

Sandra Regina Martini, Moara Curubeto e Matteo Finco
(Organizadores)

DISCURSOS DOS PRESIDENTES DO MERCOSUL FRENTE À PANDEMIA

***Observatório* de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos
por Presidentes dos países fundadores do MERCOSUL**

OS MOVIMENTOS ENTRE OS SABERES

A Transdisciplinaridade e o Direito Vol. XV

1ª edição

Santa Cruz do Sul

Essere 
nel Mondo
e-book editora

2021

CONSELHO EDITORIAL

- Prof. Dr. Alexandre Morais da Rosa - Direito - UFSC e UNIVALI/Brasil
- Prof. Dr. Alvaro Sanchez Bravo - Direito - Universidad de Sevilla/Espanha
- Prof. Dr. Argemiro Luís Brum - Economia - UNIJUI/Brasil
- Prof. Dr. Carlos M. Carcova - Direito - UBA/Argentina
- Prof^a. Dr^a. Caroline Müller Bitencourt - Direito - UNISC/Brasil
- Prof. Dr. Demétrio de Azeredo Soster - Ciências da Comunicação - UNISC/Brasil
- Prof. Dr. Eduardo Devés - Direito e Filosofia - USACH/Chile
- Prof. Dr. Eligio Resta - Direito - Roma Tre/Itália
- Prof^a. Dr^a. Gabriela Maia Rebouças - Direito - UNIT/SE/Brasil
- Prof. Dr. Gilmar Antonio Bedin - Direito - UNIJUI/Brasil
- Prof. Dr. Giuseppe Ricotta - Sociologia - SAPIENZA Università di Roma/Itália
- Prof. Dr. Humberto Dalla Bernardina de Pinho - Direito - UERJ/UNESA/Brasil
- Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet - Direito - PUCRS/Brasil
- Prof. Dr. Ismael Francisco de Souza - Direito - UNESC/Brasil
- Prof. Dr. Janriê Rodrigues Reck - Direito - UNISC/Brasil
- Prof. Dr. João Pedro Schmidt - Ciência Política - UNISC/Brasil
- Prof. Dr. Jose Luis Bolzan de Morais - Direito - FDV/Brasil
- Prof^a. Dr^a. Kathrin Lerrer Rosenfield - Filosofia, Literatura e Artes - UFRGS/Brasil
- Prof^a. Dr^a. Katia Ballacchino - Antropologia Cultural - Università del Molise/Itália
- Prof^a. Dr^a. Lilia Maia de Morais Sales - Direito - UNIFOR/Brasil
- Prof. Dr. Luís Manuel Teles de Menezes Leitão - Direito - Universidade de Lisboa/Portugal
- Prof. Dr. Luiz Rodrigues Wambier - Direito - UNIPAR/Brasil
- Prof. Dr. Maiquel Angelo Dezordi Wermuth - Direito - UNIJUI/Brasil
- Prof^a. Dr^a. Nuria Belloso Martín - Direito - Universidade de Burgos/Espanha
- Prof. Dr. Sidney César Silva Guerra - Direito - UFRJ/Brasil
- Prof^a. Dr^a. Silvia Virginia Coutinho Areosa - Psicologia Social - UNISC/Brasil
- Prof. Dr. Ulises Cano-Castillo - Energia e Materiais Avançados - IIE/México
- Prof^a. Dr^a Verônica Teixeira Marques de Souza - Ciências Sociais - UNIT/Brasil
- Prof^a. Dr^a. Virgínia Appleyard - Biomedicina - University of Dundee/ Escócia

COMITÊ EDITORIAL

- Prof^a. Dr^a. Fabiana Marion Spengler - Direito - UNISC/Brasil
- Prof. Me. Theobaldo Spengler Neto - Direito - UNISC/Brasil

Todos os direitos são reservados. Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida por qualquer meio impresso, eletrônico ou que venha a ser criado, sem o prévio e expresso consentimento da Editora. A utilização de citações do texto deverá obedecer as regras editadas pela ABNT. As ideias, conceitos e/ou comentários expressos na presente obra são criação e elaboração exclusiva do(s) autor(es), não cabendo nenhuma responsabilidade à Editora.

D611 Discursos dos presidentes do Mercosul frente à pandemia [recurso eletrônico] / Organizadores Sandra Regina Martini, Moara Curubeto, Matteo Finco - Santa Cruz do Sul: Essere nel Mondo, 2021.
67 p. – (Os movimentos entre os saberes: a transdisciplinaridade e o direito, v. 15)

Texto eletrônico.

Modo de acesso: World Wide Web.

1. Presidentes – Países do Mercosul - Discursos. 2. Pandemias - Discursos. 3. Comunicados à imprensa – Países do Mercosul. I. Observatório de comunicados oficiais sobre a covid-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do Mercosul. II. Martini, Sandra Regina. III. Curubeto, Moara. IV. Finco, Matteo.

CDD: 352.238

ISBN: 978-65-5790-036-9

Bibliotecária responsável: Fabiana Lorenzon Prates - CRB 10/1406

Catálogo: Fabiana Lorenzon Prates

Revisões: revisão metodológica e gramatical pelos autores

Diagramação: Daiana Stockey Carpes

Ilustração da capa: Ricardo Giuliani. A imagem “HUMANA PAISAGEM”, faz parte da série URBANO CAOS, pertencente ao Acervo do Museu de Arte Contemporânea do Rio Grande do Sul, foi cedida exclusivamente, para publicação de Livro, físico ou eletrônico, coordenado pela professora Sandra Regina Martini, por intermédio de Essere nel Mondo Editora Ltda. As comunicações ao MACRS foram feitas pelo artista.

Fotografia: Nilton Santolin

Conselho Editorial da obra:

Dra. Claudia Zalazar - Universidad Blas Pascal (UBP - Argentina)

Dra. Clara Cardoso Machado Jaborandy - Universidade Tiradentes (SE - Brasil)

Dr. Eligio Resta – Università degli Studi Roma Tre (Itália)

Dr. Francesco Bilancia – Università di Chieti-Pescara (Itália)

Dr. Giancarlo Corsi – Università de Modena e Reggio Emilia (Itália)

Dr. Jacinto Nelson de Miranda Coutinho – Universidade Federal do Paraná (Brasil)

Dra. Janaína Machado Sturza - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (RS - Brasil).

Dr. Luiz Alberto David Araújo – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (SP - Brasil)

Dr. Lucas Gonçalves da Silva – Universidade Federal de Sergipe (SE - Brasil)

Dra. Luciana Aboim Machado Gonçalves da Silva – Universidade Federal do Sergipe (SE - Brasil)

Dr. Marcelo Andrade Cattoni de Oliveira – Universidade Federal de Minas Gerais (MG - Brasil)

Dr. Manoel Jorge e Silva Neto – Universidade Federal da Bahia (BA - Brasil)

Dra. Maria Cristina Vidotte Blanco Tárrega - Universidade Federal de Goiás (GO - Brasil)

Dra. Maria Isabel Bellini – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (RS - Brasil)

Dr. Matteo Finco - Centro Universitário Ritter dos Reis (RS - Brasil)

Dr. Menelick de Carvalho Netto – Universidade de Brasília (DF - Brasil)

Dra. Silvia López Safi – Universidad Nacional de Asunción (Paraguai)

Dra. Tereza Picontó Novales – Universidad de Zaragoza (Espanha)

Dra. Virginia Zambrano – Universidade Salerno (Itália)

Editora - chefe: Dra. Sandra Regina Martini – Centro Universitário Ritter dos Reis/ Universidade Federal do Rio Grande do Sul/ Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (Brasil)

Comitê editorial: Dra. Sandra Regina Martini, Matteo Finco, Moara Curubeto Lona de Miranda e Marceli Tomé Martins

Apoio: CNPq, FAPERGS, Universidad Blas Pascal, Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Universidade Federal do Mato Grosso do Sul.





SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	7
NOTA METODOLÓGICA	9
1. CORONAVIRUS EN ARGENTINA: VIDA Y ECONOMÍA EN LA ENCRUCIJADA COMUNICACIONAL	11
2. LEVANTAMENTO DE MENSAGENS PUBLICADAS PELO PRESIDENTE DO BRASIL NA REDE SOCIAL TWITTER	25
3. ANÁLISIS DEL DISCURSO PRESIDENCIAL EN TWITTER: CASO MARIO ABDO BENÍTEZ EN PARAGUAY	44
4. LA COMUNICACIÓN PRESIDENCIAL FRENTE A LA PANDEMIA DE COVID-19 EN URUGUAY: LIBERTAD RESPONSABLE Y CONOCIMIENTO CIENTÍFICO	52
AUTORES	64



APRESENTAÇÃO

A pandemia de COVID-19 trouxe consigo, além da crise sanitária, um cenário em que foi preciso uma readaptação das relações humanas. O “novo normal”, conceito que vem sendo usado para se referir ao panorama pós-pandêmico, inclui o uso cada vez mais intenso das redes sociais como forma de comunicação, inclusive por líderes de Estado. Além disso, as relações entre os países também sofreram alterações, uma vez que cada um deles, com os respectivos sistemas de saúde, está sendo afetado de forma diferente com a propagação do vírus.

O isolamento e, em muitos casos, a disputa entre os países sobre qual seria a melhor estratégia para proteger seus cidadãos e, ao mesmo tempo, “salvar a economia local”, chamaram a atenção do nosso grupo de pesquisadores, o que desencadeou a necessidade de observar como a sociedade está reagindo a essa nova e desoladora pandemia. Nova, conquanto eventos pandêmicos não são novidades. Nova, por exemplo, poderia ser uma forma “fraterna” de relação entre os países – em especial os países limítrofes – para enfrentar a pandemia. O estudo realizado dedicou-se aos países do MERCOSUL, pois este é o um espaço tradicional de pesquisa do grupo criado há alguns anos pela professora Martini.

As circunstâncias nos levaram a avaliar como os presidentes dos países fundadores do MERCOSUL vêm se portando frente à pandemia, uma vez que o bloco possui intensas relações econômicas, sociais e culturais, além de uma proposta de integração regional desde sua criação, em 1991. Assim, foi criado o “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL”¹, com intuito de analisar os discursos dos presidentes de Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai.

Contudo, foi observada uma escassez na publicização de discursos oficiais do governo do presidente Jair Bolsonaro, que utiliza a rede social Twitter para realizar suas declarações. Assim, levando em consideração que as redes sociais vêm sendo cada vez mais utilizadas como ferramenta de comunicação entre os governos e sua população, e também o fato de

1 Projeto coordenado pela Dra. Sandra Regina Martini e integrado pela Universidade Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, Brasil; Universidad Nacional de Asunción (UNA), Asunción, Paraguay; la Universidad Blas Pascal (UBP), Córdoba, Argentina; e pelo Instituto Universitario Sudamericano (IUSUR), Punta del Este, Uruguay

que o chefe de Estado brasileiro faz amplo uso deste mecanismo, o Observatório elegeu a conta Twitter oficial dos presidentes dos países do MERCOSUL como fonte de análise de discursos sobre a COVID-19, para poder realizar uma análise comparativa.

A investigação, que durou de fevereiro a julho de 2020, tratou de coletar todos os *tweets* relacionados à pandemia publicados nas contas dos chefes de Estado. Em seguida, foram preenchidos formulários nos quais o conteúdo das publicações era analisado e filtrado conforme as informações neles dispostas (veja a *Nota metodológica*). A pesquisa de cada país foi orientada conforme os parâmetros de sua origem, razão pelo qual esta publicação está em português e espanhol, dois dos três idiomas oficiais do bloco de integração objeto deste estudo.

Os países envolvidos na análise estão caracterizados por grandes diferenças sociais, culturais, econômicas e populacionais. Ainda assim, são países latino-americanos que assinaram acordos em comum e que fazem parte, pelo menos em tese, de um mesmo grupo de desenvolvimento inter-regional. Portanto, a análise se faz relevante no sentido de avaliar em que medida o desafio representado pela pandemia COVID-19 vem sendo, ou poderia ser enfrentado de forma conjunta, e mais especificamente se os discursos dos chefes de Estado estão em sintonia entre eles.

Sandra Regina Martini

Matteo Finco

Moara Curubeto



NOTA METODOLÓGICA

Analisar os discursos dos presidentes dos países do MERCOSUL não é tarefa fácil. Metodologicamente, temos vários caminhos e, depois de discussões com o grupo de pesquisadores, escolhemos analisar as postagens nos *accounts* Twitter oficiais dos presidentes.

A primeira dificuldade foi identificar e separar os *tweets* (as postagens) úteis à nossa pesquisa, ou seja, aqueles relacionados à pandemia. Isso foi feito – na maioria dos casos – através de um *software* (Mozdeh Big Data Text Analysis), que nos permitiu isolar fácil e rapidamente as postagens dos presidentes no período de nosso interesse (01 fev. - 31 jul.), exportando-os para um documento de texto, o qual repassamos, para uma melhor visualização, para um documento de Excel. Dessa forma, fomos analisar manualmente cada postagem, conforme algumas palavras-chave gerais que selecionamos previamente, a fim de entender se, de qualquer forma, tinham algumas referências à pandemia. Neste primeiro momento, identificamos que o Twitter, embora mais usado por um ou outro presidente, se mostrou como uma estratégia adequada.

Portanto, desenvolvemos uma ficha – estruturada e a ser preenchida *on-line*: utilizamos um *Google form* – para poder executar a análise de forma rápida e eficiente. A atividade foi dividida e compartilhada com os membros das unidades de pesquisa. Foi um processo conjunto de construção, com muitas reflexões e entendendo que o escopo de qualquer pesquisa é ver “algo que ainda não sabíamos”, o novo! Pesquisar é sempre caminhar, e o final da caminhada é o compartilhamento dos resultados (este livro, por exemplo): contudo, não é um final conclusivo, mas sim a abertura para novas propostas de pesquisa. Metodologicamente, buscamos superar as dificuldades de fazer uma pesquisa com várias universidades nacionais e internacionais, com pesquisadores de áreas diferentes, bem como com membros do grupo com muita experiência em pesquisa e outros iniciantes. As adversidades iniciais transformaram-se no desafio de fazer uma pesquisa compartilhada, inclusive com idiomas diferentes – nossa comunicação acontecia em português, castelhano, italiano e portunhol (este foi o idioma mais usado)!

Desde o início, selecionamos alguns critérios de nosso interesse:

1. uma lista ampla de *palavras-chave* referentes à pandemia (entre elas: vírus, COVID-19, mas também hidroxiclороquina, etc.) e a alguns temas com ela relacionados, que achamos pudessem ser o foco da atenção dos países do MERCOSUL (migrações, fronteiras, solidariedade, fraternidade, por exemplo).

Com relação ao *conteúdo* das postagens, identificamos:

2. A indicação da *tipologia* dos “discursos” relacionados à pandemia: se *geral* ou *específico* (ou seja, sobre a pandemia em sentido amplo ou sobre um tema, problema, detalhe específico); nesse segundo caso, separamos em duas macrocategorias: *anúncio* (de uma medida a ser tomada pelo governo) ou *recomendação* (avisos, conselhos, explicações aos cidadãos).

3. A presença de uma série de elementos que redirecionam para outros conteúdos: *tags* (ou seja, a marcação do assunto da postagem, segundo temas de comunicação; dessa forma, não somente o conteúdo da postagem é classificado, mas é mais fácil ser encontrado pelos usuários por meio da pesquisa, exatamente porque é indexado com base em temas geralmente já populares); *menções* de outros usuários (feitas através do símbolo #); presença de *link* a *websites* com conteúdo textual, a filmagens e vídeo, ou de outro tipo.

Com relação ao *contexto* das postagens, marcamos:

4. se o presidente estava expressando um conteúdo novo e original, ou se estava lançando um conteúdo já publicado (*retweet*) para ele mesmo ou para outro usuário.

5. Se o *tweet* tratava somente da pandemia ou também de outros assuntos (*ad hoc* ou *incidental*).

Além desses critérios, cadastramos no documento de Excel todas as informações relacionadas a cada *tweet* – inclusive o texto completo, a data de publicação – atribuindo a cada um deles um número de identificação (ID), para poder voltar a analisá-lo de forma mais aprofundada.



1

CORONAVIRUS EN ARGENTINA: VIDA Y ECONOMÍA EN LA ENCRUCIJADA COMUNICACIONAL

Andrés M. de Gaetano

Consideraciones Iniciales

El 30 de mayo de 2010 Alberto Fernández comenzó a utilizar la red social y servicio de microblogging TWITTER a través del usuario *@alferdez*.

Desde la creación de su perfil, el actual presidente argentino acumula 27.300 *tuits*, 1.941.552 seguidores y 7230 usuarios seguidos¹.

Su participación en esta plataforma de comunicación ha tenido un notable incremento desde el inicio de su mandato como Presidente de la Nación (diciembre de 2019), tanto en la cantidad de publicaciones como de seguidores; con especial aumento de actividad durante el periodo de pandemia COVID-19. Al sólo efecto ejemplificativo, entre el 18/08/2020 y el 08/11/2020, esto es un periodo de 82 días, dicha cuenta ha registrado 81.957 nuevos usuarios y 330 nuevas publicaciones, lo que arroja un promedio de mil seguidores nuevos por día.

Sin perjuicio de ello, *@alferdez* no integra los perfiles con mayores seguidores de las personalidades argentinas, e incluso dentro del estricto universo de usuarios pertenecientes a la escena política nacional no se destaca entre las que gozan de mayores seguidores; permaneciendo aún muy distante del perfil de la vice presidenta Cristina Fernández de Kirchner (5.942.843 seguidores) y el ex presidente, Mauricio Macri (5.120.5129 seguidores)².

Durante el desarrollo de la pandemia, declarada en Argentina a partir del 12 de marzo

¹ Relevamiento efectuado al 08/11/2020.

² Ibidem.

de 2020 mediante de DNU 260/20, y la medida de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio decretada mediante DNU 297/20³ Twitter se ha integrado a la estrategia comunicacional del gobierno, vinculando la cuenta personal del presidente Alberto Fernández @alferdez. al espacio de difusión e interacción del mandatario con los funcionarios e interlocutores políticos y ciudadanos; pero también como herramienta de prensa mediante la cual conjuga temas políticos, personales y de interés público.

La pandemia del coronavirus COVID-19 encuentra a la Argentina en un complejo escenario de inestabilidad social, política y económica. A la declaración de emergencia en materia económica, financiera, fiscal, administrativa, previsional, tarifaria, energética, sanitaria y social dispuesta en diciembre de 2019 mediante ley de Solidaridad Social y Reactivación Productiva en el marco de la Emergencia Pública N° 27.541, la pandemia muestra indicadores de gran trascendencia: 46% de pobreza, 12% de desempleo⁴ y una profunda retracción económica y productiva.

Frente a este escenario, la medida de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio⁵ generó un fuerte debate sobre su utilidad en un marco de tensión correlacional con sus consecuencias para la economía argentina.

En función de ello, la comunicación oficial del gobierno argentino trasladó el tema desde los espacios tradicionales de intercambio de información como la prensa radial y televisiva hacia las redes sociales, buscando generar insumos que luego dichos medios tradicionales recuperen y proyecten hacia el universo de ciudadanos que no son usuarios de redes sociales.

El uso de la red social Twitter permitió al presidente un intercambio de información y diálogo directo con sus seguidores, sin intermediario y a través de un lenguaje coloquial y simple.

Durante el periodo de tiempo alcanzado por esta investigación se relevaron las publicaciones de la cuenta @alferdez acreditándose un incremento de su uso y una mayor utilización de la función *retuits*; destacándose la presencia de palabras como *pandemia*, *covid – 19/coronavirus* y *salud*; incorporando también con mucha frecuencia *vida* y *economía* de modo correlacional y comparativo como mecanismo argumentativo para las medidas públicas ordenadas.

Desde allí, proponemos un abordaje exploratorio del uso de la red social Twitter por parte del presidente Alberto Fernández y sus funciones durante la pandemia argentina, analizando contenido, ejes de debate propuestos, actores vinculados a sus publicaciones y tipología de sus discursos; indagando sobre su función y objetivos.

3 Decreto de Necesidad y Urgencia 260/20 ampliación de la emergencia pública en materia sanitaria establecida por Ley N° 27.541, en virtud de la Pandemia declarada por la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS) en relación con el coronavirus COVID-19. Disponible en <http://www.saij.gob.ar/260-nacional-decreto-necesidad-urgencia-sobre-emergencia-sanitaria-virtud-pandemia-declarada-organizacion-mundial-salud-oms-relacion-coronavirus-COVID-19-plazo-1-ano-dn20200000260-2020-03-12/123456789-0abc-062-0000-0202soterced> y Decreto de Necesidad y Urgencia 297/2020 Establecimiento de la medida de AISLAMIENTO SOCIAL PREVENTIVO Y OBLIGATORIO. Disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320>.

4 Informe de Naciones Unidas Argentina COVID-19 EN ARGENTINA: IMPACTO SOCIOECONÓMICO Y AMBIENTAL. (2020). Recuperado de <https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/presentacion-del-informe-de-naciones-unidas-argentina>; y Christoph Ernst y Elva López Mourelo (2020). La COVID-19 y el mundo del trabajo en Argentina: impacto y respuestas de política. Informe técnico OIT. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_740742.pdf

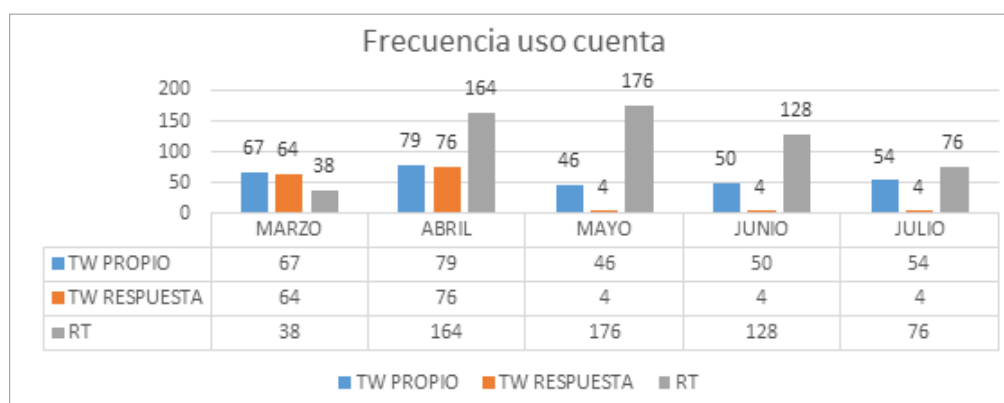
5 DNU 296/20 ob. Cit.

