

TRABAJO FINAL DE GRADO

Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales



UNIVERSIDAD
SIGLO 21

CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA Y DISCURSIVA DE LA IMAGEN

PÚBLICA PRESIDENCIAL DE FERNANDO DE LA RÚA.

Macarena Lis Sanchez

RPI01312

Año 2014



AGRADECIMIENTOS

A mis abuelas Deli y Pori

Por las caminatas a la escuela...íbamos y veníamos tomaditas de la mano para no soltarnos nunca. Y entre risas y caramelos aprendí que el amor y la alegría son más fuertes que la distancia y el tiempo.

Gracias por el amor incondicional, y por no dudar de mí jamás.

Las quiero mucho.

RESUMEN

El trabajo de investigación se centró en analizar la construcción mediática y discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa, durante su mandato gubernamental.

Por un lado, se buscó identificar y analizar los mecanismos enunciativos utilizados por De la Rúa en la construcción de sus discursos, así como también detectar los atributos de imagen sobre los cuales se apoya. A su vez, se examinó la tipología del mensaje desarrollado por el ex gobernante. Por otra parte, y en relación al análisis mediático, se indagó sobre los criterios de noticiabilidad utilizados en la construcción de las noticias periodísticas, y se buscó conocer la postura del periodista en el proceso de construcción de la imagen pública del ex candidato. Para lograr dichos objetivos, el trabajo de indagación cuenta con una estrategia metodológica cualitativa, basada en el análisis de contenido como técnica de investigación. Por ende, se despliega tanto el análisis de los discursos mediáticos como presidenciales, para el estudio de la construcción de la imagen pública de Fernando De la Rúa.

Como conclusión, se observó que el candidato político estudiado comenzó su gestión presidencial con una imagen pública positiva, basada en atributos fuertemente consolidados. Sin embargo, luego de varios sucesos, su imagen se fue deteriorando notoriamente consiguiendo la pérdida de su legitimación política. De esta manera, De la Rúa encabezó un Gobierno que contó con el apoyo masivo de la sociedad y de los medios de comunicación; situación que luego cambió al finalizar su mandato.

ABSTRACT

The research focused on analyzing the media and discursive construction of the presidential public image of Fernando De la Rúa government during his term.

On one hand, we sought to identify and analyze the declarative mechanisms used by De la Rúa in the construction of his speeches, as well as detect image attributes on which it rests. In turn, the type of message developed by the former president was examined. Furthermore, and in relation to media analysis, were investigated newsworthiness criteria used in the construction of news reports, and sought to know the position of the journalist in the process of building the public image of the former candidate. To achieve these objectives, the inquiry has a qualitative methodological approach, based on content analysis as a research technique. Thus, both the analysis of media discourse as presidential, to study the construction of the public image of Fernando De la Rúa is deployed.

In conclusion, we observed that the studied political candidate began his administration with a positive public image, based on strongly bound attributes. However, after several events, image deteriorated markedly, getting the loss of political legitimacy. Thus, De la Rúa headed a government which received massive support from society and the media; situation changed at the end of his term.

ÍNDICE

1. TEMA.....	7
2. INTRODUCCIÓN.....	7
3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	9
4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	10
5. OBJETIVOS DE INDAGACIÓN.....	12
5.1 OBJETIVO GENERAL PRIMERO.....	12
5.2 OBJETIVO GENERAL SEGUNDO.....	12
6. MARCO TEÓRICO.....	13
6.1 ANTECEDENTES.....	14
6.2 IMAGEN PÚBLICA PRESIDENCIAL.....	15
6.3 ANÁLISIS DEL DISCURSO.....	17
6.3.1 <i>La noción de discurso.....</i>	<i>18</i>
6.3.2 <i>Unidades de análisis.....</i>	<i>18</i>
6.3.3 <i>Elementos no verbales del discurso oral.....</i>	<i>19</i>
6.3.4 <i>Elementos Cinésicos.....</i>	<i>19</i>
6.3.5 <i>Elementos paraverbales de la oralidad.....</i>	<i>20</i>
6.3.6 <i>Características lingüístico-textuales del discurso oral.....</i>	<i>20</i>
6.4 ANÁLISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	22
7. MARCO REFERENCIAL.....	28
7.1 <i>APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE POSTURA DEL PERIODISTA.....</i>	<i>28</i>
8. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
8.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	31
8.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	31
8.3 TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	32
8.4 RECORTE DEL CORPUS.....	33

9. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	34
9.1 ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	34
9.2 OBJETIVO PRINCIPAL.....	34
9.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	34
9.4 INSTRUMENTO Y/O DISPOSITIVO MATERIAL DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DEL DISCURSO MEDIÁTICO.	35
9.5 INSTRUMENTO Y/O DISPOSITIVO MATERIAL DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DEL DISCURSO PRESIDENCIAL.....	37
10. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS CATEGORÍAS ANÁLÍTICAS	39
1. TIPO DE VARIABLE: CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD	39
2. TIPO DE VARIABLE: PRESENCIA DE LA NOTA EN EL MEDIO.....	45
3. TIPO DE VARIABLE: POSTURA DEL PERIODISTA.....	51
11. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS CATEGORÍAS ANALÍTICAS	56
1 TIPO DE VARIABLE: MECANISMOS ENUNCIATIVOS	56
2 TIPO DE VARIABLE: TIPOLOGÍA DEL MENSAJE.....	58
12. CONCLUSIONES.....	61
13. BIBLIOGRAFÍA.....	67
14. PÁGINAS WEB CONSULTADAS.....	68
15. ANEXOS.....	71
15.1 DESCRIPCIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DEL DISCURSO MEDIÁTICO.....	71
15.2 DESCRIPCIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DISCURSIVO.....	81
15.3 RECORTE DEL CORPUS	83
A. Artículos de prensa Diario Clarín.....	83
B. Artículos de prensa Diario La Nación.....	100
C. Discursos presidenciales.....	118

1. TEMA

Construcción mediática y discursiva de la imagen pública presidencial del ex gobernante Fernando De la Rúa.

2. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la comunicación política es un campo disciplinario que abarca una gran cantidad de conceptos que son de interés para analizar el objeto de estudio que atañe a esta investigación, es decir, la construcción mediática y discursiva de la imagen pública de Fernando De la Rúa. De esta manera, la comunicación política engloba tanto a la comunicación de campaña, como a la comunicación de gobierno, en donde se analizan distintas variables que hacen a la conformación de la imagen pública presidencial. Por ende, existe un nuevo tipo de comunicación, que complementa lo anterior, donde las figuras políticas comunican sus propuestas y acciones de gobierno a través de una imagen, que posee aún mayor consistencia que un conjunto de palabras, lo que da lugar al fenómeno conocido como la personalización de la política.

Así, y teniendo en cuenta lo dicho anteriormente, en el presente trabajo de investigación, se indagará acerca de la construcción discursiva y mediática de la imagen pública del ex presidente argentino Fernando De la Rúa. Es decir, por un lado, se tomarán partes de sus discursos, con el fin de determinar con qué atributos se construyó la imagen del ex gobernante como presidente de la Nación. Y, por otro lado, se analizará la construcción que Clarín y La Nación hacen de la imagen pública de Fernando De la Rúa, por ser considerados ambos medios de alcance nacional y de gran envergadura para el país. Así, los medios de comunicación social cumplen un papel relevante en la formación de la imagen presidencial; y por ende, resulta imprescindible abordar la construcción que los mismos hacen de la imagen pública del ex candidato político.

En primera instancia, se efectuó un marco teórico sobre los principales conceptos alrededor de los cuales gira el trabajo de investigación, lo cual permitió el posterior análisis del material seleccionado. Por lo tanto, se abordaron ciertos temas conceptuales en relación a la noción de imagen pública presidencial, así como también respecto al análisis del discurso, y al estudio de los medios de comunicación.

Por otro lado, la estrategia metodológica se desarrolló en base a un diseño de investigación exploratorio con el fin de lograr una mayor comprensión sobre el objeto de estudio. Al mismo tiempo, el método de investigación seleccionado se caracterizó por ser cualitativo, ya que es a partir del análisis de determinadas piezas textuales que se aborda la realidad estudiada.

En relación al corpus de la investigación, se realizó un recorte basado en seis discursos presidenciales correspondientes a Fernando De la Rúa, durante su campaña electoral y su gestión gubernamental; así como también, se seleccionaron doce artículos periodísticos emitidos por los Diarios Clarín y La Nación durante el mismo período de tiempo.

