CAR, Valeria. Violencias mediáticas y discursividades: la televisión de Argentina en contexto de pandemia. Dossiê Ler os discursos sobre o evento pandêmico: discursividades culturais, políticas, sanitárias. Cadernos Discursivos, Catalão-GO, Vol. 1, N. 2, p. 53-70, 2023. (ISSN: 2317-1006 - online).

VIOLENCIAS MEDIÁTICAS Y DISCURSIVIDADES: LA TELEVISIÓN DE ARGENTINA EN CONTEXTO DE PANDEMIA

VIOLÊNCIA DA MÍDIA E DISCURSIVIDADES: A TELEVISÃO ARGENTINA NO CONTEXTO DE UMA PANDEMIA

Valeria Car[1]

Resumen: Este artículo se inscribe en una investigación PISAC 2020 denominada "Identidades, experiencias y discursos sociales en conflicto en torno a la pandemia y la post pandemia". El enfoque interdisciplinar recorre la Sociosemiótica de Segunda Generación que en diálogo con las teorías del Análisis Crítico del Discurso y del Círculo de Bakhtin. Para esto se propone una estrategia metodológica cualitativa a partir del análisis de dos grandes corpus televisivos en diferentes momentos de la pandemia. Los resultados evidenciaron una intensificación de violencia mediática materializada en los discursos televisivos en pandemia contribuyendo a la configuración de subjetividades que socavan cada vez más la credibilidad en las diferentes formas de participación de la vida democrática.
Palabras clave: televisión; discursos; pandemia.

Resumo: Este artigo faz parte de uma investigação do PISAC 2020 intitulada "Identidades, experiências e discursos sociais em conflito em torno da pandemia e do pós-pandemia". A abordagem interdisciplinar percorre a Sociossemiótica de Segunda Geração em diálogo com as teorias da Análise Crítica do Discurso e do Círculo de Bakhtin. Para isso, propõe-se uma estratégia metodológica qualitativa a partir da análise de dois grandes corpus televisivos em momentos distintos da pandemia. Os resultados mostraram uma intensificação da violência midiática materializada nos discursos televisivos em uma pandemia, contribuindo para a configuração de subjetividades que cada vez mais minam a credibilidade nas diferentes formas de participação na vida democrática.
Palavras-chave: televisão; discursos; pandemia.

Introducción

La pandemia ha generado de manera abrupta una multiplicidad de intensos problemas que han afectado de diferente modo a casi toda la población a escala global. El coronavirus desde marzo del 2020 se ha expandido sobre el entorno social global haciendo emerger sensaciones profundas de incertidumbre, miedos e inestabilidad recreando un escenario inédito y a escala sin precedentes. Junto con la crisis sanitaria

[1] Magister en Comunicación digital audiovisual. Profesora regular adjunta de la licenciatura de medios audiovisuales de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego (UNTDF), investigadora del Instituto de Cultura, Sociedad y Estado, (ICSE) E-mail: vcar@untdf.edu.ar

que obligó a respetar medidas aislamiento (ASPO[2]) y distanciamiento social (DISPO)[3] para todo el territorio Argentino según la intensidad de casos, se avecinó paralelamente con mucha potencia la destrucción de gran cantidad de actividades del mercado laboral, una expansiva crisis económica, el derrumbe de todos los indicadores de bienestar social y un incremento de la desconfianza intersubjetiva generalizada. En ese contexto, la reclusión hacia el espacio doméstico de los hogares intensificó las diferentes formas de mediatización a través de dispositivos tecnológicos donde las pantallas (SILVERSTONE, 2006, MUROLO, 2014, 2021) ocuparon -y ocupan- un rol casi excluyente en la percepción y construcción de la realidad social (VERÓN, 1981, 2014, 2019). Así en esta coyuntura de época pandémica, las mediaciones tecnológicas se presentaron como los lugares más potentes para comprender la producción social de sentido donde el consumo televisivo se revitalizó al interior de los hogares estableciendo desde sus diversas formas de discursividades, las condiciones de producción de sentidos predominantes del orden social (SILVERSTONE, 1990, 1994, 2006).

Algunas décadas atrás Verón (1992) ya manifestó que se trataba de una sociedad mediatizada o en vías de mediatización donde específicamente la televisión se había convertido en el lugar de referencia más fuerte para la producción de acontecimientos que construyen el vínculo ciudadano-ciudad y la democracia (audiovisual). Es decir, los procesos de mediatización a través de dispositivos tecnológicos se erigen de manera casi excluyente en los modos en que las ciudadanías entran en contacto con aquello que reconocen como ¨la realidad social¨ o en términos intersubjetivos, conceptualmente con la construcción de ¨lo real¨ (PIERCE,1974).

Sin embargo ya en contexto de pre-pandemia, la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales en Argentina (SInCA, 2017)[4] registraba que el 95 por ciento de

[2] ASPO: Aislamiento Social Preventivo Obligatorio.DNU 297/2020. Medida del Ejecutivo Nacional que dispuso el aislamiento total por riesgo en la salud pública en contexto de Pandemia. Solo podían realizar desplazamientos quienes cumplían con tareas indispensables mientras que el resto de la población sólo podían desplazarse por necesidades indispensables para aprovisionarse de artículos de limpieza, medicamentos y alimentos en lugares de cercanía.

[3] DISPO: Distanciamiento Social Preventivo Obligatorio. DNU 125/2021. Este Decreto se centró en atención a la situación epidemiológica existente en las distintas regiones del país según el indicador epidemiológico y nivel de contagio con relación a la COVID-19. estableciendo medidas específicas según la situación de cada región sobre uso de barbijo, cantidad de personas por aglomeración, apertura de actividades, etc.