1. Sobre los datos recolectados

Para el desarrollo de este análisis se utilizó como criterio metodológico el espacio temporal comprendido entre el 10 de marzo de 2020 (fecha en la cual el presidente argentino hace su primera publicación en Twitter sobre el coronavirus) y el 27 de julio de 2020 (fecha resuelta como finalización del período de relevamiento de datos).

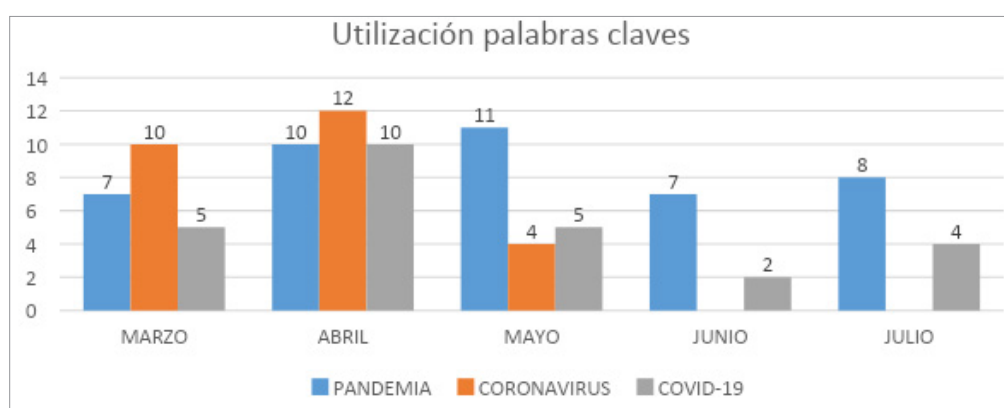
Durante dicho espacio temporal, la cuenta *@alferdez* publicó 1030 *tuits*, integrado por 296 *tuits* propios, 152 respuestas y 582 *retweets*; acreditándose un predominio de esta última función.⁶

Gráfico 1 – G1



Tal como se observa en el gráfico G1, a partir del mes de abril se produjo un incremento de la función *retweets*, una disminución de las respuestas y un mantenimiento con pocas alteraciones de las publicaciones propias, que para dicho espacio promedian 59,2 mensuales.

Gráfico 2 – G2



En cuanto a la utilización de palabras claves, para el periodo en análisis se evidencia un predominio de los términos *pandemia*, *coronavirus* y *COVID-19*, acreditando su protagonismo entre los temas de agenda pública, proyectada hacia la red de comunicación Twitter.

Las funciones que ofrece Twitter para las comunicaciones, como los *retuits*, respuestas,

⁶ Información recuperada de <https://tweetdeck.twitter.com/>.

etiquetas, y referencias con etiquetado de otros usuarios permite ampliar su utilización desde un espacio de difusión de mensajes personales a una herramienta de intercambio y comunicación y diálogo instantáneo.

Del total de publicaciones identificadas para este periodo (G1), el presente estudio se centra sobre el análisis de 90 publicaciones seleccionadas, esto es, un examen sobre el 9% (8,76%) del total de las realizadas por el presidente en la red social y microblogging, descartándose el examen sobre las respuestas de sus usuarios.

Para dicha selección se siguieron los criterios metodológicos detallados en el acápite inicial de esta obra colectiva, utilizando como categoría de preferencia la presencia de palabras o términos vinculados a la pandemia en cada *tuits* difundido por el usuario *@alferdez*.

Sobre dicho universo de publicaciones se efectuó un análisis desde las siguientes extremos:

a) Frecuencia de uso de palabras claves:

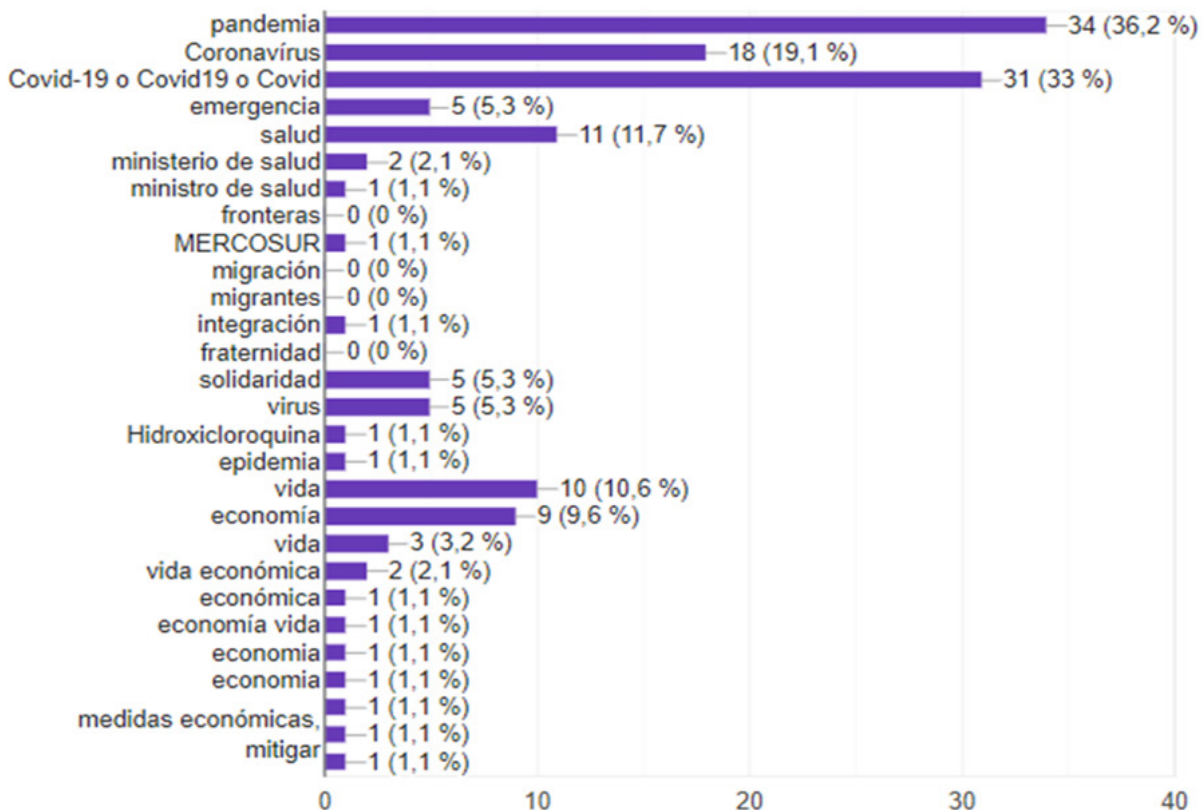
El relevamiento de presencia de palabras claves, arrojó una preponderancia de 5 términos, cuyo orden según frecuencia de uso es el siguiente:

1. *Pandemia*
2. *Covid – 19/Coronavírus*
3. *Salud*
4. *Vida*
5. *Economía*

Gráfico 3 – G3

Presença das palavras-chave

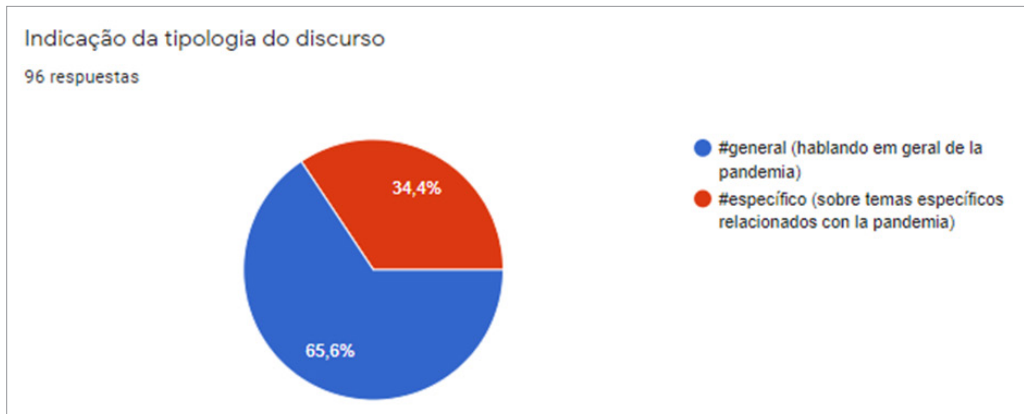
94 respostas



b) Tipología de discurso

El análisis de las tipologías de las publicaciones se presenta a través de 2 opciones clasificatorias: *consideraciones generales sobre la pandemia* o *publicaciones específicas* sobre la misma.

Gráfico 4 – G4



De análisis se desprende una publicación preponderante de consideraciones generales, esto es, un uso del Twitter vinculado a apreciaciones de tenor político y manifestaciones de interés general, más que expresiones de rigor científico o técnico.

Esto se enmarca en una modalidad de comunicación en la que se da preferencia a una utilización de la plataforma Twitter como herramienta de diálogo democrático, en la que distintos actores políticos como ciudadanos, referentes sociales, funcionarios y periodistas interactúan en igualdad de condiciones y libremente, promoviendo que todos los usuarios *puedan trasladar su opinión a los gobernantes como reacción a las políticas aplicadas o que pretenden implementar*⁷.

En aquellos casos en que las publicaciones tuvieron una naturaleza específica, predominaron con gran amplitud los anuncios (G5), habitualmente reiteraciones o extractos de discursos oficiales previamente anunciados por canales tradicionales como conferencias en cadena de radio y televisión nacional.

Gráfico 5 – G5

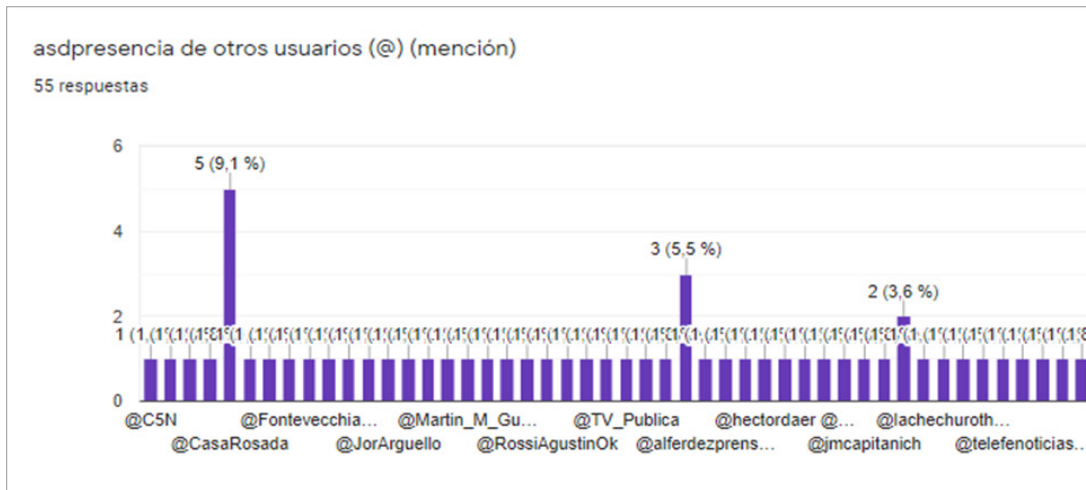


7 Moya Sánchez, M.; Herrera Damas, S. (2015). "Cómo puede contribuir Twitter a una comunicación política más avanzada". *Arbor*, 191 (774): a257. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2015.774n4012>.

c) Mención o etiquetado de otros usuarios

En las publicaciones analizadas hay una gran disparidad de usuarios citados o *etiquetados*, no evidenciándose un claro protagonismo de ninguno en particular. En el amplio espectro de usuarios citados, hay un reiteración del usuario *@alberprensa*, cuenta oficial de prensa y publicidad del propio presidente.

Gráfico 6 – G6



El resto de los usuarios identificados como *etiquetados* son funcionarios del gabinete como ministros, secretarios, gobernadores de provincias o medios informativos de estrecha y cordial relación con el presidente.

La utilización del signo @, a través de la cual se ejecuta la función de *etiquetado o mención* permite potenciar la comunicación y el interrelacionamiento dialógico entre los titulares de los perfiles, logrando un efecto multiplicador tanto a través de la ampliación del universo de difusión y como de seguidores a los que dicha publicación alcanza: *desde una perspectiva política, resulta de gran interés porque los retuiteadores actúan como amplificadores del emisor causando un efecto polinizador del mensaje político*⁸.

La amplitud y diversidad de usuarios identificados en las menciones de sus publicaciones, permite proyectar una intencionalidad estratégico política, construyendo una mayor base de legitimación de su mensaje o un juego de interacción y visibilización entre *amigos/enemigos*⁹.

d) Análisis de contexto

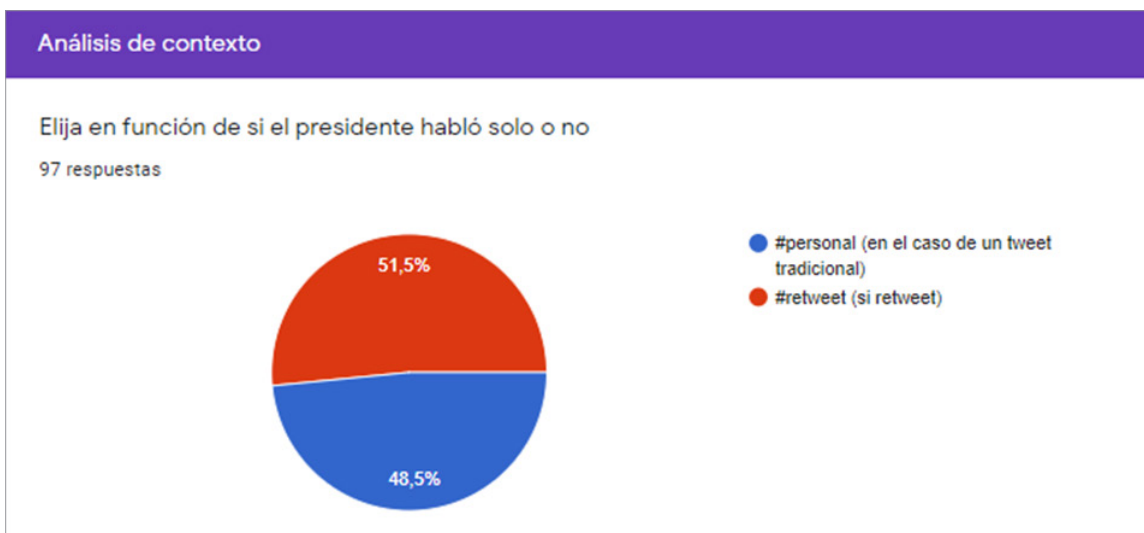
En contraposición al resultado que arroja el análisis de todas las publicaciones efectuadas durante este periodo por parte del usuario *@alferdez* (véase G1), y de donde resulta un predominio del *retuits* como función; sobre el universo estricto de las 90 publicaciones analizadas, la utilización de la función *retweets* sigue siendo mostrado un protagonismo pero con una marcada disminución.

8 Ibidem.

9 Véase O' DONNELL GUILLERMO. (1994). "Delegative Democracy", Journal of Democracy, Vol. 5, No. 1, January 1994: 55-69. © 1994 National Endowment for Democracy and The Johns Hopkins University Press.

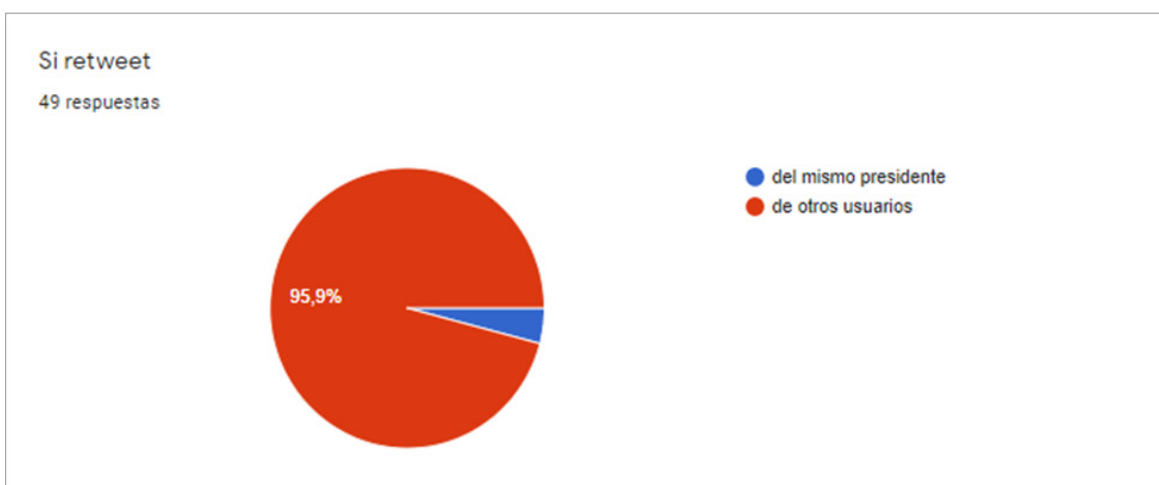
En la práctica, los *retuits* son un modo de adoptar como propios los contenidos y/o de reconocimiento de su autor además de una mención indirecta a este. A veces, también se *retuitea* con el propósito de dejar en evidencia al autor del mensaje *retuiteado*. Con la retransmisión de mensajes cuyo contenido así se suscribe, se hace llegar información y opinión a quienes pueden no tener conocimiento de ella.¹⁰

Gráfico 7 – G7



Los *retuits* publicados son preponderantemente de otros usuarios registrados, lo que ratifica preliminarmente la hipótesis antes reseñada de pretender ampliar el grupo de poder y visibilizar adherentes, generando mayor legitimidad en los procesos decisionales; esto es, otorgar mayor fortaleza a sus anuncios y medidas, mediante una mayor visibilidad al núcleo de adherentes que incrementan su posición de poder¹¹.

Gráfico 8 – G8



10 Moya Sánchez, M.; Herrera Damas, S. (2015).

11 Véase VON BEYME, Klaus (1986). Los grupos de presión en la democracia. Buenos Aires: Editorial de Belgrano. LÓPEZ, Mario Justo (1987). "Introducción a los Estudios Políticos", Vol. I y II, Depalma, Buenos Aires.

e) Usuarios con mayor frecuencia de *retuits*:

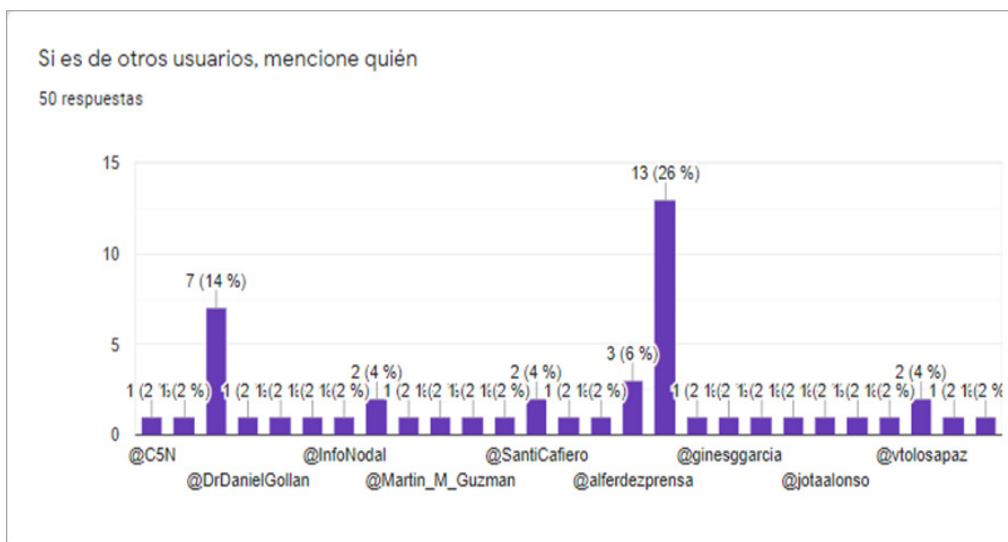
1- @alberfernandezprensa

2- @casa rosada

El resto de los usuarios mencionados no marcan tendencia ni visibilizan una preferencia.

Al observarse que los usuarios más retuiteados son cuentas del mismo presidente a través de otros perfiles usuarios, se pone en tensión la hipótesis planteada en el inciso c).

Gráfico 9 – G9



f) Contenido de las publicaciones

Gráfico 10 – G10



En cuanto al análisis de contenido, todas las publicaciones pueden enmarcarse en 3 ejes principales:

1. Anuncio de medidas
2. Opinión general sobre la pandemia
3. Recomendaciones a la población.

Tal como resulta del G10, hay una preponderancia de publicaciones dirigidas a la pandemia con carácter específico y un menor aprovechamiento de estas para adicionar otros temas.