A su vez, la técnica de investigación fue el análisis de contenido; en esta instancia del trabajo, se clasificaron los discursos presidenciales y mediáticos en categorías analíticas basadas en los objetivos de investigación, con el fin de ser identificadas luego mediante su análisis.

Finalmente, por medio del análisis e interpretación de los datos recabados, se llegó a una conclusión con respecto al objeto de estudio planteado sobre la construcción mediática y discursiva de la imagen pública de Fernando De la Rúa.

Para concluir, este proceso de análisis tanto mediático como discursivo de la imagen pública presidencial permitirá ahondar en una comparación analítica entre la percepción de imagen que Fernando De la Rúa construye mediante sus discursos, y la formación que los medios de comunicación hacen de esa imagen.

3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo a lo comentado anteriormente, la investigación se ubicó en un determinado período temporal que fue delimitado intencionalmente, y que se correspondió con el período electoral del candidato, y con su mandato público.

De este modo, se pueden obtener datos más precisos para dar respuesta a la siguiente ***pregunta de investigación*** que será desglosada en dos partes para una mejor comprensión del problema de investigación.

Por un lado, se determinará:

- ¿Cómo construyó la imagen pública presidencial el ex gobernante Fernando De la Rúa a través de sus discursos?

Y, por otro lado, se determinará:

- ¿Cómo construyeron la imagen pública presidencial del ex gobernante Fernando De la Rúa los medios de comunicación social Clarín y La Nación?

En consecuencia, a través de una categorización de los discursos presidenciales y mediáticos para la construcción de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa, se desarrolló la presente investigación, en base a un marco teórico, con el fin de resolver el problema planteado precedentemente.

4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Las Relaciones Públicas e Institucionales conforman un amplio campo de acción que trabaja principalmente con la comunicación como fenómeno global. Por ello, es que el presente trabajo de indagación se enmarca dentro de dicha disciplina por abordar temas referentes a la comunicación política. El concepto de Imagen Pública es un tema relevante para la profesión, ya que subyace a la idea de la construcción y formación de una imagen pública positiva que debe formar parte necesariamente de la estrategia de comunicación global. Así, dicha estrategia tiene que ser comunicada al público en su acepción más abarcadora, es decir, en este caso en particular, se refiere al electorado como público meta receptor de la comunicación.

A su vez, actualmente, los candidatos políticos comunican a través de una imagen, lo cual implica tener en cuenta que esa imagen está conformada tanto por los aspectos verbales como no verbales de la comunicación. Es decir, deben planificar sus discursos orales y escritos al mismo tiempo que deben tener presente la imagen física que proyectan, es decir, qué hace el candidato, cómo lo hace, cómo dice lo que dice, su grado de carisma, sus gestos, la indumentaria que utiliza, entre otros aspectos. Todo ello, sumado a las acciones y omisiones de la figura pública, juega un papel importante a la hora de determinar qué elementos constituyen la imagen del político. Por lo tanto, la imagen pública debe ser consolidada estratégicamente, como una herramienta de gestión.

Otra de las cuestiones a tener en cuenta en la disciplina de las Relaciones Públicas e Institucionales es la relación que establecen con los medios de comunicación. Es ineludible pensar que vivimos inmersos en un mundo sumamente mediático, donde todas las esferas de la vida social, tanto públicas como privadas, se ven influenciadas por éstas instituciones socio-políticas. Por ende, entendemos que la construcción de la imagen pública presidencial está atravesada por el poder de los medios.

Finalmente, dicho trabajo de investigación se vale de las Relaciones Públicas Institucionales para desarrollar un marco metodológico que permita el análisis de la construcción discursiva y mediática de la imagen pública presidencial del ex gobernante Fernando De la Rúa; como también así, le permite a la disciplina enriquecerse con los conocimientos adquiridos.

5. OBJETIVOS DE INDAGACIÓN

5.1 Objetivo General Primero

- Analizar la construcción discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa.

Objetivos Específicos

- Identificar los mecanismos enunciativos utilizados por Fernando De la Rúa en la construcción de sus discursos.
- Identificar y analizar sobre qué atributos de imagen se apoya el ex gobernante para constituirse como Presidente de la Nación.
- Analizar la tipología del mensaje desarrollado por Fernando De la Rúa en la construcción de la imagen pública presidencial.

5.2 Objetivo General Segundo

- Analizar la construcción mediática de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa.

Objetivos Específicos

- Conocer la postura de los periodistas analizados en relación a la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa.
- Identificar y comparar los criterios de noticiabilidad que utilizan ambos medios de comunicación (Clarín y La Nación) en la construcción de la imagen del candidato político.

6. MARCO TEÓRICO

Es importante hacer hincapié en la noción de Imagen Pública Presidencial, ya que en el presente trabajo de investigación se realizará un abordaje teórico sobre los principales conceptos alrededor de los cuales gira la Imagen Pública de un candidato político. Es decir, la línea teórico-central que guíe este trabajo de indagación alude, por lo tanto, a la concepción de Imagen Pública.

En primer lugar, es significativo desarrollar un panorama contextual sobre la noción de Imagen. Así, a lo que atañe a este trabajo, se estará hablando de una imagen pública situada en un contexto meramente socio-político, es decir, considerando tanto la comunicación de campaña, como así también la comunicación de gobierno. Es a partir de allí, donde se irá desglosando la importancia del término Imagen Pública Presidencial.

Actualmente, el mundo de la política se encuentra inmerso en y es atravesado por la influencia de los medios de comunicación social. Es relevante destacar el concepto de lo que es un medio de comunicación; de esta manera, se tomará la noción planteada por Denis McQuail, quien traza una relación entre medios de comunicación y sociedad, según el cual los medios son: “una institución social establecida, con sus propios conjuntos de normas y prácticas, pero cuyo ámbito de actividades queda sujeto a definición y limitación por parte de toda la sociedad.” (1994, p.29). De esta manera, McQuail sostiene una relación de dependencia entre medios y sociedad, más aún con las instituciones de poder político y económico.

6.1 Antecedentes

A continuación, se hace imprescindible indagar sobre investigaciones previas que aborden aspectos referidos a nuestro objeto de estudio, ya que aportan antecedentes conceptuales relevantes que serán utilizados a lo largo de la presente investigación.

De esta manera, se toma como punto inicial el trabajo realizado por Ana Cecilia Peuser (2012) en relación a la construcción de la imagen política de los tres candidatos a gobernadores de la provincia de Córdoba en el año 2011. Así, los principales aportes conciernen a la comunicación política en su función de contribuir en la formación de una imagen pública ideal, mediante la planificación e implementación de una estrategia política discursiva.

Por otro lado, en lo que respecta al análisis del discurso, es importante mencionar la influencia de la comunicación no verbal en la construcción de la imagen pública presidencial. La autora cita a Philippe (1997) para mencionar tres aspectos claves a tener en cuenta:

- El aspecto físico: que puede generar en los ciudadanos-receptores una percepción positiva o negativa que va a influir consecuentemente en la valoración de la imagen pública.
- Los atributos vocales: “muchas características de la voz pueden modificar el significado del mensaje o su interpretación: la entonación, el timbre, el ritmo, la inflexión, etc., pueden perjudicar a un político cargándolo con una mala voz, o favorecerlo si sabe cómo usarla,” (Philippe, 1997, p.133).
- Los gestos: manejo estratégico de muletillas o movimientos que no hacen a la percepción positiva de la imagen pública por parte del receptor.

Para concluir con la investigación de Ana Cecilia Peuser (2012) podemos deducir que la conformación de una Imagen Pública positiva o de carácter ideal por parte de un candidato político, se desarrolla en un escenario socio-político donde intervienen los propios políticos, los medios de comunicación y la opinión pública, los cuales están socialmente legitimados para intercambiar opiniones y expresarse públicamente. (Wolton, 1995).

6.2 Imagen Pública Presidencial

En correspondencia con el objeto de estudio abordado en este trabajo de indagación, Sartori (1998) afirma que estamos frente a un escenario social-político predominado preferentemente por la comunicación de imagen, es decir, los candidatos políticos comunican aún más a través de una imagen, donde las palabras y demás formas de comunicación e información van perdiendo peso. De esta manera, la planificación de la Imagen Pública Presidencial debe formar parte de la estrategia global de comunicación de un político; siguiendo con el planteo de Giovanni Sartori (1998), es ineludible hablar sobre la personalización de la política. Para el autor, la fuerte presencia televisiva (como medio de comunicación predominante) conlleva a fomentar un video-líder donde la comunicación es modificada por la televisión, en cuanto la palabra es suplantada por la imagen. Es decir, el video-líder es el mensaje en sí mismo, y tomar relevancia el poder de la comunicación visual.