[4] Cfr. https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10

los encuestados miraban la televisión en su dispositivo tradicional. Posteriormente durante la pandemia hubo a su vez un aumento de consumo de TV en vivo. Un estudio de Kantar IBOPE Media publicado en diciembre de 2020 muestra que durante los meses de ASPO y DISPO de ese año, la televisión fue el medio que tuvo mayor consumo entre todos los grupos etarios sin demasiada distinción ni por género ni por sector socioeconómico, ya sea a través de TV abierta, de una conexión por cable o por medio de internet. Las teorías de mediatización fueron estabilizando un campo de estudios (LUNDBY, 2014; AVERBECK, 2015; CARLÓN, 2016; SCOLARI ,2015; SCOLARI y RODRIGUEZ-AMAT, 2018, VERÓN 2019; entre otros) donde persisten debates por ejemplo acerca del fin de los medios masivos (CARLÓN & SCOLARI, 2009) que conviven con ciertas formas de demarcación y ocultamiento sobre el consumo televisivo como medio masivo hegemónico especialmente en las juventudes (CAR, NARANJO, 2022). No se trata de desconocer las profundas transformaciones, formas de convergencia y mutaciones de las industrias mediáticas del presente (VARELA, 2010; RINCÓN, 2017, 2018; RABINOVICH, WORTMAN, 2019); sino de problematizar o al menos tomar registro del persistente determinismo tecnológico que estos enfoques en algunas dimensiones acarrean (WILLIAMS, 1992).

Ahora bien, si la experiencia social de producción de significaciones se enmarca en una sociedad hipermediatizada (FRATICELLI, ANTIVERO, 2019), si las mediaciones tecnológicas son los lugares más potentes para comprender la producción social de sentido, si atendiendo a las mutaciones y procesos de convergencia de los medios tradicionales los indicadores evidencian un intenso consumo televisivo profundizado en contexto de pandemia: ¿Cómo impacta el discurso televisivo en Argentina respecto de la crisis coyuntural global que se experimentó en contexto de pandemia? ¿Cómo fue el tratamiento informativo -que a través de diversos géneros y formatos del dispositivo en un contexto absolutamente disruptivo e inédito - sobre los sentidos de la vida, las identidades políticas, la justicia o la democracia?

Este trabajo es de índole exploratorio y considera al discurso como una configuración espacio temporal de sentido emergente de sus condiciones sociohistóricas de producción. El acercamiento teórico propone un *análisis del discurso que* si bien atiende a un sujeto hablado por la ideología, no pretende ser un enfoque

excluyente, sino un particular modo de acercamiento a una práctica interpretativa inscripta en un enfoque interdisciplinario. En síntesis el objetivo de este artículo es explicitar las estrategias discursivas que el dispositivo televisivo desde la hibridación de géneros predominantemente informativos, despliega a través de la identificación de formas de interpelación y operaciones ideológicas que relacionan a la violencia simbólica con ciertas formaciones discursivas. El abordaje metodológico de naturaleza cualitativa busca hacer emerger la reconstrucción de ideologemas, condensaciones por relaciones intertextuales (presentes) y de rasgos ideológicos por relaciones interdiscursivas o ideológicas (ausentes y presentes) así como ciertas estrategias enunciativas que evidencian posicionamientos que construyen una audiencia reconocida en el discurso que promueve la incitación a la violencia a través de fuertes operaciones retóricas y temáticas alarmistas, anti-políticas o cínicas, indignadas e impotentes, entre otras.

En el segundo apartado se desarrolla el acercamiento teórico de corte interdisciplinar, en el tercero se aborda la estrategia metodológica, en el cuarto se realiza un análisis de corpus que constituye el discurso televisivo donde se identifican diferentes operaciones ideológicas y formas de interpelación en las dimensiones temáticas, retóricas y enunciativas asociadas a la pandemia y por último, las reflexiones finales.

1 Marco teórico: un campo de estudios interdisciplinar

La elaboración analítica de este estudio se inscribe, en líneas generales, en una intersección de las perspectivas de la socio semiótica de segunda generación (PIERCE, 1974; VERÓN,1987, 2005, 2013, 2019; TRAVERSA 1984, 1997, 2004; STEIMBERG, 1988, 1991, 2002, DEL COTO,1996; FERNÁNDEZ 2012, 2021; entre otros), en diálogo con la Escuela Francesa del Análisis del Discurso (como PÊCHEUX, 1969,1975; MAINGUENEAU, 1976, entre otros), el Análisis Crítico del Discurso (HALLIDAY 1978, 1985, VAN DIJK,1990, 1998; 2008; entre otros.); y del Círculo de Bakhtin (VOLOSHINOV, 1974; BAKHTIN,1982; 1989;entre otros) que si bien tienen enfoques metodológicos diferentes comparten ciertas premisas respecto de la noción de objeto de discurso y sus condiciones intertextuales. Producto de

este diálogo conceptual, se asume una perspectiva heterodoxa que permite aprehender la multidimensionalidad del objeto; un logro imposible al quedar encapsulado de manera aislada en una sola perspectiva teórica. El acercamiento teórico pretende identificar posicionamientos enunciativos del discurso televisivo asociados a múltiples operaciones ideológicas donde su construcción se encuentran en relación a configuraciones espacio temporales de sentido cuyas condiciones productivas evidencian gramáticas de generación organizadas desde diversas retóricas y formas de tematización que potencian sentidos del odio y la violencia. Estos posicionamientos enunciativos implican ciertas relaciones entre las ideologías y las estructuras del discurso. Se trata por consiguiente, al mismo tiempo de hacer foco en los modos en que los géneros predominantemente informativos televisivos producen interpelaciones y operaciones ideológicas cuya relación se encuentra en lo profundo de las estructuras sociales.