2. Una aproximación reflexiva a la utilización política del Twitter en pandemia

2.1 VIDA y ECONOMÍA: de la comunicación política a la legitimación decisional

Luego de que el 1 de marzo de 2020, la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS), declarase al coronavirus COVID-19 como una pandemia, alcanzándose los 120.000 contagios registrados en 110 países¹², y en atención al desarrollo regional que estaba logrando el virus; el gobierno argentino dispuso un progresivo plan de medidas tendientes a reducir los contagios y prevenir su temprana expansión dentro del territorio nacional.

El 10 de marzo de 2020 la cuenta *@alferdez* publica por primera vez una referencia al coronavirus COVID-19 a través del siguiente mensaje en Twitter:

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.

El 12 de marzo, a través de esta misma red de comunicación informaba sobre el decreto de necesidad y urgencia 260/20 por el cual disponía la ampliación de la declaración de emergencia de la ley N° 27.541 de Emergencia Pública Ley De Solidaridad Social y Reactivación Productiva, y un sinnúmero de medidas preventivas a fin de mitigar el impacto sanitario.

Finalmente, el 19 de marzo y mediante DNU 297/20 el gobierno nacional dispuso el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio, que se extendió durante 233 días¹³, disposición que con algunas moderaciones fue finalmente reemplazada por el distanciamiento social preventivo y obligatorio con fecha 08 de noviembre y mediante DNU 875/20.

Solamente entre el 12 y el 19 de marzo, la cuenta el usuario *@alferdez* publicó 24 *tuit*, de los cuales 23 fueron anuncios informativos sobre el virus COVID-19 con el propósito de visibilizar las acciones de prevención y medidas ordenadas institucionalmente para su prevención y mitigación.

Desde esa fecha, todas las acciones adoptadas se tradujeron en una restricción a la circulación, que junto a otras prescripciones contra el virus, trajeron como consecuencia

la limitación comercial, el debilitamiento de la producción y con ello fuertes problemáticas en los distintos eslabones de la cadena de comercialización como la exportación y la importación, lo que finalmente afecta a la recaudación fiscal; involucrando así tanto a los actores del sector privado como público, y que profundizan el complejo escenario económico mundial¹⁴.

El gradual proceso de retracción y deterioro de la economía argentina, condujo una

12 Declaración de la OMS tras superarse los 100 000 casos de COVID-19. 07/03/2020. <https://www.who.int/es/news/item/07-03-2020-who-statement-on-cases-of-COVID-19-surpassing-100-000>.

13 DNU 875/2020 AISLAMIENTO SOCIAL, PREVENTIVO Y OBLIGATORIO Y DISTANCIAMIENTO SOCIAL, PREVENTIVO Y OBLIGATORIO. Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=344033>.

14 Carrizo M. Soledad. Diputada Nacional. PROYECTO DE DECLARACIÓN. Expediente Diputados: 0973-D-2020 Publicado en: Trámite Parlamentario N° 14 Fecha: 27/03/2020 *SOLICITAR AL PODER EJECUTIVO DISPONGA UN RÉGIMEN TARIFARIO ESPECIAL Y TRANSITORIO PARA EL SERVICIO DE GAS Y ENERGÍA ELÉCTRICA PARA TODOS LOS USUARIOS ALCANZADOS POR EL ARTÍCULO 3 DEL DECRETO 311/2020, DE EMERGENCIA SANITARIA.*

relación de tensión entre el sanitarismo y la economía; esto es, un debate que planteaba la disyuntiva entre la utilidad de salvaguardar la salud por sobre el deterioro económico y sus consecuencias.

Dicha disyuntiva adquirió desde entonces un protagonismo en la agenda del debate público y social argentino, instalándose en medios de comunicación, que pronto se hizo visible en la cuenta *@alferdez*.

Ello se evidencia en el relevamiento efectuado sobre las publicaciones del periodo en análisis, de donde resulta que las palabras *vida*, *salud* y *economía* junto a *coronavirus* presentan una alta frecuencia de uso en la cuenta referida¹⁵.

A modo ejemplificativo de la tensión dicotómica planteada, el presidente expresaba en su cuenta:

26 mar.

Durante una videoconferencia con líderes del G20 propuse la creación de un Fondo Mundial de Emergencia Humanitaria para enfrentar, mejor equipados de insumos, la pandemia del coronavirus COVID-19. Ante el dilema de preservar la economía o la vida, no dudamos: elegimos la vida.

17 jun.

“No tengo el dilema entre la salud y la economía, son dos cosas diferentes. Pero no me voy a hacer el distraído, ni soy facilista como dicen. Yo tengo que cuidar la vida de los argentinos, los que priorizaron la economía ahí están. 45.000 muertos en Brasil.”

26 jun.

Aislarse genera tedio, genera enojo, genera malestar. Lo sé. Pero estamos cuidando la vida. También sé que la economía se deteriora. Pero la economía se recupera. Lo que no vamos a recuperar son los argentinos que nos dejaron.

El debate presentado descansa sobre una valoración utilitarista entre vida y economía a través del siguiente interrogante: ¿Qué costo es mayor, el económico de suspender las actividades comerciales por tiempo indefinido o flexibilizar las medidas sanitarias de prevención y mitigación de los contagios y su impacto sobre la salud y la vida?, sobre el cual el propio presidente tuvo que pronunciarse y conducir.

Pero la pandemia le dio a los líderes políticos nacionales la oportunidad – una oferta que no pudieron rechazar- de mostrar la enorme influencia que tienen sobre nuestras vidas, desde exigirnos quedarnos en nuestras casas hasta orientar las acciones de las que dependen que sobrevivamos al virus¹⁶

Consciente del alcance de la decisión adoptada de restringir la circulación y actividades económicas, el gobierno fue desplegando una estrategia de comunicación orientada a legitimar socialmente el aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO), y garantizar su cumplimiento: el fundamento de rigor técnico científico formulado por un comité de

¹⁵ Véase Gráfico 3.

¹⁶ Pomares Julia. (2020). Los liderazgos ante la prueba más difícil: crear nuevas narrativas de futuro para Argentina. CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento). Disponible en <https://www.cippec.org/textual/los-liderazgos-ante-la-prueba-mas-dificil-crear-nuevas-narrativas-de-futuro-para-argentina/>.

expertos epidemiólogos y sanitaristas sobre las medidas adoptadas que el presidente citó continuamente, fue seguido por un proceso de difusión social que incluyó a su propia cuenta personal de Twitter, transformándose en un mediador entre la ciencia, la política y la ciudadanía.

De esta manera se buscaba que el aislamiento, como medida restrictiva, fuera adoptado voluntariamente apelando la comprensión de la población desde un diálogo directo a través de la red social Twitter entre el propio presidente y la ciudadanía, logrando una retroalimentación legitimadora de la decisión.

Comprendiendo de que hay un *problema persistente en el Estado Nacional: la debilidad de capacidades institucionales para establecer objetivos colectivos de mediano y largo plazo, coordinar las acciones necesarias para lograr esos objetivos, dar continuidad a la implementación de los consensos y valorar de forma sistemática su grado de alcance*¹⁷; el presidente debió asumir una función legitimadora y cohesionadora personal entre la población.

Para ello, la plataforma Twitter facilitó el soporte necesario que permitió el desarrollo de una comunicación fluida, directa, y retroalimentada entre mandatario (como agente decisor) y la ciudadanía (agente receptor); entendiendo a esta plataforma no ya como un medio de publicidad o actualización de opinión personal del presidente, sino dirigido a la comunicación en el marco de un estado democrático de derecho que permite y promueve la discusión ciudadana de asuntos de interés público que debían ser tratados.

De esta forma, Twitter ha permitido durante la pandemia modificar el proceso de intermediación tradicional de los mensajes a cargo de los medios masivos de comunicación, habilitando un nuevo canal de diálogo directo entre los actores interesados en el tema, y con ello, generar adicionalmente un fortalecimiento y legitimación de medidas adoptadas.

*En efecto, con los medios sociales desaparece la desintermediación y también la mediatización y queda así superada la importancia del medio tan relevante para quienes creen que el medio determina el mensaje (Innis, 2008; McLuhan, 2009)*¹⁸.

2.2 De la exposición personal a la comunicación democrática

Durante 2020 Twitter alcanzó 4.955.000 usuarios en Argentina; y si se siguen las tendencias mundiales de esta red de comunicación que indican que la edad promedio de los usuarios es entre los 18 y 34 años, la red social está directamente vinculada al universo electoral argentino, esto es, a personas en ejercicio del derecho electoral activo.

En adición, la gratuidad de esta herramienta comunicacional ha permitido su libre accesibilidad, conformando un nuevo canal de diálogo político inmediato entre la ciudadanía y los propios operadores gubernamentales; sorteando así las dificultades que encuentran los ciudadanos para acceder a los medios de comunicación de masas para transmitir su

17 Natalia Aquilino y Jimena Rubio. (2020). El futuro de la (gestión) política. CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento). Disponible en <https://www.cippecc.org/textual/el-futuro-de-la-gestion-politica/>.

18 Moya Sánchez, M.; Herrera Damas, S. (2015).

respuesta y ser escuchados.

El escenario de la comunicación política donde se ubican los usuarios de Twitter muestra en un plano de igualdad a los tres actores principales: periodistas, políticos y ciudadanos. La diada políticos-ciudadanos es la que más nos interesa porque es la que más empodera al ciudadano. Representa una vía directa de comunicación recíproca y promueve la involucración ciudadana.

El ciudadano que ve que sus opiniones son oídas se sentirá más respaldado que aislado en las ideas que expresa.

A través de las publicaciones efectuadas por el usuario en análisis, puede observarse no sólo un tenor informativo sino una intencionalidad de comunicar, esto es, incorporar al mensaje dado un interlocutor, y desde allí retroalimentar dialógicamente el contenido del mismo.

Esta misma accesibilidad y la inmediatez de las respuestas, les ha permitido también al propio presidente y los demás actores decisionales, contar con un insumo informativo de las reacciones sociales de las medidas dispuestas, a modo de termómetro social; y desde allí evaluar la continuidad o modificación de sus políticas, o readecuar su estrategia comunicacional.

(...) Es muy difícil que los políticos reciban el juicio ciudadano que merecen sus actuaciones. No hay espacio para el feedback. Los políticos no perciben directamente el clima de opinión. Los medios de comunicación desempeñan una función de interpretación de lo que le preocupa a los ciudadanos y la trasladan a los políticos, con el correspondiente sesgo de sus intereses editoriales.

(...) Esta forma de participar permite conocer qué piensa la gente, expresado de un modo espontáneo sin el enfoque forzado de las encuestas. Las redes sociales de comunicación cibernética (RSCC) se han revelado como espacios para el intercambio democrático de información y opinión de los ciudadanos.¹⁹

Esto ha favorecido al presidente generar un contrapeso político frente a las consecuencias que el aislamiento y la restricción a las actividades diarias y comerciales generaron sobre la economía del país; debilitando así la tendencia negativa o el rechazo a su imagen y decisión.

Para ello, y tal como se desprende del relevamiento de datos efectuado, sus mensajes han mostrado un contenido general, con utilización de palabras simples, directas y mediante un vocabulario coloquial y de fácil comprensión para la audiencia; resaltando un acompañamiento próximo desde su lugar de autoridad y a su vez ciudadano también afectado.

A diferencia de lo que ocurre con la comunicación partidista, en Twitter el político aparece ante sus interlocutores como alguien más próximo. Ahora, el ejercicio de persuasión le exigirá dotar de personalidad y valor a lo que diga. Para difundir su mensaje eficazmente, deberá adoptar un lenguaje actualizado, próximo al de una oralidad común. Lo que diga deberá diferenciarse del mensaje institucional e impersonal que construya su partido para dirigirse a la masa.

De esta manera, mediante una comunicación fluida, instantánea, accesible y dirigida al público de mayor tracción electoral argentina, el presidente ha logrado:

¹⁹ Ibidem.

- Ampliar el universo de seguidores, generando una transversalidad en su mensaje, accediendo tanto al universo usuario de Twitter como a los propios medios tradicionales, quienes al reproducir su actividad en Twitter facilitan indirectamente el acceso a ese mismo contenido a un público no cautivo ni usuario de la red social.
- Generar un contrapeso legitimador de las medidas adoptadas, fortaleciendo su posicionamiento frente a la tensión dicotómica VIDA/ECONOMÍA, y validando socialmente las decisiones políticas.
- Debilitar la distorsión comunicacional que producen los medios de comunicación tradicionales – especialmente aquellos no amigos –, generando un canal de comunicación y retroalimentación dialoguista directo con su propio público.
- Fortalecer su imagen política mostrándose cercano e inmediato a la ciudadanía, especialmente a un universo política y electoralmente activo.

Consideraciones Finales

La nota caracterizante de la pandemia del coronavirus COVID-19 ha sido su capacidad aceleradora, esto es, servir como condicionante para la promoción y consolidación de cambios o adopción de comportamientos que venían produciéndose progresivamente y con mayor lentitud.

La utilización de recursos tecnológicos, a bajo costo y con un amplio alcance para la población, ha permitido el reemplazo (transitorio) de las relaciones personales por un interrelacionamiento de baja o reducida proximidad física.

Frente a un escenario de alta complejidad sanitaria, económica, y creciente conflictividad social, la dirigencia política y las autoridades gubernamentales debieron adaptarse y acelerar el proceso de readecuación de sus estrategias comunicacionales en este contexto de reducida proximidad física, buscando generar consensos y acuerdos sociales a través de mecanismos no convencionales.

Así,

(...) la naturaleza de la política y de la esfera pública se ven reconstituidas por las nuevas tecnologías que hacen posible un nuevo modelo de conversación en democracia, Los nuevos medios sociales facilitan unos modos de relación distintos, innovadores (Fowler, 2011). Con ellos, la conversación política conoce un formato distinto, más informal pero de utilidad democrática, también de relevancia política para el dirigente. El carácter social de la participación ayuda a evitar consecuencias debilitadoras del aislamiento, promueve el capital social y forja identidades colectivas (Dahlgren, 2012; Innerarity y Champeau, 2012).²⁰

Tal como ha sido analizado, Twitter se transformó en un espacio tanto de comunicación como debate público, sustituyendo las arenas de enfrenamiento físico por un recinto de virtualidad construido colectivamente y que asegura un intercambio a bajo costo, rápido y eficaz para la retroalimentación directa entre gobernantes y gobernados.

20 Ibidem.

La gratuidad de uso del servicio lo hace también atractivo para un colectivo variopinto de actores políticos. En especial para el ciudadano común que desee expresar libremente su opinión política. A este, Twitter le resulta mucho más accesible que la prensa, la radio y la televisión para aportar información, opiniones y propuestas, que son otras formas, más avanzadas, que tiene la ciudadanía de participar en política, involucrarse e incrementar su compromiso político.²¹

A la progresiva utilización de la plataforma Twitter por parte del presidente argentino (usuario desde 2010), la pandemia le agregó la condición de necesidad, obligándolo a un uso diario que permita una conexión continua con el universo de ciudadanos de mayor impacto electoral.

La necesidad de su uso fue seguida por una correcta comprensión de la utilidad de esta herramienta comunicacional, aprovechándola institucionalmente como un mecanismo para el fortalecimiento de la imagen personal del presidente y de legitimación de medidas controvertidas como la restricción de circulación por 233 días.

Desde allí, la dicotomía planteada entre SALUD y ECONOMÍA a partir de la adopción del aislamiento social preventivo y obligatorio y sus consecuencias para la economía fue presentada por el presidente en su cuenta personal como un falsa contradicción, pero asumiendo un claro posicionamiento sanitarista que fue readecuando discursivamente conforme la reacción de sus seguidores y con el objetivo de fortalecer estratégicamente su imagen de componedor/cohesionador ante una crisis.

Como resultado del análisis proyectado, puede observarse un incremento en la utilización de la red Twitter por parte del presidente argentino a través de su usuario personal, como parte de una estrategia comunicacional del gobierno nacional.

Desde el inicio de su mandato en diciembre de 2019 su perfil ha mostrado un aumento de actividad, especialmente durante la pandemia, con una mayor cantidad de seguidores y utilización de funciones como respuestas, *retuits*, etiquetado y publicación de videos, logrando dirigir su mensaje tanto al universo de usuario de la red social como público no usuario a través del levantamiento que los medios tradicionales hacen de su actividad en Twitter.

El tenor de sus mensajes y la actividad vinculada a los mismos muestra su capacidad para generar un contrapeso legitimador de las medidas adoptadas en este periodo, fortaleciendo su imagen política en un escenario de gran conflictividad y de debilitamiento de la confianza ciudadana en las instituciones públicas de gobierno²².

21 Ibidem.

22 Véase NOVARO, Marcos (1995): Crisis de representación, neopopulismo y consolidación democrática, en *Sociedad*, N° 6, Abril de 1995, Facultad de Ciencias Sociales, UBA; (1994): *Pilotos de tormenta. Crisis de representación y personalización de la política en Argentina (1989-1994)*, Letra Buena, Buenos Aires.



2

LEVANTAMENTO DE MENSAGENS PUBLICADAS PELO PRESIDENTE JAIR BOLSONARO NA REDE SOCIAL *TWITTER*

Marceli Tomé Martins
Matteo Finco
Moara Curubeto
Ralph Schibelbien
Sandra Regina Martini
Stéphani Fleck da Rosa

Considerações Iniciais

A sociedade atual pode ser definida como uma malha de comunicações, na qual a informação tem um lugar de destaque. Novos eventos, através das tecnologias de comunicação, são informados de modo simultâneo. Por isso, o que temos hoje não é a falta de informação, mas uma inflação de informações, as quais podem ser verdadeiras ou não, mas são, de algum modo, comunicadas. Nosso cotidiano é guiado por informações; algumas acabam mais “desinformando” do que informando¹. Neste período pandêmico, foi a escassez de discursos oficiais relacionados à pandemia que nos levou a considerar que uma análise de pronunciamentos do presidente brasileiro Jair Bolsonaro sobre o assunto só poderia ter tido sentido se realizada a partir das postagens na rede social Twitter, da qual ele é um usuário regular. O que não significa, obviamente, que dessa forma ele atribui efetivamente importância ao tema: contudo, sem dúvida, considera-o relevante, pelo menos, para manter

¹ Em se tratando do Sistema da Política, oportunas são as reflexões de LUHMANN, Niklas. **Poder**. Tradução Darío Rodríguez Mansilla. Barcelo: Anthropos; México: Universidad Iberoamericana; Santiago do Chile: Instituto de Sociología. Pontificia Universidad Católica de Chile, 1995.

o contato com seu público (feito, na maioria, mas não exclusivamente, de seus eleitores) – de fato, a fim de consentimento².

Um elemento não banal, que fica imediatamente evidente, é que o presidente brasileiro usa a própria conta Twitter, ao mesmo tempo, como a) perfil *institucional* (ou seja, *como* presidente, representante do Estado e do governo); e b) como perfil *pessoal* (*como* Jair Bolsonaro), comunicando suas ideias e opiniões não filtradas por critérios de “oportunidade” do pronunciamento enquanto figura institucional.

1. O levantamento. Visão geral

A primeira característica que emerge no levantamento – executado no período 01 de fevereiro a 31 de julho de 2020 – dos *tweets* do presidente brasileiro Jair Bolsonaro (account @jairbolsonaro), é o número elevado das postagens: somente em relação à pandemia, trata-se de **257 tweets** – ou seja, em média, 1,4 por dia. Isso aponta para um grande ativismo do presidente, já conhecido e desfrutado também pela mídia, que dá conta, frequentemente, das postagens. Não é difícil identificar que o nível das informações produzidas está diretamente relacionado com aspectos ideológicos.

Conteúdo

Identificamos a presença de **244** itens relacionados às palavras-chave selecionadas nas fases preliminares da pesquisa. Na maioria dos casos, há uma referência direta e explícita ao vírus ou à pandemia.

Quanto à tipologia dos discursos, detectamos 109 postagens (**43,4%**) de tipo *geral* – ou seja, que tratam da pandemia em geral, sem referências a elementos, fatos, acontecimentos, por exemplo, específicos – e 169 respostas (**56,6%**) com conteúdo *específico*. Entre eles, porém, somente 20 (11,8%) são *recomendações* à população (conselhos, convites, sugestões relacionados a como cuidar-se, comportamentos a serem adotados, etc.), sendo a grande maioria (**88,2%**) *anúncios* de medidas ou iniciativas já tomadas ou a serem tomadas.

Quanto às modalidades de uso do Twitter pelo presidente – não sabemos se ele costuma postar diretamente ou através da equipe – notamos uma escassa utilização de *tags* (somente dois casos). Isso poderia indicar o pouco interesse de Bolsonaro de usar a ferramenta de forma avançada, de participar em sentido pleno na comunicação *on-line*, sendo que, para fazer isso, seria importante seguir as tendências dos tópicos, ver o que já foi dito sobre um tema, retomar um assunto já discutido ou em discussão para contribuir. Ao contrário disso, talvez o presidente estivesse mais interessado em um uso mais básico de Twitter, como meio para difundir sua versão, suas ideias, e não como centro de discussão. Com isso, também se

² Para pensar na efetiva função do político, recomendamos: WEBER, Max. **El político y el científico**. Traducción: José Chávez Martínez. Puebla: Premiá editora de libros S.A., 1980.

poderia pensar em uma certa autorreferencialidade do presidente com pouco interesse em se relacionar, interagir, “dialogar” (em sentido amplo) com outros usuários.

Essa hipótese se sustentaria também considerando a limitada presença de *link* para *websites* com conteúdo textual: 10 casos. Já a presença de *link* para filmagens e outro tipo de *link* é maior: respectivamente, 38 e 39 casos.