El concepto de imagen pública es abordado también por Philippe J. Maarek (1997), quien sostiene que la imagen es una construcción tanto en la emisión como en la recepción; y sólo toma su forma real cuando es percibida e interpretada por el individuo receptor. Por lo tanto, si bien la imagen del candidato político representa cierta objetividad, ya que se construye mediante la utilización del marketing político, el resultado no deja de ser subjetivo, ya que depende de la reconstrucción en la mente del receptor.

Aquí se hace imprescindible abordar el tema relacionado con los atributos que componen la imagen pública presidencial. La construcción de la misma no es una tarea fácil, sino que debe ser planificada estratégicamente por el candidato y su equipo de trabajo. De esta manera, debe contar con cierto nivel de notoriedad para que el destinatario de la comunicación tenga una idea sobre los elementos que conforman dicha imagen pública, y para que pueda correlacionarla con las ideas preexistentes del político y su personalidad. (Maarek, 1997).

En este apartado, se hace necesario introducir la noción de “atributos de imagen” considerada por Paul Capriotti (1994) teniendo en cuenta que este autor desarrolla la concepción de ‘Imagen Corporativa’. Sin embargo, se puede transpolar la definición al vasto campo de la Imagen Pública Presidencial. En este sentido, la imagen pública está conformada por atributos que son valorados y evaluados por el electorado; considerando en el presente trabajo de investigación la valoración que concierne a los medios de comunicación social a la hora de construir la imagen pública de un candidato a presidente. Así, los atributos conforman las variables de construcción de la imagen y se dividen en dos grandes grupos: los atributos principales, que orientan la imagen de manera determinante, así como también marcan la búsqueda de un factor diferenciador; y los atributos secundarios que son de carácter complementarios, y adquieren importancia cuando las variables primarias son consideradas y valoradas positivamente. (Capriotti, 1994).

En cuanto a la noción de marketing político, aplicable al presente trabajo de indagación, por analizarse la construcción discursiva y mediática de la Imagen Pública Presidencial, se entiende como el conjunto de métodos específicos que se utilizan para definir los objetivos y establecer programas de acción políticos durante una campaña y gestión de gobierno. (Maarek, 1997).

Así mismo, en relación a lo planteado anteriormente, se destaca el aporte realizado por Felipe Noguera al marketing político, al que se refiere en tres situaciones diferentes. Primero, el marketing de campaña que se ubica en la *fase agonal* de la política, y que se caracteriza por la búsqueda del poder; segundo, el marketing de gobierno donde la comunicación pertenece a la *fase arquitectónica* de la gestión política gubernamental; y por último, un marketing de oposición que no siempre se considera en forma explícita, y es reconocible como campaña en su etapa final. (En Izurieta, Perina, Arterton, 2003a).

A su vez, en lo que refiere a la comunicación política, y siguiendo la línea argumental de Felipe Noguera, podemos distinguir dos tipos de comunicación: por

un lado, la comunicación de campaña, donde el principal objetivo del candidato es ganar las elecciones y asumir en el poder, y por otro lado, la comunicación de gobierno, que se corresponde con el marketing político gubernamental, que es entendida como “el conjunto de recursos técnicos y humanos organizados y destinados a realizar funciones informativas y periodísticas, y que tiene como objetivo fundamental el ejercicio del poder y la implementación de una agenda.” (En Izurieta, Perina, Arterton, 2003b, p. 79). Así mismo, otra de las diferencias claves entre los dos tipos de comunicación radica en el mensaje propiamente dicho; durante la campaña gubernamental se debe lograr, a partir de la combinación coherente de mensajes en cada área de gobierno, un discurso unificado. En cambio, se aplica de manera muy distinta en lo que es campaña electoral, donde es necesario hacer ‘una campaña dentro de la campaña’ para convencer, motivar y movilizar al resto del equipo. (En Izurieta, Perina, Arterton, 2003c).

A continuación, se dedicará un apartado especial al análisis del discurso, ya que en dicho trabajo de investigación corresponde el análisis de los discursos presidenciales emitidos por Fernando De la Rúa durante el período de su gestión pública, así como también el análisis de los discursos mediáticos, para determinar la imagen pública presidencial del ex mandatario.

6.3 Análisis del discurso

El discurso es considerado como una práctica social que implica una relación dialéctica entre un evento discursivo y la situación, la institución y la estructura social que lo configura. Citando a Fairclough y Wodak, “el discurso es socialmente constitutivo, así como está socialmente constituido: constituye situaciones, objetos de conocimiento, identidades sociales y relaciones entre personas y grupos de personas”. (En Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A. 1999a, p.15).

6.3.1 La noción de discurso

Al hablar de discurso se tomará la línea argumental planteada por las autoras Helena Calsamiglia y Amparo Tusón Valls, quienes lo definen como “una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito.” (1999, p.15). Entonces, las distintas formas lingüísticas se ponen en funcionamiento para construir piezas textuales orientadas a determinados fines y que se dan en interdependencia con el contexto.

Como práctica social, el discurso es complejo y heterogéneo. En primer lugar, complejo por los distintos tipos de organización que puede adoptar, así como también en cuanto a los diversos niveles que entran en su construcción, y en cuanto a las modalidades en que se concreta; en segundo lugar, es heterogéneo ya que el discurso está regulado por una serie de normas de carácter textual y socio-cultural que orientan a las personas en la tarea de construir piezas discursivas coherentes. (Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A; 1999).

Las prácticas discursivas son generadas en todos los ámbitos de la vida social, es decir, son instrumentos que la hacen posible. De esta manera, abordar la noción de discurso nos permite entender los diferentes grupos humanos situados en un contexto socio-cultural específico. Esto conlleva a considerar que las personas utilizan los discursos con un fin determinado, donde despliegan estrategias encaminadas a la consecución de esos fines.

6.3.2 Unidades de análisis

En el campo del estudio discursivo, la unidad de análisis básica es el enunciado, entendido como “el producto concreto y tangible de un proceso de enunciación realizado por un Enunciador y destinado a un Enunciatario.” (Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A; 1999b, p.17). Así mismo, para comprender el enunciado en su totalidad hay que tener en cuenta el contexto de enunciación. Otra unidad de análisis de mayor complejidad es el texto, constituido por elementos verbales combinados que forman una unidad comunicativa, intencional y completa. Todo texto debe ser entendido como un “hecho (acontecimiento o evento) comunicativo

que se da en el transcurso de un devenir espacio-temporal”. (Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A; 1999c, p.18). Por lo tanto, la unidad fundamental del análisis se basa en la descripción del hecho comunicativo, que integra lo verbal y lo no verbal en una situación sociocultural establecida.

Finalmente, lo que define al evento comunicativo es el uso de la palabra, como materia prima del discurso, al mismo tiempo que se asocia a un espacio y tiempo determinado. A su vez, para cada hecho comunicativo, quienes participan en él lo hacen buscando algún fin concreto, mediante la utilización de ciertos medios e instrumentos verbales y no verbales, en torno a un conjunto de normas de interacción e interpretación que regulan cómo se toma la palabra, y el sentido que se le da a lo que se dice. En conclusión, cualquier pieza discursiva debe analizarse considerándose todas las unidades que conforman sus diversas dimensiones, para así permitir su descripción, y luego su análisis de forma sistemática. (Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A; 1999d).

6.3.3 Elementos no verbales del discurso oral

Es importante subrayar que en el análisis del discurso se vuelve elemental estudiar aquellos componentes que conforman la actividad verbal oral. Entre éstos se encuentran los gestos, las posturas, la calidad y el timbre de la voz, las características físicas, los factores del entorno, etcétera.

Si lo que se procura es entender el discurso en toda su complejidad, lo que debemos de hacer, citando a Poyatos, es dar cuenta de “lo que decimos, cómo lo decimos y cómo lo movemos.” (En Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A. 1999e, p.48).

6.3.4 Elementos Cinésicos

Se entiende por Cinésica al estudio de los movimientos corporales comunicativamente significativos. De esta manera, los gestos, las maneras y las posturas entran dentro de esta categoría de análisis, y su uso puede variar teniendo en cuenta el tipo de evento comunicativo, el grupo social y la cultura en la cual se está inserto.

