitantes e, no Brasil, 323 por cem mil habitantes.³

O número é trágico para os dois países considerando o resultado no Japão (37 a cada cem mil), Austrália (62), Filipinas (58), Indonésia (58), El Salvador (65) e Cuba (75). Cada um desses países tem realidades, dados socioeconômicos e situações políticas das mais diversas. Ainda assim, é possível constatar pelos outros exemplos que seria possível tanto para o Brasil quanto para a Argentina ter um número absoluto de mortes menor, e, portanto, a razão por habitantes também menor.

A diretora do Centro de Controle e Prevenção de Doenças (CDC, na sigla em inglês), órgão do departamento de saúde dos Estados Unidos, condenou publicamente a condução da agência sob seu comando durante a pandemia de Covid-19.⁴ Rochelle Walensky, após o *mea culpa*, se propôs a reorganizar a entidade, priorizando a produção de dados e estudos voltados para a tomada de ações, uma vez que, para a executiva (e seus críticos), o órgão era acadêmico e específico demais, tornando as ações que deveriam

²Argentina: estimativa do Censo 2022 do Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec). Disponível em: <<https://www.indec.gob.ar/indec/web/Institucional-GacetillaCompleta-355>>. Acessado em outubro de 2022. Brasil: estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html>>. Acessado em outubro de 2022.

³Dados de novembro de 2022. Disponível em: <<https://coronavirus.jhu.edu/data/mortality>>. Acessado em 5 de novembro de 2022.

⁴Matéria publicada no New York Times em 17 de agosto de 2022. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2022/08/17/us/politics/cdc-rochelle-walensky-covid.html>>. Acessado em 30 de agosto de 2022.

ser urgentes, como numa pandemia, em uma profusão de informações confusas, com ações lentas e aflitivas para a população e as entidades que buscavam informações junto ao CDC. A pandemia e a profusão de informações aparentemente desencontradas trouxe à tona mais uma vez as tradicionais dicotomias que acompanham a humanidade desde pelo menos a ascensão dos Estados modernos: ciência vs. senso comum; estado vs. mercado; opinião pessoal vs. análise de dados, além de debates sobre verdade, confiança, política, economia, poder. Nesse ambiente complicado, com alguns dos piores resultados numéricos da pandemia no mundo e uma condução errática do ex-presidente Donald Trump, os Estados Unidos foram a nação como exemplo a ser seguido pelo brasileiro Jair Bolsonaro, e o exemplo a ser evitado pelo presidente Alberto Fernández. Assim como seus pares latino-americanos, Donald Trump fez extensa utilização do Twitter durante a pandemia.

Enquanto publicaram 4.326 *tuítes* entre 1º de março de 2020 e 12 de junho de 2021, Bolsonaro ganhou 300 mil seguidores e Fernández, 500 mil. O presidente brasileiro, como seu par norte-americano, construiu muito de sua reputação nessa rede social. Já era ativo, com grande engajamento e uma estratégia já consolidada de atuação na rede, apesar do caráter pretensamente improvisado de suas publicações — esta é, inclusive, uma das facetas de sua estratégia de comunicação. O presidente argentino não era tão presente no Twitter até o início de seu mandato, no final de 2019, apesar de já possuir uma conta desde 2010. Os *tuítes* eram mais esparsos e mais pessoais, tanto que criou uma segunda conta, em 2016, focada nos feitos políticos e direcionada à imprensa. No caso do brasileiro, os *tuítes* demonstraram uma continuidade da estratégia na rede durante o período analisado, já no caso argentino, demonstraram um nível de atuação mais intenso do que antes da pandemia.

A partir da análise textual dos *tuítes*, da repetição de palavras, e dos discursos construídos em momentos emblemáticos da pandemia nos dois países (a primeira morte e as de número 50 mil e 100 mil, por exemplo), faremos uma comparação entre os dois presidentes e seus discursos. O objetivo é demonstrar a construção dos discursos e, com isso, apontar indícios da estratégia comunicacional dos presidentes para a pandemia na rede social Twitter. Essa estratégia teria alguma influência no resultado prático da pandemia? Percebemos que ao menos ela nos revela, dentro de um conjunto mais complexo da estratégia comunicacional de presidentes de nações democráticas, alguns indícios de como a pandemia foi conduzida em cada país nos diferentes momentos do período estudado.

Os cientistas políticos Eatwell e Goodwin (2020) descrevem uma vertente do populismo, o nacional-populismo, como um espectro político que surge de uma revolta

popular contra a democracia liberal, abarcando um grande número de eleitores em diversos países no mundo, em especial no ocidente liberal do hemisfério norte, mas também em países da América-Latina, como o Brasil. Uma das características do nacional-populismo é o discurso antissistema e antiminorias (por essa razão, quase sempre ligado à direita), além do verniz autoritário e plebiscitário dos nacionais-populistas que alcançam o poder. Eatwell e Goodwin (2020) identificam as razões para que o nacional-populismo tenha conquistado cada vez mais seguidores e como tem se tornado um espectro político estabelecido mundialmente, seja na oposição ou no poder. Vamos observar se a amostra de *tuítes* contém características nacional-populistas, ainda que Alberto Fernández não seja desse movimento político. O populismo atravessa direita e esquerda e nos interessa aqui a descrição de Eatwell e Goodwin (2020) de características populistas que tentaremos identificar no conjunto de *tuítes*.

O Twitter é uma rede social em ambiente digital multimodal, ou seja, é integrada com múltiplas redes, plataformas e funcionalidades, sem limitações temporais. O ambiente multimodal significa um giro temporal nas redes sociais, uma forma de conexão ininterrupta, como explicam Lemos e Santaella (2010): “A conectividade *always on* é, de forma cada vez mais abrangente, o fio invisível que se multiplica entrelaçando consciências, espaços, perguntas, desejos” (2010, p. 55). É difícil mensurar fielmente o que acontece nesse ambiente e suas repercussões para a vida coletiva. Nem sempre a conectividade se traduz em coletividade. Mas é intuitivo perceber que a interação e a integração no ambiente do Twitter, em alguma medida, afetam as pessoas, constroem discursos e repercute na formação e destruição de reputações. Analisar os *tuítes* dos presidentes Jair Bolsonaro e Alberto Fernández, portanto, tem relevância se não apenas pelos atores em questão e as relações de poder e influência, mas também no sentido de que a rede informacional do Twitter é um espaço (ciberespaço) de construção de sentido, ou seja, ambiente de processos comunicacionais complexos que devem interessar às pesquisas em comunicação.

Referencial teórico

Eatwell e Goodwin (2020) traçam algumas características do populismo. A primeira delas é a de que o populismo é uma ideologia, apesar da dificuldade de enquadrá-la como tal, por aparentemente manter vínculos frouxos com ideais e visões formuladas sobre política e sociedade (e, por isso mesmo, o populismo vai da esquerda

à direita sem diferenciar-se muito na forma). A leitura do populismo como apenas uma maneira de se alcançar o poder, sem matiz ideológica, simplifica o populismo como sendo uma característica deste ou daquele demagogo que se considera o representante e a voz das massas. Os autores, no entanto, identificam um conjunto de valores fundamentais populistas que, ainda que admitam alguma flexibilidade, terminam por forjar uma “ideologia tênue”. No fato de ser tênue reside a possibilidade de mobilidade do populismo entre esquerda e direita. Para os autores, nos dois espectros políticos, os populistas “prometem dar voz às pessoas comuns e restringir as elites poderosas que ameaçam seus interesses” (Eatwell; Goodwin; 2020, p. 73). O populismo, em especial a vertente nacional-populista descrita pelos autores, dá ênfase à identidade nacional, preza a cultura local (conservadorismo cultural) e, sem um direcionamento mais claro, advoga-se a posição de único combatente da corrupção “das elites” e voz dos negligenciados. São três as bases da ideologia populista: assumirem-se como defensores da *vontade popular* que só eles sabem traduzir; como defensores das *pessoas simples e comuns* – ainda que não necessariamente das minorias – dos mais pobres e dos marginalizados, como os imigrantes, por exemplo; e como os únicos combatentes das *elites corruptas e distantes*. Não entraremos noutro debate (polêmico) proposto pelos autores: o de que o nacional-populismo, apesar de muitas vezes ganhar uma feição autoritária e próxima ao fascismo, exprime uma legitimidade popular no ambiente democrático. Essa questão por demais problemática não nos interessa neste artigo. Nosso foco é a descrição do que é o populismo e como ele se manifesta. São esses dados que utilizaremos como referencial para observar nosso *corpus* de pesquisa, com base nos três fundamentos do populismo acima descritos.

Em sua crítica à propaganda como tentativa de controle coletivo, Chomsky (2017) apresenta duas definições antagônicas de democracia baseadas no fluxo de informações: a primeira afirma que a sociedade democrática é aquela em que “o povo dispõe de condições de participar de maneira significativa na condução de seus assuntos pessoais e na qual os canais de informação são acessíveis e livres” (Chomsky, 2017, p. 9); a segunda definição de democracia parte de uma concepção de tutela, em que uma elite conduz a população, uma concepção “que considera que o povo deve ser impedido de conduzir seus assuntos pessoais e os canais de informação devem ser estreita e rigidamente controlados” (idem, p. 10). De acordo com essa segunda proposta de definição, uma comunidade intelectual seria capaz de entender a sociedade e o que é melhor para ela. Uma maneira de conduzir o poder consistiria em domesticar a população em torno de uma ideia de consenso. E nesse consenso construído com um verniz democrático (porque parte dessa elite é eleita pelo voto), estaria a essência da democracia.

Essa concepção autoritária não estaria ligada necessariamente à esquerda ou à direita, mas a uma característica de condução da democracia quase maquiavélica: os fins justificariam os meios, ou, atualizando Maquiavel, o bem-estar social ou a manutenção do *status quo* justificariam a manipulação consciente de dados e informações por parte dos atores do poder. É nesse sentido que Arendt afirma que “nenhuma afirmação fatural pode estar além da dúvida.” (Arendt, 2015, p. 16). Para a filósofa alemã, a capacidade mental de reformar o mundo, de reconstruir a realidade, é o que possibilita a ação política, e que nessa ação política os fatos estão sempre sob o risco da distorção e da mentira: “A falsidade deliberada trata com fatos *contingentes*; ou seja, com coisas que não trazem em si nenhuma verdade inerente, nenhuma necessidade de ser como são.” (Arendt, 2015, p. 16). Especialmente em uma pandemia, os fatos são contingentes. A incerteza, principalmente no início do período pandêmico, contamina todas as ações, desde a das autoridades até a dos cientistas e das pessoas nas ruas (ou em suas casas). Especialmente nesse período a frase de Arendt ganha potência: toda afirmação ganha caráter de dúvida. Esse é um terreno fértil para o exercício populista.

Ampliando a discussão de Chomsky (2017) para além das mídias de massa, o filósofo Byung-Chul Han (2022) afirma que, na sociedade da informação, o fator decisivo para o ganho de poder é possuir e trabalhar com as informações: “Não é a propaganda em mídias de massa, mas as informações que garantem a dominação” (HAN, 2022, p. 24). A incontornável circulação generalizada de informações é o novo paradigma contemporâneo. Um exemplo ocorreu na pandemia do novo coronavírus que trouxe à tona o conceito de “infodemia”. A Organização Mundial da Saúde (OMS) assim define infodemia:

(...) um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa. A palavra infodemia se refere a um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual. Nessa situação, surgem rumores e desinformação, além da manipulação de informações com intenção duvidosa. Na era da informação, esse fenômeno é amplificado pelas redes sociais e se alastra mais rapidamente, como um vírus. (OPAS, 2020).

A pandemia acentua o que Arendt (2015) aponta como o risco do falseamento e distorção dos fatos contingentes. Além das *fake news*, dos interesses diversos, da

desinformação resumidos nesse conceito de infodemia, existiam, de fato, pessoas se contaminando pelo vírus, morrendo, experimentando medo, insegurança e incerteza. Depois das praças e ruas (vazias durante os períodos de enclausuramento), é o ambiente digital o *locus* das disputas discursivas, lamentos, exigências e reclamações, num movimento que, antes mesmo da pandemia, já reconfigurava o espaço público, como descreve Han: “Na era das mídias digitais, a esfera pública discursiva não é ameaçada por formatos de entretenimento das mídias de massa, não pelo *infoentretenimento*, mas sobretudo pela propagação e proliferação viral de informação, a saber, pela *infodemia*.” (Han, 2022, p. 34). O Twitter assumiu, nesse contexto, um papel crucial no debate público. Com as novas características da circulação de informações, além das problemáticas questões em torno da preservação da privacidade e da liberdade de expressão, a rede social se tornou uma plataforma que influencia eleições, que ergue e destrói reputações e que aproxima de seus públicos os porta-vozes, artistas, autoridades e *influenciadores* em geral (apesar de que paradoxalmente as redes sociais provocam atomização, exacerbam o individualismo e não transferem a quase infinita e irrestrita conectividade a sentidos mais amplos de coletividade). Por essas razões e por ser um fenômeno tangível dos processos comunicacionais, a rede social digital é objeto de pesquisa que atravessa as mais diversas disciplinas (ciências da informação, matemática, sociologia, estatística, ciência política, dentre muitas outras). Nossa ênfase é na comunicação e na construção dos discursos.

O campo da Comunicação enquanto saber busca há muito tempo compreender a esfera pública e como os fenômenos comunicacionais se dão nesse ambiente. A transformação digital, a nova sociedade da informação, as novas formas de interação, a conectividade e o novo ambiente e processo de consumo, reposicionaram o olhar para esfera pública ao mesmo tempo em que a própria esfera pública se reposiciona nesse ambiente. Martino traz o conceito clássico de esfera pública como mais “(...) do que um espaço físico, a Esfera Pública é um espaço abstrato, formado na interação entre os indivíduos envolvidos na discussão de temas que lhes dizem respeito. Trata-se dos espaços de deliberação e debate sobre aquilo que interessa à vida pública” (Martino, 2014, p. 91). É tentador acreditar que naturalmente as redes sociais digitais, em especial o Twitter, seriam a nova esfera pública. Sem dúvida, as redes sociais provocam engajamento e são capazes de traduzir questões que ganham força ou ampliam suas dimensões no debate digital em ações no “mundo real”. A primavera árabe, o movimento *Occupy Wall Street*, as jornadas de 2013 no Brasil, são alguns exemplos desse tipo de prática. Outro fato é que as perspectivas do que é particular, público e social convergem de maneira dinâmica nas redes sociais, e com efeitos ainda em construção na sociedade.

Aliás, é nessa convergência que conceitos de individualidade e coletividade sofrem uma importante transformação. Nas redes não há muita clareza dos limites entre o público e o privado, entre o individual e o coletivo, e isso tem repercussões. Atentos a isso, políticos profissionais atuam intensamente para entender e se posicionar nesse ambiente.

A jornalista Consuelo Dieguez (2022), ao narrar a ascensão do bolsonarismo no Brasil, credita ao filho do presidente Jair Bolsonaro, Carlos Bolsonaro, a primazia na família em perceber o potencial das redes sociais para o clã político. Percebendo o potencial de mobilização nas redes e conectando diversos grupos conservadores que surgiam desde o Orkut e avançavam para o Facebook, o Youtube e o WhatsApp, a família Bolsonaro atuou de maneira “silenciosa” para angariar seguidores. Dieguez narra: “Três anos antes das eleições presidenciais, o Zero Dois [Carlos Bolsonaro] já usava o WhatsApp para distribuir missões aos apoiadores do pai. Verdadeiros soldados digitais, os seguidores de Bolsonaro se espalhavam pela rede em grupos autodeclarados de direita” (Dieguez, 2022, p. 132). O entendimento da circulação da informação e das novas formas de mobilização, somados à expansão da ideologia nacional-populista e da extrema direita, todos foram fatores que tornaram o presidente Jair Bolsonaro um campeão de audiência nas redes sociais, fato que reverberou até recentemente nas eleições de 2022, com uma difícil disputa entre os órgãos controladores, o tribunal eleitoral, a oposição e a equipe de campanha de Bolsonaro.

Lemos e Santaella definem o Twitter como uma “(...) verdadeira ágora digital global: universidade, clube de entretenimento, ‘termômetro’ social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas” (Lemos & Santaella, 2010, p. 66). Nesse ambiente que transita entre o estritamente pessoal dos perfis/avatars de usuários compartilhando suas rotinas, opiniões e preferências, e o espaço público de formação de opinião, difusão de informações e divulgação de políticas públicas, a presença de dois presidentes da república, Jair Bolsonaro e Alberto Fernández, nos traz a oportunidade de observar fenômenos da comunicação e, em especial para nossa pesquisa, a construção de sentido através de discursos calculados.

Nesse ponto trazemos a definição de Martino sobre discurso: “O discurso é o texto produzido em um lugar específico, que carrega em si as marcas das condições de sua produção.” (Martino, 2019, p. 125). A definição nos aproxima de Bakhtin (2020) e do conceito de intertexto e dialogismo, em que um discurso está sempre relacionado a outro texto: “A noção de ‘texto’ estende-se para designar o lugar onde os discursos sociais anteriores são rearranjados em uma forma mais ou menos nova. A ideia de ‘dialogismo’ mostra que nenhum texto é completamente autônomo nem vinculado: a questão está centrada na *interação* entre os textos” (Martino, 2019, p. 127). Considerando a análise

textual dos *tuítes* presidenciais da nossa amostra, observaremos nos discursos os textos que estão “por trás” do texto que efetivamente está publicado. Nessa perspectiva dialógica não analisaremos a interação das publicações com os outros usuários do Twitter, nem nos proporemos a análises de recepção. Nossa proposta é interpretar a intenção dos presidentes em seus *tuítes* sobre a pandemia num determinado período, buscando nessa intencionalidade a perspectiva dialógica dos discursos que, por fim, podem nos revelar uma estratégia de governo, considerando Bakhtin (2020): “Na palavra do falante há sempre um elemento de apelo ao ouvinte, uma diretriz voltada para sua resposta.” (Bakhtin, 2020, p. 113).

Método

Para analisar essas questões, coletamos, organizamos e operacionalizamos 4.326 *tuítes* dos presidentes Jair Bolsonaro e Alberto Fernández, entre 1º de março de 2020 e 12 de junho de 2021, através da linguagem de programação Python, utilizando a aplicação Ltweet, desenvolvida pelo Laboratório de Convergência de Mídias da Universidade Federal do Maranhão. O período foi escolhido para abranger o primeiro ano de pandemia, desde seus primeiros dias, até uma fase em que já se havia iniciado a vacinação nos dois países e o Brasil se aproximava da marca de 500 mil mortes pelo vírus. Consideramos esse recorte temporal suficiente para demonstrar um padrão de publicações dos presidentes relacionado ao tema, bem como atravessar diversas fases da pandemia, desde as incertezas iniciais até um período em que a vacinação já trazia algum alívio. Não escolhemos uma amostra maior para facilitar a análise qualitativa dos dados.

Para classificação de texto, elaboração de gráficos e criação de nuvem de palavras, utilizamos o *spaCy*, um software desenvolvido em linguagem Python com bibliotecas de código aberto. Para as análises textuais, classificamos e filtramos os *tuítes* por data de publicação e palavras-chave através do software Excel. Com as planilhas elaboradas, destacamos os textos e a repetição de palavras. A partir dessa amostra organizada, fizemos nossa análise textual para identificar características populistas nas publicações sobre a pandemia através dos três parâmetros propostos por Eatwell e Goodwin (2020): 1) representantes da vontade popular; 2) defensores e interlocutores da linguagem simples das pessoas comuns; 3) combatentes da corrupção perpetrada pelas elites distantes.

A presente pesquisa tem características indutiva, exploratória e explicativa, e pode ser classificada como quali-quantitativa, em que o levantamento amplo de dados e os resultados numéricos também serão observados mediante interpretação dos discursos e das estratégias discursivas. Quando mencionamos “estratégia discursiva”, nos referimos à estratégia como definido por Charaudeau e Maingueneau (2020, p. 219): “(...) toda ação realizada de maneira coordenada para atingir um certo objetivo”. Com a análise textual dos *tuítes*, a partir de sua classificação e levantamento de padrões, observaremos se a estruturação da linguagem traz indícios de uma estratégia pragmática por parte dos presidentes. Mais do que isso, buscaremos perceber se a estratégia revela traços populistas.

A pretensão da pesquisa não é esgotar a complexidade da amostra, muito menos de nos aprofundar em questões sobre a complexidade da política presidencial nos dois países e de como lidar com uma pandemia. Nosso objetivo é reconhecer uma estratégia dos presidentes no Twitter, traçar diferenças e convergências e, em alguma medida, demonstrar com a construção dos discursos dos dois, através do conjunto de *tuítes* no período da amostra, características populistas nos dois espectros antagônicos em que se situam (direita e esquerda), apesar das profundas diferenças no trato democrático.

Análise da amostra

Nossa amostra traz 4.326 publicações na rede social Twitter realizadas pelos presidentes Jair Bolsonaro e Alberto Fernández, no período de 1º de março de 2020 até 12 de junho de 2021. Apresentamos o detalhamento das publicações e interações no Quadro 1.

Quadro 1: Distribuição das publicações por perfil e dados dos perfis dos presidentes

	Jair Bolsonaro	Alberto Fernández
SEGUIDORES (em novembro de 2022)	10,1 milhões	2,2 milhões
TUÍTES (entre 1/03/20 e 12/06/21)	3.184 mil	1.142 mil

REPLIES* (entre 1/03/20 e 12/06/21)	6,8 milhões	1,1 milhão
RETWEETS** (entre 1/03/20 e 12/06/21)	9,9 milhões	2 milhões
LIKES*** (entre 1/03/20 e 12/06/21)	58,1 milhões	11,7 milhões
AUMENTO DE SEGUIDORES (entre 1/03/20 e 12/06/21)	300 mil novos seguidores	500 mil novos seguidores

Fonte: Elaboração do autor

*Replies são comentários nas publicações dos presidentes realizadas por outros usuários (o nível “mais nobre” de interação)

**Retweets” são o compartilhamento das publicações por outros usuários;

***Likes são as curtidas nas publicações (o nível mais simples de interação).

Ao filtrar os termos mais utilizados por Jair Bolsonaro nas 3.184 publicações do período da amostra, alcançamos os seguintes gráficos (excluindo artigos como “o”, “a”; pronomes como “ele”, “ela”, “nós”; preposições como “que”, “com”, “quando”) (Gráficos 1 e 2):

Gráfico 1: Termos mais frequentes nas publicações de Jair Bolsonaro



Fonte: Elaboração do autor

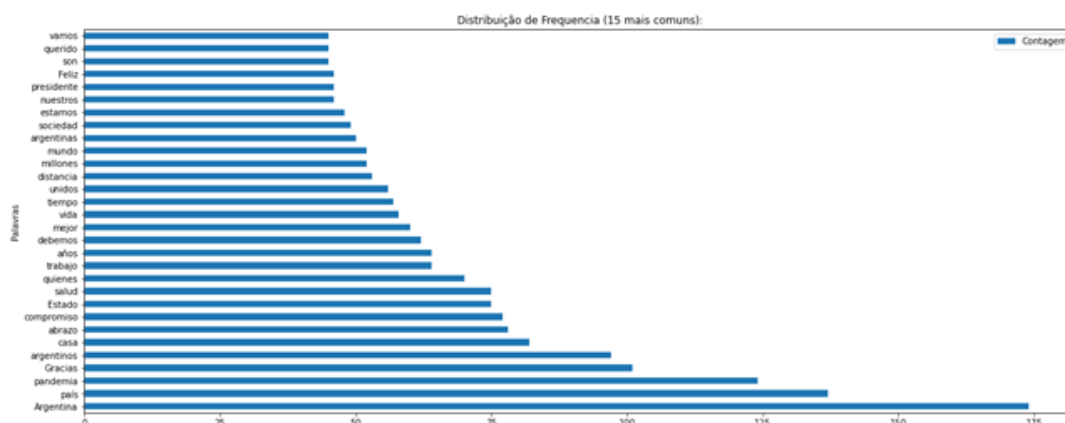
Gráfico 2: Nuvem de palavras mais utilizadas por Jair Bolsonaro



Fonte: Elaboração do autor

Nota-se que, no período, ao menos quatro termos diretamente relacionados à pandemia estão entre os 15 mais repetidos: o perfil do Ministério da Saúde (“@min-saude”), “doses”, “saúde” e “Covid-19”. Outros termos como “combate” e “recursos”, por exemplo, também podem estar relacionados à pandemia, assim como “saúde” e o perfil do Ministério podem estar relacionados a outros temas. Para comparação, vamos observar os gráficos referentes às publicações do presidente Alberto Fernández (também excluímos pronomes e preposições) (Gráficos 3 e 4):

Gráfico 3: Termos mais frequentes nas publicações de Alberto Fernández



Fonte: Elaboração do autor

Não apenas a mensagem, mas o tom do discurso foram opostos. Enquanto Fernández demonstrou preocupação com a contaminação do vírus, no nível pessoal da população, Bolsonaro destacou os termos “TE PREENDO”, em letras maiúsculas, como uma alusão às atitudes supostamente autoritárias dos governadores e prefeitos em relação às pessoas que saíssem de casa. Para Fernández, o inimigo era o vírus, para Bolsonaro, os problemas econômicos que poderiam surgir caso as pessoas parassem de circular e trabalhar. Traçar um inimigo distante e problemático (quase sempre ligado à corrupção) é um dos elementos populistas, além de buscar uma linguagem coloquial e que traduza “o povo”, o cidadão comum. Podemos traçar essas duas características na publicação do presidente brasileiro.