En más de una ocasión, la problemática –marxista en origen– de la *ideología* ha sido examinada y elaborada con recursos semiológicos y lingüísticos: del "círculo Bajtín" al Análisis Crítico del Discurso, pasando por la mitología de Barthes (1970, 2009), la recurrencia de este entrecruzamiento teórico e investigativo ha sido notable, en especial en la segunda mitad del siglo pasado. En este sentido Aran reconoce un mayor valor en la obra Bajtiniana ya que sus afirmaciones sigue teniendo validez para establecer nuevas relaciones entre campos disciplinares y la producción de discursos en la cultura porque más que respuestas ha señalado nuevas preguntas acerca de la dirección de la investigación en las ciências humanas (PISTORI, 2012).

Según Voloshinov (1974) todos los acentos son operaciones ideológicas por más que sean producidas por un sujeto aislado ya que esto quiere decir que "aparecen como acentos sociales que pretenden lograr un reconocimiento social" y donde un *ideologema* se puede definir como la representación material de una ideología de un signo lingüístico (ideológico). Más tarde el término fue utilizado por Argenot (1982) que lo define como "toda máxima subyacente de un enunciado", que pueden materializarse o no en la superficie textual. Es tarea del analista en este caso identificar los acentos o reconstruir lo implícito de los signos ideológicos o, en términos de la Teoría de los Discursos Sociales (TDS) construir huellas a partir de explicitar las marcas que el discurso tiene con sus condiciones productivas (VERÓN, 1987).

Arnoux y Del Valle (2010) problematizan la noción de ideologema como un proceso de naturalización que anula el posicionamiento crítico apelando a representaciones emocionales anteriores que se proyectan sobre las nuevas. Son parte de la doxa, constituyen premisas que organizan el sentido y no son cuestionados. Por consiguiente, desde esta perspectiva en un nivel de análisis se trata de hacer emergen en el discurso las estructuras profundas de significación; es decir, son las interrelaciones entre discurso, cognición y sociedad las que posibilitan develar las "realidades" representadas por los diferentes grupos sociales. Por su parte, para Verón (1973,1978) la ideología es competencia de la sociología y no de la lingüística, es decir, integra la jerarquía de una *gramática de producción del discurso* como una lectura, una *forma* de analizar a los textos, y por consiguiente también un efecto de sentido, no una propiedad de estos: La ideología y lo ideológico –que históricamente se habían subordinado al poder en cualquiera de sus formas como expresión real y/o ilusoria del mismo–, a partir de Verón, se autonomizan de éste al tiempo que se sujetan al discurso.

La perspectiva de Análisis del Discurso atiende a la premisa básica de que lo social se constituye como orden simbólico y depende de la estructuración de un campo discursivo. La relación triádica entre el texto mediático, su contexto social y el discurso que materializa permiten dar cuenta de los modos en que los medios son partícipes necesarios de la construcción, en este caso, de diversos sentidos que desde el dispositivo televisivo interpelan audiencias cuyas subjetividades están atravesadas por un contexto de encierro (la pandemia) y que se soportan en cristalizaciones del sentido común (previo) que desborda el dispositivo y sus discursos.

En este marco, se entiende al "discurso" no como una secuencia lingüística cerrada, sino como el conjunto de los decires posibles (LACLAU y MOUFFE, 2004), de allí que su puesta en juego en la presente investigación permita avanzar en conjeturas que exceden el marco material de la comunicación mediática y apuntan a profundizar sobre los modos en que los textos mediáticos se inscriben en configuraciones sociales de sentido más amplias que permean la vida social y los espacios políticos.

Desde una perspectiva translingüística (DEL COTO, 1990, BAKHTIN, 1989) es imposible analizar un discurso como un texto, es decir, como una secuencia lingüística cerrada sobre sí misma, sino que hay que referirlo "al conjunto de discursos

posibles a partir de un estado definido de condiciones de producción" (PÊCHEUX 1969:16), la misma condición necesaria que Bakhtin reconoce como insuficiente desde la lingüística Saussureana (PISTORI, 2012) cuando trasciende el estudio de la lengua y reconoce el estatuto de una lengua vívida de un sujeto situado culturalmente o cuando Verón refiere (aunque este critica abiertamente la perspectiva de Pêcheux) en su T*eoría de los Discursos Sociales* al recuperar la perspectiva pierceana de las terceridades con la propuesta sobre la clausura semiótica (VERÓN, 1987).

Este giro institucionaliza una nueva etapa denominada *Semiótica de Segunda Generación* que incorpora al análisis discursivo la problemática de las materialidades de los medios y las clasificaciones sociales de lo discursivo a través del estudio de los géneros y estilos en los dispositivos mediáticos (STEIMBERG, 1988) y asume un posicionamiento abiertamente translingüístico. Ahora bien, la ruptura con el paradigma de la lengua y la construcción de un modelo teórico metodológico fundado en la concepción triádica del signo, no implica desconocer toda la prolífica producción teórica con enorme influencia de la lingüística estructural o las tradiciones críticas del Análisis del Discurso; por el contrario se trata de una propuesta teórica heterodoxa que se sostiene en lo dialógico reconociendo la materialidad de los procesos de producción de sentido es decir, la necesaria relación con sus condiciones productivas a la luz de un enfoque no inmanente para utilizar conceptualizaciones en la intersección de teorías que se potencian en los campos disciplinares y el análisis de la producción discursiva.