A través de un gesto o una postura, se puede mostrar cierto interés o no respecto a lo que se está diciendo; por ello, contribuyen a lo que las autoras denominan la 'construcción del Footing', ya que sirven para mostrar la posición que se adopta frente a lo que se dice, y frente a los demás interlocutores en un suceso comunicativo. (Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A; 1999f).

6.3.5 Elementos paraverbales de la oralidad

Cuando se habla de mecanismos paraverbales se alude a una serie de elementos vocales pero no lingüísticos, ya que no forman parte de la lengua. En este caso, se refiere a la calidad de la voz y a las vocalizaciones.

La calidad de la voz, incluye tanto el timbre como la intensidad de la misma, y sirve para indicar el sexo, la edad, determinados estados físicos y anímicos, como la afonía en el primer caso, y el nerviosismo en el segundo, entre otros aspectos.

Además, es importante mencionar que en cada grupo social se asocian determinados valores a la calidad de la voz; así, por ejemplo, en nuestra sociedad se valora más para el uso público una voz grave que aguda, porque la primera se asocia con la seguridad y la capacidad de tomar decisiones. Incluso, es más común encontrar en el sexo masculino una voz grave, ya que históricamente han sido los hombres quienes han ocupado los espacios públicos en las sociedades. (Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A; 1999g).

6.3.6 Características lingüístico-textuales del discurso oral

El Nivel Fónico

Continuando con la línea argumental de Helena Calsamiglia y Amparo Tusón Valls, el nivel fónico se entiende en relación al aparato fonológico del ser humano, y corresponde a la forma de pronunciación del hablante; por ende, cuando una persona tiene que hablar, debe decidir entre su repertorio fonético. De este modo, la pronunciación puede ser neutra o marcada, pero siempre con una carga de significado sociocultural.

Dentro de esta categoría de análisis también encontramos a la prosodia, como otro de los aspectos concretos de la oralidad. La entonación por ejemplo, se utiliza para organizar la información, ya que permite marcar el foco temático y señalar la modalidad oracional, es decir, si es enunciativa, exclamativa o interrogativa.

Por otra parte, la intensidad también sirve para marcar énfasis en determinados aspectos del discurso.

Por último, el ritmo nos es útil para interpretar actitudes; por ejemplo, un ritmo acelerado connota nerviosismo, mientras que un ritmo lento se relaciona con un estado de relajación. (Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A; 1999h).

El Nivel Morfosintáctico

Para las autoras citadas con anterioridad, en el discurso oral, la complejidad sintáctica puede ser mayor o menor según el tipo de evento de que se trate. (1999, p.58). Se observa que la diferencia es notable cuando se está en presencia de una conversación espontánea y de una pieza oratoria, ya que, con seguridad, esta última ha de ser preparada con anticipación, en cambio, la conversación se rige por otras reglas que se corresponden con la espontaneidad, como ser repeticiones, uso de muletillas, cambios de estrategia sintáctica, entre otros.

Así mismo, el orden sintáctico de las palabras sirve para señalar el foco informativo; de esta manera, el fenómeno conocido como 'tematización' consiste en alterar el orden canónico de Sujeto-Verbo-Objeto y colocar al inicio el elemento que se quiere destacar.

Por otro lado, la selección sintáctica sirve como marcador del registro que se utiliza; por ejemplo, a menor complejidad sintáctica se corresponde un registro más coloquial, y a mayor complejidad un registro más formal. (Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A; 1999i).

El Nivel Léxico

El léxico es el nivel de la lengua que se encuentra en mayor relación con la cultura de una sociedad, ya que a través de las palabras se puede referir a todo el

conjunto de valores, normas, creencias, actividades y personas que conforman una cultura.

Desde el punto de vista de la oralidad, el léxico sirve para marcar el registro, las finalidades que se pretenden conseguir, el tono de la interacción, la pertenencia a un grupo social, e indicar las características socioculturales de los interlocutores.

Finalmente, otra de las cuestiones que hacen al análisis del léxico en el discurso oral, tiene que ver con el bajo grado de densidad léxica y el alto grado de redundancia. En consecuencia, y a diferencia de la escritura que posee un alto grado de densidad léxica y un bajo grado de redundancia, en el evento comunicativo oral, si uno de los interlocutores no entiende, pues puede pedir aclaraciones pertinentes para lograr una mejor comprensión. (Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A; 1999j).

Otro de los temas cruciales a desarrollar en el presente trabajo se relaciona con la construcción que los medios de comunicación hacen de la Imagen Pública Presidencial. Es decir, resulta imprescindible abordar un análisis de los medios de comunicación como Instituciones socio-políticas y económicas capaces de construir y moldear la realidad social.

6.4 Análisis de los medios de comunicación social

En este apartado es importante emprender el concepto de noticiabilidad presente en la construcción de la noticia periodística.

En primer lugar, se tomará como referencia la postura teórica de Mauro Wolf, quien define a la noticiabilidad como “el conjunto de elementos a través de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos de los que seleccionar las noticias.” (1994, p. 222). Al mismo tiempo, este concepto abarca las nociones de ‘cultura profesional de los periodistas’ y ‘organización del trabajo’; en cuanto al primero, entendemos, citando a Garbarino, un “inextricable amasijo de (...) códigos, estereotipos, símbolos,

tipificaciones latentes, representaciones de roles, rituales y convenciones, relativos a las funciones de los media y de los periodistas en la sociedad, a la concepción de los productos-noticia, y a las modalidades que dominan su confección. (...).” (En Wolf, M. 1994, p. 215). Por otro lado, en cuanto a la organización del trabajo, existen restricciones sobre las que se construyen convenciones profesionales, que “determinan la definición de noticia, legitiman el proceso productivo (desde el uso de las fuentes a la selección de los acontecimientos y a las modalidades de confección) y contribuyen a prevenir las críticas del público.” (Garbarino en Wolf, M. 1994, p. 215). De esta manera, se establecen un conjunto de criterios de importancia que configuran la noticiabilidad de cada acontecimiento, es decir, su aptitud para ser transformado en noticia.

Puede decirse también que la noticiabilidad está dada por el “conjunto de criterios, operaciones, instrumentos con los que los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias.” (Wolf, M. 1994, p. 216).

Dentro de esta misma noción, podemos definir a los *valores/noticia* como un componente de la noticiabilidad, que responden a la siguiente pregunta: ¿qué acontecimientos son considerados suficientemente interesantes, significativos, relevantes, para ser transformados en noticias? Por un lado, son criterios difundidos a lo largo de todo el proceso de producción, y funcionan conjuntamente, es decir, las relaciones que se dan entre ellos determinan la selección de un hecho. También, los valores/noticia son utilizados de dos maneras: son criterios seleccionadores del material disponible, y funcionan como líneas-guías para la presentación del material, dándole prioridad a ciertos aspectos de la noticia a presentar, omitiendo otros. (Wolf, 1994).

Así, los valores/noticia son reglas prácticas que incluyen conocimientos profesionales que explican y dirigen los procesos de trabajo en la redacción. Se pueden definir así mismo como cualidades de los acontecimientos o de la

construcción periodística, cuya ausencia o presencia determina su inclusión en un producto informativo.

Según Mauro Wolf (1994) los valores/noticia se derivan de consideraciones relativas a:

- Criterios sustantivos referentes al contenido: se articulan en relación a dos factores, la importancia y el interés de la noticia. La importancia está determinada por cuatro variantes a conocer:
 - *Grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable*. Así, citando a Galtung-Ruge “cuando un acontecimiento atañe a personas de élite, mayores posibilidades tiene de convertirse en noticia”. (En Wolf, M. 1994, p. 228).
 - *Impacto sobre la nación y sobre el interés nacional*. Es el segundo factor que determina la importancia de un acontecimiento, ya que se refiere a la capacidad de influir sobre los intereses del país. Dentro de esta variante, encontramos el valor/noticia de la ‘significatividad’ atribuido por Galtung-Ruge, que alude a la interpretatividad de un acontecimiento noticiable en el contexto cultural del oyente-lector. En este sentido, la importancia de un acontecimiento está determinada por la importancia del sistema de valores e ideología de un país. Otro de los factores relacionados a esta cuestión es el valor/noticia de la proximidad, entendida como proximidad geográfica o cultural; que implican a aquellos acontecimientos que comparten una lengua y una cultura en común.
 - *Cantidad de personas involucradas en el acontecimiento*. Citando a Gans, los periodistas asignan importancia a las noticias que agrupan a muchas personas, y cuanto más alto es el número de personas, más importante es la noticia. (En Wolf, M. 1994).
 - *Importancia y significatividad del acontecimiento respecto a la evolución futura de una determinada situación*. Dentro de esta variante, se debe conocer el valor/noticia relacionado con la

capacidad de entretenimiento, planteada por Golding-Elliott. Son interesantes las noticias que tratan de darle una interpretación basada en el interés humano, de cosas que llaman a la atención del público. (En Wolf, M. 1994).