Ao mesmo tempo, vemos que, em **137** casos, há a presença de menções a outros usuários, o que poderia denotar uma ação em conjunto com outras instituições e o envolvimento delas nas ações e nos posicionamentos do presidente como chefe do governo e do Estado. Sobretudo, se poderia esperar que várias das menções fossem a instituições internacionais ou a de governos e Estados estrangeiros. Pelo contrário, a maioria das menções são do mesmo Governo Federal e de ministérios e ministros. Somente em três casos há menções a chefes de governo estrangeiros: Donald Trump (USA) e Boris Johnson (Inglaterra).

Contexto

Quanto aos elementos que remetem ao contexto das postagens, adotamos dois indicadores: a) se a postagem é um *tweet* original, inédito, ou se é um *retweet* (uma postagem, do próprio Bolsonaro ou de outros usuários, já publicada e “relançada”) e b) se a postagem é relacionada exclusivamente à pandemia ou não. Esse segundo elemento, de fato, tem a ver também com o conteúdo.

Na maioria dos casos (190, ou seja, **73,9%**) os *tweets* do Bolsonaro foram escritos para falar exclusivamente da pandemia (*ad hoc*), enquanto, nos restantes 67 (**26,1%**), a referência ao vírus é, por assim dizer, *incidental*.

Prevalentemente (**71,2%**, 183 casos), Bolsonaro expressou-se com conteúdos novos, enquanto o restante **28,8%** (74 casos) trata-se de *retweets*. Entre eles, somente uma vez o presidente relançou o conteúdo de um outro usuário (o Ministério da Saúde), enquanto, em **98,6%** dos casos, relançou postagens dele mesmo. Também esse elemento poderia indicar um escasso interesse do Bolsonaro em interagir com outros usuários.

2. Palavras-chave. Os grupos temáticos

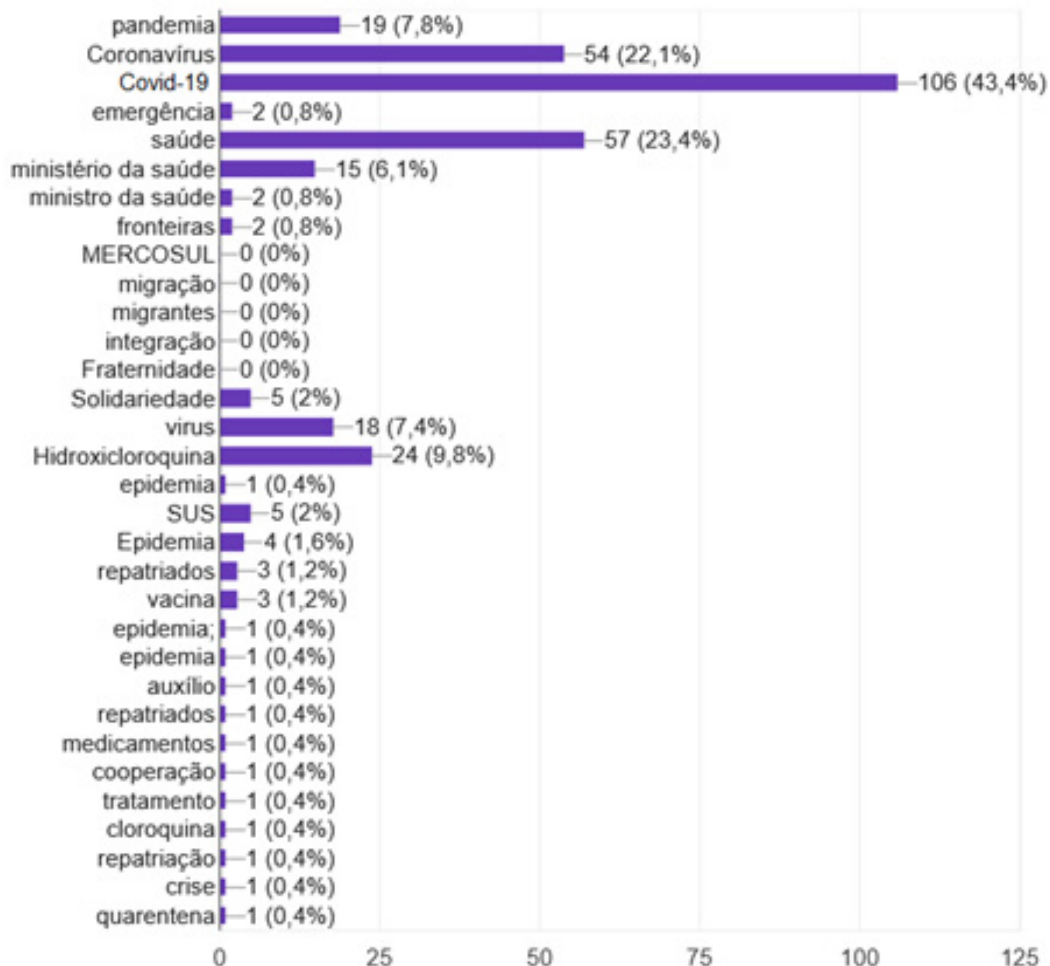
Com base nas palavras-chave utilizadas, isolamos cinco grupos temáticos, combinando dentro deles as diferentes palavras-chave: Coronavírus, *Pandemia*, *Quarentena*, *MERCOSUL*, *Medicamento*³. A ideia é que cada uma delas se refere a um núcleo determinado de assuntos, um universo de sentido que se diferencia dos outros e que aponta para um aspecto – embora geral – essencial da pandemia e dos seus efeitos na sociedade.

³ É necessário esclarecer que cada *tweet*, geralmente, conta com mais de uma palavra-chave. Então, obviamente, a soma de todas elas é maior que o número de postagens; sobretudo, um mesmo *tweet* pode ter relação com assuntos e temas diferentes.

Gráfico 1. Palavras-chave nas postagens relacionadas ao COVID-19 na conta Twitter do presidente Bolsonaro (01 fev.-31 jul.).

Presença das palavras-chave

244 risposte



Nesse sentido, o grupo **Coronavírus** (que compreende as palavras-chave *Coronavírus* e *COVID-19*) apareceu **160** vezes, enquanto o grupo **Pandemia** (*pandemia*, *epidemia*, *vírus*), **43** vezes. Sem dúvidas, os dois grupos poderiam ser considerados parecidos, mas decidimos distinguir, por um lado, as referências claras e diretas ao *vírus* específico (chamado 2019-nCoV) e a *doença* por ele causada (chamada SARS-CoV-2), e, por outro, referências menos exatas (e, por causa disso, incluímos nesse grupo também a palavra-chave *vírus*), que apontam para o *efeito* da difusão do vírus, ou seja, a *pandemia*.

Juntando os dois grupos, contudo, podemos ver como, na maioria dos *tweets* considerados (203 de 257), há uma referência bastante explícita ao fato que a postagem tem relação com a pandemia.

O grupo **Quarentena** (*quarentena*, *emergência*, *crise*) tem somente **4** casos, sinal de que Bolsonaro foi bastante relutante em representar a pandemia como uma emergência que obriga a adoção de medidas emergenciais como o distanciamento físico, o isolamento, etc.

Juntamos numerosas palavras-chave (*solidariedade, cooperação, fronteiras, repatriados, repatriação, auxílio, ministério da saúde, ministro da saúde, SUS*) no grupo **MERCOSUL**: elas apareceram, no total, **35** vezes. Se é verdade que os termos deste grupo são bastante heterogêneos, o nosso intento era rastrear todos os casos em que Bolsonaro fez uma qualquer referência não somente a uma eventual cooperação com outros países do mercado comum da América do Sul, mas também a ações e políticas voltadas a enfrentar, no nível institucional oficial, a emergência sanitária (do ponto de vista econômico e sanitário). Por isso, incluímos também referências ao SUS, ao Ministério da Saúde e ao seu ministro.

Finalmente, o grupo **Medicamento** (*medicamentos, tratamento, vacina, hidroxicloroquina, cloroquina,*) aparece **30** vezes. Aqui, também, a sensação é que Bolsonaro teve pouca preocupação com as medidas sanitárias concretas, a não ser para falar (24 vezes) da hidroxicloroquina, um medicamento antimalárico que, junto com outros remédios, o governo propagandou como eficaz contra a SARS-CoV-2, apesar da ausência de provas científicas.

3. O conteúdo

As tipologias de discursos - Gerais e específicos

O conteúdo dos *tweets* de Bolsonaro foi filtrado, primeiramente, com base na distinção, já ilustrada, entre discursos *gerais* e *específicos*. O fato de que, do ponto de vista quantitativo, não há grande diferença entre os primeiros (**43,4%**) e os segundos (**56,6%**) não permite chegar a algumas conclusões: ou seja, poderíamos ver a prevalência dos discursos específicos com um ponto a favor do “comprometimento” para fornecer indicações pontuais e enfrentar o tema da pandemia de forma direta e detalhada. Contudo, esta seria somente uma hipótese que, para ser comprovada, precisaria de uma análise mais aprofundada das mensagens expressas e dos tópicos tratados nas postagens. Por isso, procedemos a este tipo de observação.

Gráfico 2. Anúncios nas postagens relacionadas ao COVID-19 na conta Twitter do presidente Bolsonaro (01 fev.-31 jul.) por assunto.

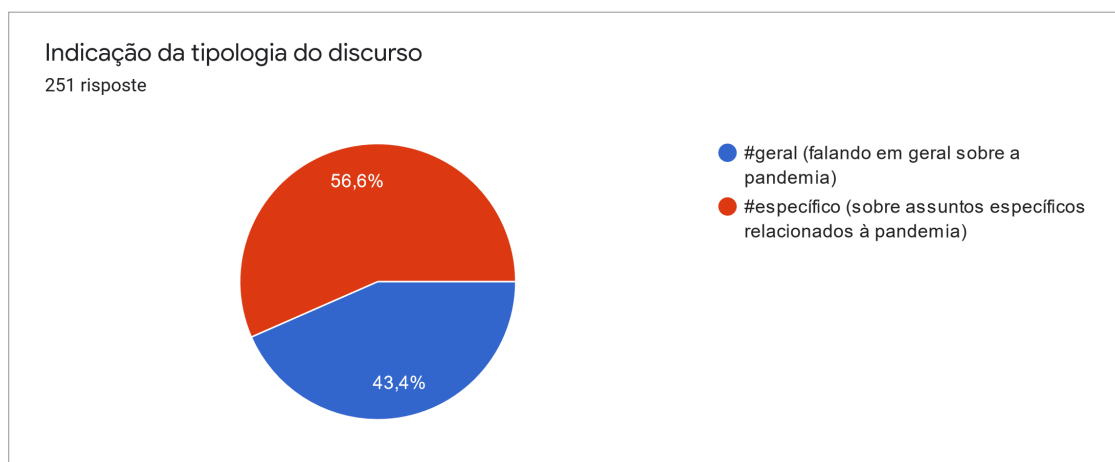
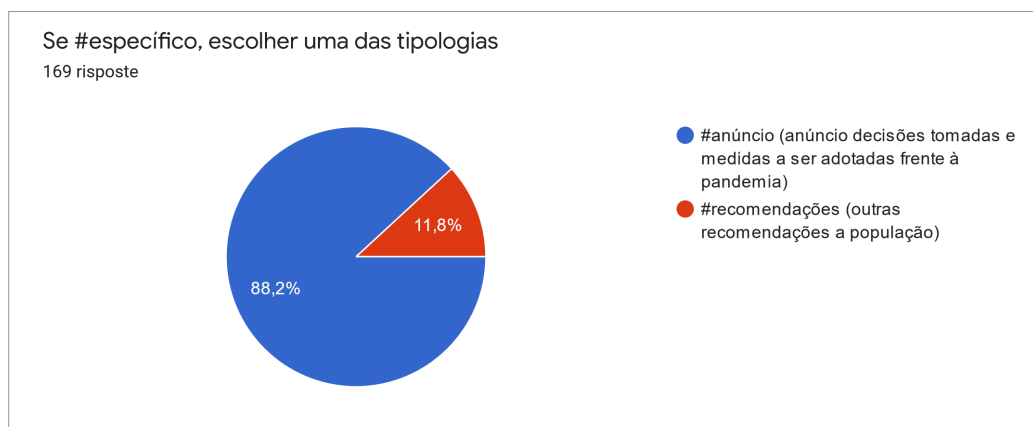


Gráfico 3. Anúncios nas postagens relacionadas ao COVID-19 na conta Twitter do presidente Bolsonaro (01 fev.-31 jul.) distinguindo entre anúncios e recomendações.



Discursos específicos - “anúncios”

A análise consistiu em verificar o teor dos *anúncios* – ou seja, indicações das iniciativas relacionadas à pandemia – realizados pelo presidente: um total de **149 tweets**.

Devido ao número elevado, revelou-se oportuno categorizá-los por suas informações da seguinte forma:

- medidas econômicas;
- dados sobre a pandemia de COVID-19 (número de contaminados, óbitos, curados);
- ações de combate ao COVID-19 (destaque a populações indígenas);
- COVID-19 nos presídios;
- liberação de valores da União para saúde aos estados e municípios;
- desvios de valores (corrupção);
- programa “Mais Médicos e profissionais da saúde”;
- medicamentos outros, testes rápidos e equipamentos para pandemia;
- fabricação de vacina e medicamentos (hidroxicloroquina, azitromicina, nitazoxanida);
- pesquisa científica;
- Forças Armadas na prestação de serviços de saúde;
- China e cooperação internacional;
- fronteiras;
- auxílio emergencial;
- pessoais;
- Supremo Tribunal Federal;
- ataques aos meios de comunicação.

Objetivou-se o esforço de categorizar os *tweets* de anúncios por seu conteúdo, a fim de demonstrar quais eixos do combate à pandemia o presidente Bolsonaro reforça mais. Dessa forma, há postagens em mais de uma categoria, visto que o destaque é a marcação da quantidade de *tweets* nos temas, denotando certo foco de ação por parte do chefe do Governo Federal em alinhar suas ações e políticas públicas, no caso, em orientar por

anúncios a população. Um exemplo é o reforço do uso das Forças Armadas na prestação de serviços de saúde, bem como na fabricação de medicamentos, dos quais o presidente faz extensa campanha de uso, em detrimento às pesquisas científicas realizadas em todo o país. Outro exemplo é a valoração da economia frente à saúde, quando ele usa muitos valores em cifras⁴, em franca apologia ao dinheiro e ao poder econômico, em um pandemia com milhões de pessoas desempregadas e com poucos auxílios; inclusive, utiliza essa forma de discurso para pressionar governadores e prefeitos com quanto a União despense à saúde, embora tenham sido gastos apenas 29% da verba destinada para o combate do COVID-19⁵, reforçando estigmas de corrupção e ineficácia das políticas públicas relacionadas, como o programa “Mais Médicos”.⁶

Ademais, nos meses analisados, houve fortes embates de Bolsonaro com os meios de comunicação, demais poderes e instituições brasileiras: o mais destacado deles foi contra a mídia⁷, em que ele destaca sempre seu repúdio pela não divulgação das ações do seu governo aos moldes da sua cartilha de pós-verdades. Nesse aspecto, há *tweets* contraditórios em que ele usa o julgado da medida cautelar deferida na ADI 6.341 do Supremo Tribunal Federal⁸ sobre a responsabilidade de Estados e municípios no que tange à realização de isolamento e demais medidas de proteção em nível local, para justificar suas críticas como governo central a essas medidas, as quais vão de encontro a interesses econômicos nacionais, travando verdadeira guerra de informação contra prefeitos e governadores⁹. Há, também, a preocupação do presidente em anunciar ações relacionadas à proteção dos povos indígenas, ao mesmo tempo que os meios de comunicação denunciam medidas de desmantelamento dos aparelhos de proteção e de direitos desses povos por parte do Governo Federal, como a troca de chefias da Funai¹⁰. Assim, veja o seguinte gráfico, no qual é possível identificar os eixos principais dos anúncios de Bolsonaro e a quais setores da sociedade são direcionados.

4 Exemplo de trecho de *tweet* do presidente em 27 de abril de 2020: “... R\$140 bilhões no combate ao COVID-19 e auxílio aos estados e municípios”. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1254734762465546241>.

5 PODER 360. Saúde gastou 29% de verba destinada ao combate da COVID-19, diz TCU. Poder 360. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/coronavirus/saude-gastou-29-de-verba-destinada-ao-combate-da-covid-19-diz-tcu/>.

6 MOTTA, Cláudia. Em novo recuo, Bolsonaro convoca médicos cubanos para combater pandemia. Rede Brasil de Fato Atual. 2020. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/saude-e-ciencia/2020/06/em-novo-recuo-bolsonaro-convoca-medicos-cubanos-para-combater-pandemia/>.

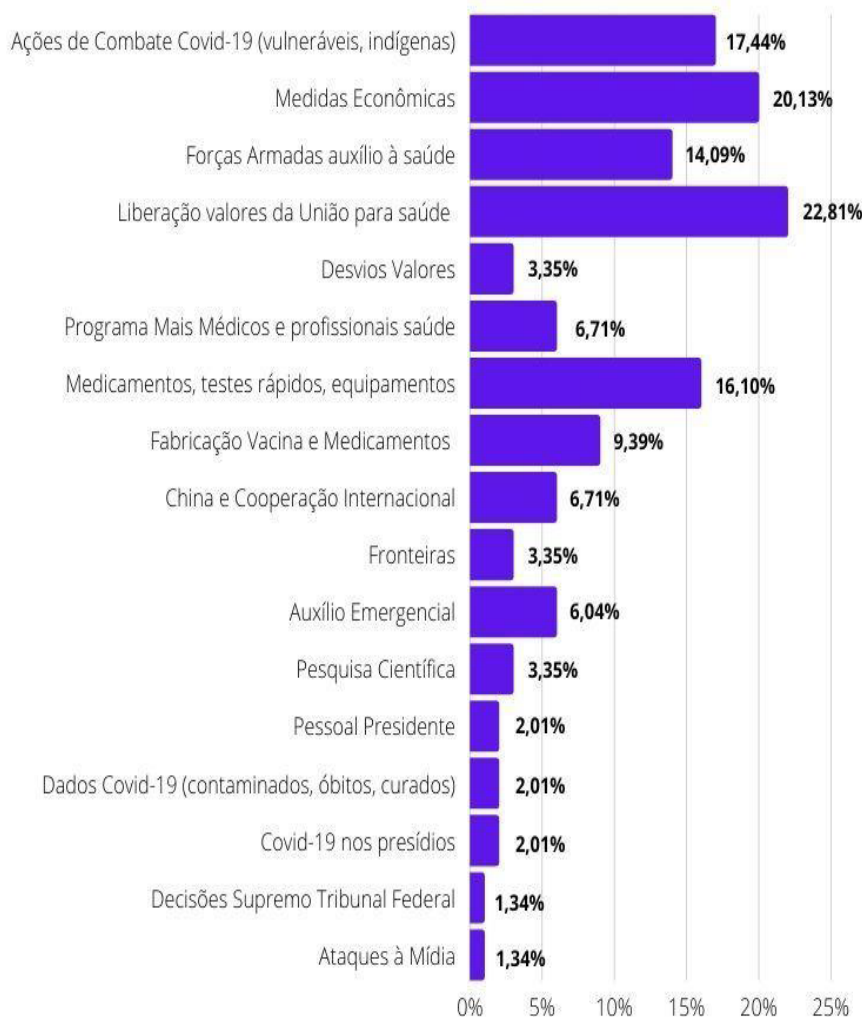
7 DEUTSCHE WELLE. Os ataques de Bolsonaro contra a imprensa. DW. 2020. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/os-ataques-de-bolsonaro-contr-a-imprensa/g-54692343>.

8 Íntegra do acórdão em: BRASIL. ADI 6341. Supremo Tribunal Federal. Relator: Ministro Marco Aurélio. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5880765>.

9 CHAIB, Julia; TEIXEIRA, Matheus. Ameaças de Bolsonaro a governadores e prefeitos mobilizam Supremo e Congresso. Folha de São Paulo. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/ameacas-de-bolsonaro-a-governadores-e-prefeitos-mobilizam-supremo-e-congresso.shtml>.

10 DALLABRIDA, Poliana. Chefe da Funai foi aliado dos invasores de terra indígena no MT. Brasil de Fato. 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/07/31/chefe-da-funai-foi-aliado-de-invasores-de-terra-indigena-no-mt>.

Gráfico 4. Anúncios nas postagens relacionadas ao COVID-19 na conta Twitter do presidente Bolsonaro (01 fev.-31 jul.).



Discursos específicos - “recomendações”

Quanto às mensagens em tom de *recomendação*, ou seja, conselhos, avisos, convites em tomar medidas ou comportamentos específicos para se proteger do risco de contágio, a análise contabilizou 20 *tweets*.

Destacou-se o fato de que a maioria das recomendações realizadas por Bolsonaro (57,14%) se referiam à hidroxiclороquina, cujo uso foi amplamente divulgado por ele como uma “prevenção” ao vírus – embora sem provas científicas. Dentre os destaques, o presidente afirmou que “o tratamento a base de Hidroxiclороquina (...) tem se mostrado eficaz nos pacientes ora em tratamento” e que ele teria “informações precisas que a Cloroquina tem sido usada pelo Brasil com grande taxa de sucesso”¹¹.

Tais afirmações, que aparecem várias vezes ao longo do período de análise, vão na

¹¹ Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1243502405779628033>.

contramão do divulgado pela Organização Mundial da Saúde, que encerrou os estudos com o medicamento, além de desaconselhar o uso do mesmo no combate ao coronavírus, mesmo que haja dúvidas sobre a confiabilidade do estudo que levou a esta decisão¹².