Percebemos a partir da amostra que o termo “casa” e o que ele ensejou nessa pandemia (fique em casa ou não fique em casa, a ideia de lar, o cuidado humano, a ruína da economia nacional, a possibilidade do teletrabalho, o isolamento) é um importante elemento discursivo de análise. Analisamos todos os *tuítes* dos dois presidentes contendo a palavra. Os *tuítes* do presidente argentino que mencionavam a palavra “casa” em relação ao “fique em casa” eram propositivos, um chamamento aos cidadãos para ficarem de fato em casa como um cuidado essencial. A maioria desses *tuítes* ocorreram em 2020, nos primeiros meses da pandemia. No caso do presidente brasileiro, todos os *tuítes* que mencionavam a palavra “casa” no contexto do “fique em casa” (18 publicações) tiveram conotação negativa, com o “fique em casa” sendo uma ação coordenada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), a imprensa e governadores da oposição, trazendo efeitos negativos para economia e o governo do presidente.

No início da pandemia, Alberto Fernández mencionou quase que diariamente o “Quédate en casa” (fique em casa). Nos primeiros meses de 2020, o presidente argentino ainda utilizava o Twitter em um nível muito interacional com os usuários, trocando mensagens, afagos e, inclusive, dando conselhos pessoais, desejando feliz aniversário, em mensagens que visavam aproximá-lo das vidas cotidianas das pessoas. Nesse sentido, poderíamos destacar um comportamento populista no sentido de o governante se colocar como um cidadão comum, utilizando a linguagem e os meios do povo. Porém, na combinação que se somaria a essa característica, seguindo Eatwell e Goodwin (2020), seria necessária uma “elite” inimiga distante, de forma que o governante se assumisse como a única voz do povo. Não identificamos na amostra, nesse recorte da palavra “casa”, tais características. Já no caso do presidente brasileiro, Jair Bolsonaro, identificamos duas características populistas: o inimigo distante (as “elites”) e o assumir-se como porta-voz do povo. O quadro 2, logo abaixo, traz exemplos:

Quadro 2: *Tuítes* com características populistas e a palavra “casa”

	Jair Bolsonaro	Alberto Fernández
Exemplos de <i>túites</i> com características populistas: <i>o inimigo distante</i>	“Documento e declaração de que vai trabalhar”... Se não tem desce. Assim o povo está sendo tratado e governado pelo PCdoB/MA e situações semelhantes em mais estados. O chefe de família deve ficar em casa passando fome com sua família. Milhões já sentem como é viver na Venezuela. (10 de maio de 2020)	
Exemplos de <i>túites</i> com características populistas: <i>representante do povo</i>	ATIVIDADE ESSENCIAL É TODA AQUELA NECESSÁRIA PARA UM CHEFE DE FAMÍLIA LEVAR O PÃO PARA DENTRO DE CASA! (04 de março de 2021)	
Exemplos de <i>túites</i> com características populistas: <i>a linguagem do povo</i>		Gracias @ro_lasserre !! Me voy a dormir. Antes te mando un abrazo a la distancia. Gracias por tu afecto. Y no olvides... quédate en tu casa. (20 de março de 2020)

Fonte: Elaboração do autor

Nos *túites* do presidente brasileiro destacamos dois pontos populistas. O primeiro do quadro *tuíte* traz o inimigo distante, o outro, o combate permanente contra a corrupção que só o verdadeiro representante do povo pode vencer. Bolsonaro destacou a atuação de um desafeto, o governador do Maranhão, Flávio Dino, que adotou medidas restritivas ancoradas nas recomendações da OMS. Na mesma mensagem, o presidente atacou a esquerda (partido PC do B) e outro “inimigo distante” constante em sua retórica: a Venezuela. Na outra publicação, o presidente Bolsonaro assume um tom raivoso e estridente, na linguagem da internet, ao utilizar somente letras maiúsculas para passar a mensagem de que ele falaria pelo povo ao destacar as atividades essenciais que não

poderiam ser restritas mesmo na pandemia. Ao mencionar o “pão” para levar para casa pelo “chefe de família”, Bolsonaro direciona aos homens (menos afeitos ao *lockdown*) um apelo para não permanecerem em casa, ao cumprir o dever quase religioso de trazer o pão para casa. Já no *tuíte* de Fernández, o presidente se coloca no lugar do cidadão comum ao conversar como qualquer usuário do Twitter faria, avisando que está indo dormir, deixando um abraço e avisando quase como um pai que dá boa noite ao filho: “não te esqueças, fique em casa”. As duas publicações de Bolsonaro e a de Fernández dão indícios de como os dois presidentes encararam a pandemia, ao menos no primeiro ano: o primeiro de forma belicosa, mantendo vivas as divergências com políticos antagônicos, países com regimes diferentes e visões diferentes da sua sobre a pandemia; já o segundo buscou no afeto, no cuidado com a saúde, de maneira quase paternal, a maneira de enfrentar os primeiros momentos da pandemia. Interessante é notar que, futuramente, em termos de número de mortos e problemas econômicos, os dois países, guardadas as proporções, não se sairiam muito diferentes. O que não justifica um comportamento ou o outro (ou os tornando equivalentes, pois não o são), lembrando também que não estamos analisando quais seriam as medidas corretas, o que deveria ser feito ou mesmo os efeitos econômicos e de saúde pública da pandemia nos países. Nossa pesquisa tem ênfase na análise do discurso dos presidentes na rede social Twitter, identificando traços de um intertexto populista em suas publicações.

Utilizamos marcos temporais como outra linha de análise da amostra. Relacionamos os *tuítes* dos presidentes quando o Brasil e a Argentina, cada um a seu tempo, tiveram a primeira morte por Covid-19 e, em seguida, atingiram as marcas de 50 mil mortes e 100 mil mortes. Relacionamos os *tuítes* do dia do marco temporal e um ou dois dias seguintes, para verificar se os governantes fizeram alguma menção à pandemia e às mortes (Quadro 3).

Quadro 3: *Tuítes* no marco temporal da primeira morte por Covid-19 no Brasil e Argentina

	Jair Bolsonaro	Alberto Fernández
1ª morte: 17 de março de 2020 no Brasil e 7 de março de 2020 na Argentina	Nós somos acostumados a superar as adversidades. Na tempestade, ajudamos uns aos outros. Somos uma nação de irmãos. Nenhum vírus é mais forte do que o nosso povo. Estamos lutando e faremos o que for necessário para proteger a vida de cada brasileiro! (17 de março de 2020)	Convoqué a una reunión con el gabinete nacional, representantes de entidades de la salud y científicos expertos para abordar la problemática del Coronavirus. Es importante que la población tenga información adecuada y que garanticemos la respuesta adecuada del sistema de salud. (10 de março de 2020)
	Considerando a incapacidade do regime ditatorial venezuelano de responder à epidemia do Covid-19, o governo brasileiro adotará medidas restritivas na fronteira com a Venezuela, de modo a garantir a segurança e a saúde do nosso povo, em especial da região Norte do país. (18 de março de 2020)	Por último, se podrá disponer el cierre de lugares de acceso público, suspender espectáculos públicos y todo otro evento masivo e imponer distancias de seguridad y otras medidas necesarias para evitar aglomeraciones. (12 de março de 2020)

Fonte: Elaboração do autor

Entre os dias 17 e 18 de março de 2020, o presidente Jair Bolsonaro publicou 26 *tuítes*, teve 153,2 mil *replies*, 116,9 mil *retweets* e 772,1 mil *likes*. Todos os *tuítes* foram sobre ações do governo, com duas publicações mencionando diretamente a Covid-19, destacadas acima. Em nenhuma delas, o presidente mencionou os cuidados recomendados à época para se evitar a propagação do vírus, não mencionou isolamento ou medidas sanitárias. Porém, publicou uma mensagem de esperança, valorizando a vida de cada brasileiro. No dia seguinte à primeira morte, mencionou as restrições na fronteira brasileira com a Venezuela, como se àquele momento esse fosse um problema maior na região. No final deste mesmo ano de 2020 e início de 2021, foi na região Norte, especificamente no Amazonas e sua capital, Manaus, que o Brasil enfrentou uma das maiores crises humanitárias da pandemia, com a ausência de balões e cilindros de oxigênio nos hospitais.

O presidente argentino, Alfredo Fernández, não utilizava o Twitter com frequência até a determinação da pandemia mundial da Covid-19 pela Organização Mundial da Saúde. As primeiras menções à pandemia vieram nos *tuítes* destacados na análise. Assim, em 10 de março, o presidente descreve uma reunião realizada com especialistas e o governo para adotar as medidas necessárias. Entre os pontos destacados na publicação está a recomendação para que a população tenha as informações adequadas para enfrentar o problema. Em seguida, no dia 12 de março, o presidente menciona a necessidade iminente de distanciamento e fechamento de lugares públicos.

São duas abordagens opostas. A de Jair Bolsonaro se aproxima do populismo ao dar destaque para a fronteira com a Venezuela, um notório “inimigo” distante de seu governo e uma retórica muito difundida pela direita brasileira, como ameaça permanente de que o Brasil, se a esquerda não for combatida, se tornará uma “nova Venezuela”. Ainda assim, o presidente demonstrou solidariedade e preocupação com a população nesse momento em uma mensagem de esperança típica de governantes. O presidente argentino destacou as medidas tomadas até então pelo governo (a reunião com especialistas) e antecipou o que viria em seguida: o *lockdown*. Vamos observar algumas publicações quando os dois países atingiram 50 mil mortos (Quadro 4).

Quadro 4: *Tuítes* no marco temporal de 50 mil mortes por Covid-19 no Brasil e Argentina

	Jair Bolsonaro	Alberto Fernández
50 mil mortes: 19 de junho de 2020 no Brasil e 13 de fevereiro de 2021 na Argentina	O STF determinou que as ações diretas em relação ao covid-19 são de responsabilidade de estados e municípios. Mesmo assim, o @govbr não tem medido esforços no auxílio dos brasileiros desde o início. Lamentavelmente, estes fatos não são mostrados na maior parte da mídia. (19 de junho de 2020)	Es muy difícil hacer una mejor democracia y una República más sólida con jueces que acuden en socorro de sus mandantes políticos o corporativos. Es imperioso abordar cambios que le devuelvan a la Justicia el prestigio que unos pocos jueces y fiscales le han hecho perder. (13 de fevereiro de 2021)

	Cerimônia Fúnebre do Sd Chaves falecido em instrução na Brigada de Infantaria Paraquedista. “Pior que a dor da derrota, é a dor da vergonha de não ter lutado.” “Nossa missão é defender a Pátria, a nossa Liberdade e os interesses da maioria do nosso povo.” (21 de junho de 2020)	Con la convicción política de dar respuesta ante los hechos de violencia extrema contra mujeres y LGBTI, con @EliGAlcorta, @mmlosardo, @VilmalbarraL y @Sabina-Frederic trabajamos en la creación del Consejo Federal para el Abordaje de Femicidios, Travesticidios y Transfemicidios. (14 de fevereiro de 2021)
--	---	---

Fonte: Elaboração do autor

Nenhum dos dois presidentes fez alusão direta ao número de mortos atingidos. De maneira indireta, com sua característica de manter mobilizada sua base de apoio, o presidente Bolsonaro destacou a morte de um militar, não relacionada à pandemia. Militares e forças policiais formam uma importante base de apoio do bolsonarismo. Na publicação no mesmo dia em que se alcançou as 50 mil mortes, Bolsonaro destacou outros de seus inimigos notórios, mantendo a característica populista de apontar as “elites” inimigas: a imprensa e o Supremo Tribunal Federal (STF). Responsabilizou o STF pela determinação de que as ações de combate à pandemia seriam de responsabilidade dos estados e municípios (mas não mencionou que a determinação não isenta o governo federal de atuar) e também responsabilizou a imprensa que, revelando a incoerência da afirmação anterior, não mostraria as ações que o governo federal tomava para combater a pandemia. Com a vacinação já em curso e quase um ano após a primeira morte por Covid-19, o presidente argentino sequer mencionou o tema em suas duas publicações no dia que o país alcançou 50 mil mortes e no dia seguinte. Ao invés de abordar o tema da pandemia, destacou ações de seu governo no combate ao feminicídio e ao corporativismo judicial do país.

A Argentina alcançou 100 mil mortes pela Covid-19 em período fora de nossa amostra pesquisada, no dia 14 de julho de 2021. Para título de comparação, acrescentamos os *tuítes* do dia e de data próxima realizada pelo presidente Alberto Fernández. No caso brasileiro, a data seguinte ao atingimento de 100 mil mortes foi a mais ativa no discurso de Bolsonaro em relação à pandemia na amostra pesquisada, como veremos (Quadro 5):

Quadro 5: *Tuítés* no marco temporal de 100 mil mortes por Covid-19 no Brasil e Argentina

	Jair Bolsonaro	Alberto Fernández
100 mil mortes: 8 de agosto de 2020 no Brasil e 14 de julho de 2021	Em 2019, o Brasil exportou 30 mil toneladas de mel natural, com valor de US\$ 68,3 milhões. Em 2020, as exportações subiram 35,7%, em comparação ao primeiro semestre de 2019. Geração de empregos e renda. Detalhes nas redes sociais do @Mapa_Brasil @TerezaCriMS (8 de agosto de 2020)	En el #DíaNacionaldeFrancia saludo a mi amigo y presidente, @emmanuelmacron, y a su pueblo. La toma de la Bastilla, además de ser el símbolo de la Revolución Francesa, es la llama que encendió las ideas de libertad, igualdad y fraternidad en el mundo y en nuestra patria. (14 de julho de 2021)
	No Reino Unido, o Departamento de Saúde estima que 16 mil pessoas morreram das mais diversas formas, por não terem acesso ao Sistema de Saúde, devido à pandemia, enquanto 25 mil morreram de Covid-19. (9 de agosto de 2020)	Recibí la noticia de que el Instituto Gamaleya aprobó el primer lote de dosis del componente I de la vacuna Sputnik V producidas en la Argentina. Este logro nacional es un orgullo inmenso Mis felicitaciones a @mfigueiras y a los científicos y científicas de @richmond_lab (15 de julho de 2021)
	Conclui-se que o Lockdown matou 2 pessoas pra cada 3 de Covid no Reino Unido. No Brasil, mesmo ainda sem dados oficiais, os números não seriam muito diferentes. - Lamentamos cada morte, seja qual for a sua causa, como a dos 3 bravos policiais militares executados em São Paulo. (9 de agosto de 2020)	

	Quanto à pandemia, não faltaram recursos, equipamentos e medicamentos para estados e municípios. Não se tem notícias, ou seriam raras, de filas em hospitais por falta de leitos UTIs ou respiradores. (9 de agosto de 2020)	Quiero agradecerle al presidente Joe Biden, @POTUS, y a @USAGov por poner en valor la palabra solidaridad cuando la humanidad más lo necesita. Nos ha donado 3,5 millones de vacunas de Moderna que están llegando al país. De este modo transitamos el camino de un trabajo común. (16 de julho de 2021)
	Muitos gestores e profissionais de saúde fizeram de tudo pelas vidas do próximo, diferentemente daquela grande rede de TV que só espalhou o pânico na população e a discórdia entre os Poderes. (9 de agosto de 2020)	
	No mais, essa mesma rede de TV desdenhou, debochou e desestimulou o uso da Hidroxicloroquina que, mesmo não tendo ainda comprovação científica, salvou a minha vida e, como relatos, a de milhares de brasileiros. (9 de agosto de 2020)	
	A desinformação mata mais até que o próprio vírus. O tempo e a ciência nos mostrarão que o uso político da Covid por essa TV trouxe-nos mortes que poderiam ter sido evitadas. (9 de agosto de 2020)	

	De forma covarde e desrespeitosa aos 100 mil brasileiros mortos, essa TV festejou essa data no dia de ontem, como uma verdadeira final da Copa do Mundo, culpando o Presidente da República por todos os óbitos. (9 de agosto de 2020)	
	Estão com saudades daqueles governantes que sempre os colocavam como prioridade ao fazer o Orçamento da União, mesmo sugando recursos da saúde e educação. - DEUS, PÁTRIA e FAMÍLIA. (9 de agosto de 2020)	
	A. Hidroxicloroquina é usada conforme recomendações do Conselho Federal de Medicina. A decisão é do médico, e não pode ser proibida por decreto, seja de quem for. A Dep Clarissa Tércio/PE, faz relato daqueles que criticam, mas não oferecem alternativas. (9 de agosto de 2020)	
	B. Auxílio de R\$600 salvando vidas pelo Brasil! (9 de agosto de 2020)	

Fonte: Elaboração do autor

Mais uma vez o presidente argentino não fez menção aos mortos pela Covid-19 no Twitter. Dessa vez preferiu destacar o Dia Nacional da França e a distribuição de vacinas. O presidente comemorou a produção de insumos para vacina Sputnik V em território argentino e a doação e envio de 3,5 milhões da vacina Moderna dos Estados Unidos para a Argentina. Tanto no número de 50 mil quanto de 100 mil mortos pela Covid-19, o “silêncio” do presidente argentino sobre os marcos revelam uma diferença para os momentos iniciais da pandemia, em que Fernandez mencionava cuidados e trazia informações constantes sobre a pandemia. Ao destacar vacinas, o presidente mostra onde está o foco de sua estratégia um ano após o início da pandemia.

Quando o Brasil alcançou 100 mil mortos a vacina ainda era um sonho distante. As constantes minimizações da pandemia em entrevistas do presidente e de participantes de seu governo, a segunda troca do ministro da saúde e as atitudes antimáscara, antivacina e antiisolamento aprofundavam as críticas da condução da pandemia pelo presidente. No marco de 100 mil mortos, logo nos primeiros meses da pandemia, o presidente revelou no dia seguinte (9 de agosto de 2020), vários indícios de sua estratégia populista (manter “visível” as “elites inimigas”, se autointitular porta-voz do povo, falar na linguagem do cidadão comum): levantou dúvidas quanto ao *lockdown* com informações sobre supostas mortes causadas pelo isolamento no Reino Unido; recomendou o uso da hidroxicloroquina, mesmo não recomendada pela OMS e sem comprovação de eficácia pelos cientistas; atacou a imprensa como causadora de mortes por incentivo ao isolamento; aludiu a mortes de policiais em serviço; destacou o suposto ataque à desinformação enquanto propaga desinformação (no mínimo, no caso da hidroxicloroquina); ressaltou o Auxílio Emergencial aprovado pelo Congresso como principal medida durante a pandemia.

Resultados e conclusões

Essa pesquisa traz duas contribuições que consideramos importantes: analisar o Twitter como espaço público de debate estatal e de políticas públicas, e mesclar técnicas de amostragem e análise quantitativa de dados com análise do discurso. Contudo, temos ressalvas se fomos bem-sucedidos em combinar essas análises. Tanto a análise de discurso requer maior embasamento teórico e prática quanto as técnicas de análise de redes sociais, principalmente em sua vertente quantitativa, requerem maior capacidade de aplicabilidade. Com uma amostra tão grande (mais de 4 mil publicações), é

necessário um amplo conhecimento de construção de gráficos, agrupamentos e filtragem que ainda nos falta. Por essas razões, consideramos a pesquisa um passo inicial para o desenvolvimento de trabalhos com essas características no futuro. Percebemos, no entanto, o grande potencial de produção de conhecimento a partir dessa abordagem teórica e prática.

A análise textual dos *tuítes* da amostra com enfoque nas características populistas dos discursos se revelou um desafio. Primeiramente porque uma das características populistas que destacamos a partir de Eatwell e Goodwin (2020), a da linguagem popular, já é uma característica do Twitter. Com exceção dos primeiros *tuítes* do presidente argentino no período pesquisado, em que o governante utilizava a plataforma ainda de maneira incipiente e muito pessoal, e dos *tuítes* “raivosos” do presidente brasileiro utilizando letras maiúsculas, em que pudemos destacar uma linguagem ainda mais próxima do suposto “cidadão comum”, a linguagem das publicações já são por demais coloquiais. Contudo, as outras duas características analisadas, principalmente a manutenção do “inimigo” aparente no discurso, foi facilmente percebida nas publicações do presidente brasileiro. Se colocar como a voz unívoca da população, o “verdadeiro” porta-voz do povo também foi perceptível em várias publicações de Bolsonaro. Por um outro lado, ao menos no Twitter, não observamos com frequência tais características no discurso do presidente argentino. As dificuldades econômicas, o corporativismo de algumas categorias, os problemas advindos da pandemia, estão todos lá, mas apontados de maneira pontual e não sistemática por Fernández.

No caso do presidente brasileiro, nota-se como estratégica as características populistas com, no mínimo, duas intenções: manter a base de apoio motivada (a constante menção aos policiais e militares) e deixar claro com quem o presidente antagoniza: o judiciário, a imprensa, a esquerda (nacional e internacional). Da sua parte, em momentos de dificuldade, o presidente argentino adotou a prática do silêncio para não mencionar problemas que ele mesmo destacou em outros momentos. Enquanto Bolsonaro escreveu a palavra “pandemia” em 1,5% dos *tuítes* do período analisado (49 vezes), Fernández, principalmente no início do período da amostra, mencionou a palavra em 10,9% das publicações (125 vezes). De maneiras diferentes, os dois presidentes construíram vultos simbólicos capazes de fazer sombra a suas atuações no período: de um lado, o negacionismo do brasileiro, do outro, a intensa utilização da pandemia como um grande problema (e quando ela de fato se tornou um grande problema, uma tentativa de se esquivar, ao menos no Twitter, dessa problemática). Nesse ponto, vale lembrar o que ressaltam Berger e Luckman sobre a construção social da realidade: “A linguagem constrói, então, imensos edifícios de representação simbólica que parecem elevar-se

sobre a realidade da vida cotidiana como gigantescas presenças de um outro mundo” (Berger & Luckman, 2020, p. 59).

Conhecendo o que aconteceu nos dois países em seguida, especialmente em novembro de 2022 mês em que o presidente Bolsonaro foi derrotado nas urnas pelo seu principal opositor (apoiado desde o princípio pelo presidente argentino), aparentemente a atitude negacionista de Bolsonaro, ainda que buscando os efeitos populistas e resultados eleitoreiros, cobrou um preço mais caro ao governante, pois, como afirmaria Arendt (2015):

“Mentiras são frequentemente muito mais plausíveis, mais clamantes à razão do que a realidade, uma vez que o mentiroso tem a grande vantagem de saber de antemão o que a plateia deseja ou espera ouvir. Ele prepara sua história com muito cuidado para consumo público, de modo a torná-la crível, já que a realidade tem o desconcertante hábito de nos defrontar com o inesperado para o qual não estamos preparados. Em circunstâncias normais o mentiroso é derrotado pela realidade, para a qual não há substituto; por maior que seja a rede de falsidade que um experimentado mentiroso tenha a oferecer, ela nunca será suficientemente grande para cobrir toda a imensidão dos fatos, mesmo com a ajuda de um computador”. (ARENDT, 2015, p. 16)

Referências bibliográficas

- Arendt, H. (2015). **Crises da República**. São Paulo: Perspectiva.
- Bastos, M; Recuero, R; Zago, G. (2020) **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina.
- Bakhtin, M. (2016). **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Editora 34.
- Berger, P; Luckmann, T. (2020). **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes.
- Charaudeau, P; Maingueneau, D. (2020). **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto.
- Chomsky, N. (2017). **Mídia: propaganda política e manipulação**. São Paulo: Martins Fontes.
- Devoto, F; Fausto, B. (2008). **Argentina – Brasil: un ensayo de historia comparada (1850-2002)**. Buenos Aires: Sudamericana.
- Dieguez, C. (2022). **O ovo da serpente: nova direita e bolsonarismo: seus bastidores, personagens e a chegada ao poder**. São Paulo: Companhia das Letras.
- Eatwell, R; Goodwin, M. (2020). **Nacional-populismo: a revolta contra a democracia liberal**. Rio de Janeiro: Record.
- Han, B. (2022) **Infocracia: digitalização e a crise da democracia**. Petrópolis: Vozes.
- Lemos, R; Santaella, L. (2010). **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus.
- Levitsky, S; Ziblatt, D. (2018). **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar.
- Martino, L. M. S. (2014) **Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes.

- Martino, L. M. S. (2015). **Teoria das Mídias Digitais:** linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes.
- Organização Pan-Americana da Saúde - OPAS. (2020). **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19.** Recuperado de <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054>

La pandemia en memes: una aproximación desde el humor hipermediático en la producción risible del colectivo EAMEO en Argentina.

- Pablo Daniel Parra¹.
- Marcela Haydeé Navarrete².
- Claudio Tomás Lobo³.

Resumen:

A la luz del humor hipermediático y desde un marco metacomunicacional de lo risible/reidero, este trabajo se propone indagar los sentidos producidos por el colectivo argentino EAMEO sobre la emergencia de la pandemia del Coronavirus (COVID-19) en los memes que pone en circulación en sus redes sociales digitales.

En disputa con las agendas y discursos institucionalizados proveniente del campo de lo serio, consideramos que los memes de EAMEO han instalado el debate social

¹ Doctorando Avanzado del Doctorado en Estudios Sociales de América Latina (CEA-UNC), Lic. en Comunicación Social (UNSL), Docente-Investigador del Departamento de Comunicación (FCH-UNSL): Integrante del PROICO (04-1820) “La comunicación en las sociedades mediatizadas: discurso, cultura y poder”. pabloparrapond@gmail.com

² Dra. en Comunicación (FPyCS-UNLP), Mgter. en Comunicación y Cultura Contemporánea (CEA-UNC), Lic. en Ciencias de la Comunicación (UNRC), Docente-Investigadora del Departamento de Comunicación (FCH-UNSL): Directora del PROICO (04-1820) “La comunicación en las sociedades mediatizadas: discurso, cultura y poder”. navarrete.h.marcela@gmail.com

³ Dr. en Semiótica (CEA-UNC), Esp. en Investigación de la Comunicación (CEA-UNC), Lic. en Comunicación Social (UNSL), Docente-Investigador del Departamento de Comunicación (FCH-UNSL): Co-Director del PROICO (04-1820) “La comunicación en las sociedades mediatizadas: discurso, cultura y poder”. claudio.t.lobo@gmail.com

respecto a la situación nacional, regional y global de la crisis sanitaria de COVID-19 en los escenarios hipermediatizados del humor. Estas coordenadas iniciales permiten preguntarnos en torno a los modos y las temáticas que EAMEO ha plasmado en la matriz discursiva de sus elaboraciones reideras respecto a la irrupción de la pandemia. Y de manera concomitante, indagar en los diálogos y articulaciones que subyacen entre los memes y las relaciones intertextuales en la producción de sentido de este colectivo.