- Criterios referentes al producto: se corresponden con la disponibilidad de material, que trata de medir en qué punto el acontecimiento es accesible para el periodista, y en qué medida es técnicamente tratable. Y, a las características específicas del producto informativo, que se explican en términos de “consonancia con los procesos productivos, de congruencia con las posibilidades técnicas y organizativas, con las restricciones de realización, y con los límites propios del medio.” (Golding-Elliott en Wolf. 1994. p. 234). Siguiendo con el lineamiento teórico de Golding-Elliott, otro valor/noticia es el criterio de la brevedad, referida a la necesidad de no superar cierta extensión en las noticias, por resultar funcional respecto a la disponibilidad de mucho material noticiable. Por ende, va de la mano con los mecanismos de selección de las noticias, ya que se resalta o se manifiesta únicamente aquello que se considera relevante o esencial en el hecho noticiable. A su vez, otro de los criterios de noticiabilidad presentes en lo referente al producto es la ‘ideología de la información’, que sostiene que los acontecimientos más noticiables son aquellos que presenten algún grado de desvío social, ruptura, o infracción de las cosas. Como ulteriores valores/noticias tenemos a la novedad y a la periodicidad; ambas dos relacionadas entre sí, ya que, y según Golding-Elliott, “las noticias deben referirse a acontecimientos lo más cerca posible del momento de la transmisión del informativo”. (En Wolf, M. 1994, p. 236). Así, la periodicidad de la producción informativa, constituye el marco de referencia en el que son percibidos los acontecimientos del mundo. Finalmente, el último valor/noticia es el equilibrio, que se refiere a la composición equilibrada del informativo en su conjunto. El valor de noticiabilidad está aumentado por ser representativo de categorías que contribuyen a no desequilibrar el producto informativo. (Wolf, M. 1994).

- Criterios referentes al medio: se entiende que la cantidad de tiempo de transmisión que una noticia puede ocupar depende de su modalidad de presentación. Aquí, juega un papel importante como criterio de noticiabilidad la presencia de *material visual*, es decir imágenes que ilustren el acontecimiento noticiable. A su vez, un segundo valor/noticia es la frecuencia, referida al tiempo necesario para cobrar forma y adquirir sentido (Galtung-Ruge en Wolf, 1994). Cuanto más se asemeja la frecuencia entre el acontecimiento y el medio de información, mayor es la probabilidad de selección de la noticia por aquel medio.

Un tercer valor/noticia se relaciona con el formato, que tiene que ver con los límites espacio-temporales que caracterizan al producto informativo. Este criterio de importancia facilita el proceso de selección de la noticia dado que se impone ante la aplicación de otros criterios noticiables. Además, el principal elemento a considerar dentro del formato consiste en la estructuración narrativa que hace a la idoneidad de las noticias. (Wolf, 1994).

- Criterios referentes al público: aluden a la imagen que los periodistas comparten sobre el público. Por un lado, los periodistas conocen poco de su público y tampoco desean hacerlo. Y por otro, en las rutinas productivas se encuentran implícitas ciertas convicciones sobre el público, que hacen alusión a las necesidades y exigencias del mismo. (Wolf, 1994).
- Criterios referentes a la competencia: citando a Gans, la situación de competencia está determinada por tres tendencias. Primero, los medios de comunicación compiten por obtener exclusivas, de ahí que surge la tendencia a la fragmentación y a la cobertura informativa de ciertos acontecimientos. Segundo, la competencia entre los medios genera expectativas recíprocas, es decir que se espera que los demás medios de la competencia cubran una noticia, para luego ser seleccionada por otro medio. Y por último, los criterios relativos a la competencia, contribuyen a establecer parámetros profesionales, es decir modelos de referencia. (En Wolf, 1994).

Para concluir con el apartado, no todos los criterios de noticiabilidad son importantes de la misma manera para cada noticia. Por ende, en la transformación de un acontecimiento en noticia, se da una determinada ponderación de elementos respecto a los procesos productivos.

7. MARCO REFERENCIAL

7.1 Aproximación al concepto de Postura del Periodista

Otro de los aportes significativos a la construcción mediática de la imagen pública del ex presidente Fernando De la Rúa es el conocimiento sobre los principales criterios y/o principios que guían la labor periodística de cada medio de comunicación seleccionado para esta investigación. En primer lugar, entendemos que el conjunto de conceptos, políticas y responsabilidades que rigen a la labor periodística de quienes trabajan y son parte del aparato informativo conforman su cultura profesional. La materialización de esta cultura se encuentra en la redacción y publicación de los Manuales de Estilo que resumen y dan cuenta de lo que significa ser periodista para un medio, como también, explican de qué manera asumen la responsabilidad ética, el rigor profesional y la calidad periodística.

En relación a Diario Clarín, el Manual de Estilo fija las condiciones para convertir un acontecimiento en noticia con la mayor objetividad posible, así como también determina qué sistemas de trabajo se tienen para abordar informaciones donde hay conflictos de intereses; en fin, cuales son los criterios periodísticos por excelencia que precisan el trabajo cotidiano de Clarín. Así mismo, la misión que define es *“poner todo nuestro talento, profesionalidad y experiencia a su servicio. Cuanto más cerca estemos del lector, más lejos estaremos de equivocarnos.”*¹ De esta manera, uno de los principios detallados en el Manual de Estilo de Clarín es la Independencia de criterio, seriedad profesional y compromiso con el país.

Clarín se define a sí mismo como *“un diario independiente, comprometido con las producciones culturales y el trabajo de los argentinos que marcan nuestra identidad como Nación y contribuyen al desarrollo de una sociedad solidaria y*

¹ <http://www.grupoclarin.com.ar/institucional/criterios-profesionales>

justa. Promueve la libertad de expresión, el pluralismo, y el fortalecimiento de las instituciones que sustentan el régimen democrático.”²

Dentro de las bases de su política editorial encontramos los siguientes puntos:³

- Son noticia los sucesos que la opinión pública necesita conocer por su significación e impacto sobre la actualidad cotidiana.
- El diario procura tratar con imparcialidad y respeto a las personas, las instituciones, los problemas y los acontecimientos.
- Un rumor no debe ser publicado como noticia.
- Clarín rechaza toda presión política, religiosa, económica, ideológica o de cualquier otra naturaleza. La función de la prensa independiente en la sociedad es informar. Dar cuenta de lo que sucede con la mayor precisión y veracidad que sea posible lograr con el saber profesional. En este apartado, es importante relevar la contribución que Jorge Halperín hace respecto al deber que tienen los periodistas de publicar la verdad: “Clarín sostiene que se debe dar cuenta de lo que sucede con la mayor precisión y veracidad que sea posible lograr.” (2007, p.32). De esta manera, para Clarín la verdad solo se puede alcanzar parcialmente.

En cambio, con respecto al Diario La Nación, se define como una empresa privada e independiente cuya finalidad es operar en el campo de la información y en el de las comunicaciones. Difunde noticias con veracidad, objetividad y pluralismo, basándose en principios éticos, defendiendo la libertad y promoviendo la cultura.⁴ En este punto, es interesante plantear una diferencia clave con el Diario Clarín, en relación al deber de los periodistas de publicar la verdad, donde para La Nación “las noticias publicadas por los medios deben ser veraces, honestas y libres de presiones”. (Halperín, J. 2007. p.32).

² http://www.grupoclarin.com.ar/sites/default/files/manual_de_estilo.pdf

³ http://www.grupoclarin.com.ar/sites/default/files/manual_de_estilo.pdf

⁴ https://docs.google.com/document/d/1bQHRZMQM-cyVuoOaAgNhA1Ruuhtlg5si6GiKpXaRVc/edit?hl=en_US

Finalmente, para ilustrar el carácter objetivo del Diario La Nación, como uno de los principios fundamentales de su Manual de Estilo, se citará a continuación un artículo periodístico publicado por La Nación el día Viernes 17 de Diciembre de 2004. La nota destaca la premiación a los artículos editoriales del periódico sobre ética del periodismo, protección de la información y perfil del periodista.