2 El recorte del corpus

El consumo de TV en Argentina se caracteriza por la alta penetración del mercado por suscripción, que está compuesto por la TV por cable y la TV satelital. La TV por cable, con mayor penetración, explica el 76% de los accesos y el 66% de los ingresos (SInCA, 2021[5]). En este sentido, para el diseño de la muestra se elaboró un criterio híbrido que no se acotó solamente al rating sino que se tomó registro de los contenidos que tuviesen fuerte rebote en redes, horarios centrales, e influencia de líderes de opinión y diferentes líneas editoriales.

[5] Informe sobre coyuntura cultural, datos sectoriales 2021. Ministerio de Cultura. Disponible en https://www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=81

Respecto de los géneros televisivos se jerarquizó los informativos y de actualidad como noticieros, periodísticos de investigación u opinión y otros híbridos más asociados al info-entretenimiento como el magazine de actualidad, de celebridades, de interés general intimista, atendiendo a la importancia global de la circulación de contenidos mediáticos para instalar y marcar agenda respecto a diferentes dimensiones temáticas que atravesaron la pandemia. De esta manera se confeccionó una muestra con 10 señales de televisión que incluyeron cuatro señales abiertas privadas (Telefé, Eltrece, América TV y Canal 9); una señal pública (TV Pública) y cinco (5) señales informativas de cable (C5N, A24, TN, LN+, CN26 en dos cortes temporales de una semana de duración. La primera se estableció entre el 5 y 11 de abril de 2021 y la segunda entre el 1 y 7 de noviembre del mismo año. La unidad de análisis delimitó en el segmento (que no se relaciona necesariamente ni con una secuencia de planos, escenas, o bloque con tanda publicitaria, etc.) sino en identificar a partir de un conjunto de criterios de pertinencia establecidos en parámetros por dimensiones asociados a nube de palabras asociadas a la pandemia, formaciones discursivas específicas asociados a diferentes formas materialidades expresivas sobre la diversidad, lo raro, lo recurrente, lo dicotomizante, los núcleos de sentido, las condensaciones o fuertes desplazamientos de sentidos ya sea en la imagen, el sonido, la post edición, los planos, la propuesta estético narrativa de cada programa, etc.

Es decir cada segmento se delimitó tomando como parámetro regularidades de forma y contenido como la constancia de los protagonistas, la permanencia espacial (zonas del estudio, móvil en exteriores, etc.), el género (entrevista, editorial, etc.), la recurrencia a estrategias formales (la inclusión de informes, zócalos, leyendas, cambios de tonalidades o musicalizaciones que componen una ambientación específicamente). Y, especialmente, el desarrollo argumental de una dominante temática en la que se procura identificar una instancia de apertura y una conclusiva, a sabiendas que no siempre se encuentran todos estos elementos.

Todos estos aspectos fueron usados como indicadores para el fichado que se consignó en una hemeroteca (grilla para la exploración y consignación de los segmentos visionados en el relevamiento con base en la delimitación de las unidades de análisis básicas y compuestas tales por diferentes campos discursivos (religión / espiritualidad / sentido de la vida, naturaleza y medioambiente, cuestiones educativas,

identidades territoriales, ciencia y expertos, valores, justicia, democracia e identidades políticas). Dichos segmentos compusieron la base documental de un análisis de cobertura mediática sobre la pandemia que como toda instancia de "producción de sentido" están insertas en una configuración compleja de condiciones sociales que estructuran y determinan las formas que tendrán dichas unidades. Por consiguiente, el análisis buscó la reconstrucción de ideologemas, condensaciones de rasgos ideológicos por relaciones intertextuales (presentes) y de rasgos ideológicos por relaciones interdiscursivas o ideológicas (ausencias presentes) tanto en el nivel temático, retórico como enunciativo así como sus formas interpelativas a partir de la aplicación de un libro de código utilizado a los efectos del análisis.

3 Análisis del corpus: operaciones mediáticas de sentido inscriptas en el discurso del odio

Del total de 10 señales abiertas y de cable se consignaron un total de 90 emisiones en dos períodos de una semana en cada caso donde casi la mitad de los segmentos de televisivos identificados (577) abordan en algún aspecto o dimensión la situación de pandemia, es decir que las audiencias televisivas en el territorio de argentina y en contexto de encierro se encontraban expuestos cuantitativamente a una gran abundancia y redundancia de discursos sobre la pandemia en su alterada rutina cotidiana.

Tabla 1. (2022). Comparación de datos en los corpus analizados.

Dimensiones y operaciones analizadas en los corpus	**1er. Etapa**	**2da. Etapa**	**Total**
Cantidad de señales	10	9	10
Cantidad de emisiones	61	29	90
Cantidad de segmentos	645	276	1194

Cantidad de segmentos que atraviesan la pandemia	404	173	577
Ideologemas e interpelaciones	190	328	518

Fuente: elaboración propia.

Ahora bien: ¿Cómo eran esos discursos desde su retórica y modo de tematización respecto de su posicionamiento enunciativo? ¿Qué formaciones discursivas ideológicas propusieron a sus audiencias cuasi cautivas, expectantes, sumergidas en la gestión de sus miedos, soledades, ansiedades o así como nuevas formas de conflictividad familiar al interior de los hogares por la incertidumbre de lo inédito, dramático y catastrófico?