El abordaje propuesto se enmarca en el ámbito de reflexión y propuestas teóricas del campo relacional de comunicación/cultura en América Latina, su cruce con la sociosemiótica desde la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón (1993) y de la Mediatización (Jenkins, 2006; Scolari, 2015; Van Dijk, 2016; Carlón, 2018).

La delimitación espacio-temporal de este recorte abarca los memes producidos por EAMEO durante el primer año de la pandemia (febrero 2020-febrero 2021).

Palabras clave: EAMEO – Pandemia – Humor Hipermediático

La pandemia en memes: una aproximación desde el humor hipermediático en la producción risible del colectivo EAMEO en Argentina.

Introducción

El pasado 11 de marzo de 2020 el planeta enfrentó una de las noticias más temidas de los últimos tiempos. En una conferencia de prensa desarrollada en Ginebra, y ante los ojos del mundo, el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, anunciaba que la propagación de la nueva enfermedad generada por el Coronavirus (Covid-19) debía ser caracterizada como pandémica.

Mientras que la propagación del virus avanzaba por cada continente a un ritmo apocalíptico que arrojaba cifras en crecimiento del número de contagios y fallecidos, la preocupación y el miedo *oscurecían* bajo el manto de la incertidumbre los aspectos de nuestra vida cotidiana. Los medios de comunicación estructuraban sus grillas de programación en torno a una narrativa estadística (recuentos, índices, rankings y mapas de contagios y víctimas). Los especiales en *prime time* analizaban las medidas y protocolos dispuestos por los gobiernos para paliar la crisis sanitaria y las redes sociales digitales se colmaban de memes alusivos a la pandemia. En este cuadro de emergencia sanitaria global, el humor hipermediático se presentó como un espacio -quizás el único- capaz de reír en la tragedia y alivianar la gravedad de la situación.

En virtud del marco metacomunicacional de lo risible/reidero que los contiene, los memes trastocan y disputan en las arenas digitales del humor hipermediático las formas de control sobre lo real (*lo serio*) que las agendas mediáticas, institucionales y políticas promulgaban en torno al Covid-19 y las medidas para afrontarlo.

Durante el primer año de la irrupción del Covid-19 en nuestro país, el colectivo EAMEO configuró gran parte de su producción risible en torno a memes alusivos a la

situación pandémica, tanto en latitudes de coordenadas locales y regionales, como así también a escala global. Desde su perfil en las diferentes redes sociales digitales como *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*, los memes de EAMEO instalaron en los escenarios hipermediatizados del humor el debate social respecto a la crisis sanitaria.

En disputa con las agendas y discursos institucionalizados, los memes de EAMEO retomaron, resignificaron y transformaron en el marco del humor hipermediático lo que Verón designa como “la dimensión significativa de los fenómenos sociales” ([1987] 1993, p.125), trastocando los sentidos de las dimensiones comunicacionales, políticas, socio-culturales e históricas que emergieron en esta coyuntura. En las elaboraciones reideras de este colectivo amateur podemos visualizar tópicos que marcaron series narrativas que, articuladas con las condiciones de producción y las relaciones intertextuales, dieron cuenta, por un lado, de ideologías en pugna como, por ejemplo, los discursos pro y anti cuarentena, pro y anti vacunas; y por otro lado, de las medidas sanitarias asumidas por el Gobierno Nacional y la situación de nuestro país respecto a Latinoamérica y el mundo. Esta matriz semiótica particular del humor hipermediático nos interpela a pensar estas prácticas significantes y sus condiciones de reconocimiento en las redes sociales de EAMEO al interior del dispositivo metacomunicacional del humor hipermediático y la producción de lo risible en el contexto pandémico.

Estas coordenadas iniciales nos invitan a interrogarnos en torno a cuáles fueron las condiciones de posibilidad del humor hipermediático para dar cuenta de la irrupción de la pandemia y qué estrategias discursivas adoptó EAMEO para producir sentido (modalidades de la enunciación y dimensiones configurativas de sus discursos). Además de preguntarnos acerca de cómo se ponen en juego las categorías del humor-lo cómico: lo risible/lo reidero/lo irrisorio, en las producciones de EAMEO.

El corpus de análisis delimitado se circunscribe a los memes producidos por EAMEO durante el primer año de pandemia. Este recorte contempla desde la primera producción que hace alusión a la pandemia publicada el día 25 de febrero de 2020 y se extiende, según año calendario, hasta el meme publicado el día 19 de febrero de 2021.

EAMEO, una propuesta de humor argento sin elocuencia, pero con patriotismo.

Bajo el avatar EAMEO, proveniente de la jerga callejera cuyo significado es “Eh amigo”, subyace un concepto de identidad que representa al ser argentino, según relata

uno de sus integrantes (quien mantiene su identidad en el anonimato) en una entrevista realizada por Laura Kushner para *ΣelSigma* “con esto, la intención no es captar a cierta tipología de público sino jugar con una especie de lenguaje que represente al ser argentino” (2016, p. 1).

EAMEO es un colectivo humorístico amateur argentino conformado por diez integrantes, nueve hombres y una mujer, que se conocieron participando de un foro de humor gráfico en 2013. El amateurismo, la pasión por el humor, el diseño y el fotomontaje como hobby, fueron los puntos de encuentro para tal conformación.

El 31 agosto de 2014 inició activamente su participación en las redes sociales digitales, a la creación de su perfil en *Facebook* en 2014, le siguieron la apertura de una cuenta en *Twitter* en septiembre de ese mismo año, luego en enero 2015 en *YouTube* y, por último, un perfil en *Instagram* en junio de 2015. Con un total aproximado de 2.865.000 seguidores en sus cuatro cuentas, la trascendencia de este colectivo fue consolidándose en torno a publicaciones, *likes* en sus posteos, incremento en el número de seguidores, comentarios y *retweet*, hasta convertirse hoy por hoy en un fenómeno social y referente del humor en los escenarios virtuales, generando así desde sus plataformas en las redes sociales, un colectivo de comunicación.

Los colectivos hipermediáticos al interior de las sociedades contemporáneas: nuevas condiciones de enunciación y enunciadores.

Pensar y caracterizar a EAMEO como colectivo hipermediático, en tanto enunciador emergente característico de las actuales sociedades contemporáneas hipermediatizadas, nos remite a significativos desplazamientos en los estatutos disciplinares del campo de la comunicación y su cruce con la sociosemiótica. En el pasaje de las sociedades mediáticas a mediatizadas conceptualizadas por Eliseo Verón (1984), encontramos las coordenadas iniciales de este recorrido que confluyen hoy en la contemporaneidad los procesos de hipermediatización (Carlón, 2015a, 2015b, 2020). Como punto de partida debemos considerar que la categoría de colectivos de comunicación, desarrollada al interior de las teorías de las mediatizaciones (Verón, [1984] 2001, 1987; Steimberg, 1993, Carlón, 2015) remiten a las transformaciones de lo social a la luz de los procesos comunicacionales.

A principios de la década de los ochenta, los análisis de Eliseo Verón se direccionaron en torno a la transformación del rol de los medios de comunicación en la sociedad, y los procesos -sociales, culturales y mediáticos- que constituyeron el pasaje de las sociedades mediáticas de la modernidad, a sociedades mediatizadas o en vías de mediatización posmodernas:

...una sociedad mediática (moderna) es aquella en la que los medios operan en base a una lógica representativa y, por lo tanto, funcionan como espejos de lo real. En cambio, una sociedad mediatizada (posmoderna) es aquella en la que el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios. (Verón [1984] 2001, p. 15)

Claro está, que en el momento en que se desarrolla el esquema veroniano respecto al cambio de una sociedad mediática a una mediatizada sólo existía un sistema de medios, el de los medios masivos tradicionales. “La convivencia de ese sistema mediático con uno nuevo con base en internet” (Carlón, 2020, p.10), que incorpora las redes mediáticas como *Twitter, Facebook, Instagram, YouTube*, etc., ha transformado profundamente el paisaje mediático en la contemporaneidad, dando origen a una sociedad hipermediatizada. Estas transformaciones han complejizado también las condiciones de circulación dando lugar a la emergencia de nuevas condiciones de enunciación y nuevos enunciadores.

En los análisis de aquellas sociedades mediáticas y mediatizadas, Verón ([1984]2001) direcciona su mirada hacia los procesos de producción de sentido, definiendo los colectivos en un primer momento como “clase de actores sociales que una sociedad reconoce como tal en un momento dado” (2013, p. 421). Caracterización que los asocia al polo discursivo en instancia de producción, ya que las instituciones son las fuentes de generación de colectivos. Al respecto el autor argumenta que:

lo que aquí nos interesa es que los fenómenos mediáticos, aparecen en la historia cumpliendo una doble función. Por un lado, son refuerzos fundamentales de la producción y la estabilidad, a lo largo del tiempo, de colectivos producidos por los subsistemas de un sistema social. Por otro lado, en la medida en que los dispositivos técnicos de los fenómenos mediáticos se estabilizan, a su vez, bajo una forma institucional, generan sus propios colectivos[...]producen su entorno de sistemas socioindividuales como un entorno organizado bajo la forma de identidades colectivas. (Verón, 2013, p. 422).

En torno a la segunda definición de los colectivos propuesta por el semiólogo argentino, estos son entendidos como “agrupamiento de individuos concentrados en un foco central de interés” (Verón, 2011 en Fraticelli 2019, p. 48). En esta acepción de la categoría de colectivos, la definición se centra en la instancia de reconocimiento debido a que ese agrupamiento sólo existe como efecto de una producción. Y si bien a este último colectivo, Verón lo denomina colectivo de comunicación “puede incluir el término colectivo mediático cuando la comunicación es mediatizada” (cf. Carlón, 2016).

Damián Fraticelli (2019) plantea un análisis muy interesante sobre la propuesta veroniana, y la continuidad de su desarrollo por parte de Mario Carlón (2012; 2015; 2017; 2020) respecto a los colectivos y los ajustes conceptuales que le imponen las transformaciones del nuevo ecosistema mediático hipermediatizado. Reconceptualizaciones que se direccionan en torno al hecho de “desanclar los colectivos del reconocimiento y emplazarlos, también, en la producción mediatizada” (p. 60).

Será desde este nuevo esquema mediático de la contemporaneidad, donde podemos pensar y ubicar a EAMEO en tanto el colectivo hipermediático y enunciator amateur, a partir de las particularidades que detallamos a continuación.

La incorporación de los medios con base en internet y las redes sociales mediáticas al sistema de mediatización, extiende su inclusión al conjunto de los social, abarcando individuos y colectivos. Ahora, tanto individuos como colectivos producen discursividad mediática; en consecuencia, el analista ya no hallará en instancia de producción a las instituciones y en instancia de reconocimiento a los colectivos e individuos, sino que estos pueden encontrarse indistintamente en uno y otro lado. (Fraticelli, 2019, p. 52)

Según la propuesta de Carlón (2012; 2017) cada vez que alguien crea una cuenta de *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, etc., se constituye en un medio de comunicación, ya que puede conformar un colectivo mediático que tiene su producción en reconocimiento en los comentarios: likes, dislikes, compartir, etc. Esta reconceptualización nos permite pensar en medios individuales y colectivos, y en enunciatrices hipermediáticas individuales y colectivos, tal como es el caso de EAMEO.

Otra diferencia respecto a los colectivos mediáticos subyace en la instancia de su reconocimiento en las redes sociales. La interactividad en la web posibilita la utilización de espacios destinados a comentarios, habilitando así, “la convergencia de esas múltiples recepciones solitarias produciéndose una escena de escucha, lectura y espectación que se contacta con la recepción pública de los colectivos de comunicación” (Fraticelli, 2019, p. 54). En el caso del humor, y aquí podemos ejemplificar EAMEO, las redes posibilitaron el inicio de una nueva etapa en la que el medio hace converger en un mismo

espacio las manifestaciones de la diversidad de gramáticas de reconocimiento de los colectivos, a partir de comentarios, críticas, *likes*, y compartir el contenido en otras redes y entre otros colectivos.

Por otra parte, los colectivos hipermediáticos posibilitan a través de sus interfaces la individuación de sus integrantes por medio de los contadores de visitas, de suscripciones, los botones de *likes*, *dislikes*, los *nicknames*, etc.

Esta operación posibilita que la producción discursiva de un internauta no sea equivalente a la de otro, porque cada *like* tiene el valor individual de acrecentar los *likes* que figuran en la pantalla[...] Esa individuación del colectivo tiene diversos efectos. Uno de ellos es la exposición del estatuto de sus integrantes; es decir, si se trata de individuos, colectivos o instituciones. Otro es que las jerarquizaciones externas al medio se trasladan al colectivo. (Fratlicelli, 2019, p. 56)

El desarrollo tecnológico y el devenir de los procesos de digitalización que encuentra en las actuales sociedades contemporáneas su punto más álgido, constituyen sin duda el marco social, cultural y comunicacional de estos desplazamientos teóricos que hemos presentado, respecto a la definición de los colectivos y su caracterización hipermediática. Al interior de estas transformaciones que han provocado un salto de escala en los procesos de mediatización y circulación, es que hoy podemos considerar que la aparición y multiplicación de enunciadore amateurs en las redes sociales mediáticas, con capacidad de producir y hacer circular discursos en distintos espacios públicos y en múltiples direcciones, le posibilita a lo risible/reidero una presencia significativa, continua y relevante en la producción del humor que incrementa su variedad discursiva.

Lo risible/reidero y sus perspectivas de estudio: coordenadas para pensar el humor en tanto dispositivo hipermediático.

Desde la antigüedad el humor, lo cómico, el chiste, y todos los fenómenos relacionados con la risa -lo reidero/risible desde nuestra perspectiva-, han sido analizados por filósofos, epistemólogos y teóricos de las ciencias sociales de renombre tales como Platón, Aristóteles, Hobbes, Kant, Hegel, Schopenhauer, Freud, Bergson, Bajtín, Pirandello, entre otros. Y si buscamos un punto de acuerdo entre las diversas consideraciones que abarcan su caracterización encontramos que el humor ha sido, a lo largo de la historia

universal, “una actividad esencial del ser humano, a tal punto que el hombre puede ser definido, además de como el único animal que piensa, como el único animal que ríe, que es en el fondo lo mismo, porque no hay risa sin pensamiento” (Sosa, 2007, p.171).

Siguiendo los planteos de Tomás Várnagy (2021), podemos considerar que de las producciones de los pensadores mencionados surgen las tres teorías principales del humor, lo cómico, el chiste y la risa.

La de *la teoría de la superioridad*, que encontramos en Platón, Aristóteles, Hobbes y Bergson; la de la *incongruencia*, en Kant; por último, la *teoría de la descarga* en Freud. Claro está que estas líneas divisorias no son rígidas y en muchos casos hay una clara superposición de elementos. (cf. Várnagy, 2021, p. 36-38)

En *la teoría de la superioridad*, originada en la antigüedad, la risa es considerada como inmoral y arrogante; una debilidad humana que debía ser controlada por su peligrosidad para la vida social (cf. Burkart[et. al] 2021).

Según la historización de los estudios del humor, lo cómico y la risa, en Platón “la risa es producida por un vicio, especialmente la ignorancia en la gente relativamente sin poder” (Várnagy, 2021, p.25). La diversión así planteada, es una especie de malicia hacia tales personas y este tipo de situación es una emoción en la que se tiende a perder el control racional.

En el ya conocido diálogo con Sócrates, *Filebo* (369-347 a.C) (el rol del placer y de la inteligencia en la vida del bien) Platón postula una segunda objeción a la risa, puesto que reímos de los males en otras personas porque somos ignorantes acerca de nosotros mismos. La falta de autoconocimiento es una desgracia ya que la risa para Platón es un placer, reír ante la soberbia de nuestros amigos genera regocijo ante sus desgracias, pero también implica maldad, por lo tanto, la risa conjuga el placer y el sufrimiento. “Este tipo de risa es muy importante para los griegos, pues ven en ella el origen de la comedia y la tragedia: cuando les sucede a los poderosos, es trágico y detestable; en los débiles, es cómico y risible” (Várnagy, 2021, p.26).

Aristóteles por su parte, con una actitud más alentadora que la que predominaba en la antigüedad, intenta encontrar el lado virtuoso de la risa. Replicando su teoría ética estructurada en el ‘término medio’-entre un exceso y un defecto-, en el humor y la comedia se refleja en el tacto y el decoro, es decir, el ingenio de saber usar el humor en el momento y lugar adecuado. En el análisis de *Ética Nicomaquea*, (349 a.C) de Aristóteles, Várnagy (2021) encuentra consideraciones muy importantes en torno a la postura del Estagirita respecto a la risa:

Aristóteles distingue entre el hombre libre y educado, y el hombre servil y sin educación [...] El hombre libre y educado es el que sabe reír, pues posee la actitud correcta, el punto medio hacia el humor, mientras que el bufón es un esclavo de la risa. Así, vemos una distinción entre lo adecuado y lo inadecuado que solamente ciertos ciudadanos son capaces de diferenciar, con lo cual sería posible separar lo permitido y lo no permitido. (p. 28)

Para Henri Bergson (1986), considerado como el principal exponente de la teoría de la superioridad, “en la risa observamos siempre una intención no declarada de humillar” (p.64).

En su obra *La risa. Ensayo sobre el significado de lo cómico* ([1986] 2008), el filósofo francés plantea, más que una definición teórica y unívoca de la risa y lo cómico, un lugar para su estudio. Asumiendo como punto de partida que fuera de lo que es propiamente humano, no hay nada cómico, Bergson ubica el estudio de la risa en el seno de la vida social, “lo cómico habrá de producirse, cuando los hombres que componen un grupo concentren toda su atención en uno de sus compañeros, imponiendo silencio a la sentimentalidad y ejercitando únicamente la inteligencia” (Bergson, 2008, p. 7). Este posicionamiento le permite al autor parisino plantear tres premisas principales que confieren a: la función y significación social de la risa; la socialidad necesaria para que se produzca lo cómico -es decir, junto a otras inteligencias-; y la insensibilidad que acompaña el acto de reír.

Como alternativa a pensar la risa desde un lugar de correctivo social, “la comicidad expresa cierta imperfección individual o colectiva que exige una corrección inmediata” (Bergson [1986] 2008, p.107), *la teoría de la incongruencia* ajusta su análisis en las situaciones inusuales o fuera de lugar que motivan risa, es decir, se focaliza en el aspecto cognitivo del fenómeno risible.

Immanuel Kant y Arthur Schopenhauer son los máximos exponentes de esta teoría de la incongruencia. Según describe Várnagy (2021), en el libro “*Crítica del juicio*” de Kant (1961), es donde esta teoría aparece de manera más o menos acabada en el marco de una teoría general del humor sobre los chistes, aunque enfatizando más en el aspecto físico de la diversión que en el mental.

El chiste debe contener siempre algo que por un instante pueda engañar en un alternativo y rápido vaivén de tensión y relajamiento [...] humor significa el talento de ponerse voluntariamente en cierta disposición de ánimo en que todas las cosas se juzgan de modo muy distinto (y aun opuesto) que de ordinario. (Kant, 1961, p.178-181 en Várnagy, 2021, p.34)

Schopenhauer dimensiona con una mayor significación filosófica la teoría de la incongruencia. El célebre filósofo alemán, sitúa la incongruencia del humor en la falta de adecuación entre nuestras percepciones sensoriales de las cosas y nuestro conocimiento racional.

La causa de lo risible está siempre en la subsunción o inclusión paradójica, y por tanto inesperada, de una cosa en un concepto que no le corresponde, y la risa indica que de repente se advierte la incongruencia entre dicho concepto y la cosa pensada, es decir, entre la abstracción y la intuición. Cuanto mayor sea esa incompatibilidad y más inesperada en la concepción del que ríe, tanto más intensa será la risa. (Schopenhauer,1996, p.68)

Por último, encontramos en los aportes de Sigmund Freud, al interior de *la teoría de descarga*, un abordaje de lo risible desde el campo de la psicología y desde una perspectiva psicoanalítica. En la propuesta del 'padre' del psicoanálisis las expresiones de humorismo, comicidad y chiste, son consideradas fuentes de placer que le ahorran al hombre un gasto de energía psíquica, o bien producen la liberación de inhibiciones, leyes y convenciones sociales. "La risa es como una liberación del constreñimiento, es una suerte de libre descarga de la sumatoria de energía psíquica; quien se ríe lo hace con el monto de energía psíquica liberado por la cancelación de la investidura de inhibición". (Freud, 1990 [1905], p.142)

En sus obras "*El chiste y su relación con lo inconsciente*" (1990 [1905]) y "*El humor*" (1991[1927]), la propuesta freudiana sistematiza el ahorro de energía psíquica que generan las fuentes de placer del humor. Según el gasto psíquico ahorrado Freud (1990) distingue entre:

El placer del chiste surge de un gasto de inhibición ahorrado; el de la comicidad, de un gasto de representación (ideación) ahorrado y el del humorismo, de un gasto de sentimiento ahorrado. En estas tres modalidades de trabajo de nuestro aparato anímico, el placer proviene de un ahorro; las tres coinciden en recuperar, desde la actividad anímica, un placer que, en verdad, sólo se ha perdido por el propio desarrollo de esa actividad. (p. 223)

La sistematización de las tres principales teorías que hemos propuesto en torno al estudio de lo reidero deja entrever diferencias y complementariedades entre lo cómico y lo humorístico al interior del campo más general de lo irrisorio. A partir de ello, en nuestra

investigación entendemos por “risible” y “reidero” a un vasto dominio semiótico que contiene géneros, tipos y procedimientos discursivos que producen la risa, y que incluyen lo cómico, el humor, el chiste, la parodia, la sátira, el humor negro, el absurdo, la ironía, la caricatura, etc., (Traversa, 2009).

Las dimensiones de estatuto conceptual y los procesos sociales, culturales, comunicacionales y tecnológicos expuestos hasta aquí, nos permiten considerar el humor hipermediático en términos de dispositivo.

La propuesta de un humor hipermediático, en tanto dispositivo que emerge en las actuales sociedades contemporáneas hipermediatizadas, y que es capaz de enmarcar en su seno todos los fenómenos sociales nos permite, por un lado, abordar la mediatización del humor en el marco de las características y especificidades, que la existencia de los medios con base en internet, le imprimen al sistema de medios. En este cambio de escala en la mediatización y la circulación propios de las sociedades contemporáneas hipermediatizadas, han surgido otros actores/enunciadores con capacidad de producir y hacer circular discursos en distintos espacios públicos y en múltiples direcciones. Lejos de aquella exclusividad y dominio en la producción de lo risible que ostentaban los medios masivos en las sociedades mediatizadas, en esta etapa de hipermediatización, la aparición y multiplicación de enunciadores amateurs en las redes sociales mediáticas nos permiten asistir a “la mayor producción risible mediática de la historia” (cf. Fraticelli, 2021 p. 151).

Por otro lado, y desde un marco metacomunicacional de lo risible, esta caracterización de su hipermediatización nos permite al mismo tiempo, visualizar una lógica de producción discursiva a modo de un dispositivo y también una organización semiótica de ésta en los memes, -i-memes-, producidos y puestos en circulación por el colectivo EAMEO.

En diálogo con la propuesta de Damian Fraticelli (2020), señalamos algunas de las principales características del humor hipermediático: cualquier fenómeno que aparece o emerge en las sociedades contemporáneas hipermediatizadas, es susceptible a ser tomado a risa, o puede ser objeto de burla, ridiculización, etc. Por otra parte, el humor abre juegos polisémicos. La polisemia particularmente ubica al humor de manera diferente y contrapuesta a lo serio e institucionalizado, trabajando sobre las palabras y su relación con el mundo dejando múltiples sentidos e interpretaciones. En lo serio y/o institucionalizado, en cambio, se establece una relación directa entre la palabra y el mundo -para disminuir el sentido polisémico-, como si las palabras fuesen “transparentes” en ese mundo que se va construyendo discursivamente. En cambio, lo risible/lo reidero, siempre se pone por delante y hace “opaco” el discurso dando lugar a la polisemia. Asimismo, el

humor establece una distancia afectiva sobre el referente, y esta distancia afectiva es una de las razones por las cuales se habilita ese placer risible -retomando la propuesta de Freud (1990 [1905]; (1991[1927])).

A raíz de estos planteos, sin dudas que el campo de las mediatizaciones constituye un espacio de interés no solo porque nos permite dar cuenta de la dinámica del funcionamiento de los medios de comunicación social, sino porque además con el advenimiento de la pandemia, se ha visto reconfigurada su lógica de funcionamiento. Y el fortalecimiento de un emergente: a la par del repliegue a lo privado, se reconfiguró lo público como consecuencia de una explosión semiótica de las redes sociales. En este sentido, recordemos que a finales de 2019 el mundo se vio sacudido por el inicio de la pandemia que se desata en un escenario particular, una sociedad hipermediatizada. Este escenario disruptivo ha suscitado una reorganización circunstancial de nuestras interacciones sociales y ha generado fenómenos de producción y de circulación de sentidos susceptibles de ser analizados desde el campo comunicacional y semiótico.