Reconocimientos

ADEPA otorgó un premio a LA NACION por su línea editorial

Destacó los artículos de opinión sobre libertad de prensa; mención a Laura Rocha⁵

“Los premios ADEPA reconocen desde hace 15 años la objetividad, creatividad, estilo, calidad informativa y profundidad de las investigaciones de periodistas y medios.”⁶

⁵ <http://www.lanacion.com.ar/663811-adepa-otorgo-un-premio-a-la-nacion-por-su-linea-editorial>

⁶ <http://www.lanacion.com.ar/663811-adepa-otorgo-un-premio-a-la-nacion-por-su-linea-editorial>

8. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

8.1 Diseño de investigación

El diseño de investigación es de carácter exploratorio. Esta designación se debe a la determinación de ciertos objetivos, debido a que los estudios exploratorios responden a la necesidad de lograr cierta claridad en la naturaleza misma del problema de investigación. A su vez, proveen datos para ser analizados, clasificados e interpretados con el fin de descubrir ideas y relaciones nuevas. Su principal objetivo es establecer un marco de ideas generales, cuando no hay información previa, ya que los estudios exploratorios en muchos casos se inician porque se encuentra que hay poco conocimiento acumulado del tema a investigar, o bien que no haya sido estudiado antes, así como también identificar dimensiones y categorías de análisis. (Vieytes, 2004).

Finalmente, la investigación exploratoria, es definida por Malhotra como “el diseño de investigación que tiene como objetivo primario facilitar una mayor penetración y comprensión del problema que enfrenta el investigador.”⁷ Es decir, los estudios exploratorios nos sirven para familiarizarnos con hechos desconocidos.

8.2 Método de investigación

En este apartado, es imprescindible abordar la noción de texto, que según Vieytes es un “conjunto coherente y cohesionado de signos con amplitud mayor a la oración que presenta reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas y constituye una práctica social.” (2004, p. 290).

Así mismo, el método de investigación es de carácter cualitativo, que siguiendo los lineamientos de Vieytes (2004) explica que consiste en darle un sentido significativo a los datos recabados, representándolos en el contexto en el cual

⁷ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_m_a/capitulo3.pdf

tuvieron lugar. Es decir, son estudios contextualizados, en los cuales “la teoría se genera a partir de los datos de una realidad concreta, y no partiendo de generalizaciones a priori”. (Vieytes, 2004, p. 614). Por último, se deduce que el método cualitativo de investigación busca estudiar aspectos subjetivos del fenómeno en cuestión, y no medir numéricamente al suceso.

Así, un diseño de análisis textual, como bien lo aborda la autora mencionada anteriormente, consiste en una estrategia de investigación a partir de los textos como fuente de encuentro con la realidad. Dentro de esta definición, encontramos el concepto de contexto, como elemento fundamental del diseño, donde el texto se analiza inseparablemente del sujeto social que lo enuncia. De esta manera, se entiende por contexto a un “marco de referencias que contiene toda aquella información que el lector puede conocer de antemano o inferir a partir del texto mismo y que le permite captar el contenido y el significado de lo que se dice en el texto.” (Vieytes, 2004, p. 290).

8.3 Técnica de investigación: análisis de contenido

Entendemos por *técnica de investigación* “el instrumento o dispositivo material necesario para poder llevar a la práctica un *Análisis de Contenido* (...) que permite estudiar el contenido manifiesto de la comunicación de que se trate, clasificando el mensaje en categorías determinadas por el investigador con el fin de identificar de manera sistemática e intersubjetiva dichas categorías dentro del mensaje.” (Vieytes, 2004, p. 539). En dicho trabajo de investigación se utiliza como técnica el análisis de contenido cualitativo ya que nos permite una interpretación del material analizado para determinar la construcción discursiva y mediática de la imagen pública del ex presidente Fernando De la Rúa.

Otro aporte significativo a la conceptualización del ‘*análisis de contenido*’ es realizado por José Luis Piñuel Raigada en su obra *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*, quien lo define como:

Conjunto de procedimientos interpretativos de *productos comunicativos* (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces *cuantitativas* (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces *cualitativas* (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior.

8.4 Recorte del corpus

Cuando hablamos de recorte del corpus hacemos referencia, citando a Vieytes a las “unidades materiales que, en su conjunto, conforman la realidad investigada o corpus, y que deben ser recogidas para poder realizar el estudio.” (2004, p. 542).

El actual trabajo de investigación clasifica el corpus en:

- Seis artículos de prensa gráfica edición digital referentes a Fernando De la Rúa publicados en el Diario Clarín entre los años 1999 a 2001
- Seis artículos de prensa gráfica edición digital referentes a Fernando De la Rúa publicados en el Diario La Nación entre los años 1999 a 2001.
- Seis discursos presidenciales de Fernando De la Rúa abarcados en la misma línea temporal de su gestión.

Cuadro de recorte del corpus

RECORTE DEL CORPUS	
Diario Clarín	6 artículos
Diario La Nación	6 artículos
Discursos presidenciales	6 discursos

9. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

9.1 Análisis de contenido

Con el fin de abordar la realidad estudiada, dicho trabajo de investigación presenta una estrategia metodológica de carácter cualitativo, basada en el análisis de contenido como técnica de investigación. Por ende, se despliega el análisis de los discursos presidenciales seleccionados previamente por un lado, y los discursos mediáticos por el otro, para estudiar la construcción sobre la imagen pública de Fernando De la Rúa.

9.2 Objetivo principal

A través de la implementación del análisis de contenido, el objetivo primordial es identificar y analizar la construcción mediática y discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa.

Este objetivo se logrará mediante el análisis sistemático tanto de los discursos presidenciales como de los artículos periodísticos de los medios de comunicación anteriormente seleccionados.

9.3 Objetivos específicos

Al mismo tiempo, se buscó identificar y analizar en el corpus seleccionado para la investigación los mecanismos enunciativos utilizados por De la Rúa en la construcción de sus discursos, los atributos de imagen sobre los cuales se apoya, la tipología del mensaje propuesto por el mismo, conocer la postura del periodista en el proceso de construcción de la imagen pública, y los criterios de noticiabilidad utilizados en la construcción de las noticias periodísticas.

9.4 Instrumento y/o dispositivo material de investigación: análisis del discurso mediático.

VARIABLE PRINCIPAL				
<i>Construcción mediática de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa</i>				
Clarín y La Nación				
Artículo de prensa	Dimensiones	Categorías de análisis	Unidades de Registro	Nivel de medición de las categorías
	CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD	GÉNERO PERIODISTICO (TIPO DE NOTICIA)		INFORMACIÓN ARTICULO DE OPINION CRONICA REPORTAJE
		VALORES NOTICIA		IMPORTANCIA OBJETIVIDAD GENERALIDAD PRESENCIA DE MATERIAL VISUAL PERSONAS INVOLUCRADAS
	PRESENCIA DE LA NOTA EN EL MEDIO	TIPO DE TITULO		VALORATIVO NEUTRO
		COPETE		SE CORRESPONDE CON EL TÍTULO NO SE CORRESPONDE CON EL TITULO

		UBICACIÓN (SECCIÓN)		ECONOMÍA POLÍTICA CULTURA OPINIÓN (EDITORIAL)
		TAMAÑO		GRANDE MEDIANA PEQUEÑA
	POSTURA DEL PERIODISTA	ROL DEL PERIODISTA		DE OPINIÓN INFORMATIVO ARGUMENTATIVO
		VALORACIÓN DEL PERIODISTA		POSITIVA NEGATIVA NEUTRA

9.5 Instrumento y/o dispositivo material de investigación: análisis del discurso presidencial.

VARIABLE PRINCIPAL				
<i>Construcción discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa</i>				
Discursos presidenciales	Dimensiones	Categorías de análisis	Unidades de Registro	Nivel de medición de las categorías
	MECANISMOS ENUNCIATIVOS (EL DISCURSO ORAL)	COMUNICACIÓN VERBAL		REPETICIONES PARA HACER ÉNFASIS EN ALGUNA IDEA FORMA DE DIRIGIRSE A LA AUDIENCIA
		COMUNICACIÓN NO VERBAL (ELEMENTOS CINÉSICOS)		AUMENTOS DE TONO PARA FOCALIZAR IDEAS ENUMERACIONES CON LOS GESTOS DE LA MANO CONTABILIZANDO PUNTOS A DESTACAR VESTIMENTA
		ELEMENTOS PARAVERBALES (TONO DE LA VOZ)		GRAVE AGUDO MODERADO/NORMAL

	TIPOLOGÍA DEL MENSAJE	TIPO DE MENSAJE		EXPLICATIVO/ INFORMATIVO ARGUMENTATIVO DE OPINIÓN APELATIVO
		ESTILO DEL MENSAJE		RACIONAL EMOTIVO MIXTO
		PROPUESTA POLÍTICA		SEGURIDAD EDUCACIÓN TRABAJO SALUBRIDAD
		TIPO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA		DE CAMPAÑA DE GOBIERNO

10. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS CATEGORÍAS ANALÍTICAS

Análisis del discurso mediático

1. Tipo de Variable: Criterios de noticiabilidad

Como se ha dicho anteriormente en repetidas ocasiones, los medios de comunicación social juegan un papel crucial en la formación de la imagen pública presidencial. Tal es así que los candidatos políticos si quieren ser electos tienen el deber de formular una estrategia de medios para comunicar a la sociedad sus propuestas políticas de mayor relevancia.