Los dos corpus se recortaron temporalmente entre el 5 y 11 de abril y la segunda entre el 1 y 7 de noviembre del 2021. Los diferentes ejes de tematización en el tratamiento mediático de la pandemia estuvieron principalmente asociados a abordajes donde de manera predominante se configuraban diferentes discursos asociados a las ideologías políticas e identidades partidarias (239 referencias), así como a diversas formas de identidades territoriales (205 referencias).

Otros ejes de menor tematización fueron las percepciones sobre prácticas y trabajadores vinculados a la salud (205 referencias) y sobre percepción y ponderación de los valores, criterios de justicia y democracia (186 referencias). Esto pone en evidencia la lógica politizada de su editorialización donde el posicionamiento político partidario es abordado y relacionado predominante por sobre otras dimensiones de la pandemia por ejemplo, respecto de discursos sobre rituales o espiritualidad, sentido de la vida, naturaleza y el medio ambiente o cuestiones educativas.

Del mismo modo, se identificaron a su vez dos grandes operaciones discursivas asociadas a tópicos segregacionistas jerarquizados a partir de la espacialidad. Por un lado se observa que la representación de las regiones en el discurso televisivo construye una idea de mundo y pandemia desde un sistema de jerarquías que lo divide en "partes" asociados en general a cierta mirada europeizante en un sentido aspiracional; y desde los recortes geográficos de interés aparece casi de manera excluyente el territorio de la ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense como sinécdoque reduciendo al resto del país a valores numéricos de contagios del proceso pandémico. Es decir, el modo de representación espacial encuentra el epicentro desde donde construye

categorías de referencia a partir de valores positivos atribuidos a países desarrollados a escala global y a la ciudad de Buenos Aires con una forma de interpelación segregacionista respecto del resto del territorio federal.

Tanto en el primer como segundo corpus se construyeron de manera predominante sentidos de la realidad de pandemia como hecho social catastrófico, desde una presentación y tratamiento cuasi distópica, con un posicionamiento en su nivel enunciativo que se expresaba mediante contenidos verbales tales como: "segunda ola", "nuevas cepas", "récord de contagios", saturación o colapso del sistema de salud¨ - especialmente en el primer corpus- donde se desplegó en toda la escena enunciativa una temporalidad de presente y futuro apocalípticos.

En las referencias del primer corpus casi el 80 por ciento del total de los segmentos visionados atravesaron algún criterio de pertinencia discursiva sobre la pandemia, mientras que en el segundo momento se redujo a un poco menos del 50 por ciento producto de cambio de escenario caracterizado por un clima de campaña electoral y crisis económica. En el primer momento el contexto se caracterizó por cuestiones ligadas a condensaciones e ideologemas que acumulan sentidos sobre por ejemplo "el *vacunatorio vip*[6]", una intensa insistencia en abordar el estado de la situación sanitaria; una recurrencia búsqueda de la causa inmediata del aumento rápido de los contagios y en la atribución de responsabilidades societales y políticas al gobierno o a la oposición; una preocupación por la administración de la emergencia sanitaria y social en el marco de contagios récord de una *segunda ola* "mientras la agenda mediática transita el debate sobre las causas de los contagios; emergen por ejemplo con fuerza potentes sentidos negativos sobre las juventudes como protagonistas irresponsables de esa situación a través del recurrente ideologema "fiestas clandestinas" [7].

La criminalización de las juventudes en el tratamiento informativo no es novedoso pero sí lo es asociado a diversos sentidos festivos del "estar con otros" y se

[6] El "vacunatorio VIP" surge del tratamiento mediático en febrero de 2021 cuando se publica una lista de vacunados de covid19 en el Hospital Posadas provista por el Ministerio de Salud. En lista de aproximadamente 70 personas habría algunos que no estarían en el protocolo de vacunación y que incluirían funcionarios, familiares y sus vínculos cercanos. El escándalo terminó con la renuncia del Ministro de Salud Ginés González García el 19 de febrero de 2021.

[7] Esta construcción mediática condensaba sentidos de criminalidad, ilegalidad y baja empatía de las juventudes desbordadas e irresponsables por la sociedad respecto de las prácticas de socialización y esparcimiento usualmente por la noche en locales nocturnos o lugares de encuentro , recreación y ocio.

convierten en el discurso televisivo en los peligrosos agentes de contagio. Son ellas las irresponsables en gran medida de la "segunda ola" con su falta de empatía y compromiso ciudadano con las personas de riesgo quienes atentan contra la situación sanitaria del país. El fantasma del colapso sanitario se asocia directamente al enfrentamiento entre el oficialismo y la oposición respecto de responsabilidades de gestión de las medidas de distanciamiento y aislamiento social (DISPO y ASPO) y diferentes formas de restricción sobre las libertades individuales tensionando dos posicionamientos bien antagónicos según las líneas editoriales de cada señal claramente inscriptas en alguno de los dos registros político ideológico.

Por su parte en el segundo corpus se intensifican las interpelaciones asociadas al alarmismo pero ya ligado a la pandemia explícitamente, sino a las menciones a "hoy como en 2001"[8] , "con el cuidado del caso, una crisis inflacionaria en argentina genera cosas feas", ¨ Eso no termina bien¨ , "Cuando la inflación es disparatadamente alta, se rompen los lazos de convivencia". "Los más grandes lo hemos vivido", etc. Que la pandemia en esta instancia no estuviera explícitamente mencionada permitió poder captar esas omisiones como constitutivos de los procesos ideológicos de borramiento y la naturaleza de su funcionamiento.