Como sostienen Gurevich y Bitonte (2022), una de las consecuencias de las medidas de confinamiento fue la pérdida del orden del contacto (interpersonal). La otra fue la virtualización de la vida cotidiana y viralización de la comunicación. En este marco de virtualización de todas las dimensiones de la vida cotidiana y la viralización de la comunicación, uno de los fenómenos que captó nuestra atención fueron los i-memes. I-memes entendidos como poderosos replicadores culturales de alcance viral que utilizan como vehículo a las redes sociales y como soporte, los materiales provenientes de la cultura y los medios de comunicación (Gurevich y Bitonte, 2022, p.3). Y en este escenario, advertimos la irrupción del 'i-meme' como un lugar de reconfiguración de la espacialidad, temporalidad y en la manera de representarnos a partir de esta nueva discursividad. Y a la par del meme, la irrupción de nuevos enunciadores, más propios del sistema de medios en red, como EAMEO que formaron parte y ampliaron el universo de la circulación hipermediática del humor.

Partiendo de nuestras premisas iniciales, señalamos el amplio consenso que existe en torno a considerar a los i-meme como memes *on line* cuyas condiciones de producción, circulación y consumo están atravesados por la mediatización y las lógicas de la viralización a partir de la expansión de las redes sociales. Los memes de Internet pueden definirse como “un medio que transmite un suceso, material o idea – que pueden tener la forma de una imagen, video, música, frase o broma- que es seleccionada, modificada y transmitida de persona a persona en Internet”. (García Huerta, 2014 en Lobo y Vera, 2022, p 3-4).

Desde el punto de vista técnico se trata de unidades mínimas de información, pequeños fragmentos de texto, imágenes, sonidos o videos con otros usuarios. Los i-memes gráficos se caracterizan por presentar una condensación de sentidos en un golpe de vista, que conjuga texto, imagen, color, diagramación, yuxtaposición, que tienden al humor, la reflexión o la crítica política. Asimismo, teniendo en cuenta las múltiples características del i-meme, podemos pensarlo a la luz de los planteos de Steimberg (1993), en tanto:

género en su carácter de institución –relativamente estable–, que pueden definirse 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 del desempeño semiótico e intercambio social. (p. 37)

En relación con los géneros discursivos, Bajtín (1998) en su planteo sobre este eje, ha intentado definir ese efecto de previsibilidad y esas articulaciones históricas: les adjudicó la condición de horizontes de expectativas que operan como correas de transmisión entre la historia de la sociedad y la historia de la lengua. “Desde este lugar, el i-meme es un género con un conjunto de regularidades. El señalamiento de esas regularidades ha posibilitado la postulación de condiciones de previsibilidad en la lectura de la cadena memética” (Lobo y Vera, 2021, p.4). Las descripciones de género articulan con mayor nitidez rasgos temáticos y retóricos, sobre la base de regularidades enunciativas.

Volviendo a la idea anterior, Steimberg (1993) postula:

...la dimensión temática es aquella que en un texto hace referencia a acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto. El tema se diferencia del contenido de un texto por ese carácter exterior a él, ya circunscripto por la cultura. Lo retórico se entiende no como un ornamento del discurso, sino como una dimensión esencial a todo acto de significación, que abarca todos los mecanismos de configuración de un texto que devienen en la combinatoria de rasgos que permite diferenciarlo de otros. (p. 42)

Finalmente, se define como enunciación al efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico. En general, según el

autor “el análisis enunciativo se presenta como lógicamente posterior al retórico y temático”. Asimismo, y tal como abordamos anteriormente, otras de las matrices constitutivas que pudimos reconocer dentro del fenómeno memético analizado fue una faceta particular que es la del humor, particularmente lo relativo a lo “risible” (Fratlicelli, 2020). Así es que, dentro del campo de lo humorístico, en este escenario hipermediatizado emerge el meme, entendido como “aquello que es copiado” (Dawkins 1976 en Pérez Salazar, 2014) y emerge como una manifestación de producir y reproducir situaciones que son compartidas por distintos sujetos y colectivos.

Aproximaciones analíticas a las configuraciones meméticas de la pandemia en el discurso de EAMEO⁴.

La forma en que el meme es replicado, con base en lo dicho por Dawkins (1976), plantea reflexiones de la mayor pertinencia desde las Ciencias Sociales. Dicha replicación implica la realización de procesos comunicativos, en los que el meme adquiere un uso que es socialmente construido; es decir, es un fenómeno que ocurre al interior de grupos y comunidades, donde a partir de una muy compleja red de interacciones, se establece su sentido (Pérez Salazar, et al, 2014). Ahora bien, resulta necesario reflexionar que el i-meme emergió con fuerza en una pandemia en donde en una de sus aristas, fue y es hipermediatizada.

Y en este sentido, retomamos los planteos de Steimberg (2015) quien sostiene la dimensión temática en referencia a acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados con un carácter exterior al texto, ya circunscripto por la cultura. De una primera aproximación al corpus, emerge que la tematización apareció reconfigurada en una marcada y acentuada modificación de la vida cotidiana. Por un lado, una de las series narrativas que visualizamos es la de la organización de la sociedad frente a la pandemia, en la que se marca a la política (y los políticos) por fuera de una capacidad de hacer, y que tiene su correlato con la resistencia social. Ambas construcciones son configuradas retóricamente desde la ironía. Y al mismo tiempo se refuerza este sentido con ‘oponentes’, en tanto emergentes semióticos provenientes de campos externos a la política (espectáculo y deportes), y que refuerzan la incapacidad/desconexión para accionar ante la pandemia (Fig. 5, 8, 13, 15, 22, 23, 26

⁴ Las figuras (meme/i-memes) que se describen en el análisis se encuentran disponibles en el apartado ANEXO de este trabajo.

y 29). Estos cambios se vieron arraigados en ciertas prácticas sociales y cotidianas que a partir del confinamiento se vieron resignificadas.

EAMEO retoma las tensiones posteriores en el escenario político que se fueron manifestando entre el Estado Nacional y sectores de la oposición. Y lo hace desde la ridiculización de la política con el recurso de la analogía con discursos de la ficción. Por un lado, al presidente, en soledad, anunciando la extensión de la cuarentena (Fig. 13 y 15); y, por otro lado, a dirigentes de la oposición que manifiestan su rechazo a las políticas de aislamiento social (Fig. 22 y 23). En ambos casos, y como lo hemos señalado anteriormente, el sentido del i-meme se apela a la cooperación semiótica del receptor/usuario ya que actualiza sendas matrices ficcionales del orden de lo cultural.

La medida del distanciamiento social fue lo transversal a la afectación de la mayoría de prácticas sociales que se vieron resignificadas. En el caso de EAMEO, dicha afectación fue abordada desde la resistencia social, pero sin espesor político, sino más bien, desde la banalización de dicha resistencia (Fig. 6, 8, 16, 21, 22, y 23). También emergen desde junio del 2020, marcas de la resistencia a la extensión de la cuarentena y las consecuencias por la circunstancia de quedar aislados en distintos lugares al momento de decretarse las restricciones (Fig. 23). En este último caso, visualizamos una intertextualidad muy interesante por medio de la cual se actualizan otras coordenadas sociales de crisis: el corralito financiero de la década del noventa. La analogía entre ambos momentos se sincretiza en la figura del corralito. Los sentidos negativos que perviven en los sedimentos sociales se renuevan en esta figura. El humor, en este caso, creemos que asumen una fuerte interpelación político/social que puede leerse como una resistencia o como una negativización de la resistencia a la cuarentena al asociarla a lo negativo de lo que supuso para la Argentina la lógica del 'corralito'. De todos modos, lo que emerge, es una fuerte interpelación política desde el humor de EAMEO como enunciador y traza al mismo tiempo una equivalencia político-económica entre dos actores: Cavallo y Brandoni.

Del análisis resulta que la interfaz de la educación no fue tematizada durante el primer año de pandemia a pesar de que fue uno de los grandes tópicos que desencadenó una ola memética en la línea de las controversias que conllevó dificultades para sostener y gestionar la práctica educativa. En este sentido, pudimos reconocer series miméticas en las redes sociales de múltiples enunciadores individuales y colectivos que tematizaban a las plataformas de comunicación tales como *Classroom*, *Jitsi Meet*, *Zoom* entre otras, y que desencadenaron situaciones humorísticas. Asimismo, prácticas que tenían que ver con el cuidado personal (del orden de lo privado, pero también de lo público) no se vieron resignificadas en tanto la ausencia de los profesionales dedicados

a esto a través del i-meme. Tampoco fueron tematizadas otras prácticas de la esfera de lo privado como diferentes acciones y experticias domésticas en ese tiempo particular durante el primer el año pandémico.

Como sostiene Bitonte (2020) “Los i-memes recogieron temas de la vida social, política, cultural y mediática (información, farándula, *celebrities*) y los expresan a través de la parodia y el humor” (p. 9-10). En el caso analizado de EAMEO, los ejes temáticos privilegiados fueron la dimensión de la política y sus acciones y actores concomitantes. Al igual que el tópico de la muerte, en la mayoría de las figuraciones, estaban relacionadas con las acciones de la política/políticas públicas. En las figuras 3, 10, 11, 12, 14, 17, 21 y 25, la muerte aparece tematizada en múltiples procesos de intertextualidad que remiten a condiciones de producción que operan como huellas de esas prácticas significantes de cada uno de esos contextos próximos. En los casos de las figuras 10 y 11 aparece el tópico de la salud pública (camas y respiradores) vinculados a la muerte. EAMEO, tematiza, por medio del humor, dos dimensiones de la muerte y la salud pública, pero en ambos casos aparecen articulados, con un eje signifiante más amplio y que tiene que ver con la tematización de los movimientos y manifestaciones anti-cuarentena. Entre ambos nudos semióticos, EAMEO traza una traslación de sentidos. En el caso de la figura 10, en asociación con las migraciones a la costa argentina en pleno desarrollo de la pandemia y en el caso de la figura 11, actualizando un eje pregnante del sentido común conspirativo negacionista de la pandemia. Ambas figuras además se articulan en una serie narrativa más amplia que tiene que ver con este último punto de la negación política de la pandemia concomitante a sectores sociales política e ideológicamente, cercanas al macrismo y Juntos por el Cambio (Fig. 9). Esta serie narrativa se amplía con las figuras 8, 16, 21, 22 y 23.

El peso del humor de EAMEO, en esta serie narrativa, nos permite señalar que la muerte aparece articulada a la resistencia social y las acciones de sectores de la política negacionistas: la ironía y la sinécdoque emergen como figuras que, desde el humor, proponen desde la singularidad, la tematización de la muerte asociada a la salud y la negación (Fig. 8, 9, 10 y 11). En el caso de la figura 12 la hipérbole es utilizada como figura de un aumento exagerado, en este caso de la muerte, condensada a partir de una cierta visión del mundo (occidentalizada) anclada a la Estatua de la Libertad de Nueva York.

Por otro lado, la vacuna aparece tematizada como otra serie narrativa. Y de manera más explícita, en las figuras 7, 18, 19, 20, 21, 27 y 28, y de forma elíptica, en la 20. En los casos de la 7 y 27 la vacuna se singulariza, desde la ironía, en torno a la procedencia y la capacidad/legitimación de su producción. En esta dirección, da cuenta de

ciertas narrativas contextuales desde las cuales se interpelaba fuertemente la procedencia china de las vacunas (Fig. 7) utilizando como estrategia de identificación, el recurso del sujeto 'chino' conocido como cirujano/ciruja (confusión producto de la dificultad de éste en el manejo de la lengua española) en varias entrevistas en medios nacionales de Argentina. El humor en este caso, visualiza una trama intertextual retórica compleja ya que utiliza una elipsis irónica para dar cuenta, desde una sinécdoque (el chino por China) la procedencia china como lábil y no científica. En el caso de la figura 27, aparecen también la ironía como recurso humorístico, en este caso por medio de la similitud ya que se establece un parangón con la gesta de una gaseosa con impronta de gesta nacional ("vamos Manao, orgullo nacional") provocando una desustancialización de la capacidad nacional para producir la vacuna. Por su parte, en las figuras 18 y 28, la tematización de la vacuna se vinculó a sujetos relacionados a dos ámbitos fuertemente interpelados desde la ironía: la farándula/ficción (Fig. 18) y la política (Fig. 28.).

En relación con la vacuna de procedencia rusa (Sputnik V), EAMEO utiliza la figura retórica de la analogía (satélite Sputnik) y el paralelismo (lanzamiento múltiple de misiles) que nos permite identificar una marca/huella que remite a la época de la guerra fría y la instalación en el mundo occidental de la peligrosidad del 'mundo comunista soviético' (Fig. 19). El enunciador por medio de esta estrategia da cuenta de las series discursivas de ese tiempo en el cual se interpelaba fuertemente, desde lo geopolítico/ideológico dicha procedencia. Por otro lado, en la figura 20, el enunciador utiliza como recurso retórico, la antítesis vinculada al deseo ya que plantea al presidente argentino y su relación con la vacuna rusa y la procedente de Oxford. En este caso, también podemos identificar en EAMEO los discursos contextuales desde los cuales se interpelaba a la vacuna rusa y se ponderaba la de Oxford. El deseo de lo prohibido y que no está al alcance se entrelaza con otra serie narrativa que excede a este trabajo, pero que aparece como emergente y que tiene que ver con la perspectiva de género ya que es un hombre el que deposita el orden del deseo en un acto de sexualización/cosificación de la mujer por medio de la mirada.

Como regularidad genérica, pudimos reconocer que una matriz constitutiva transversal a los i-memes analizados fue lo humorístico. Fraticelli (2020) nos permite pensar esta categoría al realizar una distinción entre el humor y lo cómico para analizar los procedimientos de la risa. Cuando te reís con humor, te reís de vos mismo, te permitís ser objeto de la burla. En cambio, lo cómico genera una risa 'desde arriba', sin ninguna identificación con el otro. En los últimos años lo cómico fue lo que primó en el terreno de lo risible, el reírse del otro. Y lo que pasamos a ver fue que en este tiempo de pandemia volvió a explotar el humor. Primero te reís del otro, el que se está contagiando o sufriendo

la primera 'ola' de contagio masivos, como por ejemplo en Europa con el caso de Italia, o en nuestra región con la situación de EE. UU y Brasil. Esta risa se enmarca en el terreno de lo cómico por su lejanía y por la ausencia de identificación con ese otro de fronteras lejanas. Y cuando llega a vos y te reís de vos mismo, se transforma en humor". Consideramos, de modo preliminar, que EAMEO emerge como un enunciador constreñido por las condiciones de emergencia del nuevo sistema de medios en redes lo que lo 'habilita' como un enunciador que transita en los límites de dos dispositivos enunciativos. Por un lado, una estrategia asimétrica propia de un enunciador institucionalizado (característica propia de los medios del sistema tradicional) y, por otro lado, un enunciador más simétrico (con aspectos compartido de complicidad del sistema tradicional) característico del nuevo sistema que habilita otras figuras enunciativas.

En este sentido las prácticas sociales que fueron tematizadas y resignificadas estuvieron configuradas desde el orden de lo humorístico en tanto aquello que permitió reírse de uno mismo. Por lo que consideramos que EAMEO transita, enunciativamente, en los límites 'superiores' del sistema de medios en redes (Carlón, 2016), ya que está atravesado por sus características. Esto nos permite, aunque de manera exploratoria, señalar la tensión en el dispositivo de enunciación de este colectivo entre lo cómico y el humor. Si bien las condiciones de organización semiótica que supone el sistema de medios en redes, nos lleva a indicar la figura enunciativa del humor en EAMEO, su fuerte performatividad y la capacidad de replicancia de sus discursos (i-memes) en el sistema de circulación, lo 'acerca' a la figura de un enunciador cómico que desde 'arriba' se ríe de los demás. Planteamos esto último de manera preliminar en el sentido de que dicha replicancia logra 'extender' esa red de circulación, pero como efectos de sentido (con mayor 'poder', en términos veronianos), a partir de un enunciador que se ríe de los otros (no con los otros). Y esa risa es replicada por otros enunciadores con menos performatividad, actualizando en ese acto, la complicidad propia de la opacidad de este tipo de discursos que supone la atribución por parte del destinatario para completar/ampliar/resignificar el sentido. La 'distancia' entre EAMEO como enunciador y su destinación está dada en el hecho de que si bien transitan en el mismo sistema de medios en redes, la capacidad de organización y distribución semiótica del primero hace que la lógica de producción y circulación sea más bien descendente.

Esta tematización no se encontró ajena a las dos transformaciones que advierte Carlón (2018), en tanto que las producciones meméticas están a cargo de enunciadores profesionales y amateur y dentro de estos, aquellos ciudadanos que atravesados por un escenario pandémico producían contenidos difuminando los límites entre lo público y lo privado. La vorágine de i-memes que fueron puestos a circular trastocaron los límites de

lo online y off line produciendo un crecimiento exponencial de eso que se estaba viviendo en las redes sociales.

Conclusiones preliminares.

Si bien hemos abordado las dimensiones (temática, retórica y enunciativa) de manera solidaria y concomitante semióticamente, de manera más particular, señalamos que la dimensión enunciativa define como enunciación al efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico. Entendemos, en este sentido, que el i-meme es un género con un conjunto de regularidades que posibilita reconocer ciertos matices que lo configuran de una manera muy particular en relación a lo humorístico y que tiene, además, la capacidad de reproducirse, re configurar situaciones de la cotidianidad en distintos espacios temporales. La pandemia no fue ajena a esa producción memética en donde desde el i-meme se pusieron en funcionamiento las tres dimensiones de producción de sentido (temático, retórico y enunciativo). En los memes propuestos se advierte una visión de mundo compartida, lo que nos permite indicar que la dimensión del humor tiene una pregnancia en el dispositivo de EAMEO ya que las condiciones del sistema de circulación habilita la 'proximidad cultural' entre colectivos e individuos que producen, circulan y consumen en el sistema de medios en redes. En este sentido, el modo de construir los i-meme está atravesado por una forma de acentuar el momento crítico de ese momento desde el humor.

La ironía, como figura retórica por excelencia, emerge como el recurso fundamental de la traslación, como material semiótico, para la exorcización de la tragedia y la muerte. El señalamiento de esas regularidades posibilitó la postulación de condiciones de previsibilidad en la lectura de la cadena memética. La pandemia fue y es un escenario que permitió la conjugación de estas variables con la particularidad de contar con un escenario hipermediatizado, con sujetos activos que crearon y desarrollaron una profusa producción memética para sumar al acervo cultural de ese momento.

Referencias bibliográficas

- Bajtín, M. ([1965] 2003). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de Rabelais*. Ed. Alianza, Madrid.
- Bergson, H. ([1986] 2008). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Ed. Espasa Calpe, Madrid.
- Bitonte, M.; Siri, L. (2020). "Mediatización de la pandemia a través de i-memes. No todos los julos son iguales" en *Coloquio 20/21 del CIM Interacción: contactos y vínculos en la sociedad mediatizada antes y después de la pandemia*. Rosario
<https://www.youtube.com/watch?v=bcYPduDDADw>
- Burkart, M. (2021). "Introducción" en Fraticelli, D; Burkart, M y Várnagy, T.(coord.) (2021). *Arruinando Chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico*. Teseo, Bs. As
- Carlón, M. (2012). "Introducción" del Programa del Curso de Posgrado *Tres Claves para comprender la Mediatización Actual: el 'fin' de los Medios Masivos, el Sistema de 'Nuevos Medios' y la Convergencia Arte/Medios*. Doctorado en Ciencias Sociales, UBA, Bs As.
- _____ (2015a). "Registrar, subir, compartir. Prácticas fotográficas en la era contemporánea" en *Actas V Simposio Internacional de Estética: estética, medios y subjetividades*. Pontificia Universidad Católica, Santiago de Chile.
- _____ (2015 b). "Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea" en Castro, P. (org.), *Dicotomía público/privado: ¿estamos no camino certo?* EDUFA, Maceió. (pp. 211- 232).
- _____ (2016). "Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón" en Vizer E. y Vidales C. (coords.). *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva internacional*. Editorial Comunicación Social, Barcelona.
- _____ (2020a). "Tras los pasos de Verón...un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea" en *Revista Galaxia N° 43 -enero/ abril-* Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica, São Paulo. <https://orcid.org/0000-0002-5303-1308>

- _____(2020b). *Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada*. Nueva Editorial Universitaria - UNSL, San Luis.

- Dawkins, R. (1976) *The Selfish Gene*, Oxford University Press, Nueva York.

- Fraticelli, D.(2015). “Lo risible en los programas cómicos. Una tipología del chiste, lo cómico, la chanza y el humor televisivos” en *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, Número 35/marzo-abril. Casa abierta al tiempo (UAM), México.

- _____(2018). “El ascenso de la burla en las sociedades contemporáneas” en *Rizoma*, Vol. 6, N° 1. Santa Cruz do Sul, Brasil.
<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma>

- _____(2019). “Los colectivos mediáticos de las redes. Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá?” en *InMediaciones de la Comunicación 2019 - VOL. 14 / N° 1 -enero/junio-*, Montevideo.

- _____(2020). (28 de julio de 2020). “El Humor Hipermediático. Memes y Redes en la Pandemia” [“Ciclo de charlas” -vía YouTube-] en *¿Cómo entender el mundo de hoy?Tu* Secretaría UBA, Bs. As.
https://www.youtube.com/watch?v=b-S-uX5PuNI&list=PLD29_PQj2WuA2yxhEqpPdX_RId3k8RR09

- _____(2021). “El humor hipermediático: la nueva era de la mediatización reidera” en Fraticelli, D; Burkart, M; Várnagy; T (Coord.) (2021): *Arruinando chistes: panorama de los estudios del humor y lo cómico*. Ed. Teseo, Bs As.

- Freud, S. ([1905]1990). “El chiste y su relación con lo inconsciente”. en *Obras Completas, Tomo VIII*. Amorrortu Editores, Bs. As.

- _____([1927]1991). “El humor”. en *Obras Completas, Tomo XXI*. Amorrortu Editores, Bs. As.

- García Huerta, D. (2014). “Las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación” en *Paakat Revista de tecnología y sociedad Año 4, núm. 6, marzo-agosto*, México.

- Gurevich, A.; Bitonte, M. (2022). "Aislamiento social, preventivo e indicial. Pedagogía viral del contacto Social" en *Revista deSignis* N°37. Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS).
[https:// www.designisfels.net](https://www.designisfels.net)
- Kuschner, L. (7 de junio de 2016). Entrevista a "EAMEO" ΣelSigma.com <https://www.elsigma.com/entrevistas/entrevista-a-eameo/13094>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Ed. Paidós Ibérica, Barcelona.
- Lobo, C. y Vera, N. (2022). "Una aproximación temática, retórica y enunciativa del i-meme en internet. El caso de la pandemia" Inédito. Universidad Nacional de San Luis, Argentina.
- Palacios, C. (2018): "¿De qué hablamos cuando hablamos de humor? Elementos para una teoría general de lo Irrisorio" en *Revista Luthor. Entender, destruir y crear* N°35. Grupo Luthor, Bs. As. (p. 46-60) <http://revistaluthor.com.ar/>
- Pérez Salazar, G.; Aguilar, A; Archilla, M.(2014). "El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake" en *Argumentos*, vol. 27, núm. 75, mayo-agosto. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México
- Schopenhauer, A. (1996). *El mundo como voluntad y representación*. Editorial Planeta -De Agostini-, Barcelona.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Ed. Gedisa, Barcelona.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. The MIT Press. JSTOR, <http://www.jstor.org/stable/j.ctt14bs14s>.
- Sosa, N. (2007). "Del humor y sus alrededores" en *Revista de la Facultad Estudios Sociales* N°13, Año 12. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales UNCOMAHUE, Gral. Roca, Río Negro.
<https://fadeweb.uncoma.edu.ar/viejo/medios/revista/revista13/revista13.htm>

- Steimberg, O. (1993). *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*. Ed. Atuel, Bs As.

- Traversa, O. (2009). “Notas acerca de lo reidero en las tapas de revistas” en *Figuraciones. Teoría y crítica de artes*, 5. Instituto Universitario Nacional de Arte, Bs As. (p. 49-63).

- Van Dijck, J (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores, Bs. As.

- Várnagy, T. (2021). “Filosofía y Humor” en Fraticelli, D; Burkart, M y Várnagy, T.(coord.) (2021). *Arruinando Chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico*. Teseo, Bs. As.

- Verón, E. ([1984] 2001). “El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica”, en *El cuerpo de las imágenes*. Ed. Norma, Bs As.

- _____[([1987] 1993). “El sentido como producción discursiva” en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Ed. Gedisa, Buenos Aires.

- _____(2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Ed. Paidós, Bs As.

Anexo

Listado de referencia de figuras.