Al mismo tiempo, los medios de comunicación generan otro tipo de noticias sobre los candidatos políticos que están fuera de su planificación estratégica, es decir, escapan al control de los mismos. De esta manera, los medios aparecen como formadores de imagen pública, y es en este tipo de análisis donde se acentúa la investigación.

La dimensión analítica correspondiente a los criterios de noticiabilidad se divide en dos categorías de análisis: por un lado los géneros periodísticos, y por otro los valores noticia. Para ejemplificar de manera concreta el primer caso, se toman dos noticias periodísticas sobre la renuncia del ex presidente Fernando De la Rúa, extraídas del corpus de la investigación. En el análisis de ambas notas se observa claramente su pertenencia al género informativo del reportaje; tanto Clarín como La Nación, buscan constantemente contextualizar el hecho noticioso, dar a conocer datos precisos sobre su renuncia a la presidencia de la Nación. Por ejemplo, el diario La Nación dentro del cuerpo de la noticia incorpora el siguiente subtítulo: “17.40 | De la Rúa convocó al PJ a un gobierno de unidad nacional”⁸ y a continuación detalla cuales fueron los párrafos mas salientes de su mensaje. Por su parte, Clarín también aporta datos que ayudan al lector a contextualizarse sobre cómo sucedieron los hechos. Una cita textual que da cuenta de que

⁸ <http://www.lanacion.com.ar/360814-renuncio-el-presidente-de-la-rua>

estamos en presencia de un reportaje es la siguiente: “Por eso, a las 19.45 de ayer, cuando la violencia callejera y la represión policial alcanzaban su punto más salvaje en la Plaza de Mayo, el texto con la renuncia del Presidente fue distribuido entre los periodistas de la Casa Rosada. (...) Siete minutos más tarde, el presidente que ya había dejado de serlo subió a un helicóptero y dejó definitivamente el poder.”⁹ De esta manera, se observa como ambos medios de comunicación contribuyen datos puntuales tales como lugares concretos donde fueron sucediendo los hechos, horarios específicos, personas involucradas en el acontecimiento de la renuncia, entre otros aspectos de contextualización.

Por otro lado, tomando como ejemplo la misma noticia sobre la renuncia de De la Rúa, encontramos que la segunda categoría de análisis planteada corresponde a los valores noticia, los cuales se definen como el conjunto de aquellos criterios que hacen que un acontecimiento sea transformado en noticia. De esta manera, se observa con claridad que la renuncia del ex presidente de la Nación configura un hecho de alcance nacional por la magnitud de su importancia; por ende, al ser un acontecimiento lo suficientemente interesante y significativo constituye una cualidad para su construcción periodística. En el análisis de ambos medios de comunicación, se observa que tanto Clarín como La Nación establecen como valores noticia al impacto que ejerce la renuncia de Fernando De la Rúa sobre la Nación y sobre el interés general, ya que es un hecho que influye notablemente en los intereses del país, también encontramos la jerarquía de las personas involucradas en el acontecimiento, y su importancia respecto a la evolución futura del mismo. Finalmente, otro de los valores noticia seleccionados en el análisis mediático es la presencia de material visual, que solo corresponde al artículo publicado por el Diario La Nación.

⁹ <http://edant.clarin.com/diario/2001/12/21/p-00215.htm>

A continuación, se examinarán las categorías de análisis en cada medio de comunicación seleccionado.

Para analizar la construcción mediática de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa, se consideraron doce artículos periodísticos publicados durante el período de gestión del ex presidente, de los cuales seis pertenecen a Clarín y otros seis a La Nación.

- CLARÍN

Durante el desarrollo del análisis, se puede dar cuenta que tres de los artículos de prensa corresponden al género periodístico informativo; así, Clarín tiene como finalidad brindar cierta información acerca de temas que conciernen al Gobierno como lo son la asunción del Presidente sin la aprobación del presupuesto para el próximo año, el lanzamiento de dos nuevos programas sociales y el tratamiento de la seguridad y corrupción.

Para ejemplificar la categoría de género anteriormente mencionada, se cita un extracto del texto perteneciente a la noticia sobre los nuevos programas sociales: “El programa ‘Unidos’, a cargo del Ministerio de Desarrollo Social, que dirige Graciela Fernández Meijide, significa la fusión de los dos planes alimentarios actuales Prani y Asoma, destinados a niños de 2 a 5 años (...)”¹⁰. La presente cita da cuenta del carácter meramente informativo del hecho noticioso, y del trato periodístico que recibe en consecuencia. A diferencia de La Nación que no se detiene a explicar sobre las características de los planes sociales, aún perteneciendo la nota al género periodístico informativo, Diario Clarín sí lo hace, brindando una información más detallada sobre el funcionamiento de los nuevos programas sociales. Es decir, el carácter informativo de la noticia es mucho mayor en Clarín.

A su vez, dos de los artículos pertenecen al género periodístico de la opinión, debido a que su objetivo es dar a conocer la postura del redactor de la noticia, que bien puede ser un periodista especializado en el tema o la misma editorial del

¹⁰ <http://edant.clarin.com/diario/2000/07/12/p-00601.htm>

Diario. Por ejemplo, uno de los artículos analizados es titulado “Discurso realista del Presidente”¹¹ y pertenece a la sección editorial.

Finalmente, uno de los artículos corresponde al género periodístico del reportaje, ya que tiene como propósito principal brindar datos precisos sobre el acontecimiento en cuestión. En este caso en particular, la nota periodística corresponde a la renuncia de Fernando De la Rúa, donde se observa claramente como el redactor busca dar a conocer hechos claves que desembocaron en la renuncia del Presidente, y así contextualizar al lector.

En cuanto a la categoría de valores noticia, el análisis de los seis artículos periodísticos correspondientes al Diario Clarín, muestran cierta coincidencia en la selección de los criterios que determinan la noticiabilidad de un acontecimiento. Esto es así porque el conjunto de noticias escogidas presentan una importancia significativa, e influyen en los intereses del país y de la sociedad; al mismo tiempo, las personas involucradas en los acontecimientos noticiosos son personalidades públicas relevantes, como ser el mismo presidente De la Rúa, y por último se busca presentar la información de la manera más objetiva posible.

- LA NACIÓN

En cuanto al análisis periodístico correspondiente al Diario La Nación, se observa que cuatro de los artículos seleccionados pertenecen al género periodístico de la información. Para dar cuenta de ello, se extraen las siguientes citas textuales de dos noticias periodísticas: “Elabora un proyecto para aprobar por decreto la desregulación en la venta de diarios”¹², “La lista de cuestiones en las que la gente ve más competente a De la Rúa sigue con la protección de la libertad de expresión, el mejoramiento de la educación y de la asistencia social, la relación con la Iglesia y la lucha contra la delincuencia.”¹³ De esta manera, se deduce que

¹¹ <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/12/i-02801d.htm>

¹² <http://www.lanacion.com.ar/34824-de-la-rua-se-comprometio-a-defender-la-libertad-de-prensa>

¹³ <http://www.lanacion.com.ar/165423-de-la-rua-con-muy-buena-imagen>

el principal objetivo del redactor de la noticia a la hora de elaborar la misma es transmitir la mayor cantidad de información posible.