Além disto, Bolsonaro divulgou ações do Governo Federal no combate ao coronavírus e pediu que as pessoas seguissem as recomendações do Ministério da Saúde, apesar de ele mesmo não cumprir com uma das principais: a de evitar aglomerações, como amplamente demonstrado pelas várias ocasiões de encontro públicos nos quais ele não deixava de apertar-se aos apoiadores – cujas imagens ele mesmo não tinha escrúpulos de divulgar em suas redes. Na mesma mensagem em que o presidente mencionava que fossem seguidas as orientações do Ministério da Saúde, ele também apresentava sua preocupação com a questão econômica do impacto do COVID-19: “A saúde em 1º lugar, mas também a manutenção do emprego e condição” (entre outras coisas, uma contradição lógica).

Entre as mensagens postadas pelo presidente ao longo do período, destaca-se que, no início da pandemia, havia publicações sobre recomendações do Ministério da Saúde. Com o passar do tempo, suas recomendações se voltaram quase que inteiramente para o uso de medicamentos como forma de combater e prevenir o vírus, como: “A Hidroxicloroquina cada vez mais demonstra sua eficácia em portadores do COVID-19. Tenho recebido relatos de todo o Brasil nesse sentido. Preservar vidas e empregos.” Assim, Bolsonaro demonstrou sua preocupação com os impactos do vírus na economia.

Ainda cabe destacar que o presidente declarou ter feito uso do medicamento:

“REPLY @jairbolsonaro D- Aos que torcem contra a Hidroxicloroquina, mas não apresentam alternativas, lamento informar que estou muito bem com seu uso e, com a graça de Deus, viverei ainda por muito tempo”¹³.

Logo, mesmo que, no início, as recomendações tenham sido de seguir as orientações do Ministério da Saúde – ainda que o próprio Bolsonaro não as seguissem –, com o tempo, o foco voltou-se para as problemáticas econômicas que acompanharam o COVID-19 e, principalmente, a indicação intensiva do uso de um medicamento não recomendado pela Organização Mundial da Saúde e de eficácia não comprovada.

Tags

De fato, o presidente não parece usar Twitter de forma, por assim dizer, avançada. Podemos dizer isso não somente porque, mais que uma ferramenta para *dialogar* com outros usuários (uma tarefa dificilmente imaginável para um chefe de Estado¹⁴), esta rede social

12 Veja THE GUARDIAN. Governments and WHO changed COVID-19 policy based on suspect data from tiny US company. 03/06/2020. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2020/jun/03/COVID-19-surgisphere-who-world-health-organization-hydroxychloroquine>.

13 Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1280849256593702918>.

14 Existem exceções, às vezes, embaraçosas: G1. Após postar vídeo com pornografia, Bolsonaro pergunta o que é ‘golden shower’. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/03/06/apos-postar-video-com-pornografia-bolsonaro-pergunta-o-que-e-golden-shower.ghtml>.

é mais um simples *meio de difusão* das narrativas (mensagens, notícias, pensamentos) que Bolsonaro quer contar para o Brasil (e potencialmente para o mundo – mesmo que ele use somente o idioma nacional); mas, sobretudo, porque uma das funções mais típicas do Twitter, os *tags*, foi usada somente duas vezes¹⁵ nas postagens relacionadas à pandemia. Trata-se de uma função particularmente útil porque, atribuindo uma etiqueta (em inglês, *tag*) para uma postagem, é possível marcá-la, indicando de quais tópicos trata e – esse é o ponto mais importante – torná-la facilmente rastreável por outros usuários, pois, nas pesquisas para buscar um certo conteúdo, os tags funcionam como palavras-chave. Assim, se, por exemplo, uma postagem é marcada com o tag “#pandemia”, os usuários que buscarem este tópico poderão visualizá-la com mais probabilidade. De fato, os tags “condensam” núcleos de tópicos e temas dentro da rede social, facilitando a comunicação entre os usuários.

Menções. Do patrimonialismo ao *homem cordial*

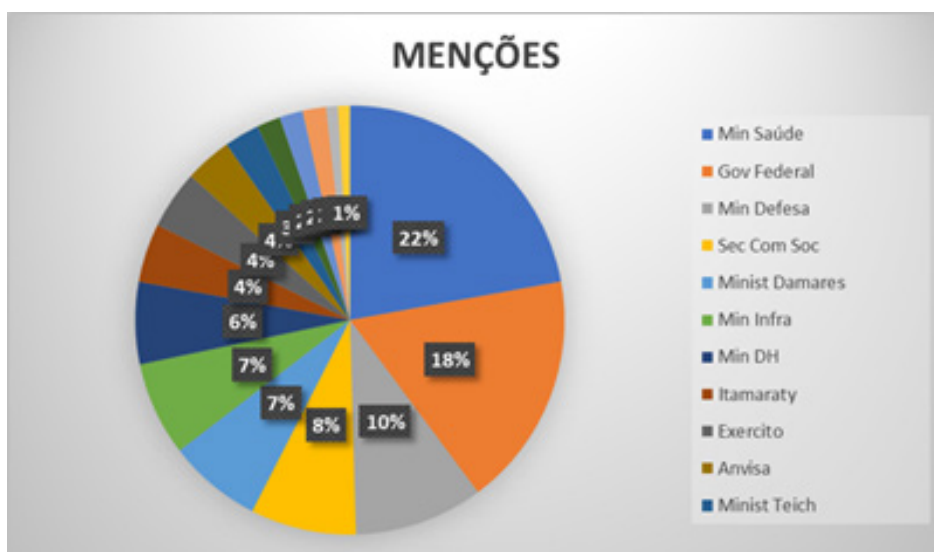
No perfil oficial de Bolsonaro, vemos uma síntese do governo marcado por discursos e atitudes que contradizem os principais órgãos internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU) ou a Organização Mundial de Saúde (OMS), mas que repercutem notícias enganosas e posições, no mínimo, duvidosas. Mais de uma postagem de Bolsonaro já foi apagada pelo próprio Twitter por violar as regras da empresa¹⁶. Chama atenção que, no aspecto de menções – que é quando uma conta de Twitter cita, em uma postagem, uma outra, referenciando-a, geralmente em sinal de diálogo –, o presidente brasileiro menciona inúmeras vezes o próprio perfil do Governo Federal e da Secretaria de Comunicação, reforçando, assim, a ideia de um governo centrado em si mesmo.

Destaca-se também que o Ministério da Defesa, mesmo quando o recorte da pesquisa foi a partir das palavras-chave envolvendo a pandemia de COVID-19, aparece mais do que a Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) ou o Ministério da Saúde. Salientamos, ainda, o número de vezes em que a conta do presidente interage com o Ministério de Direitos Humanos e com a ministra-chefe da pasta. O surpreendente é que não há intenção de políticas públicas envolvendo o ministério, tampouco apoio do setor ao combate, à prevenção e aos cuidados com a pandemia. Porém, o que se nota é simpatia de ambos pela pauta ideológica conservadora (muitas vezes, minimizadora e negacionista).

15 Os dois tags usados foram #coronavírus e #LixãoZero.

16 G1. Twitter apaga publicações de Jair Bolsonaro por violarem regras da rede. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/29/twitter-apaga-publicacoes-de-jair-bolsonaro-por-violarem-regras-da-rede.ghtml>.

Gráfico 5. Menções nas postagens relacionadas ao COVID-19 na conta Twitter do presidente Bolsonaro (01 fev.-31 jul.)¹⁷.



Outro fato revelador é o presidente somente seguir as contas de políticos, jornalistas e artistas fortemente identificados com seu governo. Reforça a ideia de uma gestão que vive em uma *bolha* e se preocupa somente com aqueles que pensam da mesma maneira que o presidente. Um governo voltado para seus seguidores e eleitores, ignorando os problemas reais da plural e complexa população brasileira. Nesse comportamento que raciocina dividindo “os meus” do “resto”, o presidente parece reforçar o estigma de um país que trata a política pública como um espaço privado.

Nesse sentido, a pandemia de COVID-19 escancarou problemas históricos e estruturais do Brasil. Um deles é o *patrimonialismo*. Pensado por diferentes autores que se puseram a interpretar a identidade brasileira, o conceito ganha maior análise na obra de Raymundo Faoro¹⁸, em que se vê que as linhas entre o público e o privado se confundem na história do Brasil.

Outro termo muito utilizado quando se busca categorizar a identidade nacional é o de *homem cordial*. Assim como o patrimonialismo, esse conceito também está sujeito a diferentes interpretações e segue presente nas discussões acerca de seu significado e representação do povo brasileiro. Popularizado por Sérgio Buarque de Holanda, o termo faz menção às questões ligadas ao coração e aos aspectos emocionais, como se o brasileiro primasse pela emoção em detrimento da razão, o que afastaria a brasilidade da noção de formalidade. Holanda diz que “nenhum povo está mais distante dessa noção ritualista da vida do que o brasileiro”¹⁹.

17 Menções: Ministério da Saúde: 25; Governo Federal: 20; Ministério da Defesa: 11; Secretaria de Comunicação Social: 9; Ministra Damares (Ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos): 8; Ministério da Infraestrutura: 8; Ministério dos Direitos Humanos: 7; Itamaraty (Ministério do Exterior): 5; exército: 5; Anvisa; 4; Ministro Teich (ex-Ministro da saúde): 3; Ministério da Educação: 2 CAPES: 2; Ministro Mandetta (ex-Ministro da saúde): 2; Donald Trump (Presidente dos EUA): 1; Boris Johnson (Primeiro ministro da Inglaterra): 1.

18 FAORO, Raymundo. **Os donos do poder**. Formação do Patronato Político Brasileiro (13ª ed.). São Paulo, Globo, 1998.

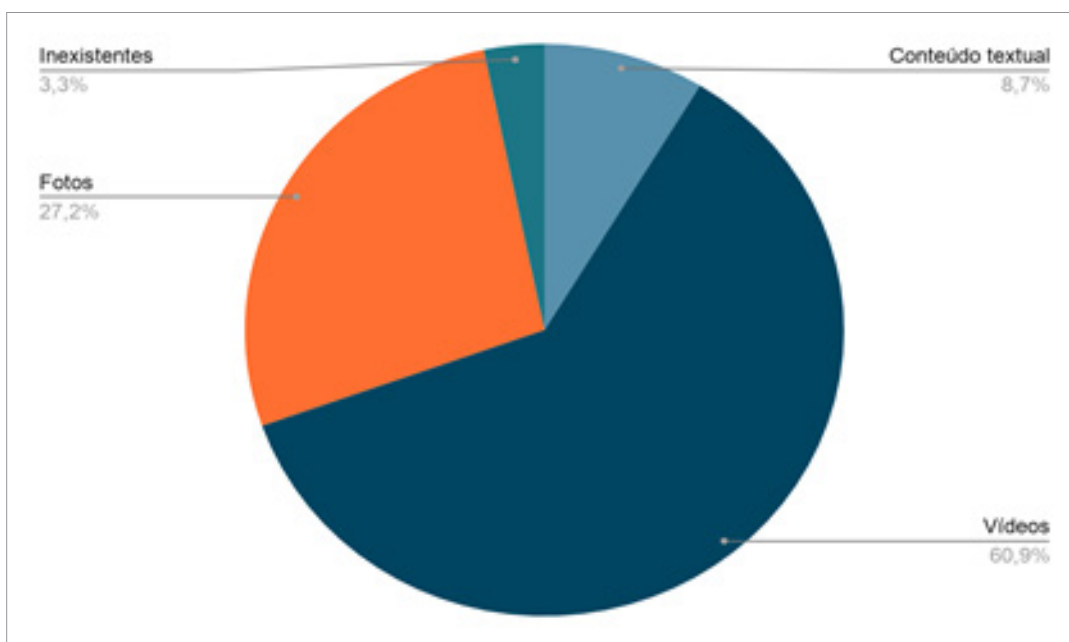
19 HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil** (26ª edição). São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

Acompanhando o comportamento expressado pelo presidente através da sua conta no Twitter, parecem evidentes os elementos emocionais sobrepostos à racionalidade, da mesma forma que não se percebe nenhum sinal de ritualismo ou mesmo sinal de polidez e civilidade. Provoações aos adversários políticos, desentendimentos com a imprensa e cenas do seu cotidiano pessoal se colocam lado a lado com pronunciamentos oficiais. Desta forma, a conta do Twitter de Bolsonaro, em especial no que tange às citações, parece evidenciar traços de *patrimonialismo* e *cordialidade*.

Links

No período de referência da pesquisa, foram analisados 92 links de interesse relacionados ao COVID-19: foram divididos em vídeos (56 *links*), fotos (25), conteúdo textual (8) e *links* não mais existentes (3), conforme o gráfico com as respectivas porcentagens abaixo:

Gráfico 6. *Links* nas mensagens relacionadas a COVID-19 na conta Twitter do presidente Bolsonaro (01 fev.-31 jul.).

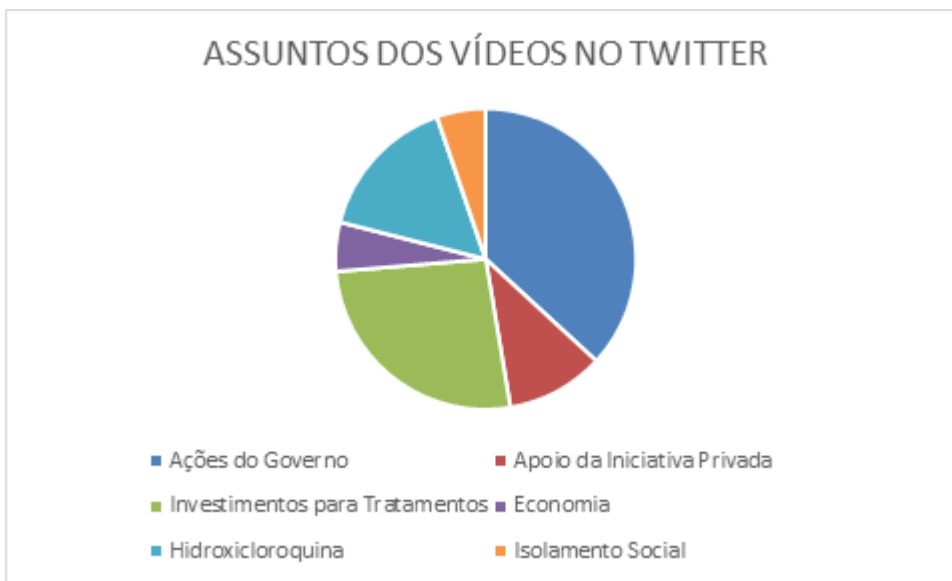


Os 56 *links* de vídeos apresentam temas ligados à pandemia de COVID-19, sendo 18 postados no YouTube (no canal “Jair Bolsonaro”), 37 no Twitter (no perfil @jairbolsonaro) e 1 na plataforma Instagram, conforme os gráficos abaixo.

Gráfico 7. Assuntos nos vídeos postados por Bolsonaro no Youtube.



Gráfico 8. Assuntos nos vídeos postados por Bolsonaro no Twitter.



Destaca-se que todos os vídeos cuja temática é a Hidroxicloroquina apresentam argumentos que sustentam a eficácia dessa medicação. São relatos de pacientes que utilizaram este medicamento e superaram a SARS-CoV-2. Há, inclusive, a tentativa de construção de argumentos de autoridade com médicos posicionando-se no sentido de que tal medicação é benéfica para a cura do vírus.

No final de março de 2020, foi publicado no *International Journal of Antimicrobial Agents* um artigo de uma equipe francesa que traz resultados sobre o uso eficaz de Hidroxicloroquina no tratamento de COVID-19. Donald Trump fez menção a tal estudo em seu Twitter, e Bolsonaro passou a tratar sobre o assunto imediatamente. Interessante destacar

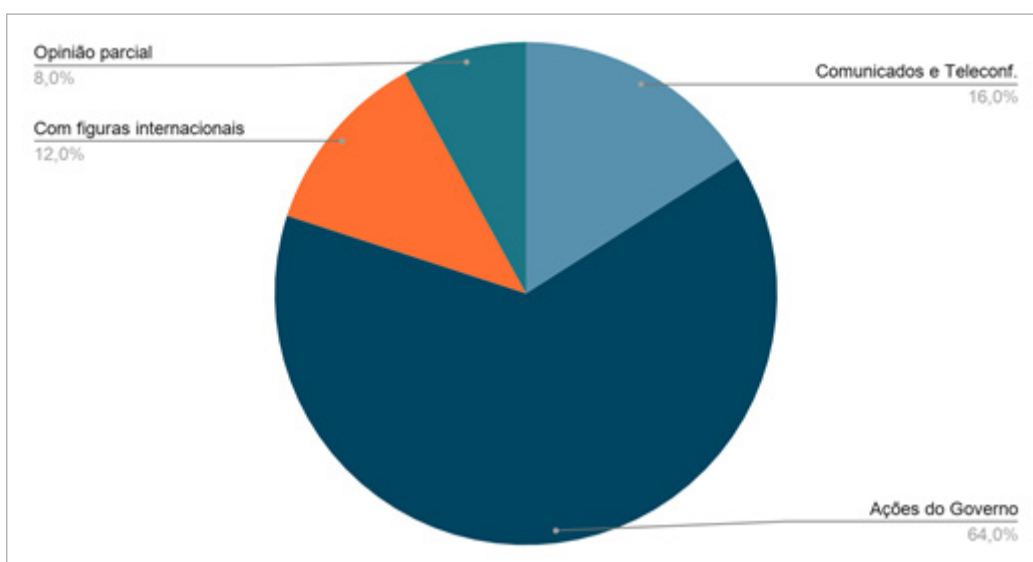
a dissonância de informações entre a mídia brasileira, pois enquanto o *Jornal da Record* divulgou essa reportagem sobre um protocolo bem-sucedido de uso de Hidroxicloroquina, jornais da emissora Globo divulgaram informações questionando tal uso. O presidente só compartilhou as informações que iam ao encontro do seu apoio ao uso dessa medicação.

Os vídeos que tratam sobre recursos do Governo Federal destinados ao COVID-19 abordam as questões da concessão de auxílio emergencial, programa de manutenção de empregos, facilitação de crédito para micro e pequenas empresas. Os investimentos em recursos tratam de confecção de materiais, como ventiladores mecânicos, compra de testes e contratações de médicos.

As temáticas sobre economia, criação de pânico e isolamento social evidenciam os discursos ambivalentes desenvolvidos no Brasil durante a pandemia. De um lado, uma linha discursiva que defende o isolamento social como forma de conter a curva de contágio pelo vírus; de outro, uma linha que defende a necessidade de que a economia do país continue ativa. Os vídeos compartilhados pelo presidente Bolsonaro são todos na segunda linha discursiva, defendendo que houve a geração de um pânico desnecessário, no início da pandemia, que trouxe colapso econômico. O presidente, constantemente, nomeou as medidas de isolamento social como medidas geradoras de pânico. A polarização política trouxe reflexos para discursos sobre questões de saúde, deixando de lado questões científicas para discussões pró e contra o governo Bolsonaro.

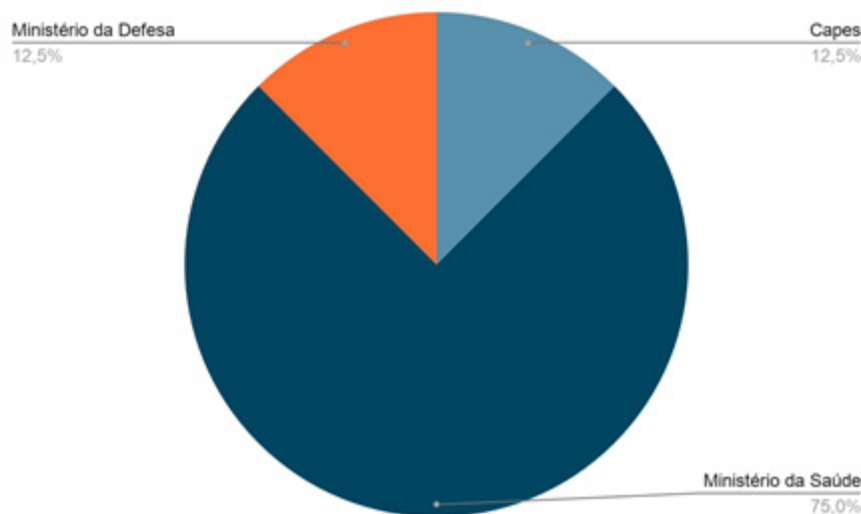
Quanto aos *links* referentes a fotos, das 25 no total, 24 foram postados na conta Twitter do presidente, enquanto o restante era de outra conta *retuitada* por Bolsonaro. Os *links* foram classificados conforme a tabela:

Gráfico 9. *Links* referentes a foto na conta Twitter do presidente Bolsonaro.



Quanto ao restante dos *links*, dizia respeito a conteúdos que foram apagados ou a página não foi encontrada. Já quanto aos *links* de conteúdo textual, 8 no total, podem ser classificados conforme a tabela a seguir.

Gráfico 10. *Links* não mais existentes postados na conta Twitter do presidente Bolsonaro.