Figura 1



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameeo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 25 febrero de 2020

Figura 2



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameeo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 10 de marzo de 2020

Figura 3



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 11 de marzo de 2020

Figura 4



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 13 de marzo de 2020

Figura 5



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 20 de marzo de 2020

Figura 6



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 21 de marzo de 2020

Figura 7



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 23 de marzo de 2020

Figura 8



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 25 de marzo de 2020

Figura 9



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 27 de marzo de 2020

Figura 10



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 30 de marzo de 2020

Figura 11



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameeo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 17 de abril de 2020

Figura 12



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameeo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 20 de abril de 2020

Figura 13



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 8 de mayo de 2020

Figura 14



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 20 de mayo de 2020

Figura 15



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 4 de junio de 2020

Figura 16



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 9 de junio de 2020

Figura 17



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 7 de agosto de 2020

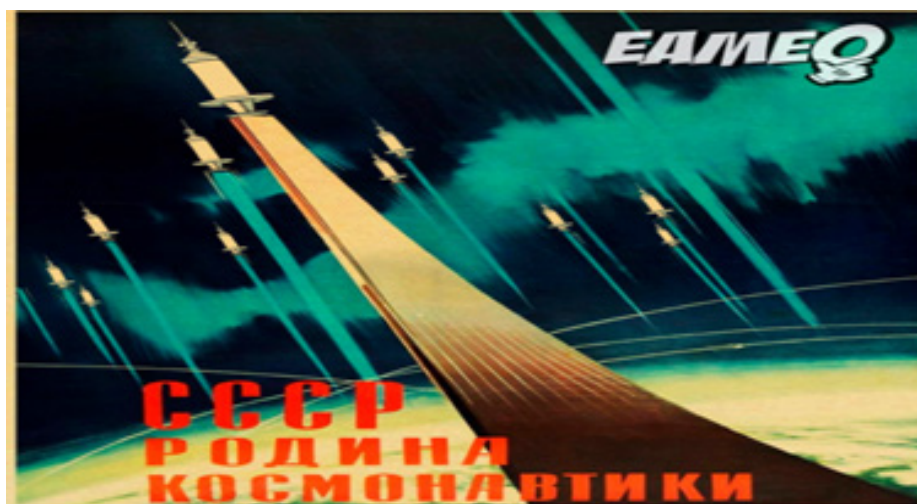
Figura 18



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 12 de agosto de 2020

Figura 19



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 12 de agosto de 2020

Figura 20



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 12 de agosto de 2020

Figura 21



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 15 de agosto de 2020

Figura 22



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 17 de agosto de 2020

Figura 23



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 17 de agosto de 2020

Figura 24



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 27 de agosto de 2020

Figura 25



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 28 de agosto de 2020

Figura 26



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 9 de octubre de 2020

Figura 27



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 16 de octubre de 2020

Figura 28



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 20 de diciembre de 2020

Figura 29



Fuente: EAMEO <https://www.facebook.com/he.ameoo>
<https://www.instagram.com/eameook/>

Fecha de publicación: 19 de febrero de 2021

O mundo social do midiativismo feminista no Brasil e os impactos da pandemia

El mundo social del mediactivismo feminista en Brasil y los impactos de la pandemia

Mariana Fagundes Ausani¹

Resumo:

A proposta do artigo é mapear como a pandemia ocasionada pelo coronavírus afetou o mundo social do midiativismo feminista e as formas de colaboração e de engajamento de iniciativas midiativistas feministas no Brasil. Somado a isso, busca-se identificar se e como o contexto analisado se refletiu nas convenções adotadas por essas publicações. Para isso, foram realizadas 33 entrevistas em profundidade com colaboradoras (entre produtoras de conteúdo e pessoal de apoio) e leitoras desses canais a fim de tentar compreender suas motivações para desenvolver e manter tais projetos.

Palavras-chave: midiativismo; feminismos; pandemia.

Resumen:

El propósito de este artículo es mapear cómo la pandemia causada por el coronavirus afectó al mundo social del activismo mediático feminista y a las formas de colaboración y compromiso de las iniciativas mediáticas feministas en Brasil. Además, tratamos de identificar si el contexto analizado se reflejó, y de qué manera, en las convenciones

¹ Mariana Fagundes Ausani é jornalista e doutoranda em cotutela entre a Universidade de Brasília, no Brasil, e a Universidade de Rennes ¹, na França. É graduada em Comunicação com mestrado em jornalismo e sociedade. Pesquisadora de comunicação, gênero e ativismo digital. E-mail: fagundez.mariana@gmail.com.

adoptadas por estas publicaciones. Para ello, se realizaron 33 entrevistas en profundidad a colaboradores (entre productores de contenidos y personal de apoyo) y lectores de estos canales para tratar de entender sus motivaciones para desarrollar y mantener dichos proyectos.

Palabras-clave: midiativismo; feminismos; pandemia.

Introducción

Assumo o midiativismo feminista como um mundo social situado no interstício entre outros mundos sociais, como o do jornalismo, o do ativismo digital e o da militância política. Para compreender quais formas de engajamento são construídas pelo grupo, estudo as publicações brasileiras *AzMiná*, *Think Olga* e *Lado M*. Utilizo a perspectiva teórica dos estudos de gênero e feminismos como apoio bibliográfico e recorro também ao arcabouço do interacionismo simbólico e de mundos sociais para tentar traçar as convenções e as maneiras de cooperação, de interação e as negociações construídas pelas jornalistas e colaboradoras de publicações de midiativismo feminista. Em paralelo, também busco suporte na teoria dos campos sociais para observar as relações de gênero a partir de um contexto sociológico que perpassa os diferentes mundos sociais que compõem o mundo social do midiativismo feminista.

Midiativismo feminista

Para compreender os percursos teóricos e práticos que correlacionam jornalismo, midiativismo e feminismo, é preciso considerar as mudanças na área de comunicação acarretadas pelo contexto midialivista. Esses conteúdos colaborativos, interseccionais e ativistas se preocupam em estender a narrativa para a defesa de determinadas causas, envolvendo o público e pluralizando o debate, no caso do midiativismo feminista, sobre gênero (Santos; Miguel, 2019). Recorrem, portanto, a estratégias de ativismo digital para democratizar conhecimentos e pluralizar fontes e informações (Bentes, 2015).

As mídias feministas encontram suporte nas produções em rede, traçando novas formas de criação e escrita a partir da tecnologia (Lemos, 2009), por meio da qual identificam espaços para implementar seus desejos de uma militância menos hierarquizada (Blandin, 2017). No ciberespaço, as publicações podem expor suas questões, já que não costumam ter acesso aos instrumentos da mídia hegemônica para fazê-lo (Ferreira; Vizer, 2007). Apropriar-se dos novos meios é mais do que um processo instrumental, é também um movimento cultural e social (Manovich, 2006).

Constitui-se, então, no âmbito do movimento feminista, uma dimensão sociotécnica comunitária que passa a ser utilizada pelas militantes para a mobilização, dando origem ao conceito de ciberfeminismo: que designa todas as possibilidades oferecidas pelas tecnologias para que a sociedade se desvencilhe do patriarcado (Blandin, 2017, p. 12).

Accossatto e Sendra (2018) trazem um exemplo da apropriação de ferramentas digitais pelo movimento feminista, ao tratarem das estratégias comunicacionais do movimento *Ni Una Menos* – ou, em português, *Nem Uma A Menos*.

“Nesse contexto, o uso das TICs pelas/os ciberativistas tem facilitado a mobilização da participação, a coordenação das ações e tem sido utilizado como uma ferramenta tática em si. O uso de redes de computadores reduz os custos de transação associados à organização da ação coletiva e, assim, nivela o campo de atuação da política. Em suma, as organizações podem se beneficiar do uso das TICs, melhorando sua capacidade de se comunicar de maneira eficaz com maior velocidade, custos reduzidos e facilidade de interação entre uma rede dispersa internacionalmente”. (Accossatto; Sendra, 2018, p. 123)²

As narrativas midiativistas, embora se distanciem de convenções jornalísticas hegemônicas tradicionais, não negligenciam as técnicas e a ética profissional, mantendo o comprometimento com a função social do jornalismo (Santos; Miguel, 2019). Ao mesmo tempo, o midiativismo absorve recursos característicos da comunicação em rede para aproximar-se do público, por exemplo, recorre às *hashtags*, termos associados a uma informação que têm alto potencial de organização e distribuição de conteúdo (Hollanda, 2019). As ativistas dessa nova geração são especialistas na produção de narrativas visuais (imagens, vídeo, etc.) e no uso de repertórios de ação não convencionais (como humor e sátira) voltados para a internet (Jouët, 2018). As ferramentas tecnológicas estabelecem um modelo de negócios para o desenvolvimento da prática jornalística em que são incluídas concepções midiativistas e há como desviar o foco das produções estritamente centradas em notícias factuais (*hard news*) para criar algo alternativo, novo e mais humanizado.

No contexto da ampliação do uso de novas tecnologias e, ao mesmo tempo, no mundo ocidental, do aprofundamento da crise de representatividade política, algumas pautas conseguiram se sobressair. A partir de 2015, despontaram diversas campanhas na internet relativas a causas que atingem as mulheres. Os movimentos vinham atrelados

²Livre tradução da autora para o trecho: “En este contexto, el uso de las TICs por parte de los cyberactivistas ha facilitado la movilización de la participación, la coordinación de las acciones y se ha utilizado como una herramienta táctica en sí misma. La utilización de redes informáticas reduce los costos de transacción asociados con la organización de la acción colectiva y, por lo tanto, nivela el campo de juego de la política. En suma, las organizaciones pueden beneficiarse del uso de las TICs mejorando su capacidad para comunicarse de manera efectiva con mayor velocidad, costos reducidos y facilidad de interacción entre una red internacionalmente dispersa”.

a *hashtags* e, utilizando-se de bandeiras feministas, ganharam notoriedade nas mídias sociais. Entre elas, no Brasil, estão as palavras-chave #PrimeiroAssédio, #meuamigo-secreto, #meucorponãoé público e #eutambém. As campanhas trataram de assuntos historicamente marginalizados e comumente abordados de maneira estigmatizada pela mídia tradicional (Bonfim; Nunes, 2017, p. 109).

A Primavera das Mulheres e a informação militante

Buitoni e Lopes (2018) denominam de Primavera das Mulheres um conjunto de protestos que tiveram seu ápice em 2015, com convocações, pelas redes sociais, de atos e mobilizações feministas pelo Brasil. As autoras afirmam que tais iniciativas de cibervivismo interconectam-se com as ações de junho de 2013, articuladas também pela internet e originalmente advindas da insatisfação popular com as representações políticas e da desconfiança das pessoas para com as instituições. Em tal conjuntura, atores oriundos da mídia alternativa, como os Ninjas (membros da *Mídia Ninja*), pautaram a mídia corporativa.

Hollanda e Bogado (2019) assinalam que a atuação dos midiativistas foi eficaz ao promover novas narrativas políticas. Há que se considerar que as jornadas de junho, contudo, foram rapidamente apropriadas pela mídia hegemônica e por parcelas mais reacionárias do cenário sociopolítico brasileiro, contribuindo, nos anos subsequentes, para o crescimento da extrema-direita (Pinheiro-Machado, 2019).

Organiza-se, com esse novo modelo de militância, uma forma de ativismo performático (Tilly, 2008; Jouët, 2018) com grande repercussão na esfera pública. Essas linguagens remetem a novas formas de organização da coletividade e de compartilhamento de ideias, além de consistirem em experimentações e tentativas de formular percursos alternativos para comunicar as demandas do grupo. “A Marcha das Vadias é um exemplo-chave da experiência do protesto, que comporta suas próprias formas de expressão e tem no corpo um elemento central” (Hollanda; Bogado, 2019, p. 33). Segundo as autoras, o ato se apoia no corpo como instrumento de protesto e também como objeto de reivindicação de autonomia.

São alargados os modos de resistência das mulheres contra as violências de gênero com que se deparam no cotidiano. Formulam-se espaços de contradiscurso, com as redes sociais servindo de elementos ampliadores da esfera pública, capazes de proporcionar um ambiente de sociabilização e de expressão e reprodução de opiniões e

ideias políticas. As plataformas on-line atuam como uma rede de comunicações intermediadora de múltiplas relações entre sistemas sociais (Recuero, 2015). Mas, segundo as mulheres entrevistadas neste estudo, as convivências físicas não perdem relevância, com os grupos de militância seguindo preocupados em promover encontros presenciais para expandir a atuação do movimento.

Ao observar a estruturação de um militância menos hierarquizado por causa da tecnologia, Blandin (2017) reafirma que a interatividade é sem dúvida a primeira característica da internet da qual as feministas se apropriam. Para ela, uma das especificidades dos usos da web pelas feministas do século 21 é o apagamento de fronteiras, ou pelo menos a circulação acelerada de conteúdos e projetos de um espaço da web para outro, colaborando para a constituição de feminismos no plural. Já Hollanda e Costa (2019) salientam que um dos principais instrumentos políticos do feminismo em rede é a força mobilizadora dos relatos pessoais.

Nesse sentido, para construir uma rede de coletividades, as ativistas apresentam histórias individuais, de modo a dar continuidade às características de humanização do movimento e de impressão de perspectivas singulares, trazendo experiências em primeira pessoa (Hollanda; Bogado, 2019, p. 33), ou seja, apresentando histórias que ocorreram com uma mulher especificamente, mas que perpassam a realidade de muitas delas. “O que importa é menos buscar culpados ou resolver uma situação individual, e mais trazer à tona testemunhos pessoais, numa performance narrativa pública” (Hollanda; Costa, 2019, p. 52).

Ativismo digital e jornalismo feminista

As plataformas de midiativismo feministas procuram romper com padrões estabelecidos, produzindo conteúdos críticos de oposição ao jornalismo hegemônico, conforme apontam Schander e Bertasso (2019). As pesquisadoras explicam que essas mídias formulam escolhas de redação e de produção diferentes do tradicional, recorrendo a novas convenções relativas a valores-notícia e a processos produtivos que perpassam o fazer jornalístico. Para concretizar esse deslocamento de discursos e de modos de produção de informações, as midiativistas feministas acabam por utilizar formatos advindos da denominada imprensa feminina clássica.

A partir da prática e das vivências desses gêneros de imprensa, foram se desenhando diferenças e semelhanças entre eles. Há equivalências discursivas e de conteúdos,

com a imprensa feminista buscando uma linguagem mais informal e descontraída para se aproximar da leitora. Mas há, igualmente, diferenças. Exemplo disso é o fato de o jornalismo feminista trazer com frequência pautas relativas ao corpo, mas de modo a tentar dar a essas uma perspectiva que extrapole os padrões estipulados. Ademais, o conhecimento produzido pela mídia feminista tem compromisso político “com a realidade histórico-social e com o jornalismo em sua singularidade” (Schander; Bertasso, 2019, p. 47).

Ao se valer de recursos e temáticas da imprensa dita feminina, os canais de midiativismo feministas empregam, por exemplo, reportagens investigativas – resgatadas do jornalismo informativo – e dicas de entretenimento – configuração recorrente nas revistas convencionalmente voltadas para mulheres, como salienta Bittelbrun (2019). Segundo a autora, por meio de estratégias como essas, os veículos propõem novos discursos, a fim de debater desigualdades de gênero e imprimir aos conteúdos um aspecto de insubmissão – com personagens que fogem dos padrões, como mulheres negras, gordas, trans, indígenas, entre outras.

O midiativismo feminista guia-se pela preocupação pedagógica de fornecer uma espécie de educação política do pensamento de gênero para as leitoras, conforme explica Silva (2017) ao analisar as narrativas dos movimentos feministas contemporâneos. As produtoras desses conteúdos desafiam convenções pré-estipuladas e reformulam práticas de produção jornalística, procurando posicionar a mulher como agente de sua própria vida, de forma a desvinculá-la dos preconceitos e estereótipos que querem condicionar o gênero feminino a ser coadjuvante nos debates sociopolíticos que impactam a totalidade de sua existência. Frente aos dispositivos sociotécnicos, as militantes se apropriam do ambiente tecnológico para alcançar suas demandas e se propõem a dominar técnicas de como ocasionar burburinho e fazer barulho na internet, explorando o potencial viral das mídias sociais (Jouët, 2018, p. 145).

O mundo social do midiativismo feminista

As práticas coletivas e as dinâmicas de cooperação levam à constituição de mundos sociais. Cada mundo social (MS) engloba um composto de características culturais, sociais e institucionais que orientam as ações de atrizes e atores envolvidos nesse contexto (Becker, 1982; Strauss, 1978; Unruh, 1980). Becker (1982, p. 1), ao tentar traçar formas de representação da sociedade, explica que qualquer atividade humana envolve atividades de um número – frequentemente grande – de pessoas, de modo que o trabalho

sempre mostra sinais de cooperação. Quando se trata de um mundo social, deve-se entender que os laços cooperativos entre os membros de tal atividade coletiva se estendem para a sociedade extrapolando a atividade fim (Pereira et al., 2018).

Estabelece-se, então, uma *rede de suporte* para a efetiva concretização de um objetivo comum, como a concepção de uma obra de arte ou a atualização de um portal de notícias. O grupo que se estrutura em torno desse produto central do mundo social é chamado de pessoal de apoio, uma vez que se organiza de modo a fornecer as ferramentas e materiais necessários para a condução do trabalho final. Contudo, esses atores e atrizes não são meramente acessórios no processo. Eles são, na realidade, fundamentais para que se obtenha o resultado esperado diante de uma atividade específica.

Para que um mundo social se mantenha, de modo a organizar e desenhar o fluxo de suas dinâmicas, é preciso que as formas de ação coletiva sejam mediadas por *convenções* devidamente partilhadas pelo grupo. Becker (1982) esclarece que as mesmas pessoas costumam cooperar repetidamente de maneiras semelhantes para produzir um padrão de trabalhos. A cooperação é estruturada em torno de convenções vigentes entre as pessoas que participam da produção e do consumo de um item, ditando as formas em que materiais e abstrações vão ser combinados.

O midiativismo esforça-se em tentar romper a barreira de tradicionais técnicas jornalísticas convencionadas, criando alternativas próprias de escrita e de cobertura e traçando convenções particulares. A relação entre mídia hegemônica e mídias independentes salienta a ideia de Becker (1982) de que a produção de conteúdo diferente acaba por romper com convenções previamente estabelecidas. No que diz respeito à inovação, pequenos grupos não têm muito a perder ao se arriscarem na elaboração de novas formas de fazer, como é o caso de midiativistas. Por sua vez, a mídia tradicional é mais resistente a mudar suas convenções, já que isso pode acarretar a ela tanto perdas materiais quanto simbólicas.

O midiativismo feminista, enquanto mundo social perpassado pelo mundo social do jornalismo, equilibra-se entre múltiplas ordens ou sistemas convencionais. Destaca-se, de um lado, a apropriação de técnicas de elaboração de notícias e de preceitos característicos da noção clássica do fazer jornalístico, que provocam uma identificação do grupo com o jornalismo hegemônico. Por outro lado, os aspectos de militância assumidos pelo debate de equidade de gênero indicam uma aproximação com o jornalismo independente, que não depende de patrocinadores e assume suas ideologias de maneira mais direta. Esse tipo de prática, contudo, não remete a uma variedade de formatos alternativos ao jornalismo hegemônico. Somado a isso, o mundo social do midiativismo se solidifica no ambiente on-line, utilizando-se de estratégias de ativismo digital.

A fim de analisar o mundo social do midiativismo feminista, esta pesquisa busca traçar identificações geradas entre atrizes – e, eventualmente, atores – do grupo em questão, formas de cooperação e como se constroem e se mantêm essas redes de colaboração. Leva-se em conta, para tanto, o caráter bastante empírico e indutivo da perspectiva dos mundos sociais (Langonné et al., 2018). Com o apoio da percepção de que os membros dos grupos são influenciados por referências e legitimidades culturais partilhadas, interseccionadas por redes locais de pertencimento e por sistemas de representação culturais (Tredan, 2011, p. 21), pretende-se entender as trajetórias das pessoas que participam desse mundo social e como a pandemia afetou suas formas de militância e de produzir e/ou consumidor conteúdo feminista.

Entre campo e mundo social do midiativismo feminista: as trajetórias

Indo além do interacionismo simbólico, ao me apoiar na teoria dos campos de poder de Bordieu (1989), assumo que esses campos, embora sejam espaços de competição, marcados por estruturas de dominação, também são compostos por alianças entre atrizes e atores sociais que cooperam entre si, à semelhança do que defende Dickinson (2008). Entende-se os campos como espaços estruturados de posições ou postos (Bourdieu, 2003). Ou, seja, o campo seria um universo intermediário, entre o objeto e os acontecimentos sociais, onde encontram-se agentes e instituições que produzem, reproduzem ou difundem, por exemplo, as artes e as ciências (Scartezini, 2011).

Em paralelo, acredito que o conceito de mundo social de Becker (1982) apresenta uma fluidez maior para a análise das negociações que se dão na construção do midiativismo feminista. A partir desses pressupostos, optei por me unir a autores que consideram possível uma complementação entre as duas abordagens (Fine, 1992; Negus, 2006; Dickinson, 2008) e traçar as semelhanças e possíveis diálogos entre elas.

Os campos e mundos sociais, uma vez que contém indivíduos capazes de contestá-los e subvertê-los, podem resultar em ações de vanguarda e de novas ordens propostas por atrizes e atores que se opõem à lógica da conservação social (Montagner; Montagner, 2011). É o que acontece quando midiativistas feministas subvertem as convenções do mundo do jornalismo, fazendo com que novos mundos se desdobrem. Ao tomarem consciência de que fazem parte de um espaço social, esses indivíduos tomam

consciência de suas trajetórias individuais ou mesmo coletiva, resultante de uma série de eventos sociais e também pessoais.

No caso das atrizes que compõem o mundo social do midiativismo feminista, parece haver uma ruptura com práticas que provocam indignação, frustração e sofrimento, o que colabora para o surgimento de um novo mundo social. Apreender a ação militante, profissional e mesmo de público do grupo demanda a observação de “detalhes biográficos minuciosos dos diferentes momentos das trajetórias (pessoais, profissionais, escolar, religiosa, política) dos sujeitos” (Silva, 2012, p. 17). Ao assumir que as trajetórias dos indivíduos se correlacionam de maneira direta com suas formas de inserção, interação e atuação no mundo social, tento entender como os recursos obtidos através dessas trajetórias se convertem em formas de engajamento, negociações e cooperações.

Percursos metodológicos

A metodologia deste artigo é de caráter qualitativo e apoia-se em métodos etnográficos, como a etnografia virtual dos portais e mídias sociais das iniciativas midiativistas analisadas; entrevistas em profundidade com atrizes que participam em diferentes graus da composição desse mundo social do jornalismo (desde produtoras de conteúdos até leitoras); e a observação direta das práticas desenvolvidas pelas participantes desses espaços.

Optou-se por trabalhar com a pesquisa qualitativa porque essa possibilita a compreensão de fenômenos partindo do ângulo de quem participa da situação estudada. É o que entendo como percurso mais coerente para identificar os vínculos das colaboradoras do mundo social. As entrevistas em profundidade têm um formato semiestruturado, apoiando-se em roteiros de perguntas preparados com antecedência, mas que permitem alguma liberdade para transitar por vias que não estavam, primeiramente, previstas no plano.

O estudo não possui um roteiro com hipóteses previamente levantadas a partir de dados conhecidos, já que a pesquisa é indutiva e as próprias descobertas advindas da aplicação metodológica indicam as características e modos de estruturação do mundo social investigado. A ideia é dialogar com diferentes membros do mundo social do midiativismo feminista, com o propósito de englobar relatos e perspectivas de atrizes e atores que atuam nesse meio em diferentes graus, desde colaboradoras centrais até figuras que assumem posições mais periféricas enquanto equipe de apoio.

Sobre a construção do campo de pesquisa, escolhi trabalhar com três veículos que fazem midiativismo feminista, de acordo com suas projeções na Primavera Feminista e conforme o mapa de jornalismo independente da Agência Pública (2022). São eles: a organização *Think Olga*, a revista *AzMina* e o portal *Lado M*.

A *Think Olga* é uma Organização Não-Governamental (ONG) feminista que usa a comunicação como principal ferramenta para alcançar mudanças na vida das mulheres. Ela tem um portal de conteúdos jornalísticos. O projeto foi criado em 2013 e está centrado em São Paulo. Em parceria com a Think Eva, o projeto pretende sensibilizar a sociedade para as questões de gênero e intersecções e educar e instrumentalizar pessoas que se identifiquem como agentes de mudança na vida de mulheres.

A revista *AzMina* foi consolidada em 2015. É um veículo que se autodeclara independente e feminista, alegando não se alinhar com movimentos e partidos políticos. A equipe d'*AzMina* alimenta uma revista digital, realiza campanhas, palestras, eventos e consultorias, e também desenvolve outras ferramentas que visam ajudar no combate ao machismo – como o aplicativo PenhaS, destinado ao enfrentamento da violência doméstica.

O portal *Lado M* surgiu em 2014 e se classifica como um espaço de empoderamento e protagonismo feminino. É um projeto originário de São Paulo e, embora abra espaço para publicidade no site, ainda não consegue se manter. Conta com 50 colaboradoras voluntárias, em sua maioria, estudantes de jornalismo da Universidade de São Paulo.

O período de entrevistas se deu entre julho e setembro de 2021. Busquei conversar com 30 participantes, sendo cinco colaboradoras de cada veículo (o que inclui pessoal de apoio, além de repórteres, colunistas e diagramadoras) e cinco leitoras. Mas, conforme as oportunidades surgiram, ampliei esse universo para 33 entrevistas. As entrevistas síncronas foram realizadas por meio de ligações telefônicas ou vídeo chamadas e reuniões via Google Meet.

As midiativistas feministas, as leitoras e a pandemia

A pandemia de Covid-19 começou a causar mobilizações no Brasil após a confirmação do primeiro caso de pessoa infectada em território nacional, em fevereiro de 2020. Ao contexto sanitário, somou-se uma instabilidade econômica provocada pelo negacionismo do governo federal diante da gravidade da doença e o agravamento da crise econômica no país, que atingiu mais diretamente a população feminina. Houve um

aumento na sobrecarga de trabalho doméstico e o aumento de casos de violência de gênero, à semelhança do que ocorreu no restante do mundo, e, ainda, a demissão de mais de 7 milhões de mulheres no Brasil (Portugal, 2020).

Tal conjuntura se refletiu nas formas de atuação de publicações midiativistas feministas com duas consequências centrais. A primeira foi o aumento da quantidade de trabalho e o empenho das colaboradoras em produzir conteúdos com um viés de gênero capaz de mapear e narrar a realidade das mulheres frente às medidas restritivas, ao isolamento e às perdas (humanas, financeiras e sociais) ocasionadas pela doença. A maior produção de informações a respeito da pandemia se refletiu igualmente no comportamento do público, que passou a acessar com maior frequência as plataformas dos canais feministas. Uma segunda consequência, atrelada não só à pandemia, mas também à ascensão do governo de Jair Bolsonaro ao poder em 2018, foram os impactos na quantidade de ações de fomento e de possíveis financiamentos com os quais as iniciativas contam para se manter, com menores investimentos do Estado em cultura e em projetos de promoção de equidade e diversidade.