En múltiples ocasiones aparece la figura del moderador-excitador organizando sentidos a través de un discurso de odio interpelando a través de diversas operaciones ideológicas donde ideologemas como "*vacunatorios vip", "la grieta*[9]", construyendo audiencias impotentes, anárquicas, segregacionistas, cínicas, anti políticas, indignadas. El llamado a la indignación es el más frecuente, suscitado por el rechazo a la corrupción de los políticos y el permanente estado de injusticia.

También se encuentran interpelaciones antipolíticas: idea de "todos contra ellos/los políticos", "viven en un mundo de fantasía", "son todos iguales", etc. Se aprecia la construcción de otro radical, que en algunos casos se manifiesta contra todos

[8] La crisis del 2001 en Argentina fue un hito en la historia del país producto de la eclosión de múltiples factores donde se destaca la salida de la convertibilidad y la restricción al acceso de los ahorros bancarizados conocido como ël corralito que terminó con la salida temprana del presidente De La Rúa y una crisis institucional sin precedentes en el período democrático.¨Cfr. https://www.clarin.com/opinion/crisis-2001-verdadera-razon_0_Rh7LtxUs1.html

[9] En la Argentina la denominación popular y reconocida de ¨ la grieta¨ es un ideologema que condensa dos visiones opuestas, antagónicas y maniqueas entre kirchneristas y antikirchneristas en la sociedad que organiza posicionamientos ideológicos y lugares de pertenencia y de identificación política cuya dinámica se centra en el enfrentamiento político y cultural generalizado, caracterizado por fuertes componentes de irracionalidad, odio, prejuicio, intolerancia, irritabilidad y fanatismo.

los políticos. El antagonismo es un efecto global de las emisiones en general, donde aparece una mirada maniquea y binaria de buenos y malos, "nosotros" y "ellos". El enunciador o enunciadores en su gran mayoría masculinos asumen un posicionamiento enunciativo "cómplice" con su audiencia. Comparten su indignación, cinismo y descreimiento de lo que cada uno identifica como oposición (sea gestión de gobierno u oposición en términos objetivos) con su audiencia. El enunciatario aparece así como un sujeto indignado, irritado, alarmado e impotente.

En el nivel retórico tanto en sus metábolas que sustituyen un significante por otro así como las parataxias con sus recurrentes usos de hipérboles y anáforas mostraron una repetición y acumulación de referencias verbales de ideologemas como "la grieta" "el vacunatorio vip" "segunda o tercera ola". Las metáforas del récord, del colapso y de la segunda ola, fueron aquí insistentes, las "fiestas clandestinas" se segmentaron por edades donde la información sobre contagios y prohibición de libertades se cristalizaron en "cuarentena duda" con la legitimada figura habilitado a participar del espacio público como "trabajador esencial".

Sin embargo, la violencia del discurso televisivo asociado a la tematización de la pandemia no se expresó solamente mediante contenidos verbales, sino también y especialmente a través de elementos no verbales y paratextuales donde las figuraciones retóricas condensaba, desplazaban y aglutinaban sentidos a través del uso de colores fuertes y saturados (como los rojos o azules) tanto en las escenografías como en los zócalos, las placas de presentación de informes, de vivos, de exteriores, en presentación de entrevistas, imágenes editadas hiperbólicas en grandes pantallas, músicas estridentes con sonoridades asociados a formas de alertas, último momento, urgente! etc. , altos tonos de voz exagerados, impostados, gestos faciales cínicos, descreídos, y otros elementos paratextuales que abonaban a un efecto global de sentidos violentos, irritados, irascibles.

Reflexiones finales

La reflexión interdisciplinar teórica siempre en diálogo con su objeto de estudio, habilitó diferentes entradas interpretativas en el análisis discursivo del corpus televisivo y fue enriqueciendo un proceso analítico a partir de una matriz

metodológica que posibilitó abordar sistemáticamente todas las unidades de análisis de un conjunto de 90 emisiones de programas donde se identificaron casi 600 segmentos que en algún aspecto atravesaba la pandemia. Si bien los dos corpus presentan recortes temporales diferentes donde el escenario social está condicionado por diferentes agendas mediáticas (el primero en un contexto de catástrofe, de segunda ola y posible colapso del sistema sanitario y en el segundo momento más situado en la campaña electoral y la crisis económica.) En ambos casos el discurso televisivo se construye a partir de condiciones de producción que en términos amplios y a partir de diferentes estrategias enunciativas incentivan al odio y la violencia. Intensificación del consumo televisivo como dispositivo que todavía es referencia en la organización de sentidos preponderantes en el campo social. Como consecuencia del análisis es plausible sostener que el discurso televisivo de Argentina en los híbridos géneros de actualidad informativa (magazine, noticiero, entrevistas, mesa-debate, investigación, entre otros) durante la pandemia radicalizaron sus posicionamientos enunciativos sobre la base de cada línea editorial de referencia.

Las formas de tematización focalizadas en identidades político-partidarias y territoriales por sobre otras maneras de abordar la pandemia dan cuenta de un tratamiento estructurado en el conflicto donde los discursos mediáticos asocian causas y consecuencias a la "mala gestión" o a "irresponsable" la oposición, y donde la lógica segregacionista "ellos" y/o "nosotros" organizan casi todos los fundamentos en el nivel axiomático que cristaliza en "sentido común". En términos retóricos esto se acentúa esos sentidos de alarma, catástrofe e irritabilidad a partir del uso de colores intensos en escenografía, pantallas, zócalos, placas, etc., los sonidos y musicalización en niveles graves, metálicos o disonantes donde la comunicación verbal y no verbal como los gesticulación, las formas de exhalación al cierre de un argumento y sus los movimientos nerviosos construyen reiteradas metáforas, metonimias, anáforas o hiperbolizaciones que potencian la virulencia del clima televisivo.