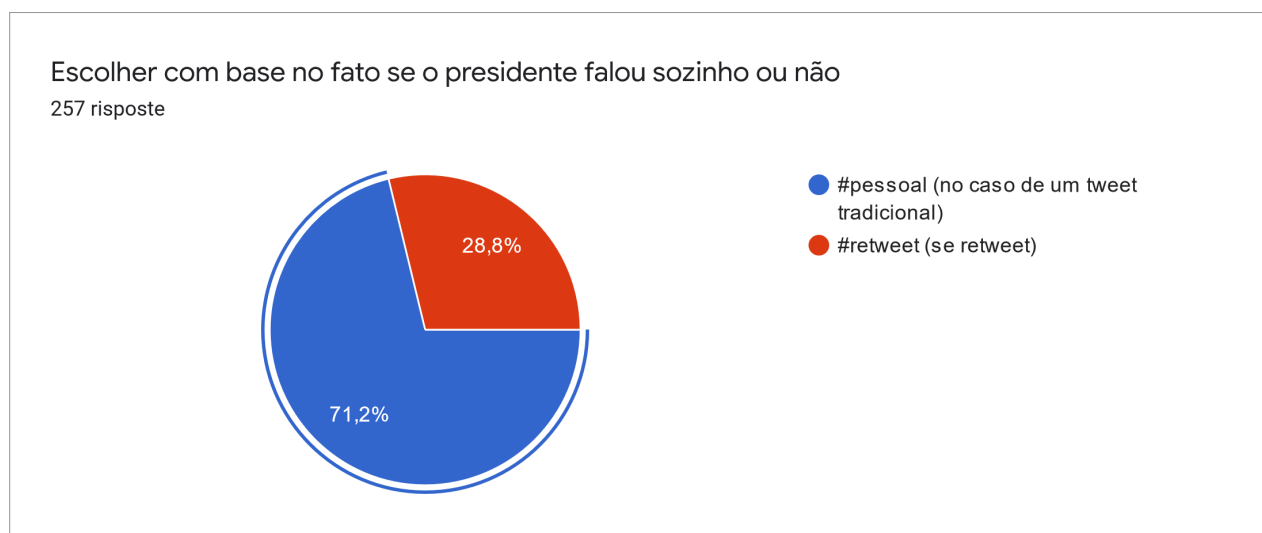
O contexto

Postagens originais e *retweets*

Dentre os 257 *tweets* relacionados à pandemia que foram analisados, houve uma distinção entre as postagens originais, publicadas pela conta do presidente Jair Bolsonaro, e as postagens alcunhadas como *retweets*, compartilhamento da mensagem de terceiros pela conta do chefe de Estado ou “recompartilhamento” de mensagens do próprio.

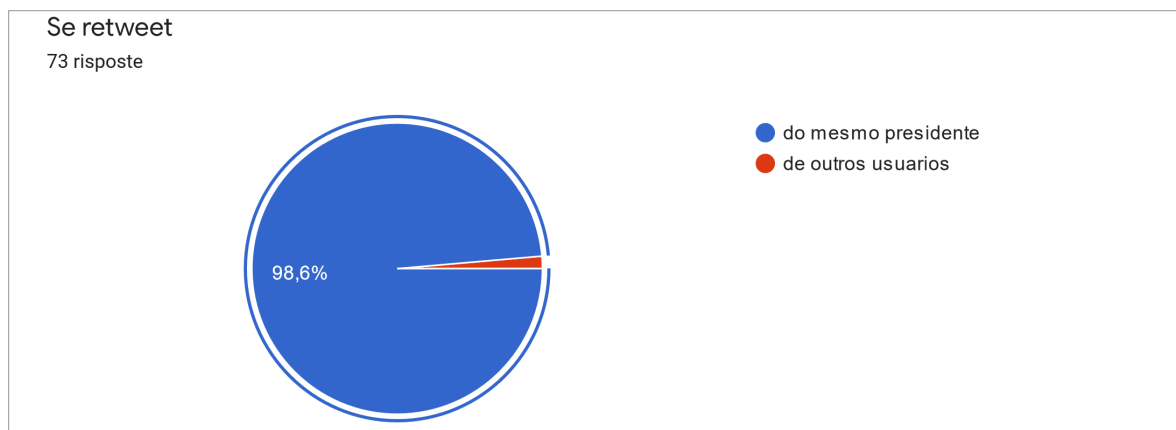
As postagens originais contabilizaram, durante o período analisado, 183 (71,2%) *tweets* originais – publicados diretamente pela conta de Jair Bolsonaro – e 74 (28,8%) *retweets*.

Gráfico 11. *Tweets* originais e *Retweets* na conta do presidente Bolsonaro.



Dentre os 74 *retweets*, 72 (98,6%) eram um “recompartilhamento” de mensagens do próprio presidente – quando ele é autor do *post* original e o compartilha mesmo assim. Apenas dois *retweets* eram o compartilhamento de mensagens de terceiros.

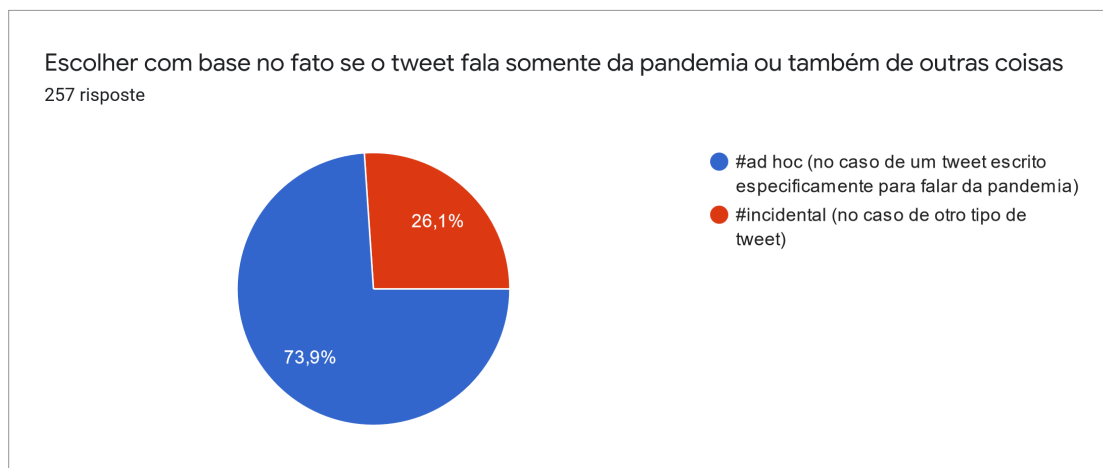
Gráfico 12. *Retweets* na conta Twitter do presidente Bolsonaro.



Ad hoc/incidental

Dos *tweets* (190) do presidente, **73,9%** tratam exclusivamente de assuntos relacionados com a pandemia, o vírus e seu enfrentamento. O restante **26,1%** (67 *tweets*), pelo contrário, tratam o assunto ao lado de outros. Assim, classificamos as postagens do primeiro tipo na categoria *ad hoc* e as do segundo na categoria *incidental*. De fato, trata-se de um parâmetro relacionado ao conteúdo das postagens. Ao mesmo tempo, é importante também considerar o contexto dentro do qual cada postagem é inserida. Ou seja, o fato de o presidente dizer algo relacionado à pandemia é importante não somente a respeito do que ele fala, mas também a respeito a) do momento (fator temporal) em que ele se expressa e b) da relação com os outros tópicos tratados. Assim, um determinado tema, uma “mensagem” ou “posição” que ele quer expressar pode assumir um significado e um peso diferentes.

Gráfico 13. *Tweets* do presidente Bolsonaro por tipologia de tópico.



Assim, é interessante notar que, quando Bolsonaro menciona a pandemia em relação a outros assuntos, muitas vezes, é para falar da necessidade de retomar as atividades econômicas (ex.: “Além do vírus, agora também temos o desemprego, fruto do “fechamento” e “fica em casa””²⁰; “Essa mesma imprensa diz que todos devem FICAR EM CASA. - A continuar com o FECHA GERAL não está difícil de saber o que nos espera.”²¹) e, ainda mais marcante, para recomendar o uso da Hidroxicloroquina e outros remédios (ex.: “Dr. Kalil Filho: ‘Eu usei ... vale a pena o uso da HIDROXICLOROQUINA em pacientes infectados pelo coronavírus.’”²² Com o objetivo de facilitar o combate ao coronavírus, zeramos o Imposto de Importação da cloroquina e da azitromicina, para uso exclusivo de hospitais em pacientes em estado crítico. Essa redução também se estende a outros produtos e vai fazer toda a diferença em nossa luta!”²³). Dessa forma, é possível entender também a importância que o assunto “pandemia” tem em relação a outros (economia) e a estratégia de enfrentamento da emergência (recomendar hidroxicloroquina).

Considerações Finais

A conduta do presidente foi amplamente criticada não somente por adversários políticos, mas também por associações, ONGs e inclusive por grupos de pesquisas: por exemplo, o boletim do Cepedisa (Centro de Estudos e Pesquisas de Direito Sanitário) da Universidade de São Paulo (USP), publicado em janeiro 2021, afirma, com base na coleta dos atos normativos federais tomados ao longo da pandemia e dos posicionamentos do presidente, que haveria, por parte do governo, “o empenho e a eficiência da atuação da União em prol da ampla disseminação do vírus no território nacional, declaradamente com o objetivo de retomar a atividade econômica o mais rápido possível e a qualquer custo”²⁴.

Além das escolhas feitas para enfrentar (ou ignorar?) a pandemia, o atual presidente costuma ser identificado como alguém que não segue as normas de civilidade, quebra os protocolos e tem atitudes que não condizem com as de um chefe de Estado. Esse comportamento fica evidente através de sua conta pessoal na rede social Twitter.

Bolsonaro, que deve grande parte de sua popularidade às redes sociais, utiliza o *Twitter* como meio de se comunicar com a população. Seu perfil virtual é sintomático de sua forma de governo. Ele permanece em clima de campanha: faz provocações aos adversários políticos, utiliza linguagem chula e costuma compartilhar fotografias e vídeos pessoais. Em uma mescla de informações de interesse à toda nação e de posicionamentos particulares, o presidente parece se perder na confusão entre a postura de estar como chefe de Estado, ou de ser mais um cidadão preocupado com suas questões privadas.

Ao romper a separação entre público e privado, Bolsonaro, através de seus *tweets*, mistura

20 Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1249404019845541894>.

21 Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1251844560944324608>.

22 Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1247914924665438209>.

23 Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1243169243589476353>.

24 CEPEDISA. Direitos na pandemia. Mapeamento e análise das normas jurídicas de resposta à COVID-19-19 no Brasil. Boletim n. 10, 20/01/2021, p. 7.

questões de Estado com aspectos de sua vida particular. Ao mesclar declarações oficiais do governo com posições partidárias e até mesmo com pronunciamentos meramente opinativos, o presidente expressa o patrimonialismo em seu mandato. Essa característica marcante na utilização das redes sociais pode ser capaz de unir ainda mais o presidente aos seus seguidores e eleitores, mas ao mesmo tempo, soa como um desserviço aos cidadãos brasileiros.

Referências bibliográficas

BRASIL. ADI 6341. Supremo Tribunal Federal. Relator: Ministro Marco Aurélio. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5880765>.

CEPEDISA. Direitos na pandemia. Mapeamento e análise das normas jurídicas de resposta à COVID-19-19 no Brasil. Boletim n. 10, 20/01/2021, p. 7.

FAORO, Raymundo. **Os donos do poder**. Formação do Patronato Político Brasileiro (13ª ed.). São Paulo, Globo, 1998.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil** (26ª edição). São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

LUHMANN, Niklas. **Poder**. Tradução Darío Rodríguez Mansilla. Barcelo: Anthropos; México: Universidad Iberoamericana; Santiago do Chile: Instituto de Sociología. Pontificia Universidad Católica de Chile, 1995.

WEBER, Max. **El político y el científico**. Traducción: José Chávez Martínez. Puebla: Premiá editora de libros S.A., 1980.

Referências jornalísticas

CHAIB, Julia; TEIXEIRA, Matheus. Ameaças de Bolsonaro a governadores e prefeitos mobilizam Supremo e Congresso. Folha de São Paulo. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/ameacas-de-bolsonaro-a-governadores-e-prefeitos-mobilizam-supremo-e-congresso.shtml>.

DALLABRIDA, Poliana. Chefe da Funai foi aliado dos invasores de terra indígena no MT. Brasil de Fato. 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/07/31/chefe-da-funai-foi-aliado-de-invasores-de-terra-indigena-no-mt>.

DEUTSCHE WELLE. Os ataques de Bolsonaro contra a imprensa. DW. 2020. Disponível em:

<https://www.dw.com/pt-br/os-ataques-de-bolsonaro-contr-a-imprensa/g-54692343>.

G1. Após postar vídeo com pornografia, Bolsonaro pergunta o que é 'golden shower'. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/03/06/apos-postar-video-com-pornografia-bolsonaro-pergunta-o-que-e-golden-shower.ghtml>.

G1. Twitter apaga publicações de Jair Bolsonaro por violarem regras da rede. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/29/twitter-apaga-publicacoes-de-jair-bolsonaro-por-violarem-regras-da-rede.ghtml>.

MOTTA, Cláudia. Em novo recuo, Bolsonaro convoca médicos cubanos para combater pandemia. Rede Brasil de Fato Atual. 2020. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/saude-e-ciencia/2020/06/em-novo-recuo-bolsonaro-convoca-medicos-cubanos-para-combater-pandemia/>.

PODER 360. Saúde gastou 29% de verba destinada ao combate da COVID-19, diz TCU. Poder 360. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/coronavirus/saude-gastou-29-de-verba-destinada-ao-combate-da-COVID-19-diz-tcu/>.

THEGUARDIAN. Governments and WHO changed COVID-19 policy based on suspect data from tiny US company. 03/06/2020. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2020/jun/03/COVID-19-surgisphere-who-world-health-organization-hydroxychloroquine>.



3

ANÁLISIS DEL DISCURSO PRESIDENCIAL EN TWITTER. CASO MARIO ABDO BENÍTEZ PARAGUAY

**Emilio Camacho
Laura Cabrera**

Consideraciones Iniciales

La aparición de la pandemia, que se desató en forma brutal sobre buena parte de la población mundial, constituye un hecho muy especial, por su magnitud¹ sin precedentes, que afecta directamente a la sociedad, a la economía, a la política, a la vida misma del género humano.

Se trata de un virus que se ha cobrado centenares de miles de vidas, infectado a decenas de millones de personas y, lo que es más preocupante, no se ha logrado conocerlo en su totalidad, tanto que recién ahora (nueve meses después de haberse desatado la pandemia) comienza a hablarse de la aparición de vacunas, en una carrera desesperada entre Estados y grandes empresas.

Las universidades más prestigiosas del mundo, los centros de investigación líderes, no han logrado hasta ahora la cura de la enfermedad, ni siquiera el tratamiento eficaz y todo se reduce a consignas sobre lo poco que se conoce: lavado permanente de manos, tapabocas, aislamiento social, etc. y por otro lado, posiciones contradictorias, que hablan de suspender la cuarentena y dejar que la gente salga a las calles, “normalizar” la economía, etc².

Las vacunas que anuncia dichos centro siguen postergando una y otra vez la aplicación

¹ Muchos la comparan con la Gripe Española del año 1903.

² Debate que incluso alcanza a los medios científicos.

masiva, continúan en estado experimental y cuando de repente parecía que podía comenzar la aplicación masiva, nuevamente debe suspenderse³. Desde Harvard hasta el más humilde centro de investigación se muestran incapaces de solucionar el problema, de terminar la vacuna, de explicar qué hacer para evitar el contagio y la muerte. Últimamente se han iniciado las vacunaciones masivas, siempre en medio de la incertidumbre que ha caracterizado al problema desde un inicio. Sin embargo, en este momento, enero del 2021, en algunos países, han comenzado las vacunaciones masivas⁴, en medio de acusaciones y un fuerte debate sobre la calidad de las vacunas.

A esto debemos sumar el gran perjuicio que sufre la economía, donde miles de pymes, locales de alimentación, comercios varios, etc, han cerrado definitivamente sus puertas aumentando en forma exponencial el desempleo, la precarización laboral y la crisis económica.

Ante esta situación, se vuelve necesario una breve referencia a la verdadera situación de excepción generada, desde una perspectiva jurídico y sociológica.

Ese trabajo comenzó ocupándose de la suspensión de algunos derechos fundamentales del ciudadano, cuando se presentan situaciones que ponen en peligro la estabilidad misma de la democracia y los mecanismos ordinarios de seguridad resultan insuficientes para controlar la situación. En nuestro país ha recibido el nombre de Estado de Sitio, hasta la Constitución de 1967 y Estado de Excepción, con la de 1992.

Pero ocurrió que, avanzado el trabajo, se desata y no cesa la pandemia del COVID 19 , se declara la Emergencia Sanitaria y mientras se discutía si correspondía o no declarar el Estado de Excepción, ya el Ejército estaba en las calles, toda la Fuerza Armada trabajando en la vía pública, hospitales, centros educativos, locales deportivos, se regimentaba el transporte público, se disponía el cierre de negocios, fábricas, etc. Y es aquí donde surge la pregunta adicional, no prevista, que planteamos en este breve trabajo sobre el Estado de Excepción: la actuación del Ejército en casi todas las actividades normales de la sociedad: educación, salud, producción, tránsito, seguridad, etc, restricciones importantes a las libertades públicas, limitación drástica del libre tránsito, etc requiere la declaración prevista en el art 288 de la Constitución, o es suficiente el marco normativo ordinario, con algunas leyes especiales vigentes?⁵

La pregunta sirve sólo como disparador, pues apenas nos planteamos esta clásica figura, surgen muchos otros puntos relevantes, que no pueden obviarse en el trabajo, debiendo comenzar desarrollando el concepto mismo de la figura, tanto en la doctrina como en el derecho positivo, para finalmente llegar a una referencia obligatoria de la pandemia misma como una causa de excepción. Por más que únicamente estamos hablando del lenguaje presidencial a través del Twitter, resultaría insuficiente el trabajo, no podría comprenderse acabadamente.

3 Vacuna de Oxford-Astrazeneca.

4 En Sudamérica: Argentina, Chile, Colombia, Brasil, etc.

5 Sabsay, Daniel. Las libertades individuales y el COVID-19.

1. Van algunos conceptos sobre la excepción en el derecho el estado de excepción

Loewenstein: “[...] en el marco de la sistematización del proceso del poder, fundamento de nuestra exposición, el gobierno de crisis significa la sustitución temporal de las técnicas que distribuyen el poder entre varios detentadores dotados de mutuos controles por la concentración consciente del poder en manos detentador gubernamental, así como la suspensión de los normales controles interorganos de la Asamblea frente al Ejecutivo durante la duración del período excepcional [...]”.

El solo hecho de necesitar referirnos a un concepto clásico, para tener un punto de partida y comprender bien la figura, implica las fuertes transformaciones que recibe el derecho en el transcurso del tiempo, con el avance mismo de la democracia, y también a impulsos de esta pandemia.

Si en algún momento, o en algún lugar, la salvación del régimen constitucional exige su suspensión momentánea, esta dejará de ser la Constitución en tanto que tal, con la suspensión de unos determinados derechos y unas determinadas libertades en razón de otros determinados derechos y determinadas libertades.

De Vergottini:

“[...] La suspensión abre camino a la instalación de un ordenamiento de excepción respecto de la normalidad constitucional, se define variadamente: “[...] Estado de Guerra en crisis internacionales, estado de asedio y términos análogos en crisis internas... hacer ver nítidamente que uno de los principales principios republicanos afectados es la separación de poderes, sobreviniendo una concentración en el ejecutivo”.

Giorgio Agamben sostiene que el régimen de excepción se está convirtiendo cada vez en más en normalidad, lo que parece cobrar dimensión especial en estos tiempos.

Luego de varias referencias históricas y doctrinarias al significado, encontramos en el maestro Norberto Bobbio una referencia concreta a la cuestión sanitaria o de catástrofe natural. Veamos lo que nos dice al respecto:

“[...] con la expresión estado de sitio se pretende habitualmente indicar el régimen jurídico excepcional al cual una comunidad territorial es sometida temporalmente, en consideración a un estado de peligro para el orden público, por efecto de una previsión de la autoridad estatal que atribuye poderes extraordinarios a la autoridad pública y que sanciona correspondientes limitaciones a libertades de los ciudadanos [...]”, que también puede deberse a epidemias o catástrofes naturales.

Esto no significa, ni remotamente, que estemos en contra de las medidas adoptadas, todo lo contrario, señalar nada más que es importante abordar jurídicamente los problemas generados, para fortalecer las medidas sanitarias del Estado, por un lado, y evitar excesos arbitrarios por otro.

Veamos ahora los puntos resaltantes, las palabras claves que surgen del informe y a partir de allí, comentemos las características principales del discurso presidencial.

El Presidente expone públicamente y en varias ocasiones lo que será una constante y

definirá políticamente al Gobierno.

Enfrentando de manera inesperada con la formalización, las palabras claves que más aparecen son:

- 1 - PANDEMIA,
- 2 - CORONAVIRUS,
- 3 - COVID-19,
- 4 - SALUD,
- 5 - ECONOMÍA.

La misma lectura evidencia cuál fue la línea principal adoptada por el Presidente de la República para enfrentar la pandemia: proteger la salud, concienciar sobre la gravedad de la pandemia, introducir en la cultura de los paraguayos esa situación, insistir en que lo prioritario es proteger la vida y tampoco olvidar la economía, pero iremos a proteger la vida⁶.

2. Se insistió siempre en proteger la salud

En este momento recrudece la infección y la cantidad de muertes por día aumenta, aunque comparativamente y en términos cuantitativos son números bajos aún.

El 09 de marzo, *la Presidencia de la República del Paraguay a través del Decreto 3.442, dispuso la implementación de acciones preventivas ante el riesgo de expansión del Coronavirus (COVID-19) en el territorio nacional.*

Una reacción inmediata, donde el gobierno asumió su rol constitucional, garantizando que el Estado paraguayo protegerá y promoverá la salud como derecho fundamental de las personas y en interés de la comunidad.

Cuando aún, la Organización Mundial de la Salud, no había definido al COVID-19 como una pandemia, el Paraguay ya asumió una postura clara en cuanto al virus: Disponer la implementación de acciones preventivas ante el riesgo de expansión del CORONAVIRUS (COVID-19) al territorio nacional, conforme al Plan Nacional de Respuesta a Virus Respiratorios 2020, aprobado por resolución del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social. (Ver Decreto 3.442).