As entrevistadas destacam de maneira recorrente a perda de direitos das mulheres e a necessidade imposta pela situação político-econômica de as mídias feministas atuarem para tentar resguardar esses direitos. Amanda Célio, colunista de esportes da revista *AzMina*, reforça que a pandemia implicou mais trabalho para as colaboradoras da iniciativa – o que se confirma com os relatos das demais colaboradoras – e provocou a sensação de que é preciso estar constantemente atenta. Ela afirma: “A pandemia também veio para escancarar como os nossos direitos são vulneráveis. (...) infelizmente, temos que estar alertas o tempo inteiro, porque nossos direitos são sempre muito descartáveis.” (em entrevista à autora). A mesma ideia de que as circunstâncias demandaram medidas no sentido de aprofundar a militância surge no discurso de Catarina Ferreira, repórter do *Lado M*: “A pandemia escancarou essa necessidade de falar sobre temas de feminismo, de questão racial, porque aprofundou a desigualdade” (em entrevista à autora).

Assim que eclodiu a pandemia, a *Think Olga* lançou o Laboratório Mulheres em Tempos de Pandemia, responsável por levantar dados sobre as condições a que as mulheres foram submetidas nesse período e por debater possíveis políticas públicas para a autonomia dessa parcela da população. Marjana Borges, colaboradora da área de comunicação institucional da Think Olga, relata que o trabalho da ONG se traduziu em ações práticas que contribuíram para a rotina das mulheres, como, por exemplo, o estímulo para a criação da lei da gestante (Lei nº 14.151, de 12 de maio de 2021), que definiu que trabalhadoras grávidas deveriam ser afastadas do trabalho presencial sem prejuízo de salário.

Já a revista *AzMina*, frente ao aumento de casos de violência doméstica, lançou um projeto chamado Mapa das Delegacias da Mulher, com o intuito de facilitar a localização das unidades mais próximas para leitoras que necessitam de atendimento nesses locais. O projeto também conta com um levantamento que traz dados sobre o funcionamento dessas delegacias no Brasil. Uma das leitoras da revista, que preferiu não ser identificada, contou que passou a acompanhar o trabalho da publicação após necessitar de atendimento de uma dessas delegacias e ter dificuldades para ser devidamente atendida, o que a fez recorrer a grupos on-line de suporte a mulheres vítimas de violência que a levaram até *AzMina*.

O portal *Lado M*, por sua vez, que tem um caráter de atividade de lazer e de militância para as colaboradoras, mais do que de trabalho formal, teve sua carga de atividades menos atingida pelo contexto da pandemia. A publicação funciona como um espaço de experimentação/laboratório para jornalistas em formação e sua criadora, Mariana Miranda, aponta que a rotina da equipe não sofreu alterações significativas em decorrência do isolamento, visto que elas já mantinham uma rotina de trabalho integralmente on-line. O que houve foi uma ampliação de debates voltados para temáticas como solidão, família e isolamento, com textos que tratavam dos sentimentos das autoras no período, das experiências de mães solo frente à Covid e da criação de filhas e filhos dentro de casa, com ampla limitação de interações sociais.

As repórteres e editoras das três publicações destacam que, especialmente em 2020, os temas abordados passaram a ser voltados para a pandemia: violência contra as mulheres dentro de casa, artistas que perderam os trabalhos, a pauta da luta indígena e o desamparo dessa parcela da população diante da doença. Segundo as colaboradoras, contudo, com o passar dos meses, os demais assuntos foram sendo retomados, já que a pandemia permanecia sem solução aparente e era preciso, também, falar sobre outras causas. Aos poucos, a rotina de antes foi voltando. Elas divulgam números, pesquisas, temas que estão em voga na internet e a pandemia, também ao longo de 2021 e, com menos frequência em 2022, aparece como pano de fundo.

Outro ponto que merece destaque é o fato de que, por causa da pandemia, os laços entre as colaboradoras, muitas vezes, foram estreitados, mesmo que em contatos digitais. A *AzMina*, por exemplo, passou a fazer duas reuniões semanais por causa do contexto sanitário. Antes era uma. Por causa do distanciamento físico, essa frequência foi aumentada e elas passaram a fazer uma reunião semanal com toda a equipe, para que cada membro relatasse como estava sendo sua semana. Com o tempo, esses encontros de apoio emocional, cujo objetivo era partilhar vivências pessoais, passaram a ser feitos quinzenalmente e o grupo estruturou melhor a condução das reuniões por meio

da contratação de uma psicóloga para orientar a conversa. Segundo Verena Paranhos, gerente de comunidades da revista, esse é um espaço e acolhimento em que elas dedicam dura duas horas para falar de si mesmas e para escutar as colegas.

As meninas do *Lado M* contam que o convívio digital, por meio de grupos de WhatsApp, também aumentou, embora a pandemia tenha restringido o convívio e a troca presencial do grupo, especialmente em eventos e ações de militância feminista, como relata Miranda em entrevista. Malu Bassan, repórter do portal, explica que a conjuntura sanitária acabou impulsionando o grupo a compreender de maneira ainda mais clara a importância da existência de redes de apoio para as mulheres e, portanto, a relevância da publicação debater e apontar esses canais de suporte para vítimas de violência ou para mulheres emocionalmente esgotadas frente ao cenário de isolamento.

As próprias colaboradoras enfatizaram as dificuldades de lidar com o sentimento de solidão e a sensação de constrangimento de produzir conteúdos que não estivessem conectados à pandemia e à gravidade da situação, como explica a repórter Vanessa Parerari: “500 mil pessoas morreram, as pessoas estão com fome, não tem vacina e você está falando de um filme sobre cinema feminista. Eu acho que há uma mudança de urgência de pautas, porque surgem novas questões: violência doméstica e as pessoas em casa apanhando” (em entrevista à autora). Uma estratégia desenvolvida pela equipe para aplacar esses sentimentos das colaboradoras foi estimular o compartilhamento de experiências sobre o isolamento, sobre as sobrecargas e os pesos da pandemia.

Na *Think Olga* e na revista *AzMina*, a conjuntura da pandemia acarretou um aumento na diversidade interna da equipe, tanto racial quanto regional, uma vez que houve a implementação e depois a ampliação do trabalho remoto. Rayana Burgos, gerente de captação d’*AzMina*, mora em Recife (PE) e passou a compor a equipe, em parte, devido a possibilidade de realizar teletrabalho. Já Marjana Borges, por exemplo, é uma mulher negra do Rio Grande do Sul, que, antes de ser contratada pela *Olga*, sentia dificuldades para se alocar no mercado de trabalho local em decorrência de sua cor. À semelhança da revista, a ONG também passou a realizar uma reunião semanal para o grupo conversar e interagir. O ritmo de trabalho, porém, intensificou-se ainda mais, gerando a sensação em algumas colaboradoras de não haver mais barreiras entre trabalho e vida pessoal, conforme conta Paula Chang, ex-gerente de mobilização de recursos e relações institucionais da *Think Olga*:

Você está trabalhando e você, simplesmente, continua trabalhando, porque você não tem a quebra para a vida social. (...) A gente já trabalhava muito intensamente. Com a pandemia, a gente trabalhou muito mais intensamente. A gente

está falando de todo mundo trabalhando sem parar, sem parar mesmo: final de semana, de noite. Eu acho que isso trouxe um desgaste muito grande para a equipe (P. Chang, comunicação pessoal, 13 de agosto de 2012).

As entrevistas com as leitoras indicam características de transformação das audiências, já que as entrevistadas não só consomem as notícias da revista, mas também interagem com as equipes das publicações midiativistas pelas mídias sociais e, a partir dos conteúdos da publicação, produzem seus próprios conteúdos, comentando e escrevendo sobre temáticas feministas. As entrevistas mostraram que, durante a pandemia, a frequência de consumo de notícias produzidas por iniciativas feministas aumentou. As 14 leitoras e 1 leitor entrevistadas(o), com exceção de uma, passaram a acompanhar mais intensamente o trabalho das midiativistas e, algumas delas, se lançaram igualmente em atividades de militância e de produção de conteúdo no período da pandemia, uma vez que começaram a ter mais tempo para isso. Foi o caso, por exemplo, da advogada Karla Macedo, leitora da *Think Olga*, que se lançou com mais força no projeto de orientar mulheres sobre seus direitos legais frente à violências domésticas.

Já as falas de colaboradoras indicaram a necessidade de o veículo de lidar com *haters* e com discursos de ódio. A diretora-executiva d'*AzMina*, por exemplo, contou que, frequentemente, a equipe lida com ataques ao site e a suas páginas nas mídias sociais. As colaboradoras que encabeçam os grupos contam que desenvolveram estratégias para proteger as demais de ataques, mas, ainda assim, eventualmente, as produtoras de conteúdo são perseguidas e sofrem assédios digitais. Ao se pensar sobre a tecnocultura digital do midiativismo feminista e suas consequências, observa-se ainda que o fortalecimento de correntes reacionárias ao redor do mundo permite que comentários e discursos sexistas sejam expressos abertamente na internet, mas também no ambiente off-line. Para Jouët, Niemeyer e Pavard (2017), o espaço *on-line*, mesmo que também seja um terreno de emancipação social, é fértil para a propagação de grupos que atacam minorias sociais e ameaçam a manutenção das relações de poder. Mas, nesse sentido, segundo as autoras, as reações de *trolls* e *haters* indicam que a voz das feministas se fazer ouvir na internet e está no centro das transformações, com potencial para abalar a ordem estabelecida.

As midiativistas também enfrentam críticas que consideram bem-vindas porque causam reflexão. Como as críticas que apontam que a equipe é formada essencialmente por mulheres brancas e de classes mais privilegiadas. Na tentativa de mudar esse cenário, a revista *AzMina* e a *Think Olga*, por exemplo, têm contratado colaboradoras de outros estados, para além de São Paulo. O *Lado M* também tem uma presença marcante no

Pará. Ainda assim, o exercício é desafiador e a distância entre discurso e ação, por vezes, incomoda algumas atrizes do mundo social. Conversei com uma antiga colaboradora da Olga que preferiu sair da organização por acreditar que a teoria proposta pelo grupo não se refletia na prática. Por sua vez, Leandra Migotto, colunista d'*AzMina*, lamenta que haja pouco espaço na publicação para implementar ações de inclusão de mulheres com deficiência, ainda que, segundo ela, durante a pandemia, as pessoas com deficiência tenham ganhado grande visibilidade na internet.

De modo geral, as colaboradoras avaliam que fazem um conteúdo, muitas vezes, elitizado, voltado para quem tem acesso à internet e a equipamentos como computador e celular. Isso acontece apesar dos esforços em promover um feminismo interseccional e inclusivo, feito para e por mulheres negras, deficientes, LGBTQs e diversas. O público entrevistado para esta pesquisa relatou, com exceção de uma jovem autônoma e de uma microempresária, que são mulheres (e um homem) privilegiadas e que puderam desenvolver suas atividades profissionais de casa durante os meses de isolamento social. Elas usam celulares e computadores pessoais para acompanhar publicações midiativistas.

A análise das entrevistas indicou como funciona a negociação de identidades e as práticas dentro das publicações. As divisões de tarefas e de temáticas são feitas de acordo com habilidades e experiências e conforme as necessidades das equipes. As captações financeiras acontecem por meio de financiamento coletivo e, principalmente, a partir da participação em editais de fomento. As formas de colaboração são apoiadas em solidariedade entre o grupo. Na pandemia, elas implementaram uma reunião para partilhar histórias sobre as sobrecargas do período e para tentarem descansar e descontraí-las juntas. Elas fazem trocas constantes e constroem uma rede solidária que desencadeia uma sensação de pertencimento.

As práticas da equipe se organizam em torno da noção de militância, de uma militância que advém da internet e atravessa vivências físicas das atrizes. Muitas vezes, elas não se conhecem pessoalmente. Há pessoas de São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Paraná, Minas Gerais, Maranhão, Pará, Brasília. Mas essas distâncias físicas não afastam as colaboradoras. Elas se sentem envolvidas com o mundo social e com o grupo.

Esse engajamento apresenta graus diferentes. Unruh (1980, p. 280) elenca quatro tipos de envolvimento no mundo social. Há a classificação denominada de estranhos, que inclui atrizes e atores que não pertencem ao mundo social em questão, mas devem ser levados em consideração pelos habitantes do mundo. São indivíduos que ficam à margem, na periferia do mundo central. No caso do mundo social do midiativismo feminista, escritoras(es), artistas e políticas(os) estariam abrangidas(os) por essa classificação, por serem de fora do mundo em questão, mas servirem de pontos de referência

para aquelas(es) envolvidas(os) no ofício de escrever ou criar imagens para a divulgação de informações feministas.

Já a categoria de turistas (Unruh, 1980, p. 281) refere-se a espectadores, figuras não envolvidas com o funcionamento do mundo social, mas ligadas a esse em decorrência de sua presença ocasional no mundo. São um tipo genérico de participantes do meio e estão ali simplesmente por curiosidade e com pouco, ou nenhum, compromisso de longa data com o andamento das atividades do mundo social. Ao contrário de estranhos, turistas devem estar conscientes do mundo social com o qual se conectam, embora estejam comprometidos com ele apenas enquanto permanece divertido ou lucrativo. No caso do jornalismo, a classificação se adequaria a articulistas ou outras(os) colaboradoras(es) de jornais, cujas principais ocupações estão fora do mundo das notícias – já que são acadêmicas(os), políticas(os) ou pessoas do mundo do entretenimento, por exemplo (Dickinson, 2008).

O agrupamento de regulares, por sua vez, trata de participantes habituais do mundo social devidamente integradas(os) às atividades contínuas desse meio (Unruh, 1980). Diferentemente de estranhos e de turistas, regulares possuem um grau significativo de comprometimento com seu mundo – tanto em momentos bons quanto ruins. Para o autor, ao se considerar mundos sociais como aglomerados de atrizes e atores, organizações, eventos e práticas, é a regularidade dessas colaborações que fornece uma estrutura duradoura ao mundo social. No caso do jornalismo, todos os atores e atrizes regularmente empregados e atrelados aos processos de produção de notícias fazem parte de tal categoria, conforme Dickinson (2008). Nesse grupo, pode-se citar, por exemplo, repórteres, fotógrafos, diagramadores, revisores, redatores, membros da equipe de apoio (pessoal da limpeza, almoxarifado, profissionais administrativos e financeiros e atrizes e atores externos como entregadores de jornais).

No contexto do midiativismo feminista, as colaboradoras que desenvolvem atividades enquanto colunistas ou mesmo as repórteres voluntárias flutuam entre a categoria de turistas e a de regulares. Elas mantêm uma presença ocasional com o mundo, já que não há demandas específicas de prazos e de entregas de conteúdos. Ao mesmo tempo, são participantes habituais do mundo social devidamente integradas às atividades contínuas desse meio. Embora sejam pessoas engajadas com a militância feminista, elas têm de ajustar suas rotinas para realizar trabalhos convencionais e remunerados em turnos opostos ao do trabalho voluntário. Essa conciliação de atividades de um mundo social de origem com as de um mundo social derivado remete ao que, no mundo das artes, Becker (1982) denominou de “trabalho diurno” – em contraposição ao trabalho que seria executado em horários alternativos, após o expediente. Segundo o autor, a

expressão é comum nas artes cênicas, onde o “trabalho artístico” geralmente ocorre à noite.

Finalmente, os *insiders* – ou pessoas atreladas a uma organização ou grupo, geralmente com domínio de informações não acessíveis aos demais – têm um alto nível de envolvimento no mundo social, ou seja, detêm um conhecimento íntimo das atividades desse ambiente e possuem autonomia para controlar ou determinar a estrutura ou o caráter do mundo e de seus mundos sociais derivados, conforme destaca Unruh (1980). *Insiders* se concentram na criação e manutenção de atividades para outros(as) participantes, no recrutamento de novos atores e atrizes e no conhecimento íntimo das atividades sociais do mundo.

São atrizes e atores que constroem ou expandem um mundo social e têm muito a ganhar ou perder quando esse mundo social é bem-sucedido ou fracassa (Unruh, 1980, p. 282). No jornalismo, editores(as) e, particularmente, o(a) editor(a)-chefe assumem tal posição. Em maiores proporções, os(as) proprietários(as) dos veículos de mídia também são *insiders*. A diferença fundamental entre membros regulares e *insiders* é, portanto, o controle de informações-chave que esses últimos possuem para garantir o devido andamento do mundo social. No MS do midiativismo feminista, as criadoras e diretoras, por exemplo, são *insiders*, uma vez que possuem domínio de informações restritas e não acessíveis às demais participantes da equipe – como históricos financeiros da iniciativa –, além de conhecerem profundamente os mecanismos de funcionamento do grupo.

É possível notar também uma conexão do mundo social com convenções do jornalismo. Elas usam técnicas de escrita, de apuração e de edição do mundo do jornalismo, identificam-se como profissionais da imprensa para terem acesso aos ambientes de apuração. E se orgulham de terem conquistado um reconhecimento no mundo dos jornalistas como trabalhadores de veículos de credibilidade. Isso independente do fato de as leitoras – exceto as da área de comunicação – não conseguirem enxergar com clareza semelhanças entre o trabalho dessas mídias independentes e o da mídia tradicional.

O público é o grande motivador do engajamento do grupo com o mundo. Elas acreditam que criaram uma rede de apoio a mulheres e sentem a gratidão do público ao receberem mensagens regulares com relatos pessoais de leitoras que contam como as ações e conteúdos das publicações são importantes para elas. As entrevistas indicam que o midiativismo feminista se apoia em vínculos relacionados à colaboração entre essas diferentes atrizes. As produtoras de conteúdo e o pessoal de apoio ajudam umas às outras, na elaboração de conteúdo, na escolha das pautas, na falta de tempo, nas rotinas conturbadas. Há também trocas que permitem, por exemplo, que pessoas que não são originárias do mundo dos jornalistas – mas que vêm das áreas das artes, de

gestão ou do direito –, adentrem o mundo das midiativistas feministas. Ou mesmo que as audiências escrevam e tenham suas histórias rotineiramente publicadas no portal.

Conclusões

Desenvolver a análise das entrevistas em profundidade com membros do mundo social do midiativismo feminista traz à luz com mais força a noção de que o jornalismo se constitui como atividade coletiva. A metodologia indutiva empregada nesta pesquisa dá indícios de como a rede de atrizes do grupo contribui com a produção da informação, além de revelar formas de cooperação, contextos de interação e modalidades de negociação do fazer jornalístico. As práticas e modos de colaboração acordados no mundo social resultam em convenções que sustentam o trabalho coletivo, além de haver motivações pessoais que levam as colaboradoras a se associarem ao midiativismo feminista. Durante a pandemia, as interações foram repensadas e reestruturadas diante dos desafios da comunicação sustentada apenas em aparatos digitais. Mas a conjuntura acabou por gerar aspectos positivos e mudanças significativas no modelo dos projetos, com maior inclusão de pessoas de diferentes cidades e estados e com a contratação de mulheres negras e advindas de regiões periféricas.

Em paralelo, o modelo de interação generalizada trazido pela tecnologia, em que as trocas vão além de jornalista e fonte, faz com que o papel das audiências deixe de ser apenas receber e confrontar conteúdo, permitindo que o público vire fonte, revertendo, assim, o fluxo de comunicação (Ruellan, 2006). O protagonismo do público no contexto desse mundo social aparece nas falas das produtoras de conteúdo e mesmo do pessoal de apoio das publicações analisadas e também pela riqueza de acepções e sentidos sobre a prática jornalística expresso no diálogo com as leitoras e o leitor.

As formas como as entrevistadas gerem suas posturas e posicionamentos de militância em torno do mundo social e nos diferentes contextos de interação da vida rotineira deixam transparecer que a temática dos feminismos é uma constante em seus cotidianos, atravessando-os e preenchendo-os. Os contatos, diálogos e convívios com outras pessoas – tanto off-line quanto on-line – são orientados por ideais do feminismo interseccional. Elas procuram exercer seu ativismo político-ideológico nesses grupos e nos diversos espaços em que atuam rotineiramente, fazendo do midiativismo feminista mais do que um trabalho – no caso das colaboradoras remuneradas –, um passatempo –

para as voluntárias – ou um meio de buscar informações – para leitoras e leitor. O mundo social é para elas um espaço de transformação e, sobretudo, uma esperança tangível.

Referências bibliográficas

- Accossatto, R., & Sendra, M. (2018). Movimientos feministas en la era digital. Las estrategias comunicacionales del movimiento Ni Una Menos. Encuentros. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*. Segunda Época, vol. 6, n. 8, ago./dic.
- Agência Pública.(2022). O mapa do jornalismo independente. Disponível em: <<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em: 28 de julho de 2022.
- Becker, H. S. (1982). *Art worlds*. Los Angeles: University of California Press.
- Bentes, I. (2015). *Mídia-multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Blandin, C. (2017). Le web: de nouvelles pratiques militantes dans l'histoire du féminisme. *Réseaux*, vol. 1 n. 201, pp. 9-17.
- Bittelbrun, G. V. (2019). Revista AzMina: a plataforma on-line e as possibilidades heterotópicas feministas. In: *1º Congresso Ibero-americano sobre Ecologia dos Meios: da aldeia global à mobilidade*. 2019. Aveiro: Ria Editorial, vol. 1, pp. 2086-2107.
- Bonfim, C. G., & Nunes, M. V. (2017). #Primeiro assédio: como a ONG Think Olga pauta o debate feminista no facebook. In: *II SEJA - Gênero e Sexualidade no Audiovisual da Universidade Federal de Goiás, 2017, Goiânia. Anais do II SEJA: Gênero e Sexualidade no Audiovisual da Universidade Federal de Goiás*, pp. 64-78.
- Buitoni, D. S., & Lopes, M. (2018). Revista AzMina e o Carnaval sem assédio: uma análise do jornalismo ativista no combate à violência contra a mulher. *Cadernos Gênero e Diversidade*, pp. 21-40.
- Dickinson, R. (2008). Studying the Sociology of Journalists: The Journalistic Field and the News World. *Sociology Compass*, vol. 2, n. 5, pp. 1383-1399.
- Fine, G. A. (1992). Agency, Structure, and Comparative Contexts: Toward a Synthetic Interactionism. *Symbolic Interaction*, n. 15, pp. 87-107.

- Ferreira, J., & Vizer, E. (2007). *Mídia e movimentos sociais: linguagens e coletivos em ação*. São Paulo: Paulus.

- Hollanda, H. B. de. (2019). Introdução: o grifo é meu. In: Hollanda, H.B. de. *Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade*. São Paulo: Cia das letras, pp.11-19.

- Hollanda, H. B. de, & Bogado, M. (2019). Rua. In: Hollanda, H. B. de. *Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade*. São Paulo: Companhia das letras, pp. 23-42.

- Hollanda, H. B. de, & Costa, C. (2019). Rede. In: Hollanda, H. B. de. *Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade*. São Paulo: Companhia das letras, pp. 43-60.

- Jouët, J. (2018). Digital feminism: Questioning the renewal of activism. *Journal of Research in Gender Studies*, vol. 8, n. 1, pp. 133-157.

- Jouët, J., Niemeyer, K., & Pavard, B. (2017). Faire des vagues. Les mobilisations féministes en ligne, *Réseaux*, n. 201, pp. 21-57.

- Langonné, J., Lewis, S. C., Pereira, F. H., & Tredan, O. (2019). Os mundos sociais do jornalismo. *Sur le journalisme*, vol. 8, n. 1.

- Lemos, M. G. (2009). *Ciberfeminismo: Novos discursos do feminino em redes eletrônicas*. 2009. Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicacion: La imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.

- Montagner, M. A., & Montagner, M. I. (2011). A teoria geral dos campos de Pierre Bourdieu: uma leitura. *Tempus – Actas De Saúde Coletiva*, vol. 5, n. 2, pp. 255-273.

- Negus, K. (2006). Rethinking Creative Production Away from the Cultural Industries. In: Curran, J.; Morley, D (org.). *Media and Cultural Theory*. Abingdon: Routledge, pp. 197-208.

- Pinheiro-Machado, R. (2019). *Amanhã vai ser maior: o que aconteceu com o Brasil e as possíveis rotas de fuga para a crise atual*. São Paulo: Planeta do Brasil.

- Portugal, A. (2020). Mulheres são mais afetadas por crise econômica provocada pela Covid-19. Entrevista concedida a: Ferreira, C. *Portal Câmara dos Deputados*, Brasília.

- Recuero, R. (2015). *Análise de redes para mídia social*. Porto Alegre: Sulina.

- Ruellan, D. (2006). Pairs, sources et publics du journalisme. In: Olivési, S. *Sciences de l'information et de la communication*. Grenoble, PUG, pp.63-77.

- Santos, H. S. dos. (2019). *Jornalismo e produção de conhecimento no movimento feminista: análise do Think Olga e Revista AzMina*. 2019. 183 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, São Paulo.

- Santos, L. de F. A., & Miguel, K. G. (2019). Perspectivas digitais na produção de conteúdo jornalístico feminista: plataformas e estratégias da revista AzMina. *Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação* 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belém (PA).

- Scartezini, N. (2011). Introdução ao Método de Pierre Bourdieu. *Cadernos de Campo: Revista de Ciências Sociais*, n. 14 e 15, Araraquara/SP: UNESP.

- Schander, G. B., & Bertasso, D. (2019). Revista AzMina e o jornalismo como forma de conhecimento. *Pauta Geral: Estudos em Jornalismo*, vol. 6, pp. 35-52.