En general se observa un enunciador que representa en sus estrategias enunciativas a un enunciatario "cómplice"; donde la mirada a cámara en toma directa potencia su virulencia en el contacto y en guiño permanente con su audiencia; no intenta construir un posicionamiento de cierta "neutralidad informativa" o "pedagógica" sino más bien compartir la catarsis hiperbólica que despliega el discurso televisivo,

asumiendo que existe una misma sensación de encrespamiento en sus audiencias: se enfurece, eleva el tono de voz, gesticula su hartazgo "junto con" sus televidentes donde la figura del periodista, o presentador actúa como un moderador-excitador que potencia las percepciones de un discurso violento sobre un conjunto de operaciones ideológicas.

Desde ese vínculo de contacto predominantemente emocional, las operaciones ideológicas y las interpelaciones discursivas construyen un tiempo apocalíptico y en los dos corpus aparece de manera recurrente la configuración de formas de interpelación alarmistas, cínicas, impotentes, anárquicas y apolíticas sin olvidar el tratamiento discursivo que la televisión de pandemia da a las juventudes como principales agentes de contagio, asociadas a la criminalidad, la delincuencia y la irresponsabilidad. Las diversas formas de tematización y retóricas que configuran predominantemente discursos de odio o violencia social, no son una irrupción novedosa en el campo mediático y mucho menos en el dispositivo televisivo. Sin embargo se observa un proceso de intensificación de esas lógicas y operaciones discursivas en contexto de pandemia.

En síntesis, las interpelaciones e ideologemas potencian sentidos mediáticos que socavan la mirada crítica del televidente, la participación ciudadana y el sentido de comunidad en contexto de pandemia donde el conjunto de operaciones discursivas en sus modos enunciativos de construir ideologemas e interpelar a las audiencias concitan, movilizan, activan, potencian discursos que promueven el odio y la violencia social

Bibliografía

ANGENOT, M.**Presupuesto, topos, ideologema. La parole pamphlétarie**. Traducción de Lía Varela. París: Payot, 1982.

ARNOUX, E. & DEL VALLE, J. Las representaciones ideológicas del lenguaje: Discurso glotopolítico y panhispanismo. **Spanish in Context**, 7, vol 1, p. 1-24.2010.

AVERBECK- LIETZ, S. Eliseo Verón leído desde la perspectiva de los estudios en comunicación alemanes: Semio-pragmática, comunicación e investigación en mediatización. **Revista de Estudios Avanzados**, N° *33* (enero-junio), Universidad Nacional de Córdoba, p.151-163, 2015.

BAKHTIN, M. **Estética de la creación verbal**. Buenos Aires: Siglo XXI editores, 1982.

BAKHTIN, M. **Teoría y estética de la novela. Trabajos de investigación**. Madrid: Taurus, 1989.

BARTHES, R. **S/Z:** En Tel Quel. Paris: Editorial Seuil, 1970.

BARTHES, R. **Mitologías**. Buenos Aires: Siglo XX. 2009.

CAR, V. & NARANJO, C. Mediaciones y consumos de ficción en contexto de pandemia: los y las estudiantes de la UNTDF. **Fuegia**, Revista de Estudios Sociales y del Territorio. Nro. VI, Tierra del Fuego: ICSE. p.83-103. 2022. Recuperado el 5 de noviembre de 2022 en https://www.untdf.edu.ar/uploads/archivos/Vol_V_1_22_83_103_Car_y_Naranjo_1666978901.pdf

CARLÓN, M. & SCOLARI, C. (Comp.) **El fin de los medios masivos.** Buenos Aires: La Crujía, 2009.

CARLÓN, M. Reflexiones acerca del debate anglosajón y latinoamericano sobre el fin de la televisión en Después del fin. **Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube.**Buenos Aires: La Crujía, p. 77-99, 2016.

DEL COTO, M.. **De los códigos a los discursos**. Buenos Aires: Editorial Docencia, 1996.

FERNÁNDEZ, J. L.; SZNAIDER, B. Comunicación de Gobierno: reflexiones en torno a un objeto. Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, v. 6, n. 2, p. 489–515, 21 ene.2013. Recuperado el 7 de septiembre de 2022 https://doi.org/10.5209/rev_PEPU.2012.v6.n 2.41246.

FERNÁNDEZ, J.L. **Vidas mediáticas:** Entre lo masivo y lo individual. Buenos Aires: La Crujía, 2021.

FRATICELLI, D. y ANTIVERO,J. Sociedad Hipermediatizada. **Revista Sociedad**, N° 39 , Facultad de Ciencias Sociales, UBA, p.1-4. 2019.

HALLIDAY, J. **El lenguaje como semiótica social:** La interpretación social del lenguaje y del significado. Trad. Jorge Ferreiro Santana, 1982. México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1978.

HALLIDAY, J.**An introduction to functional grammar** (1a. ed.). Londres: Edward Arnold, 1985.

LACLAU, E. & MOUFFE, CH. **Hegemonía y Estrategia Socialista**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2004.

LUNDBY, K.**Handbooks of Communication Science:** Mediatization of Communication. vol. 21. Berlin: De Gruyter Mouto, 2014.

MAINGUENEAU, D.**Introducción a los métodos del análisis del discurso**, (Tr. Lucila Castro, 1980), Buenos Aires: Ed. Hachette, 1976.