3. Implementación de medidas rígidas

El 10 de marzo, el Gobierno a través del Ministerio de Salud Pública definía medidas rígidas tomadas frente al Coronavirus:

- ✓ Suspender la realización de eventos y espectáculos públicos o privados de concurrencia masiva, tales como conciertos musicales, encuentros deportivos, reuniones políticas, gremiales y sociales, actividades religiosas y actividades recreativas.
- ✓ Suspender todo tipo de actividades en lugares cerrados, tales como cines, teatros,

⁶ Alberto Fernández: de la crisis se vuelve, de la muerte no.

salas de conferencias, clubes, discotecas, casinos, bares y centros culturales.

✓ Suspender las actividades educativas en todos los niveles de enseñanza, en coordinación con el Ministerio de Educación y Ciencias, Universidades, Institutos Superiores y demás instituciones formadoras.

✓ Los eventos deportivos podrán llevarse a cabo sin presencia de público.

4. Los presidentes de los tres Poderes del Estado asumieron una postura conjunta y única frente a la Pandemia

El Poder Ejecutivo exhortó a las demás Instituciones y Reparticiones del Estado, Poderes Legislativo y Judicial, Ministerio Público, Gobiernos Departamentales y Municipales, así como a la población en general, a prestar la mayor colaboración, a los efectos de que los objetivos del presente Decreto sean cumplidos.

5. La crisis COVID en Paraguay y el discurso presidencial

“Una de las razones principales es que el gobierno paraguayo **actuó muy rápidamente**”, explica Carin Zissis, directora del sitio de análisis Americas Society/Council of the Americas (AS/COA, por sus siglas en inglés), que esta semana publicó un informe detallado llamado “¿Dónde está el coronavirus en América Latina?”.

El Paraguay a principios de febrero, cuando aún no había registrado ningún caso de COVID-19, el gobierno de Mario Abdo Benítez **suspendió las visas** a todos los ciudadanos de la República Popular de China, así como a todo extranjero que hubiese viajado a China continental.

Luego, el 10 de marzo, tres días después de que se confirmaran los dos primeros casos de contagio en el país – los de dos ciudadanos provenientes de Ecuador y Argentina –, Abdo, apoyado por el ministro de salud Julio Mazzoleni, decretó el **Aislamiento Preventivo General** a nivel nacional.

Esta primera medida incluía la suspensión de las clases escolares en todos los niveles, así como la restricción de todos los eventos públicos y privados y la declaración del **toque de queda nocturno** (Angelo Attanasio, BBC News Mundo).

6. Estado de Emergencia

16 de Marzo de 2020: el gobierno de la República del Paraguay, se declaraba en Estado de Emergencia Sanitaria, para el control del cumplimiento de las medidas sanitarias dispuestas en la implementación de las acciones preventivas ante el riesgo de expansión del Coronavirus (COVID-19) en todo el territorio nacional, y autorizaba al Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social a disponer un aislamiento preventivo general por razones sanitarias, por el término a ser fijado por dicha autoridad de la salud, en horario comprendido desde las 21:00 horas hasta las 04:00 horas (ver

Decreto: 3456).

Toda esta información se realizaba por Twitter, con un link que remitía al texto íntegro de las leyes, decretos y reglamentos en cuestión⁷.

7. Cierre de fronteras

Decreto 3458, del 16 de marzo de 2020, por el cual *el gobierno dispuso el cierre parcial y temporal de puestos de control migratorio en frontera, como medida ante el riesgo de expansión del Coronavirus (COVID-19)*⁸.

El cierre de fronteras era puntualmente comunicado y explicado vía Twitter por el Presidente, fundamentalmente por la presión constante que exigían y exigen empresarios, sindicatos y ciudadanía en general, duramente golpeados por esa restricción⁹.

Avanzada la pandemia, al cierre de este trabajo, se mantiene una media de 15 a 20 fallecidos por día.

Posturas asumidas por el Gobierno hasta la fecha:

Decreto: 3458.

Decreto: 3465.

Posteriormente el Gobierno siguió adoptando medidas para evitar la propagación del virus y mitigar los impactos de la pandemia:

Autorizaba al Ministerio de Hacienda, en el marco de Emergencia Sanitaria declarada y el Plan Nacional de Contingencia contra el COVID-19-19, a reasignar créditos presupuestarios programados en el presupuesto de los organismos y entidades del Estado, para destinarlos a aquellas entidades que pudieran estar afectadas por las medidas implementadas por el gobierno.

Realizaron un ajuste en los aranceles de importación de insumos médicos sensibles para la prevención y mitigación del CORONAVIRUS (COVID-19).

Se aprobaron líneas de créditos para evitar el corte en la cadena de pagos, lograr el funcionamiento mínimo del Estado y cubrir las necesidades urgentes, en el marco del Estado de Emergencia declarado por el país. Se creó el Programa denominado apoyo para la seguridad alimentaria ÑANGAREKO¹⁰, y se autorizó a la Secretaría de Emergencia Nacional a realizar las transferencias monetarias para la compra de alimentos y productos de higiene, en sustitución a la distribución de kits de alimentos para el sector laboral afectado por las medidas adoptadas en el marco de la Emergencia Sanitaria.

Se autorizó la habilitación de albergues destinados para el aislamiento supervisado de personas provenientes del extranjero, lo que fue normalizando la delicada situación generada con el hacinamiento en frontera de connacionales que no podían ingresar. También se instalaron albergues para las personas que han dado positivo en los test de Coronavirus.

Se realizó la asignación de recursos específicos al fondo de garantía para las MICRO,

7 A la página oficial del Poder Ejecutivo.

8 Decretos 3465/2020 y 3468/2020.

9 Considerar que esto también depende del país vecino, lo que dificulta aún más.

10 Cuidado, protección, en guaraní.

pequeñas y medianas empresas para su administración. Se estableció el Plan de Levantamiento Gradual de Aislamiento Preventivo General (Cuarentena Inteligente), a partir del 4 de mayo, con permanente evaluación técnica del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, lo que logró suavizar los efectos del aislamiento y permitió el gradual funcionamiento de áreas clave de la economía.

Por ser una realidad innegable, que no puede obviarse aunque no sea el objetivo específico de este trabajo, cabe mencionar el aumento de los casos de corrupción pública, al menos denuncias, que incluso alcanzó a la compra de medicamentos e insumos destinados a combatir la pandemia.

Por último, señalamos que el Twitter ha sido utilizada en forma sistemática por el Presidente de la República, medio que avanzó y se consolidó en todo este tiempo.

Consideraciones Finales

1. El Presidente de la República ha utilizado en forma sistemática el Twitter para comunicar e informar a la población sobre la emergencia surgida con el COVID, y en igual sentido varios de sus Ministros¹¹.

2. El uso del Twitter fue aumentando progresivamente, a un punto que hoy día prácticamente es el medio más utilizado por el Presidente de la República.

3. Al ser de uso personal del titular del Ejecutivo, se convierte en un modo unilateral de comunicarse con la población, sin que esta pueda interactuar organizadamente ni recibir aclaraciones o respuestas a sus interrogantes.

4. Se fortalece de esa manera el poder mediático del titular del Ejecutivo.

5. El debate, la respuesta o la interacción se realiza, en todo caso, a través de los distintos medios disponible hoy día¹².

6. Resulta positivo este medio, desde el momento que la población recibe abundante información sobre casos de interés y, más concretamente sobre este terrible flagelo que hoy azota a la humanidad entera¹³.

7. Sin embargo, aún es temprano para llegar a conclusiones sobre el impacto sobre la democracia, la representación política y la protección del ciudadano.

Referencias

AGAMBEN, Giorgio. “Corona virus y Estado de Excepción”. Julio 2020.

BISCARETTI DI RUFFIA. “Derecho Constitucional”. Edit. Tecnos Madrid, 1987.

11 El trabajo se ocupó principalmente del uso que hace el Presidente.

12 Facebook, Telegram, redes en general, etc.

13 Es casi el “medio oficial de comunicación”.

- BOBBIO, Mateucci y Pasquino. “Diccionario de Política”. Siglo XXI Editores, México, 1997.
- CAMACHO, Emilio. “Formalismo Jurídico y Dignidad Humana”, Intercontinental Editora, As, 2021, 225 pp.
- CAMACHO, Emilio. “Lecciones de Derecho Constitucional”, Asunción, 2015.
- DE OTTO, Ignacio. Derecho Constitucional. Sistema de Fuentes. Ariel Derecho, Madrid, 1987.
- Decreto N3465/2020 y Dto N3468/2020.
- FERNÁNDEZ, Alberto. El País, Madrid, 28 de marzo, 2020.
- LOEWENSTEIN, Karl. “Teoría de la Constitución”, traducción de Alfredo Gallego Anabitarte Editorial Ariel, Madrid, 1986.
- Mendonca, Daniel. “Estado Social de Derecho.”, Asunción,, 2.000 125 pp.-. Edit. Cidsep UCA.
- Mendonca Bonet, Juan Carlos. Acción presentada ante la Corte Suprema de Justicia, Asunción, abril 2020.
- Sabsay, Daniel.”La democracia argentina se debilita”. La Nación, 10 de enero 2021.
- Twitter oficial de Mario Abdo Benítez. 2020.



4

LA COMUNICACIÓN PRESIDENCIAL FRENTE A LA PANDEMIA DE COVID-19 EN URUGUAY: *LIBERTAD RESPONSABLE* Y CONOCIMIENTO CIENTÍFICO

**Anouk Rielo
Adriana Chiancone
Enrique Martínez Larrechea**

Consideraciones Iniciales

Este trabajo fue elaborado en el marco del proyecto del Observatorio sobre comunicados oficiales de los presidentes de los países fundadores del MERCOSUR, relativos a COVID-19.[†]

El objetivo de la investigación fue caracterizar la respuesta a la situación de pandemia emanada de los “soportes” personales de la institución presidencial, es decir los presidentes de los países del bloque MERCOSUR, con el objetivo de interpretar y entender mejor la relación entre políticas públicas y emergencia sanitaria.

La institución presidencial es uno de los vectores fundamentales de elaboración de la política pública en los países de América del Sur, en función de las tradiciones jurídico-políticas y de los textos constitucionales vigentes. Se trata de un actor gubernamental que participa junto a otros del diseño de eventuales respuestas a posibles situaciones de emergencia. Si bien no posee un poder ilimitado, tiene sin duda la capacidad de configurar centralmente la agenda pública y de elegir un determinado curso de acción ante alternativas posibles.

[†] Proyecto coordinado por la doctora Sandra Regina Martini y por el doctor Matteo Finco, e integrado por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, Brasil; la Universidad Nacional de Asunción (UNA), Asunción, Paraguay; la Universidad Blas Pascal (UBP), Córdoba, Argentina; y por el Instituto Universitario Sudamericano (IUSUR), Punta del Este, Uruguay

En Uruguay, el Poder Ejecutivo es ejercido por el Presidente de la República, actuando con el Consejo de Ministros, o con el o los ministros correspondientes. Se trata pues de un presidencialismo, o parlamentarismo, atenuados. No obstante, la figura presidencial ejerce una fuerte influencia política, más allá e independientemente del Consejo de Ministros.

Las preguntas que nos planteamos buscaban indagar respecto a cómo se realizó la comunicación del presidente; en qué medida esa comunicación involucró a otros actores, o se centró solo en la figura presidencial; qué significado le atribuyó el presidente a la pandemia y cuál fue la estrategia desarrollada frente a la emergencia. En cuanto a los actores, nos interesó verificar la relación de la institución presidencial con los organismos de ciencia y tecnología.

Adicionalmente, se ha buscado identificar acciones y comunicaciones que se refieren a si los países del bloque desarrollaron algún tipo de acción colectiva; en qué medida esto afectó a las políticas de frontera y a los movimientos migratorios.

El escaso tiempo transcurrido durante el desarrollo de la pandemia nos exime de presentar un sólido y extenso marco teórico. Cabe sin embargo mencionar que en las etapas iniciales de la emergencia sanitaria se publicaron diversas compilaciones de reflexiones conceptuales sobre la pandemia (Amadeo, P. (2020); Grimson, A., et. al. (2020)). En dichas compilaciones se ponen en cuestión el uso de poderes excepcionales por parte de los gobiernos, como una estrategia dirigida a profundizar la dominación, o la relación de la pandemia con la vigencia del capitalismo, entre muchas otras cuestiones. (Martínez Larrechea, 2020). Una hipótesis de trabajo es que la institución presidencial, dado su rol clave en el diseño del gobierno, asume, en especial en situaciones de pandemia, la tarea de representar a la sociedad civil, articular con el resto de la estructura del estado, y conformar una coalición social en apoyo de sus orientaciones, lo que se expresa en una determinada estrategia de comunicación. La variable dependiente sería el diseño final de la política en la que las dimensiones previamente citadas se articulan en forma concreta.

1. Datos y notas metodológicas

1.1 Análisis de Twitter. Metodología

Para la caracterización de la comunicación presidencial canalizada a través de Twitter se han analizado en términos cuantitativos y numéricos (aunque sin recurrir a un procesamiento correlacional de los datos) dos cuentas: la cuenta personal del presidente (LuisLacallePou), y la cuenta oficial de la Presidencia (@compresidencia). En ambos casos se realizó un relevamiento de los *tweets* (tuits) publicados del 29 de febrero al 31 de julio de 2020, inclusive.

A través de la herramienta Tweets se volcaron todos los tuits de las cuentas publicados en el espacio temporal a analizar en un documento de Excel. El tratamiento de estos datos se basó en una primera división entre tuits escritos por la propia cuenta y tuits retuiteados de otras cuentas. Esta clasificación estuvo transversalmente presente el resto de clasificaciones realizadas.

A partir de aquí, el relevamiento y el tratamiento de los tuits de las cuentas fueron realizados de forma distinta debido a las diferencias en los tamaños del corpus (212 tuits para la cuenta personal frente a 1076 tuits de la cuenta oficial de la Presidencia). La magnitud de la cuenta oficial de la Presidencia imposibilitaba una lectura exhaustiva de los datos, y, por lo tanto, realizar clasificaciones manuales, por los que se atendió al criterio de presencialidad de palabras clave y de lecturas superficiales para realizar una clasificación estimada de los tuits².

Por su parte, los tuits de la cuenta personal del presidente fueron clasificados tras una lectura detenida de cada uno en función de su relación con la temática “pandemia”, el tipo de tuit (anuncio, recomendación, conferencia de prensa u otros) y la temática del tuit (general, educación, economía, de empleo, la app Coronavirus UY, exterior, cultura u otros). Cabe destacar que para el caso de “conferencia de prensa” se pudieron visionar las conferencias para determinar su temática, cosa que no pudo hacerse para el caso de los tuits de la cuenta oficial.

Además, para ambos casos también se clasificaron los retuits, cuantificando los autores originales de estos.

Análisis de la cuenta de Twitter del Presidente Lacalle Pou.

Datos - Usuario: @LuisLacallePou.

Fecha de creación: Septiembre, 2010; Cantidad de seguidores: 306 mil.

Espacio temporal analizado: 29-02-2020 al 31-07-2020.

CORPUS	
Tweets (Tuits) propios	87
Retuits de otros usuarios	125
Total	212

¿SOBRE PANDEMIA?				
	TUI TS PROPIOS		TUI TS DE OTROS USUARIOS	
SOBRE PANDEMIA	16	18%	56	45%
OTROS	71	82%	69	55%
TOTAL	87	100%	125	100%

TIPO DE TUI TS				
	TUI TS PROPIOS		TUI TS DE OTROS USUARIOS	
ANUNCIO	5	31%	40	71%
RECOMENDACIÓN	0	0%	3	5%
CONFERENCIA DE PRENSA	8	50%	7	13%
OTROS	3	19%	6	11%
TOTAL	16	100%	56	100%

² En las notas realizadas en el apartado dedicado a esta cuenta se profundiza más acerca de la metodología utilizada para el tratamiento de este corpus.

TEMA DEL TUIT				
	TUIITS PROPIOS		RETUIITS DE OTROS USUARIOS	
GENERAL	7	44%	22	39%
EDUCACIÓN	3	19%	14	25%
ECONOMÍA	0	0%	1	2%
EMPLEO	0	0%	4	7%
APP	1	6%	5	9%
EXTERIOR	2	13%	3	5%
CULTURA	0	0%	1	2%
OTROS	3	19%	6	11%
TOTAL	16	100%	56	100%

AUTOR DEL RETUIT			
Beatrizargimon	2	4%	Vicepresidenta
MuecaFilms	1	2%	Productora audiovisual
Compresidencia	26	46%	Cuenta oficial de la Presidencia
MartinLemaUy	2	4%	Presidente de la Cámara de Representantes
mef_Uruguay	1	2%	Cuenta oficial del Ministerio de Economía y Finanzas
DrDanielSalinas	1	2%	Ministro de Salud Pública
MSPUruguay	3	5%	Cuenta oficial del Ministerio de Salud
RobertSilva1971	5	9%	Presidente del Consejo Directivo Central de la Administración Nacional de Educación Pública
Ceip_Anep	4	7%	Consejo de Educación Inicial y Primaria
Diegogodin	1	2%	Otros
Pdasilve	1	2%	Ministro de Educación y Cultura
ANEP_Uruguay	1	2%	Administración Nacional de Educación Pública
OmarPaganini	3	5%	Ministro de Industria Energía y Minería
Sebabauza61	1	2%	Secretario Nacional de Deporte
MEC_Uruguay	1	2%	Cuenta oficial del Ministerio de Educación y Cultura
MSPUruguay	3	5%	Cuenta oficial de Ministerio de Salud
TOTAL	56	100%	

AUTOR DEL RETUIT			
Cuentas oficiales	55	98%	Cargos políticos, ministerios, secretarías, consejos...
Otros	1	2%	Un futbolista
Total	56	100%	

2. Análisis de la cuenta de Twitter de la Presidencia

Datos - Usuario: @compresidencia.

Fecha de creación: Septiembre, 2011; Cantidad de seguidores: 136,3 mil.

Espacio temporal analizado: 29-02-2020 al 31-07-2020.

DISCURSOS DOS PRESIDENTES DO MERCOSUL FRENTE À PANDEMIA

CORPUS	
Tuits propios	450
Retuits de otros usuarios	626
Total	1076

PRESENCIALIDAD DE PALABRAS CLAVE EN LOS TUIITS PROPIOS		
PALABRA	Nº de tuits con la palabra	% con respecto del total (450)
COVID	131	29,1%
CASOS	96	21,3%
CORONAVIRUS	33	7,3%
#NUEVOSPUESTOSDETRABAJO	28	6,2%
EMERGENCIA	27	6%
SANITARIA	24	5,3%
DFS (DISTANCIA FÍSICA SOSTENIBLE)	10	2,2%
REAPERTURA	4	0,9%
FRONTERA	4	0,9%
VIRUS	3	0,7%
PANDEMIA	3	0,7%
DISTANCIA	3	0,7%
EMPLEO	3	0,7%
TEST	3	0,7%
CUARENTENA	2	0,4%
CONTAGIO	2	0,4%
BROTE	2	0,4%
AISLAMIENTO	1	0,2%
TAPABOCAS	1	0,2%
SUBSIDIO POR ENFERMEDAD	1	0,2%
VACUNA	0	0%
CRISIS	0	0%
OTROS (MANUALMENTE)	21	4,7%
TEMÁTICA “EXTERIOR” (MANUALMENTE)	10	2,2%
CONFERENCIA	99	22%

TUIITS ¿SOBRE PANDEMIA?		
SOBRE PANDEMIA (mínimo: presencialidad de palabras clave)	220	48,9%
SOBRE PANDEMIA (máximo: presencialidad de palabras clave + conferencias)	308	68,4%
TOTAL	450	100

RT ¿SOBRE PANDEMIA?		
SOBRE PANDEMIA (presencia de palabras clave)	401	64,1%
Total	626	100%

AUTOR DEL RT			
Sinae_oficial	319	79,6%	Cuenta oficial del Sistema Nacional de Emergencias
Otros	82	20,4%	Cuentas oficiales de los ministerios generalmente
Total	401	100%	

Comentarios

Comunicación en la cuenta de Twitter del Presidente

Se aprecia que Luis Lacalle Pou no hizo uso de su cuenta oficial de Twitter como canal principal para realizar anuncios o recomendaciones relacionadas con la pandemia. De 87 tuits que escribió durante el periodo analizado, 16 (un 18%) tienen que ver con este tema, y, de estos, la mitad pretenden dirigir al usuario mediante un enlace a una conferencia de prensa.

En cuanto a los tuits escritos por él acerca de la pandemia, no realiza ninguna recomendación, sino que se centra más en realizar anuncios (en 5 ocasiones, el 31% del total), o en dirigir a los usuarios a conferencias de prensa (en 8 ocasiones, el 50% del total). En cuanto al tema de sus tuits, un 44% de estos (7 tuits) están escritos desde una tónica general, seguidos de la temática “educación” en 3 ocasiones.

Frente a estos 87 tuits, en el mismo periodo hizo 125 retuits. Es decir, la lógica comunicativa que el presidente tiene en Twitter es de un carácter más “indirecto” que “directo” (mediante una tercera cuenta). Una lógica que se repite a la hora de hablar de la pandemia, pues frente a los 16 tuits que escribió en relación con este tema, hizo retuit a 56. Esta comunicación indirecta se apoya en una gran parte en la cuenta oficial de la Presidencia, a la que realizó el 46% de los retuits sobre la pandemia. El 98% de los retuits se realizó a cuentas oficiales.

En un 39% del total de retuits se habla especialmente de cuestiones generales, como de la Distancia Social Sostenible, el uso del tapabocas, el registro de casos activos, o del Fondo Coronavirus, entre otras. El segundo tema más tocado es la educación, que supone el 14% del total, especialmente con tuits que cubrieron la reapertura de las escuelas.