- Silva, A. B. R. P. da. (2017). *Comunicação e gênero: as narrativas dos movimentos feministas contemporâneos*. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

- Silva, D. C. C. da. (2012). *Participação política, formas de atuação e trajetórias sociais: um estudo sobre o militância em causas educacionais em Paulo Afonso-BA*. 2012. 128 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão.

- Strauss, A. (1982). Social worlds and legitimation processes. *Studies in Symbolic Interaction*, v.4, pp.171-190.

- Tilly, C. (2008). *Contentious performances*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Trédan, O. (2011). A construção dos públicos na internet, dos grupos de pares às novas legitimidades culturais. *ALCEU*, vol.11, n.22, pp.5-25.
- Unruh, D. R. (1979). Characteristics and types of participation in social worlds. *Symbolic Interaction*, vol 2, n.2, pp.115-129.
- Unruh, D. R. (1980). The nature of social worlds. *Pacific Sociological Review*, vol.23, n.3, pp.271-296.

Discursos políticos y pandemia: un análisis semiótico de los enunciados del presidente argentino Alberto Fernández (2020-2021)

Julián Agustín Jesús Robles Ridi.¹

Resumen:

En este trabajo de investigación nos proponemos analizar seis discursos del presidente de Argentina Alberto Fernández en los cuales se refirió a la pandemia Covid-19. Los enunciados estudiados fueron pronunciados entre el 20 de marzo y el 25 de abril de 2020 y el primero de marzo de 2021, durante el acto de apertura de sesiones ordinarias en el Congreso de la Nación. En la caracterización del dispositivo de enunciación del presidente observamos cómo el tópico “salud” constituye la base de su discursividad. También, una operación de desplazamiento de la configuración del adversario en un nuevo pliegue de sentido: del virus al gobierno anterior (el de Mauricio Macri). A la vez, caracterizamos al ethos dicho y mostrado que se configura en estos textos y analizamos las estrategias discursivas en los usos del cuerpo del presidente (como objeto signifiante) que reforzaron, en ese momento, la verosimilitud. Finalmente, abordamos si hubo continuidades, desplazamientos o rupturas en las estrategias de enunciación del presidente, luego del acontecimiento titulado por algunos medios masivos como “Vacunatorio Vip”, en febrero de 2021.

Palabras-clave: Dispositivo de enunciación – Alberto Fernández – Covid-19

¹ Doctor en Comunicación Social y especialista en Investigación de la Comunicación por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Docente/investigador. Profesor Adjunto de las Asignaturas Semiótica I y Semiótica III de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina. Se ha desempeñado como jefe de Comunicación de diversos ministerios del poder ejecutivo de la provincia de San Luis. Mail: jrobles@unsl.edu.ar

Introducción

Los efectos que dejará el Covid-19 son imposibles de medir, más allá de la futurología en la que ingresaron numerosas/os investigadores. Lo que sí podemos afirmar, es que esta pandemia irrumpió de manera intempestiva y puso en alerta a las y los presidentes del mundo, quienes ante este escenario ejecutaron políticas gubernamentales muy diversas y hasta antagónicas. Frente a este comportamiento discursivo marcadamente disímil, nos interesa centrarnos en una de las zonas del discurso social desde donde se construye una arquitectónica de mundo y se aportan claves de inteligibilidad frente al Covid-19: el discurso político.

Particularmente, indagaremos seis enunciados del presidente argentino, Alberto Fernández (en adelante AF), en conferencias de prensa. La primera comparecencia (20 de marzo de 2020) fue donde dispuso la puesta en ejecución del Decreto de Necesidad y Urgencia N° 297/20 del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) durante el 20 y el 31 de marzo de 2020 para los y las habitantes del país y para las personas que se encontraran transitoriamente en él. Este plazo fue prorrogado numerosas veces a través de otros decretos. En continuidad, analizaremos las primeras tres extensiones durante el 2020 (30 de marzo, 25 de abril y 12 de mayo). Hasta aquí, habían fallecido en el país, cerca de 500 personas. Finalmente, a un año de la puesta en vigencia del ASPO, un acontecimiento que tuvo lugar en febrero de 2021, tomó relevancia en la esfera hipermediatizada del país: se trataba de un proceso de vacunación irregular² al que accedieron funcionarios gubernamentales, políticos cercanos al oficialismo y periodistas. Fue configurado por algunos medios masivos como el escándalo del “Vacunatorio Vip”. En ese sentido, nos pareció clave analizar el discurso pronunciado unos días después por AF, el primero de marzo de 2021, durante el acto de apertura de sesiones ordinarias del Congreso de la Nación, porque conjeturamos que pudo haber continuidades, desplazamientos

² El escándalo por vacunación irregular en el Ministerio de Salud de Argentina, titulado por algunos medios nacionales de la prensa como “Vacunatorio VIP” sucedió desde el jueves ¹⁸ de febrero, hasta el lunes 22 de febrero del 2021. Fue una irregularidad política referida a la aplicación de vacunas contra el covid-19 en el Ministerio de Salud de Argentina a ciudadanos que, por las limitaciones dispuestas en el protocolo de vacunación, no debían aún recibir dichas vacunas. Una vez hecho público el acto derivó a que el presidente Alberto Fernández solicitara la renuncia a Ginés González García, Ministro de Salud de la Nación. González García entregó una carta de renuncia, alegando que hubo un “error involuntario” de su secretaría privada. Mediante el Decreto 118/2021, se aceptó la renuncia agradeciéndole “al funcionario renunciante los valiosos servicios prestados en el desempeño de su cargo”, y mediante el Decreto 119/2021 fue reemplazado por Carla Vizzotti desde el 20 de febrero hasta la fecha.

y rupturas en el dispositivo de enunciación. Además, un dato muy relevante, es que a esa altura, las muertes ascendían a 50 mil.

El propósito de esta investigación³ es identificar las principales (in)variantes enunciativas que caracterizaron la discursividad de AF en relación a la configuración del Covid -19 durante la primera etapa del año 2020 y 2021. En ese sentido, sin dejar de tener en cuenta que este trabajo es una posible interpretación o lectura al interior de un sistema productivo dinámico (Verón 1987^a), pretendemos realizar un análisis de discurso político del enunciador AF desde una perspectiva Sociosemiótica y la Sociocrítica. También recuperamos para este propósito, la fecundidad que nos brinda el análisis argumentativo del cual retomamos el estudio del ethos.

Realizadas unas primeras lecturas exploratorias del corpus pudimos hipotetizar o conjeturar algunas características del dispositivo de enunciación de AF como sujeto discursivo: por un lado, la construcción del tópico “*salud*” como fetiche y el envío a la periferia del tópico “*economía*” (Angenot, 2010); y por otro lado, la configuración del “*virus*” como enemigo de la vida de las y los argentinos (colectivo amplio de identificación Verón, 1987) y un posterior desplazamiento hacia el “*gobierno anterior*”. Visualizamos, de manera temprana, las imágenes de sí que AF fue construyendo en sus discursos como un presidente ejecutivo, pragmático y responsable.

En relación a los objetivos que guían este trabajo, proponemos identificar los tópicos que constituyen la base de la discursividad política de AF durante los primeros meses de pandemia y comienzos de 2021, analizar en las estrategias discursivas del presidente las formas que asumen los campos del ‘nosotros’ y los ‘otros’ a través de la construcción de fronteras simbólicas, dimensiones adversativas y antagonismos, caracterizar qué tipos de ethos y pathos emergen en su discursividad, reconocer configuraciones en los usos del cuerpo (como objeto signifiante) que reforzaron o no la verosimilitud, y analizar continuidades, desplazamientos y rupturas en las estrategias de enunciación de AF luego del proceso de vacunación irregular titulado por algunos medios como “Vacunatorio Vip”

³ Este trabajo se propone como una continuidad y ampliación del objeto de investigación abordado en otra ponencia en coautoría con el Dr. Claudio Tomás Lobo, titulada “Construcciones discursivas sobre el covid-19: un análisis sociosemiótico y sociocrítico de los enunciados del presidente argentino Alberto Fernández”, presentada en el Congreso Internacional de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (ALED) 2021, Discursos en tiempos de pandemia, en México. Actualmente se encuentra en evaluación para su publicación.

Justificación

Sin lugar a dudas, el virus perforó nuestra realidad y la pandemia provocada por el Covid-19, trastocó todas las esferas de la praxis humana descolocando las dimensiones socializadas del tiempo y el espacio como modos de estar juntos. Quedó en suspenso el espacio público como lugar de encuentro de los cuerpos y fue ocupado rápidamente por una multiplicidad de discursos. Frente a esta profusión discursiva ciertos enunciados con mayor performatividad intentaron establecer un ordenamiento del discurso social y brindar modos de entendimiento del nuevo escenario social. La emergencia del AF como un enunciador casi excluyente en la primera etapa de la irrupción del Covid-19 en Argentina concentró todas las expectativas: por un lado, por un interés informacional, pero, por otro lado, como objeto de análisis ya que, ante un escenario excepcional, podría aportar claves de lectura e interpretación de la realidad social.

Algunos lineamientos teóricos

Para comenzar este breve recorrido teórico proponemos recuperar la noción de semiótica, o mejor dicho, de sociosemiótica planteada por María Teresa Dalmaso (1999) como aquella que se dedica al estudio del discurso social. Ya desde la Semiótica de ‘Segunda Generación’ según la clasificación propuesta por Eliseo Verón, se define como objeto de estudio propio a la producción social del sentido, por lo tanto ya no será posible el sentido por fuera de lo social. Al respecto Dalmaso sintetiza la noción de producción social del sentido, en tanto objeto de estudio de la semiótica, y que a lo que estamos haciendo referencia es a las maneras en que “el hombre significa el mundo, cómo lo conoce y se relaciona con él” (2005: p. 14).

Desde esta perspectiva, el campo de la comunicación se ha preocupado cada vez más por el estudio de la producción social del sentido, y ha afianzado sus vínculos con la semiótica. “En la evolución de la Semiótica se incluye la atención a las condiciones de producción y de consumo de la significación y de los discursos que la producen. Entendiendo que las condiciones de producción y consumo están marcadas en los textos que contienen la significación y que es necesario reconstruirlas a partir de tales marcas discursivas y textuales si queremos llegar a analizarlas” (En: Blanco López y otro, Revista Diálogos de Comunicación N° 22).

Para aclarar desde qué lugar entendemos las relaciones entre el campo particular de la semiótica y el campo de la comunicación, retomamos un artículo de la revista

Dialogos de Comunicación⁴ en que se plantea las correlaciones. Allí, Desiderio Blanco López y Raúl Bendezu Untiveros plantean (retomando a Oscar Quezada) que “la Semiótica se encuentra en pleno corazón de la Comunicación Social, ya que lo que la Comunicación produce y circula es nada menos que el objeto central de la Semiótica: la significación” (Diálogos de Comunicación N° 22).

La investigación que proponemos realizar aborda la discursividad política, es decir, una zona de la discursividad social particular: la dimensión significativa de los fenómenos políticos. Siguiendo a Eliseo Verón (1987b) “El trabajo sobre el discurso político se ha desarrollado entonces sobre la base de ciertas intuiciones -con frecuencias correctas- y a partir de una identificación de sentido común, como por ejemplo la que consiste en analizar como ‘discurso político’ textos producidos por líderes o partidos políticos...”. En este sentido, nuestra investigación se centrará particularizando discursos producidos por el presidente Alberto Fernández, Sin embargo, al decir de Verón (ídem) debemos estar en condiciones de transformar la categorización intuitiva inicial, y llegado el caso, abandonarla. El discurso político es un género adversativo, portador de muerte simbólica del contradestinatario. Define vínculos de fuerza, y construye distintos tipos de relaciones entre enunciadores y destinatarios.

Respecto a la noción de discurso, en el presente trabajo asumiremos como vertebradoras las nociones propuestas desde la Teoría de los Discursos Sociales (en adelante TDS) de Eliseo Verón y de la Teoría del Discurso Social de Marc Angenot. En este sentido, ambas teorías comparten la concepción de los discursos como ‘hechos sociales’ y como lugar de la producción social del sentido. Debemos precisar aquí que no son equivalentes y que definen recortes particulares en sus objetos de estudios.

Angenot define a los discursos, o mejor dicho, a las prácticas discursivas como hechos sociales e históricos. El autor (2010) precisa aún más esta noción y dirá que no le parece problemático “adoptar, para el estudio del siglo XX, la categoría de ‘discurso’ en un sentido amplio, capaz de incluir todos los dispositivos y géneros semióticos- la

⁴ Diálogos de la Comunicación es una revista académica que pertenece a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), integrante de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura. Para mayor información acceder al siguiente link: <http://www.dialogosfelafacs.net/>

⁵ Oscar Quezada ha realizado una caracterización de las investigaciones en el campo de la Semiótica en Perú y ofrece una visión acerca de la articulación entre ésta y la Comunicación en ese país.

pintura, la iconografía, la fotografía, el cine y los medios masivos- susceptibles de funcionar como vectores de ideas, representaciones e ideologías” (Ídem: p. 15).

Explicitando un poco más acerca de cómo en este trabajo asumimos el análisis de los discursos, consideramos que el mismo no puede escindirse del eje de la temporalidad. En esta dirección, tanto desde la TDS como desde la Teoría de Discurso del Social, este eje es asumido, pero desde fundamentos diferentes. La perspectiva veroniana, al asumir el sistema ternario de la significación postulada por Peirce (1986), habilita múltiples abordajes desde la noción de re-envío y proceso, haciendo estallar el sistema binario de significación saussureana. Desde este lugar, pensar a los discursos como parte de una red de semiosis (social) en la cual el sentido circula de manera aleatoria.

Angenot, por su parte, postulará otra crítica a Saussure al sostener que “la sincronía saussureana es una construcción ideal que forma un sistema homeostático de unidades funcionales”, afirmando que para él la sincronía “corresponde a una contemporaneidad en tiempo real (...) que deja al descubierto puntos de enfrentamiento y conflicto (...) en otras palabras, la contemporaneidad de los discursos sociales debe percibirse como una realidad evolutiva y parcialmente heterogénea” (Ídem: pp. 53-54).

Retomamos acá la TDS a los fines de precisar la noción de discurso propuesta por Eliseo Verón que entiende a éstos “como conglomerados de materias significantes y configuraciones espacio-temporales del sentido en tanto que integran un sistema productivo en el cual y sólo dentro de él esa materialidad significativa adquiere sentido”. Los discursos son “un punto de pasaje que sostiene la circulación social de las significaciones” (Verón, 1987b: p. 171), y el “producto de una práctica social engendradora de sentido” (Ídem: p. 125).

Desde esta perspectiva veroniana, lo real resulta de una construcción discursiva producida socialmente. En esta dirección, Verón postula una doble hipótesis como sustento de toda semiosis social por medio de las cuales se entiende que todo fenómeno social -en una de sus dimensiones constitutivas- es una producción de sentido, al tiempo que define a toda producción de sentido como socialmente producida (Ídem, 1987). La noción de discurso que propone el autor no se restringe solamente a la materia lingüística, los cuerpos son concebidos como capas metonímicas constituyendo también materias significantes investidas de sentido.

En la dirección que venimos planteando, asumimos junto a Fabiana Martínez (2011), entender el discurso social no como producto de consenso, de homogeneidad, sin fisuras, ni como reflejo de una ideología dominante de una clase, o como mito democrático, “sino como el lugar de una perpetua disputa de imposiciones de sentidos, de conflictos, de antagonismos, en donde se configuran y ocupan el centro tendencias

hegemónicas siempre precarias y contingentes (que tienden hacia la estabilidad y homeostasis), que establecen en cada época los límites de lo decible y lo aceptable” (p. 13).

Anteriormente, habíamos señalado la productividad del análisis argumentativo, particularmente, las figuras de ethos y pathos. La figura retórica del ethos básicamente supone la imagen de sí que el orador construye en su discurso para contribuir a la eficacia de sus palabras, es decir, es en el discurso donde al orador le interesa construir su imagen y no tanto en la que se deriva del conocimiento previo que se tiene de su persona. Esta tensión entre lo discursivo y lo extradiscursivo no obtura el hecho de que se privilegia la noción de ethos dentro de los límites del discurso. De este modo, aparece fuertemente ligado a la noción de enunciación.

Y en este sentido, recuperamos a Amossy (2010) quien advierte que en vez de preguntarnos si la fuerza de la persuasión depende de la posición exterior del orador (extradiscursivo) o de la imagen que de sí construye en su discurso, es más fructífero analizar cómo el discurso configura un ethos a partir de datos prediscursivos previos. Esta figura resultó de gran productividad en el análisis ya que nos permitió trazar algunos ejes estructurantes del dispositivo de enunciación de AF. A partir de la distinción entre ethos discursivo y prediscursivo, pudimos identificar la imagen que el orador proyecta en su discurso y de qué manera hace uso de datos sociales anteriores y al mismo tiempo, reconocer la imagen que de él tiene su auditorio.

Metodología

Haciendo hincapié en el enfoque, llevaremos adelante un análisis de discurso. Para ello retomamos a Elvira Narvaja de Arnoux quien lo define como “una práctica interpretativa que atiende a todos los discursos y que según los problemas de los que parta recurre a una u otras disciplinas lingüísticas y no lingüísticas” (2009: p. 19). En continuidad, junto a la autora, consideramos al analista “como un profesional que debe ser capaz de articular saberes provenientes del campo en el cual el discurso ha sido producido con los conocimientos elaborados por las ciencias del lenguaje” (ídem: p. 13)

Asimismo, entendemos que el análisis del discurso debe articular necesariamente la dimensión discursiva con la dimensión de lo social. Desde este punto de vista, no hay estrategias puestas en funcionamiento por parte del enunciador que sean neutras, y los discursos no están desposeídos de particulares condiciones de producción. Cabe aclarar que no pretendemos agotar en nuestro recorrido la densidad de la semiótica ni

las numerosas aperturas teóricas y metodológicas que se reconocen en la actualidad. Optamos por una perspectiva construccionista/no representacional del lenguaje.

Lo que nos interesa destacar en continuidad con Bitonte (2008), en relación a la metodología de nuestra investigación, es que las aproximaciones semióticas tienen preferencias por los aspectos cualitativos, el caso, el hecho singular, y son compatibles con el saber conjetural. Por lo tanto, se interesan por la posibilidad de comprender la huella como por el proceso que la generó. Este paradigma, afirma la autora, es antiesencialista y antirepresentacionalista, y los modelos que generó se inclinaron por las relaciones y los procesos.

En relación a las teorías lingüístico/semióticas sobre el análisis discursivo, retomamos, junto a López (1998), aquellas que aglutinan a Foucault, Angenot y Verón, entendiendo que desde los indicios que ofrecen los discursos se proponen hacer explícitas las reglas que los determinan. La autora advierte que a pesar de sus diferencias, hay cercanía en proponer el discurso como objeto de estudio y concebirlo como acción de sentido que se analiza para llegar a las reglas que lo constituyen o determinan.

Si entendemos a los discursos como hechos sociales e históricos, que subyacente a ellos está el discurso social o la hegemonía como un conjunto de reglas, y que el análisis del discurso deberá describir esas reglas, apelaremos entonces a los postulados de Marc Angenot (2010) para abordar los objetivos planteados en esta investigación. Entre ellas, los componentes indisociables de la hegemonía discursiva: lengua legítima, gnoseología, doxa, tópicos, egocentrismo, fetiches y tabúes, visiones de mundo, estado patemico, etc. Estas categorías nos permitirán hallar un sistema regulador global, que no está dado a la observación directa, pero que existe y se actualiza en el enunciado. En el plano de la observación, detectaremos dominancias, regularidades, resultantes sintéticas, previsibilidades, en los distintos discursos.

A continuación, es importante aclarar que partimos de ciertos presupuestos que nos guiarán en el abordaje del corpus, y que permitirán el recorte de los objetos empíricos a analizar:

- Asumimos la concepción de discurso como configuración espacio-temporal del sentido (Verón; 1987a), y no como una mera disposición de una materia lingüística.

- No hay sentidos inmanentes ni tampoco un sentido posible. Todo sentido se define en la articulación de la materia significativa con lo social.

- Asumimos al sujeto como aquel que sólo tiene un dominio parcial sobre su palabra, que no controla totalmente su discurso, que no es dueño de lo que dice, que es también hablado por otro.

Corpus

Está constituido por seis discursos pronunciados por AF. Los primeros cinco, en conferencias de prensa televisadas y transmitidas vía streaming desde el primer anuncio (19 de marzo de 2020) de puesta en vigencia del DNU del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) y sus primeras cuatro prórrogas. El sexto discurso, fue el de apertura de sesiones legislativas ordinarias, el 1 de marzo de 2021, y se transmitió por cadena nacional. Pudimos acceder⁶ a la discursividad de manera completa a través del sitio <https://www.caserosada.gob.ar/informacion/discursos>.

Resultados

En relación a los tópicos que constituyeron la base de la discursividad política de AF durante los primeros meses de pandemia, identificamos que la “salud” se posicionó como fetiche (Angenot, 2010) lo sagrado, incuestionable, lo que va de suyo, un tipo de verdad universal y AF como el actor principal que estará a cargo del “*cuidado de la salud de las y los argentinos*”. Esto reenviaba en su discursividad a la figura de un Estado fuerte y presente, encarnado en su cuerpo, como un líder que privilegia el “*derecho a la salud pública y a la vida*”.

En situaciones de alarma generalizada es imprescindible el rol del Estado para prevenir, tranquilizar y brindar protección a la población. Un Estado presente en materia de salud es la mejor manera de cuidar a la población. (Alberto Fernández, 13 de marzo de 2020)

La verdad que el cuidado de la salud de los argentinos para nosotros es muy importante (...) Es hora de que comprendamos que estamos cuidando la salud de los argentinos (...)el primer deber de un gobernante es cuidar la salud de su gente, es cuidar la integridad física de su gente, y lo único que estuve haciendo y estamos haciendo todos los que estamos aquí, es cuidando la integridad física de aquellos a los que gobernamos y aquellos que confiaron en nosotros para salir adelante en un momento como este. (Alberto Fernández, 20 de marzo de 2020)

...porque a nosotros nos preocupa la salud de nuestra gente (...) (Alberto Fernández, 30 de marzo de 2020)

⁶ Discursos consultados a través del sitio web oficial del Poder Ejecutivo, el 12 de agosto de 2022.

Hemos podido acatar un criterio lógico, sanitario que lo que hizo básicamente fue preservar nuestra salud y preservar también nuestras vidas y la de los otros (...)pero como les dije el primer día, no quiero que me hagan caer en el falso dilema de la salud o la economía, porque la verdad quiero serles franco, yo prefiero que una fábrica no trabaje porque sus empleados están en cuarentena y no porque porque sus empleados están enfermos (...) lo que nosotros queremos hacer, que no es otra cosa que no sea cuidar la salud de los argentinos. Sigamos cuidando la salud, es cuidar a la Argentina. (Alberto Fernández, 30 de marzo de 2020)

En esa misma operación, otro tópico, la “economía”, fue arrojado a las zonas periféricas del discurso, se invisibilizó de los enunciados del presidente. Sin embargo, AF anunció que también el gobierno tenía un “plan” en esa esfera, y le dio un lugar protagónico como mayor preocupación del Estado, pero en un escenario temporal futuro, de postpandemia: “*Primero la salud pública y la vida, luego la economía*”. Identificamos allí que se comenzaba a erigir unos primeros indicios que daban cuenta de una tensión en el lenguaje con una mirada neoliberal del mundo, que caracterizó a la identidad política configurada en la discursividad política del ex presidente de Argentina que lo antecedió desde diciembre de 2015 hasta diciembre de 2019, Mauricio Macri. En ese sentido, utilizó también como recurso, la comparación con Chile y Brasil, presididos por Sebastián Piñera y Jair Bolsonaro, para legitimar su visión de mundo (Angenot, 2010), porque hasta ese momento, las estadísticas de mayor mortalidad por Covid-19 cada 100 mil habitantes, le servían a AF para legitimar discursivamente las medidas adoptadas.

Así como estamos trabajando en la cuarentena estamos trabajando en el tema económico. Nuestra mayor preocupación es que el día después – cuando todo esto pase – queremos que la economía vuelva a recuperar su actividad tan pronto se pueda y en su absoluta dimensión (...) así como nos organizamos en un plan para poder enfrentar la pandemia, desde el mundo sanitario, también hemos organizado un plan para enfrentar la pandemia desde el punto de vista económico. Y en eso estamos trabajando. (Alberto Fernández, 25 de abril de 2020)

Todo esto lo estamos haciendo básicamente porque conocemos el problema que la economía atraviesa frente al efecto de la cuarentena, no dejamos de prestarle atención. Pero una vez reafirmo y reafirmamos – estoy seguro que estoy hablando en nombre de los tres – que lo que más nos preocupa es cuidar la salud de

nuestra gente, que lo que más nos interesa es preservar la vida de nuestra gente.
(Alberto Fernández, 12 de mayo de 2020)

Otro tópico centrípeto que observamos fue el de “*unidad*”. Este vino a reforzar en clave dialógica a uno de los principales componentes programáticos del discurso de campaña en donde AF prometía finalizar con la “*grieta*”. En ese sentido, en sus comparencias resaltaba que las decisiones se tomaron “*codo a codo*” con los 24 gobernadores. En ese sentido, identificamos que se puso en circulación una configuración de imagen de sutura de los clivajes políticos/ideológicos entre Peronismo/Radicalismo/PRO reforzados con la puesta en escena, donde los banners oficiales de fondo de pantalla expresaban el enunciado “*Argentina unida*”.