MUROLO, N. L. *Hegemonía de los sentidos y usos de las tecnologías de la comunicación por parte de los jóvenes del conurbano bonaerense sur.* Tesis doctoral. Estudio realizado en Quilmes, 2011-2014.Buenos Aires: UNQ. Ed, 2014.

MUROLO, N. L. **Cultura Pop** : resignificaciones y celebraciones de la industria cultural en el siglo XXI . Murolo, L ; Del Pizzo I (comp.) p.17 - 31. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Promete, 2021.

PêCHEUX, M. A**nalyse Automatique du Discours**. Paris: Dunod, 1969.

PêCHEUX, M. Discours, langue et idéologie. Revue Langage n°37 **Discours, langue et idéologie.** Numero a cargo de Michel Pêcheux. Paris: Hachette, 1975.

PêCHEUX, M. **Las verdades evidentes:** Lingüística, semántica, filosofía, Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación. [1975] 2016.

PEIRCE, CH. **División de signos:** Icono, índice y Símbolo. En La Ciencia de la Semiótica. Buenos Aires: Nueva Visión, 1974.

PISTORI, M. H. C. ARÁN, Olga Pampa. Nuevo diccionario de la teoría de Mijail Bajtin. Córdoba, Argentina: Ferreyra Editor, 2006. 284p. **Bakhtiniana. Revista de**

Estudos do Discurso, *[S. l.]*, v. 7, n. 2, p. Port. 188–193, 2012.Recuperado el 9 de noviembre de 2022.https://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/article/view/8785.
RABINOVICH, D. & WORTMAN, A. (Coord). **Mutaciones en el consumo en el siglo XXI,** Lima: Clacso, 2019.
RINCÓN, O. **La comunicación en mutación** : remix de discursos. Bogotá: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2017.
RINCÓN, O. **Mutaciones bastardas de la comunicación**. Caracas: Universidad de los Andes, 2018.
SCOLARI, C. Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. **Palabra Clave**, *18*(4), p. 1025-1056, 2015. Recuperado el 20 de septiembre de 2022 de https:// doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.4.
SCOLARI, C. y RODRIGUEZ AMAT, J.R. A Latin American approach to mediatization: Specificities and contributions to a global discussion about how the media shape contemporary societies.**Communication Theory**, vol *28*,p.131-154, 2018.
SILVERSTONE, R. De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla: bases para una reflexión global. Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad, Nro. 22. Madrid: Fundación Telefónica, 1990.
SILVERSTONE, R. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1994.
SILVERSTONE, R. Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept, en Berker, T.; Hartmann, M.; Punie, Y. y Ward, K. J. (eds.), **Domestication of media and technology,** London: Open University Press, p. 229-248, 2006.
STEIMBERG, O. **Semiótica de los medios masivos:** El pasaje a los medios de los géneros populares, Buenos Aires: Atuel, 1998.
STEIMBERG, O.(dir.). **Términos críticos de la sociología de la cultura:** Géneros**.** Altamirano Buenos Aires:Paidós, 2002.
TRAVERSA, O. **Cine: el significante negado**. Buenos Aires: Edicial, 1984.
TRAVERSA, O.**Estilo de época y comunicación mediática**. Buenos Aires: Atuel, 1997.
TRAVERSA, O. **Memoria de los medios:** Figuraciones 1-2. Memoria del arte.Buenos Aires: Asunto Impreso,IUNA, 2004
TRAVERSA, O.(comp.) **Cuerpos de papel II:** Figuraciones del cuerpo en la prensa, 1940-1970. Buenos Aires: Santiago Arcos. Asunto Impreso, 2007.
VAN DIJK, T. A. **La noticia como discurso**, Barcelona: Paidós, 1990.
VAN DIJK, T. A. **Ideología. Una aproximación multidisciplinaria**, (Tr. Lucrecia Berrone de Blanco, 1999), Barcelona:Ed. Gedisa, 1998.
vAN DIJK, T. A. Semántica del discurso e ideología, Discurso y Sociedad*, 1*(2), p. 201-261, 2008.
VARELA, M. **El fin de los medios masivos:** Miraba televisión, youtube. Buenos Aires: La Crujía, 2010.
VERÓN, E. Vers une logique des mondes sociaux. Communication n°20. Le Sociologique et le Linguistique. Paris: Seuil, p.246-278, 1973.
VERÓN, E. Semiosis de l'idéologie et du pouvoir. Communication n°28. Idéologie, discours, pouvoirs. Paris: Seuil, p.7-20, 1978.
VERÓN, E. **Construir el acontecimiento***:* Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island. Buenos Aires: Gedisa, 1981.

VERÓN, E. ***Sémiotique* II:** Quand lire c'est faire: l'énonciation dans la presse. Paris: IREP, 1984.
VERÓN, E. **La Semiosis Social**. Barcelona: Gedisa, 1987.
VERÓN, E. **La semiosis social:** Fragmento de una teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa, 1998 [1987].
VERÓN, E. **Fragmentos de un tejido**. Barcelona. Gedisa, 2005.
VERÓN, E. **La semiosis social 2**. Ideas, momentos, interpretantes . Buenos Aires:Paidós Comunicación, 2013.
VERÓN, E. Los públicos entre producción y recepción. Problemas para una teoría del reconocimiento. InMediaciones de la Comunicación, v. 14, n. 1, p. 163-179, 4 jul, 2019.
VOLOSHINOV, V. **El marxismo y la filosofía del lenguaje.** Madrid: Godot.1974. WILLIAMS, R. **Historia de la Comunicación**. Vol 2. Barcelona:Bosch, 1992.

Recebido em 12 de setembro de 2022.
Aceito em 10 de novembro de 2022.