La temática Mercosur o fronteras es mínima, tanto en los tuits como en los retuits. En cuanto a los tuits propios, el 19 de marzo dedica dos a esta cuestión para aclarar un malentendido que hubo a raíz de unas declaraciones realizadas en la cumbre del PROSUR. En relación con los retuits, los únicos tres que realiza a esta temática son a la cuenta oficial de la Presidencia:

- Sobre las declaraciones del presidente en la videoconferencia denominada “Juntos por una respuesta para América Latina y el Caribe ante la COVID-19” celebrada el 24 de junio.
- Sobre las declaraciones del presidente en la Cumbre Mercosur celebrada el 2 de julio.

- Sobre las declaraciones del ministro de Relaciones Exteriores en una conferencia de prensa celebrada el 20 de julio.

Comunicación en la cuenta de Twitter de la Presidencia

De nuevo vuelve a haber más retuits que tuits propios en esta cuenta (450 frente a 626), pero con una diferencia no lo suficientemente significativa como para afirmar que la cuenta oficial de la Presidencia se apoya sobre una comunicación indirecta.

De los 450 tuits propios de la cuenta, se calcula que entre 220 y 308 tratan sobre la pandemia, es decir, entre un 48,9% y un 68,4% (58,65% si hacemos la media).

La cifra de 220 tuits resulta de sumar todos los que contienen al menos una de las palabras claves (lo cual da un total de 189). Posteriormente se realizó una lectura superficial de los tuits restantes, y, manualmente, se clasificaron 10 bajo la temática “exterior” y 21 bajo la categoría “otros”. En total, 220 tuits relacionados con la pandemia, como mínimo.

De los 99 tuits en los que aparece la palabra “Conferencia”, 11 contienen también alguna de las palabras clave (por lo que automáticamente se clasifican como tuits sobre la pandemia). Clasificar temáticamente el resto de tuits que contiene la palabra “conferencia” requeriría dirigirse a cada enlace y visionar cada una. Es decir, que hay 88 tuits dirigiendo a los usuarios a una conferencia de prensa que puede tener que ver con la pandemia (muy probablemente por el contexto en el que se da); o, en otras palabras, hay 88 tuits que potencialmente pueden ser clasificados en la categoría “sobre pandemia”. Así se estipula que entre 220 y 308 tuits están relacionados con la pandemia.

En definitiva, posiblemente más de la mitad de los tuits escritos por la cuenta oficial de la Presidencia están relacionados con la pandemia. Determinar si se trata de una cifra alta o baja debería partir de una comparativa con las cuentas oficiales de la Presidencia en otros países. Lo que sí se puede afirmar con estos datos es que esta temática no monopolizó la Presidencia, y otros temas que normalmente competen a esta institución no dejaron de tener importancia.

En cuanto las 22 palabras clave, estas se estipularon en base a una batería inicial de palabras que se consideró que podrían indicar que el tuit habla sobre la pandemia, así como en base a una lectura superficial de todo el corpus para completar aquellas que no se hubiesen tenido en cuenta. Cabe recordar aquí que las palabras no son excluyentes, es decir, en un mismo tuit puede haber dos o más palabras clave.

De esta forma se observa que la palabra “COVID” es la más repetida, apareciendo en un total de 131 tuits (un 29,1% del total), seguida de “casos” (en 96 tuits, un 21,3%). A partir del tercer, cuarto, quinto y sexto puesto la frecuencia baja considerablemente: siendo estas las palabras “coronavirus” (33 veces, un 7,3%), “#nuevospuestosdetrabajo” (28 veces, 6,2%), “emergencia” (27 veces, 6%) y “sanitaria” (24 veces, 5,3%). Finalmente, la palabra más repetida, un total de 10 veces (2,2%) es “DFS” o “Distancia Física Sostenible”. A partir de aquí, el resto de palabra no llega al 1% de frecuencia.

A rasgos generales las palabras más repetidas no llaman la atención. Se espera que en plena pandemia se hable del virus que la causó, de los casos, o del contexto de emergencia.

Sin embargo, la alta posición del hashtag “#nuevospuestosdetrabajo” es bastante particular. Se trató de un hashtag impulsado por la propia cuenta para informar acerca de la nueva iniciativa del Gobierno para incentivar la creación de puestos de trabajo a través de una dotación económica a las empresas por cada trabajador contratado. Estas cifras pueden ser indicador del peso que la Presidencia dio a aquellos aspectos que no están directamente ligados a cuestiones sanitarias (el virus, los casos, la medida de prevención...), y, especialmente, al mayor protagonismo que les dio a unos temas frente a otros. La preocupación por la situación sanitaria corría a la par con la preocupación por el impacto en la economía y el empleo, objeto de diversas investigaciones académicas (Brum, M., De Rosa, M., 2020; Capurro, A., Deagosto, G., Ithurralde, S., & Oddone, G., 2020; De Rosa, M., Vigorito, A., Vilá, J., 2020).

Por ejemplo, cabe prestar atención a la cantidad de tuits clasificados dentro de la temática “exterior”, lo cual se llevó a cabo de forma manual tras una lectura superficial. En total, 10 tuits (un 22%) tratan esta temática. Estos hablan de las recomendaciones y los protocolos sanitarios en las fronteras, los acuerdos para facilitar el regreso de uruguayos fuera del país, de la Cumbre del MERCOSUR y de la política comercial exterior, principalmente.

Finalmente, cabe destacar que la palabra “crisis” no aparece en ninguna ocasión, pues se prefirió usar el concepto de “emergencia”. Esta cuestión es significativa si se quiere prestar atención, desde una perspectiva cualitativa, del carácter más o menos alarmante de la comunicación presidencial.

Prestando atención a los 626 retuits que realizó la cuenta en este periodo, 401 (el 64,1%) contiene alguna de las palabras claves. Al no haber establecido una lectura individualizada de cada tuit se sospecha que hay más tuits relacionados con la pandemia que no contiene alguna de las palabras clave. De estos 401 retuits, 319 (el 79,6%) fueron realizados a la cuenta oficial del Sistema Nacional de Emergencia, mientras que el resto fueron generalmente retuits realizados a otras cuentas oficiales, de los ministerios generalmente.

Abordaje cualitativo

Complementariamente, un abordaje de corte cualitativo (análisis del discurso) sobre algunos documentos multimedia en los que el presidente expone sus perspectivas sobre la pandemia (presentaciones en eventos y entrevistas periodísticas) confirma en general las pautas del estudio cuantitativo sobre Twitter. El presidente expone su política como el resultado de una reflexión personal desencadenada el lunes 13 de marzo, cuando se informa del primer caso local de COVID-19, en circunstancias en que se movilizaba en un helicóptero militar al acto de inauguración de la cosecha del arroz, momentos que califica como “de mucha soledad e introspección”. (Fundación Internacional para la Libertad – FIL, 2020, 25 de junio).

Bajo la presión de un insistente reclamo del organismo representativo de la corporación médica (el Sindicato Médico del Uruguay, SMU) el presidente se decanta por una política permisiva, que no imponga restricciones a la libertad individual – restricciones que requerían una ley – ni el correspondiente deber de vigilar y punir las eventuales conductas de transgresión (Luis Lacalle Pou en “Palabra de Leuco” (2020, 14 de julio); Luis Lacalle Pou, presidente de

Uruguay, con Luis Majul - La Cornisa (2020, 20 de julio). Reglas flexibles de aplicación rígida, al uso anglosajón, frente a la tendencia a contar con reglas rígidas de aplicación flexible.

En esos documentos, el presidente enfatiza el valor de la libertad, a la que concibe “en círculos concéntricos – personal, de relacionamiento, y de una nación”.

Otra vía relevante de comunicación se advierte en la presencia física del presidente en localidades de la frontera norte con Brasil, en ocasión de registrarse brotes de COVID-19-19. El 25 de mayo, en la ciudad de Rivera, el presidente participó de reuniones de coordinación con organismos públicos nacionales y departamentales, señalando que: “El Gobierno nacional está en el norte de Uruguay porque la situación que se planteó amerita una presencia y una acción desde el punto de vista de la frontera”.

En dicha oportunidad, el presidente se comunicó con el presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, con quien “coincidieron en la preocupación por el desarrollo de la pandemia”, anunciando la celebración de un tratado sanitario binacional con Brasil para contener el avance de COVID-19 en la ciudad de Rivera y recordando la “creación de la *Comisión Binacional Asesora de Salud en Frontera* y la vigencia del acuerdo complementario binacional sobre permisos, estudio y trabajo para ciudadanos nacionales fronterizos uruguayos y brasileños” (*Actualidad*, 25 de mayo de 2020).

Consideraciones Finales

El estudio realizado nos permite intentar una respuesta provisional a las preguntas inicialmente planteadas.

La comunicación presidencial se realizó apelando a un conjunto de herramientas que implicaron diversos niveles y formas. Hemos construido cuatro categorías para dar cuenta de esos niveles o tipos de acción comunicativa presidencial:

- *Comunicación oficial*. Se puede distinguir aquí la comunicación oficial del gobierno como tal, que se canalizó por medio de conferencias *de prensa vespertinas*, con la presencia del presidente, del secretario de la presidencia y/o diversos ministros, lo que incluye también los contenidos de las páginas web de los organismos oficiales y otros comunicados.

- Dentro de esta comunicación oficial, podemos identificar una categoría más específica, la *Comunicación presidencial*, desarrollada a veces por Twitter, vinculándose así en primer lugar con una audiencia más activa e interesada en asuntos públicos, e, indirectamente, con la media y con la opinión pública.

- *Comunicación programática*. Incluyó la fundamentación programática del presidente de la República en foros virtuales o entrevistas periodísticas, en las que aportó argumentos de corte filosófico-político sobre las decisiones relativas a la pandemia.

- *Comunicación política*. Adicionalmente, el presidente se desplazó en el territorio, buscando transmitir con su presencia en zonas de brotes del virus el interés del gobierno, el involucramiento y la responsabilidad directa del presidente en la gestión de la pandemia.

Indirectamente, al incluir gradualmente en su discurso otros temas de la agenda pública, el presidente evitó asociar monotemática o centralmente su investidura a la gestión de la

pandemia.

El presidente buscó asociar – y calificar positivamente – su gestión de la emergencia, por medio de la conformación, el 16 de abril, de un *Grupo Asesor Científico Honorario – GACH* – integrado por el Dr. Rafael Radi, como coordinador general, y los Dres. Fernando Paganini y Henry Cohen. El grupo realiza recomendaciones en las áreas de salud y ciencia de datos, con el apoyo de la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología de la Presidencia.³

Adicionalmente, visitó el 30 de abril el *Instituto Pasteur*, al que más tarde exceptuó del recorte del 15% en los gastos de funcionamiento e inversiones dispuestas por un decreto de austeridad para el conjunto de los organismos públicos⁴. Los científicos cooperaron activamente con los esfuerzos públicos en el enfrentamiento de la pandemia (Ballesté, R., 2020; Moreno, P., Moratorio, G. A., Iraola, G., Fajardo, A., Aldunate, F., Pereira, M., ... & Salazar, C., 2020).

El interlocutor principal del presidente fue de algún modo un colectivo genérico, la sociedad civil, “representada” materialmente por los periodistas y medios prensa presentes en las conferencias realizadas en la sede del Poder Ejecutivo – marcando indirectamente una discontinuidad respecto del gobierno saliente, que no cultivaba ese tipo de instancias – y la ciudadanía misma, a la que en reiteradas oportunidades atribuyó los éxitos relativos en la gestión de la emergencia, como debidos al ejercicio de la libertad responsable de las personas y los sectores.

En general evitó emplear la emergencia para establecer debates con la oposición – debates que insinuó en cambio respecto de otros temas, como la gestión de la economía por parte del gobierno precedente. Graficó esa actitud de esfuerzo colectivo recibiendo a la oposición que le propuso medidas de emergencia (no asumidas) y visitando en su casa al ex presidente de la República, Tabaré Vázquez.

Se valió de diversas menciones para caracterizar el comportamiento de determinados actores. Algunos de los mismos aparecen ligado a la presión ejercida sobre el presidente para decretar la cuarentena obligatoria (caso del Sindicato Médico del Uruguay – SMU). Otros, como la Cámara de Turismo, aparece mencionada como ilustración de la responsabilidad ciudadana, a partir de la decisión de dicha gremial empresarial de no promover las vacaciones durante el feriado de la Semana Santa (Fundación Internacional para la Libertad – FIL (2020, 25 de junio)).

Respecto a la eventual acción colectiva desarrollada por los países del bloque, se destaca la disposición de recursos procedentes del Fondo de Convergencia Estructural del MERCOSUR (FOCEM) y colaboración de tipo bilateral con Argentina y Brasil, fundamentalmente con este último.

Los movimientos migratorios con el mundo exterior resultaron afectados a partir del cierre de fronteras, si bien existieron algunas excepciones a la recepción de nacionales o residentes provenientes de Argentina y en los casos de las ciudades binacionales (uruguayo-

3 <https://www.presidencia.gub.uy/gach/>.

4 <https://www.presidencia.gub.uy/sala-de-medios/fotografias/uruguay-insumos-sanitarios-nacionales-coronavirus-lacalle-pasteur>.

brasileñas).

La comunicación del presidente uruguayo en el contexto de la pandemia del COVID19 se sustentó en tres pilares: a) claridad y oportunidad de la comunicación; b) apelación a la agencia de la sociedad civil, a través de la llamada “libertad responsable”; y c) la incorporación de asesoramiento científico de alto nivel en el modelo adoptado de gestión de la pandemia. Dicha comunicación se apartó visiblemente de la de los presidentes de los países limítrofes (Argentina y Brasil) quienes hicieron de la lucha contra la pandemia, vía el confinamiento prolongado, su principal estrategia comunicacional (Argentina) o que ignoraron – o minimizaron – la pandemia en el intento de conectarse prioritariamente con las preocupaciones económicas de los ciudadanos (Brasil).

Referencias

Actualidad (25 de mayo de 2020) Uruguay refuerza medidas en frontera con Brasil por brote de COVID-19. Recuperado de: <https://www.actualidad.com.uy/index.php/salud/3073-uruguay-refuerza-medidas-en-frontera-con-brasil-por-brote-de-COVID-19>.

Amadeo, P. (2020) Sopa de Wuhan. Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemia Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO). <https://www.elextremosur.com/files/content/23/23684/sopa-de-wuhan.pdf>.

Ballesté, R. (2020). El laboratorio en el diagnóstico de COVID-19 en Uruguay. *Revista Médica del Uruguay*, 36(3), 243-245.

Brum, M., De Rosa, M. (2020) Estimación del efecto de corto plazo de la COVID-19 en la pobreza en Uruguay. Universidad de la República. Facultad de Ciencias Económicas y Administración. Instituto de Economía. https://drive.google.com/file/d/1puRKQh2CIF_efmMcXx0tzzXCfTQ5XBdp/view 02/05/2020.

Capurro, A., Deagosto, G., Ithurralde, S., & Oddone, G. (2020). Impacto Social y Económico de la COVID-19 y Opciones de Políticas en Uruguay.

De Rosa, M., Vigorito, A., Vilá, J. (2020) El Proyecto de Impuesto Emergencia Sanitaria COVID-19 y la distribución del ingreso: elementos para el debate. Universidad de la República. Facultad de Ciencias Económicas y Administración. Instituto de Economía. https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/24009/1/Impuesto_COVID-19_elementos_para_el_debate.pdf - 03/04/2020.

Fundación Internacional para la Libertad -FIL (2020, 25 de junio) *Charla online con el Pdte. Luis Lacalle Pou: Uruguay frente a la pandemia*. [Video] - <https://www.youtube.com/watch?v=yCen3-xF16Q&feature=youtu.be>.

Luis Lacalle Pou en “Palabra de Leuco” (2020, 14 de julio. Entrevista [Video] - <https://www.youtube.com/watch?v=sdRuvAe2mEY>.

Luis Lacalle Pou, presidente de Uruguay, con Luis Majul - La Cornisa (2020, 20 de julio). Entrevista [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=8mM2IY8RRcA>.

Grimson, A., et. al. (2020) El futuro después del COVID-19. Buenos Aires: Argentina Unida. Presidencia de la Nación: https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/112345/CONICET_Digital_Nro.6e90ea02-b7c9-4fc7-9e52-fe84fc77159c_A.pdf?sequence=2&isAll owed=y.

Martínez Larrechea, E. (2020) “Pandemia y cambio civilizatorio”. En: Archivos del presente: Buenos Aires: Fundación Foro de Sur. Edición online (17/07/2020): http://archivosdelpresente.com/user-2/martinez-larrechea/?redirect_to=http://archivosdelpresente.com/.

Moreno, P., Moratorio, G. A., Iraola, G., Fajardo, A., Aldunate, F., Pereira, M., ... & Salazar, C. (2020). An effective COVID-19 response in South America: the Uruguayan conundrum. *medRxiv*. En: <https://www.medrxiv.org/content/10.1101/2020.07.24.20161802v1?rss=1>.

Referencias Web

<http://www.iesalc.unesco.org/category/covid19-2/>. <http://www.iesalc.unesco.org/wp-content/uploads/2020/05/COVID-19-ES-130520.pdf> (Consultado el 1 de setiembre de 2020).

<http://pasteur.uy/>.



AUTORES

Adriana Chiancone

Doctora en Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología – Magister en Ciencias Sociales – Licenciada en Antropología Social - Investigadora SNI, Miembro del Consejo Académico de la Fundación IUSUR – Punta del Este | Uruguay | achiancouniversidad@gmail.com – ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4332-3702>. Miembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Andres M. De Gaetano

Abogado. Profesor universitario Universidad Blas Pascal (UBP) y Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Investigador. Especialista en abogacía del estado (PTN), Procesos constitucionales (UBP) y Gobernanza (USAL-Salamanca). Asesor legislativo Honorable Cámara de Diputados de la Nación (HCDN). Miembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Anouk Rielo

Anouk N. Rielo Castells. Estudiante de último año del Doble Grado en Ciencia Política y Gestión Pública y Periodismo de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid – anouknatassia@gmail.com. Miembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Emilio Camacho

Dr. en Derecho. Univ. Compl. de Madrid. Profesor en DERECHO UNA. Y en Escuela Judicial. Asesor Jur externo da Presidencia du Senado. Contacto: ecamachoabogado@gmail.com. Miembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Enrique Martínez Larrechea

Doctor en Relaciones Internacionales, Magíster en Ciencias Sociales y Educación, Licenciado en Sociología, Investigador del SNI. Director Nacional de Educación en dos períodos y ex Decano de la Facultad de Ciencias de la Educación de UDE. Miembro del Consejo Académico de la Fundación IUSUR, Punta del Este | Uruguay | martinez.larrechea@gmail.com – ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7453-2796>. Miembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Laura Cabrera

Licenciada en Administración de Empresas, Especialista en Inteligencia Estratégica y Gestión Pública para el Desarrollo del Talento Humano. Actualmente, se desempeña como asesora en la Corte Suprema de Justicia de la República del Paraguay. Contacto: cabreragutierrezlaura@gmail.com. Miembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Marceli Tomé Martins

Graduanda em Ciências Jurídicas e Sociais na UFRGS, vinculada ao Projeto de Pesquisa “A Atenção Básica em Saúde nas Zonas de Fronteiras do MERCOSUL”, liderado pela professora Sandra Regina Martini. Membro fundador do Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL. E-mail: marcelitomemartins55@gmail.com. Miembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Matteo Finco

Bolsista de pós-doutorado PNPd/CAPES no Mestrado em Direitos Humanos da UniRITTER. Doutor em Social Sciences (Università degli Studi di Macerata) e Sociologia (UFRGS). Membro fundador do Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL. E-mail: fincomatteo@gmail.com. Miembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Moara Curubeto Lona de Miranda

Graduanda em Ciências Jurídicas e Sociais na UFRGS, membro do Grupo de Assessoria à Imigrantes e Refugiados (GAIRE) e bolsista de iniciação científica. Membro fundador do Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos

países fundadores do MERCOSUL. E-mail: moaracurubeto@gmail.com. Miembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Ralph Schibelbien

Professor, mestre em Educação (UDE – UI), graduado em História e em Ciências Sociais, especialista em História do Brasil (2011). Bolsista CAPES do Mestrado em Direitos Humanos da UniRITTER. E-mail: rschibelbein@gmail.com. iembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Sandra Regina Martini

Doutora em Evoluzione dei sistemi giuridici e nuovi diritti (Università degli Studi di Lecce). Coordenadora do Mestrado em Direitos Humanos na UniRITTER (Porto Alegre). Professora visitante na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e professora convidada na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Membro fundador do Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL. E-mail: srmartini@terra.com.br. iembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

Stéphani Fleck da Rosa

Bolsista produtividade CNPQ, doutoranda e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da UFRGS. Membro fundador do Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL. E-mail: stephanifleckrosa@gmail.com. iembro fundador del “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL

A pandemia de COVID-19 apresentou uma série de questionamentos sobre a conduta de cada país no combate ao vírus, em especial, países que possuem relações entre si, como é o caso dos fundadores do MERCOSUL: Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai.

Tais circunstâncias levaram à criação do “Observatório de comunicados oficiais sobre a COVID-19 proferidos por presidentes dos países fundadores do MERCOSUL”, com intuito de investigar, a partir de publicações dos Chefes de Estado na plataforma Twitter, se os quatro Estados-partes do bloco econômico estavam - ou não - enfrentando o coronavírus de forma conjunta.

O trabalho aqui apresentado é resultado de investigações conjuntas realizadas por pesquisadores dos quatro países.

Essere 
nel Mondo
e-book editora