Tenemos que demostrarnos una vez más que en los temas importantes estamos unidos (...) Atravesamos dificultades. Vamos a seguir monitoreando al instante la evolución de esta pandemia para actualizar y tomar las medidas que hagan falta (...) 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. (Alberto Fernández, 13 de marzo de 2020)

Esta vez me dice Ginés algo que es muy cierto, la salud esta vez nos ha unido a todos sin marcar diferencias, ha unido a la ciencia, ha unido a las políticas de todas las banderas. (Alberto Fernández, 25 de abril de 2020)

Estamos trabajando codo a codo con el Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, ahí tenemos el principal foco de contagio, ahí está setenta por ciento del problema. (Alberto Fernández, 12 de mayo de 2020)

En consiguiente, en la búsqueda sistemática de analizar las formas que asumieron los campos del ‘nosotros’ y los ‘otros’ a través de la configuración de fronteras simbólicas, dimensiones adversativas y antagonismos en la estrategia discursiva de AF, pudimos identificar que el tópico “*economía*”, centrífugo en las primeras conferencias, emergió en los últimos discursos analizados con mayor visibilidad y le permitió al presidente ir desplazando al primer enemigo de la vida de las y los argentinos, “*el virus*”, “*el enemigo invisible*” por la configuración de un contradestinatario, el gobierno anterior. La polémica, lo adversativo fue girando en un nuevo pliegue de sentido hacia el gobierno anterior:

La pandemia ha golpeado a la economía del mundo, no a la Argentina. La Argentina ya venía golpeada, el 10 de diciembre, y la pandemia nos exigió un esfuerzo más; Por ese motivo, en estos días, a pesar de que la pandemia continúa, nosotros seguimos avanzando – por ejemplo – tratando de resolver el conflicto de la deuda que heredamos. (Alberto Fernández, 25 de abril de 2020)

En continuidad se construyeron también dos sectores con los que se trazaron fronteras simbólicas y se reforzaron dimensiones adversativas, ausentes en los primeros discursos: Por un lado, los empresarios poderosos *“atrapados por la ansiedad de abrir la economía sin medir las consecuencias en la salud y vida de la gente”*. *“Voy a ser duro con los que despiden gente”*. *“El Estado controla, del lado de los débiles, de los trabajadores”*. Por el otro, determinados conglomerados mediáticos a los cuales interpela a que *“informen bien”* e insta a que *“no introduzcan discusiones falsas”* sobre los beneficios para la gente de *“abrir la economía”*. En ese sentido, a partir del cuarto discurso analizado, AF comenzó a enfrentar a toda aquella discursividad que se corría del orden de los enunciados del estado nacional o sentidos que se intentaban instituir desde producción, que privilegiaba la salud por sobre la economía.

Pero la verdad no es el pensamiento del Papa o el pensamiento de Alberto Fernández, es una regla moral que tenemos como sociedad, no podemos en semejante crisis desamparar a alguien dejándolo sin trabajo, y vuelvo a repetir, acá de lo que se trata para muchos de esos empresarios es de ganar menos, no de perder: bueno, muchachos, les tocó la hora de ganar menos. Y así lo voy a hacer respetar. (Alberto Fernández, 30 de marzo de 2020)

He dado todos estos datos, para terminar con esta discusión; no me van a torcer el brazo, voy a cuidar a la gente más que nada y estoy tranquilo de decirlo porque mi lugar más conflictivo que tenemos es la Ciudad de Buenos Aires, el área metropolitana de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires y quienes están a mi lado, piensan lo mismo que yo y por eso estamos trabajando en el mismo sentido (...) Por lo tanto, demos vuelta a la página para ver cómo seguimos combatiendo a la pandemia y terminemos esta discusión, en la que nos han metido falsamente y con la cual nos quieren hacer creer que si abrimos la economía la gente va a estar mejor; si abrimos la economía vamos a terminar como terminó Suecia. ¿De acuerdo? (...) Digo todas estas cosas para los que son atrapados por la ansiedad de abrir la economía, sin medir las consecuencias en la salud y en la vida de la gente. (Alberto Fernández, 12 de mayo de 2020)

Respecto al tipos de ethos y pathos que se construyó en la discursividad del enunciador AF en los discursos del 2020, identificamos que se puso en juego un ethos mostrado ejecutivo, pragmático y responsable que resaltó que desde su gobierno se tomaron *“medidas rápidas para prevenir el avance del virus”* y que forman parte de *“un plan”* para lograr *“menor velocidad en los contagios”* y *“que no colapse el sistema de salud”*. *“Hemos calculado absolutamente todo”, “Dictamos 30 medidas de todo tipo”, “Tenemos claro dónde está el virus” “Hemos logrado controlar la pandemia”* En el último discurso analizado del 2020, emerge el tópico *“cuarentena”* como medida exitosa, como logro, lo que reforzó a partir del ethos dicho de efectividad, el mostrado.

El presidente, desde la primera comparecencia en donde anunció el DNU configuró un ethos combativo con una retórica bélica al enunciar que se iba a poner al frente de la *“batalla”*, y que la darían *“juntos”* a las y los argentinos, empoderados y protagónicos por obedecer, quedándose en sus casas. Se posicionó como un líder que tomaba decisiones apoyado en la escucha abierta/amplia de quienes ubica en la lengua legítima en ese contexto particular (Angenot, 2010): epidemiólogos y virólogos. A la vez, se configuró un ethos de líder justo y disciplinador *“Vamos a ser absolutamente inflexibles”, “máxima severidad” “El que no cumpla se verá sometido a las sanciones que el código penal prevé para quienes violan las normas”*.

Ustedes saben que, esta mañana, tuve también una reunión – junto al ministro de Salud y otros colaboradores, el ministro del Interior y el Jefe de Gabinete – con la comunidad científica. Allí un grupo de ⁸ expertos, a los que habitualmente consulto, me dieron su impresión sobre cómo evolucionaba la cuarentena y me plantearon también su idea sobre lo que creían ellos debíamos hacer. (Alberto Fernández, 30 de marzo de 2020)

Primero quiero darle las gracias al Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires; al Gobernador de la Ciudad de Buenos Aires y al Doctor Cahn y a la Dra Roses, que forman parte del equipo de epidemiólogos, cuyo aporte es invaluable, para poder tomar decisiones para alguien, que como yo, soy un abogado (Alberto Fernández, 12 de mayo de 2020)

... que a partir de la 00:00 horas, la Prefectura, la Gendarmería, la Policía Federal y las policías provinciales estarán controlando quién circula por las calles. Y entiéndase que aquel que no pueda explicar lo que está haciendo en la calle se verá sometido, a las sanciones, que el Código Penal, prevé para quienes violan las normas que la autoridad sanitaria dispone, para frenar una epidemia o – en este caso - una pandemia. (Alberto Fernández, 20 de marzo de 2020)

Finalmente, en los discursos seleccionados de 2020, intentamos reconocer las estrategias discursivas en los usos del cuerpo de AF (como objeto signifiante) que reforzaron o no la verosimilitud. Es sabido que el primer mandatario, antes de ser presidente, fue y es docente de la Universidad de Buenos Aires (UBA), en la carrera de Abogacía (*ethos prediscursivo*). En consiguiente, lo importante es cómo en algunas comparecencias mediáticas donde anunciaba la prórroga de la cuarentena, apeló a la figura del presidente/docente.

En primer lugar, AF se apropió del espacio con seguridad, lo que le permitió acceder al público de otra manera y generó otro tipo de contacto: En relación a las y los periodistas que estaban compartiendo la misma sala, por el sólo hecho de pararse, desplazarse y explicar las “*filminas*”, los ubicó (al menos por un tiempo) en el lugar de estudiantes que antes de preguntar, debían escuchar atentos/as y aprender de quien detentaba la enunciación pedagógica, el profesor que sabía, explicaba, comparaba y ordenaba. Esta relación asimétrica en el intercambio enunciativo fue fortalecida por las preguntas “¿se entiende?”, “¿me siguen?”, “¿de acuerdo?”. Y en relación a las y los ciudadanos que seguían la transmisión por televisión u otras plataformas vía streaming, la espectacularización del cuerpo interpeló a generar un contacto de mayor acercamiento o confianza, porque no sólo el profesor miraba a los ojos a sus estudiantes (las y los argentinos) para construir credibilidad, sino que estos escuchaban al presidente, que antes de serlo, fue y es docente.

Como manifestamos en la introducción y en los objetivos de este trabajo, nos interesaba abordar continuidades, desplazamientos y rupturas en la configuración del dispositivo de enunciación de AF, un año después de la puesta en vigencia del ASPO, fundamentalmente, a partir de la irrupción en la esfera mediática nacional de un hecho irregular en el proceso de vacunación que llevaba adelante el Ministerio de Salud de la Nación. Otro dato clave, es que hacia fines del mes de febrero de 2021, Argentina había superado las 50 mil personas fallecidas. En consiguiente, fue clave recuperar el discurso del 1 de marzo de 2021, emitido por el presidente en el Congreso de la Nación Argentina, teniendo en cuenta, que el acontecimiento tomó relevancia mediática el 19 de febrero, es decir, diez días antes.

El principal eje que pudimos identificar como desplazamiento del dispositivo de enunciación o continuidad y profundización en relación a los objetivos del trabajo, es la exacerbación de la dimensión polémica, antagónica y adversativa con el gobierno anterior. El enunciador presidente construyó a ese otro negativo, enemigo, contradestinatario, no sólo identificándolo como el responsable de un pasado reciente abyecto, sino que le asigna carácter óntico, un ser, un nombre: Mauricio Macri. A partir de la recurrencia al

componente descriptivo del discurso político, atravesado por la configuración de un pasado reciente desde un estado patémico disfórico, AF hizo un balance o estado de situación de lo que considera que dejó su antecesor en diversas áreas gubernamentales. AF realizó una fuerte semantización negativa del gobierno anterior, de “minorías” y de medios de comunicación “...quienes tras el disfraz de la objetividad preservan intereses de poderes económicos concentrados”, apelando a una deixis de las políticas de los años previos en Argentina:

Hace un año vine a este Honorable Congreso de la Nación para hablar frente a ustedes y frente a todo el pueblo argentino. Aquel día, como hoy también, traía la voluntad inquebrantable de poner de pie un país que había quedado de rodillas y sumido en el pozo de la desigualdad y la pobreza por las políticas que en los años previos se habían practicado (...) Crisis sanitaria que, en el caso argentino, coincidía con un escenario de extrema debilidad económica y social (...) No estábamos en una situación cómoda. Arrastrábamos una sociedad debilitada por el hambre y la pobreza, una economía escuálida y endeudada como nunca antes lo había estado, un sistema de salud quebrado que mantenía cerrado hospitales, dejaba vencer vacunas y permitía pasivamente la diseminación de enfermedades que creíamos desterradas. Debíamos enfrentar el incendio sabiendo que otros habían acabado con el agua. Durante el primer semestre del 2020 la pobreza aumentó 5,4 puntos porcentuales (de 35,5% a 40,9%). Es una situación grave, que vamos a revertir. En esta crisis inmensa la pobreza creció menos que entre 2017 y 2019, cuando subió de 25,7% a 35,5% (...) Ya en 2018 la Argentina fue sumergida en una nueva y profunda crisis en la balanza de pagos, en una grave recesión, en una caída de los niveles de actividad y de los ingresos reales y en un aumento notorio del desempleo, la pobreza y la indigencia. Como si esto fuera poco, cuando el país perdió el acceso al financiamiento internacional, el gobierno anterior solicitó el préstamo más grande de la historia del Fondo Monetario Internacional. Los U\$S 44.000 millones de dólares recibidos por Argentina se esfumaron antes que asumamos nuestras funciones en diciembre de 2019 (...) Con firmeza y esfuerzo, hemos logrado la renegociación de la tóxica deuda externa privada. La estrategia fue aprobada por este Congreso de la Nación, acompañada por el conjunto de los gobernadores, y respaldada en su negociación por los empresarios, representantes sindicales y la mayor parte de los movimientos sociales (...) La voluntad del país en su conjunto ha sido determinante. Es imperioso que todos afirmemos nuestro compromiso de no permitir

nunca más que se genere un endeudamiento asfixiante a partir de la toma de crédito irresponsable. Ahora sabemos también, por boca del mismísimo presidente del Banco Interamericano de Desarrollo, que en sus días de director del Fondo Monetario Internacional en representación de la administración Trump, impulsó el otorgamiento de semejante préstamo para favorecer al entonces presidente Macri en la búsqueda de su reelección (...) Sería importante que quienes han sido responsables en el pasado reciente de sumir a la Argentina en esta tragedia de endeudamiento brutal, reconozcan sus errores y, al menos, tengan sobriedad a la hora de pontificar sobre los diferentes temas económicos y sociales que aquejan al país. Una deuda tomada por un gobierno irresponsable que obtuvo un crédito otorgado en su favor por motivos absolutamente políticos, merece una revisión y un tratamiento adecuado a la hora de su renegociación (...) Todos sabemos que hay intereses que siguen privilegiando la especulación financiera y minorías que quedan aferradas a la especulación política. Todos percibimos que minorías ultra-recalcitrantes agitan el odio como negocio personal y con mezquindades que no trepidan en emplear los más bajos medios de actuación. Los mismos que producen esas situaciones también son fabricantes del desánimo y del escepticismo. Son quienes pretenden instalar la idea de que la Argentina no tiene salida.

Los acuerdos exigen respetarnos. La pirotecnia verbal solo nos aturde y nos confunde. A lo largo de este año algunos sectores se han esforzado por generar incertidumbre y desánimo lanzando petardos cargados de falacias. (...) Cuando debimos aislarnos en nuestras casas para recuperar los hospitales públicos que habían sido abandonados, firmaban solicitadas acusándonos de haber impuesto una “infectadura”. Muchos circularon incansables por medios y redes sociales blasfemando contra la vacuna elaborada por el Instituto Gamaleia. “Que se la apliquen a sus votantes”, bramaba alguno de ellos. Otros fueron más allá y nos acusaron penalmente por envenenar a la población cuando dispusimos la aplicación de la vacuna. Todos ellos, poco tiempo después y para el asombro colectivo, alzaron sus dedos acusadores reclamando que el supuesto “veneno” que suministrábamos era insuficiente.

El primer análisis introspectivo que esos sectores deberían hacer, tendría que pasar por una cuidada observación del tiempo en que tuvieron en sus manos la gestión del gobierno. Verán así, como todas sus políticas condujeron inexorablemente a estrepitosos fracasos. Yo aún guardo la esperanza de que algún día hagan un mea culpa, entierren el odio que cargan y ayuden a levantar los

cimientos del país que han derrumbado. (Alberto Fernández, 1 de marzo de 2021)

En esta descripción del Estado heredado comienza a sedimentarse y a ocupar un lugar centrípeto, en la discursividad de AF, la disputa contra arquitectónicas de mundo neoliberales. Recuperó como uno de los tópicos centrales para delimitar la frontera, la “tóxica deuda”, “inescrupulosa” del gobierno anterior con el Fondo Monetario Internacional. En ese sentido las gramáticas neoliberales son cuestionadas y ocupan, en la discursividad de AF, el lugar de lo prohibido, lo anormal, aquello que queda por fuera del orden del discurso, que debe expulsarse para así poder instituir un nuevo régimen de verdad, enmarcada en una narrativa que se presenta como alternativa a la que encuentra como condición de producción una fuerte matriz del discurso neoliberal. Identificamos como estrategia, que el foco de la crisis económica/política/social que comenzaba a agravarse en Argentina tras un año de pandemia, no es asumido por el gobierno de AF, sino que es desplazado hacia una doble orientación: una crisis mundial que afecta ineludiblemente a Argentina, pero fundamentalmente, a otro actor, que debe asumir la mayor responsabilidad: *“quienes tuvieron en sus manos la gestión del gobierno”* desde 2017 hasta fines de 2019.

Frente a este escenario, AF construye un colectivo de identificación amplio sustentado en una gnoseología de un tipo de Estado que caracterizará a su gestión y a la vez profundizará la frontera simbólica a través de la diferenciación, fetichizando dos tópicos “salud” y “educación”:

Sin salud no hay presente y sin educación no hay futuro. Garantizar el futuro de justicia social, de oportunidades, bienestar y dignidad que nuestro pueblo merece, requiere de fuertes decisiones en la educación (...) Pero vamos a lograr acuerdos que representen a las inmensas mayorías para, de esa forma, dar pasos sólidos en la dirección del país que soñamos. La salida de la Argentina es muy clara. Es este camino de construcción de acuerdos para el desarrollo integral que estamos planteando frente a ustedes.

Siempre con pluralidad (...) Vengo a proponerles que construyamos juntos un nuevo acuerdo para que la Argentina no recaiga más en un estado ausente. Aquello que las argentinas y los argentinos esperamos, un país justo, que crezca y distribuya la riqueza, donde haya trabajo y lugar para todas y todos, es posible. No sólo es posible. Vamos a construirlo. Una economía inclusiva, productivamente dinámica, macroeconómicamente estable, federal y soberana. (Alberto Fernández, 1 de marzo de 2021)

En esta mirada de mundo, en donde se intenta instituir un centro hegemónico discursivo que había sido desplazado, identificamos como condición de producción en los enunciados de AF lo que Ardití (2009), en relación al giro a la izquierda en América Latina, clasifica como intento por mejorar la distribución de la riqueza y los privilegios en beneficio de los pobres y excluidos, y el retorno de volver a colocar en la centralidad discursiva política y económica, los tópicos igualdad, redistribución e inclusión. Este modelo, se puede calificar en palabras de Basualdo (2017) como un Estado fuerte y con la redistribución del ingreso a favor de los asalariados. Mientras que también identificamos como condición de posibilidad, aquello que Francisco Panizza (2008) describe como característico de todos los discursos populistas de América Latina: su fuerte rechazo contra el neoliberalismo. De esta manera, si pensamos al populismo como representamen, para gobiernos y sectores que legitimaban el giro a la izquierda de comienzos del siglo XXI en Latinoamérica, reenvía al interpretante Estado interventor y asistencialista, con control de los servicios públicos, propiedad y control estatal en diversas esferas de la producción y la comercialización, proteccionismo comercial, utilización política del gasto público y redistribución de ingresos (Aboy Carles, 2001). Además, a una profunda lógica democratizante porque da voz a los excluidos (Panizza, 2008) y les promete una participación radical en un nuevo orden en que la plebs (los más débiles) se convertirá en populus (el demos).

Finalmente, observamos que el acontecimiento irregular durante el proceso de vacunación no ocupó el centro de su discursividad, pero, sin embargo, le permitió al presidente la configuración de un sujeto falible, cercano y sensible: *“Llego a este Honorable Congreso con mis convicciones intactas, mi corazón abierto para hablarles con la humildad de quien puede reconocer errores”*. AF puso en juego un nuevo pliegue de sentido a través del cual se intentó reforzar la imagen de sí mismo como líder ejecutivo, pragmático y responsable: *“Hemos iniciado el mayor operativo de vacunación de la historia argentina. Vamos a avanzar semana a semana en nuestro plan de vacunación”*. En continuidad, lo que numerosos conglomerados mediáticos acentuaron como “el escandaloso Vacunatorio Vip” que reenviaba a un sistema corrupto, fue reacentuado en el dispositivo de AF como un líder justo, ético, disciplinador, que controla y hace cumplir las reglas, configuración que ya emergía en 2020:

En ese Plan hay prioridades muy claras. Las reglas se deben cumplir. Si se cometen errores, la voluntad de este Presidente es reconocerlos y corregirlos de inmediato. Cuando se dijo que aquellas reglas habían sido transgredidas, me he encargado de recabar la información pertinente. Aun cuando en lo personal

me causaran mucho dolor, tomé las decisiones que correspondían. Ningún gobierno de la tierra se puede arrogar el privilegio de no cometer errores, pero todo gobierno sensible sí tiene la obligación de corregir esos errores para desterrar cualquier indicio de privilegio o falta de solidaridad (Alberto Fernández, 1 de marzo de 2021)

Conclusiones

A partir de esta primera aproximación al dispositivo de enunciación de AF podemos advertir cómo se puso en tensión su estatuto de enunciador legitimado. Si bien, en el análisis dimos cuenta de que pudo resolver la dicotomía salud – economía a partir de una transmutación del sentido ‘no hay economía sin salud’, y al mismo tiempo, instituyó la operación de posicionamiento del discurso científico por sobre el político, esta rápida síntesis, le permitió a AF ocupar exitosamente el espacio social frente a un momento disruptivo, aunque solamente de manera inicial. En consiguiente, observamos que es en ese mismo acto de sustentación de un ethos creíble, donde podríamos identificar el germen de su debilidad a partir de la dimensión ética desde la cual se construyó en esa etapa inicial. Sin embargo, analizamos como en 2021, el acontecimiento del proceso irregular de vacunación, le permitió reforzar un ethos de presidente justo a partir del pedido de renuncia al ministro de Salud de la Nación. Ese nuevo pliegue de sentido, fue la plataforma para exacerbar, desplazar y profundizar la dimensión adversativa con el gobierno anterior, quienes para este nuevo gobierno, que da batalla por instituir un nuevo régimen de verdad en la esfera discursiva política, es construido como el mayor responsable del estado actual disfórico de Argentina. A la vez, en una primera etapa de mediatización de sus discursos, el presidente intentó también desplazar la mirada maniquea en torno al Estado y su incapacidad de gestionar.

Posteriormente, el mismo sujeto textual fue gradualmente perdiendo ese capital simbólico inicial a causa de una incoherencia entre lo que construía desde su dispositivo enunciativo y las prácticas extradiscursivas. A modo de ejemplo, otro acontecimiento, sucedido en agosto de 2021, conocido mediáticamente como “la fiesta de Olivos”, puso en evidencia que el propio presidente había violado la legislación nacional para festejar el cumpleaños de su esposa. Una de los indicios que tomamos como conjetura de la pérdida de verosimilitud, fue la derrota del oficialismo en las elecciones legislativas 2021. Sin embargo, es sólo una hipótesis sostenida desde un paradigma indiciario, debido a que

un trabajo riguroso implicaría preguntarse por las condiciones de producción, por la circulación y fundamentalmente, analizar e investigar lo que Verón (1987) propone como efectos de sentido.

Referencias bibliográficas

- Aboy Carles, G (2001) Repensando el populismo. Ponencia preparada para el XXIII Congreso Internacional Latin American Studies Association, Washington D.C, 6 al 8 de septiembre de 2001.
- Amossy, R (2010) La presentación de sí. Ethos e identidad verbal, París, Traducción realizada por María Mercedes López para uso exclusivo de los alumnos del seminario Introducción al Análisis del Discurso 2011, de la Maestría en análisis del Discurso, FFyL, UBA.
- Angenot, M. (2010) *El Discurso Social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Siglo XXI Editores. Buenos Aires.
- Ardití, B. (2009, setembro-dezembro). "El giro a la izquierda en América Latina: una política post-liberal". *Ciencias Sociais Unisinos*, vol. 45, nro. 3.
- Bajtín, M. (1970) "El problema de los géneros discursivos". En *Estética de la creación verbal*. Editorial Siglo XXI, México.
- Basualdo, M, González, M y Manzanelli, P (2017). La primera etapa del gobierno de Cambiemos. El endeudamiento externo, la fuga de capitales y la crisis económica y social en Endeudar y Fugar. Buenos Aires : Siglo XXI Editores.
- Dalmasso, M. T. (2005) "Reflexiones semióticas". *Revista Estudios* 17, 13-20. Universidad Nacional de Córdoba.
- (1999) "Del conocimiento de la realidad material" en Dalmasso María Teresa y Adriana Boria (comp) *El Discurso social argentino 1. Memoria: 70/90*. Topografía proyecto editorial. Córdoba.
- Foucault, M. (1982) *El orden del discurso*. Editorial Populares. México.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Editorial Hachette. Buenos Aires.

- Maingueneau, D (2008) *Los términos clave del análisis del discurso*. Nueva visión, Buenos Aires.
- Martínez, F. (Comp.) (2011) *Lecturas del presente. Discurso, política y sociedad*. Eduvim. Villa María, Córdoba.
- Narvaja de Arnoux, E. (2012) *Unasur y sus discursos. Integración Regional, amenaza externa, Malvinas*. Editorial Biblos. Buenos Aires
- (2009) *Análisis de Discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Santiago Arcos Editor. Buenos Aires. Perelman, C. y Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la Argumentación. La nueva retórica*. Gredos, Madrid.
- Panizza, F. (2008). "Fisuras entre populismo y democracia en América Latina". En *El retorno Del pueblo. Populismo y nuevas democracias en América Latina*. Quito: FLACSO y el Ministerio de Cultura.
- Peirce, Ch. (1986) *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires. Nueva Visión.
- Robles Ridi; J (2019) "Construcciones identitarias en Argentina del siglo XXI: la organización de lo decible y lo opinable en la discursividad política reciente. Un análisis semiótico de los discursos de Mauricio Macri (2015 – 2017)". Tesis de Doctorado para obtener el título de Doctor en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Argentina. Disponible en <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/17895?show=full>
- Sigal, S. & Verón, E. (2003) *Perón o Muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Eudeba. Buenos Aires.
- Verón, E. (1987a) *La Semiosis Social*. Gedisa Editorial, Buenos Aires.
- (1987b) "La palabra adversativa". En: *El discurso político. Lenguaje y acontecimientos*. Hachette, Buenos Aires.
- Vitale, A (2020) Discurso presidencial sobre el COVID-19. El caso de Alberto Fernández en Argentina. En revista deSignis N° 33 Intersecciones en el discurso político. ISSN impreso 1578-4223. ISSN digital 2462-7259. Depósito Legal B.3146-2001 Universidad

de Rosario (Argentina) Versión electrónica: designisfels.net

- Vitale, A. y Maizels, A. (2011) El discurso electoral de Cristina Fernández de Kirchner (2007). Un caso de ethos híbrido no convergente. En Revista Linguagem en (Dis)curso, volumen 11, número 2.
- Voloshinov, V. (2009) *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Nueva Visión. Buenos Aires. Prólogo y traducción: Tatiana Bubnova.