A su vez, resulta interesante comparar el tipo de tratamiento que recibe la nota periodística acerca de la asunción del Presidente De la Rúa en ambos medios de comunicación. Por un lado, Diario Clarín titula la nota del siguiente modo: “De la Rúa llega hoy con la promesa del cambio.”, se observa que el título es de tipo valorativo lo cual hace que pierda todo carácter de objetividad, además de contar con un concepto clave como lo es ‘la promesa del cambio’ desarrollado en la estrategia electoral del candidato estudiado. Así mismo, se observa que Clarín adopta un género periodístico de opinión, ya que aporta datos sobre la situación actual de Argentina pero sin ningún tipo de fuente objetiva, sino más bien describe el cuadro con el que debe asumir De la Rúa. Y, por otro lado, La Nación titula a la misma nota de la siguiente manera: “De la Rúa asume la Presidencia.”¹⁴; de este modo se da cuenta que el título es meramente objetivo, es decir sólo se limita a anunciar el hecho noticioso, sin ningún tipo de valoración. Así mismo, se observa que el Diario adopta el género de la información para la redacción de la noticia, debido a que su carácter explicativo sobre la asunción del Presidente es mucho mayor que en Clarín.

Los dos artículos restantes pertenecen al género periodístico del reportaje, ya que, al igual que con el artículo publicado por Clarín, el periodista tiene como fin aportar datos relevantes que hacen a la reconstrucción del acontecimiento. Para ejemplificar lo dicho, se citan a continuación dos extractos sobre la cobertura periodística de la renuncia de Fernando De la Rúa:

“Los hechos de violencia continúan en esta Capital y en las provincias, recrudecidos por la represión policial, que ya cobraron la muerte de 20 víctimas mortales, todos ellos civiles.

Frente a esta situación la constitución indica lo siguiente:

Artículo 88: (...)”¹⁵

¹⁴ <http://www.lanacion.com.ar/164382-de-la-rua-asume-la-presidencia>

¹⁵ <http://www.lanacion.com.ar/360814-renuncio-el-presidente-de-la-rua>

“18.40 | Renunció el presidente De la Rúa

Pasadas las 18.30, Fernando De la Rúa terminó de redactar en la Casa Rosada su renuncia al cargo de Presidente de la Nación, que le presentará en horas al Congreso Nacional.”¹⁶

En relación a la categoría de análisis sobre los valores noticia, se observa que La Nación cuenta con la presencia de mayor material visual que sirve como complemento a la información periodística, a diferencia de Clarín en donde no se observa dicho valor noticia.

Finalmente, en cuanto a los demás valores noticia identificados en las notas de prensa, se observa que tanto Clarín como La Nación comparten dichos criterios para asignarle carácter periodístico a un hecho de la vida social. Así, se recalca la importancia de un acontecimiento como lo es la asunción y la renuncia de De la Rúa, como también otros temas de interés general relacionados con la defensa de la libertad de prensa que promulga el ex Presidente, lo cual permite que dichos sucesos se encuentren aptos para convertirse en noticia, ya que se caracterizan por su gran impacto en el interés nacional y su influencia en la vida social de la ciudadanía.

¹⁶ <http://www.lanacion.com.ar/360814-renuncio-el-presidente-de-la-rua>

2. Tipo de Variable: Presencia de la nota en el medio

Otra de las cuestiones a tener en claro a la hora de analizar la construcción que los medios de comunicación hacen de la imagen pública presidencial es la presencia que la nota periodística ocupa en el medio.

En el presente trabajo de investigación, la dimensión correspondiente se divide en cuatro categorías de análisis: el título, el copete, la sección y el tamaño que ocupa la noticia. De esta manera, se puede realizar un estudio sobre la importancia que el artículo de prensa adquiere en el medio de comunicación social.

Por una parte, cuando se analiza el tipo de titular, se puede determinar si el mismo es valorativo o neutro; cuando se reconoce que tiene cierta carga valorativa, se está en condiciones de determinar a priori si el título corresponde a una connotación positiva o más bien negativa, ya que es el primer acercamiento que se tiene con la noticia, y por ende la primer lectura que se realiza.

Por otra parte, cuando se analiza el copete de la noticia, se tiene en cuenta su correspondencia o no con el título; de este modo, el análisis del copete nos brinda un panorama general sobre el tema central del artículo periodístico; así, se puede examinar si existe cierta unificación entre el titular, que es la primera aproximación a la nota de prensa, y el copete que cumple la función de ampliar el contenido del título haciendo un resumen del suceso. Por ende, resulta clave su análisis para entender de qué modo comienza el medio de comunicación a construir un primer acercamiento a la imagen pública presidencial.

Al mismo tiempo, cuando se analiza la categoría perteneciente a la sección del Diario, se puede determinar un panorama genérico sobre la imagen pública, en esta investigación una imagen de carácter presidencial, construida por el medio de comunicación, ya que cada noticia en particular presenta connotaciones distintas dependiendo de la sección donde se encuentre.

Por último, en referencia al tamaño de la noticia, se puede deducir el nivel de importancia otorgado al acontecimiento noticioso. Es decir, cuanto más extensa es la noticia, mayor cantidad de datos aporta, y mayor importancia adquiere para el

tratamiento mediático; en cambio, cuando la noticia no es extensa, el nivel de importancia se ve reducido.

A continuación, se considerarán las categorías de análisis expuestas anteriormente, concernientes a la dimensión “Presencia de la nota en el medio”, en función de cada medio de comunicación en particular.

Los artículos de prensa seleccionados pertenecen a los doce artículos analizados precedentemente para las categorías correspondientes a la dimensión de “Criterios de noticiabilidad”

- CLARÍN

En el desarrollo analítico propuesto para el Diario Clarín, se puede observar que la mitad de los artículos seleccionados presentan un titular neutro, es decir, sin carga valorativa, por lo cual la información que se brinda en cada título es de carácter objetivo. Para citar un ejemplo, se considerará el título de la siguiente noticia: “De la Rúa apunta a la seguridad y la corrupción”¹⁷. Así mismo, es importante destacar que dos de las noticias con un titular neutro tienen un copete que se corresponde con el título, es decir, existe cierta unificación en el mensaje que se quiere transmitir, y por ende amplía directamente el contenido del título, brindando la información necesaria del acontecimiento. Por ejemplo, el copete del artículo anteriormente mencionado explicita lo siguiente: “Decidió convocar a sesiones extraordinarias del Congreso. Quiere que traten tres leyes contra el delito. Además, apurará la creación de la Oficina Anticorrupción y la intervención del PAMI.”¹⁸

A su vez, la otra mitad de artículos periodísticos presenta titulares con cierta carga valorativa, que luego se determinará si esa carga presenta connotaciones positivas o negativas. Es decir, se puede observar que el periodista busca proporcionarle cierto sentido a la noticia. Por ejemplo, vemos el siguiente titular:

¹⁷ <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/12/t-00301d.htm>

¹⁸ Idem a la nota 17.

“Discurso realista del Presidente”¹⁹; si bien la nota pertenece a la sección editorial del Diario Clarín, lo cual indica que el periodista está en situación de dar su punto de vista, se percibe que la palabra ‘realista’ ya está dotando de cierta connotación al titular de la noticia. En este caso en particular, la nota de prensa sobre el discurso realista del Presidente no posee copete, sin embargo, en el análisis, se observa que a veces el copete no se corresponde con el titular cuando se trata de noticias con cierto tinte valorativo, por ende se vuelve una tarea difícil analizar la relación existente entre lo que el titular pretende comunicar y el copete que supone ser una ampliación del título.

A su vez, resulta interesante marcar una diferencia considerable en cuanto a la manera que cada medio de comunicación titula la noticia correspondiente a la renuncia del ex presidente. Por un lado, Clarín le asigna un título valorativo al acontecimiento dado: “De la Rúa renunció cercado por la crisis y sin respaldo político”; de este modo, se observa que prevalece una connotación negativa, ya que no se limita sólo a comunicar la renuncia, sino que se detiene en especificar el contexto de crisis que rodea a De la Rúa. En cambio, Diario La Nación presenta un titular de carácter meramente neutro: “Renunció el Presidente De la Rúa”; así, se ve como sólo comunica el hecho en cuestión, sin ningún tipo de aclaración posterior que indique valoración alguna. La diferencia entre ambas maneras de titular la noticia se observa claramente en la propia redacción.

En cuanto a las categorías de análisis sobre la sección y el tamaño que la noticia ocupa en el diagrama del Diario, se observa que gran parte de las noticias pertenecen a la sección Política, al mismo tiempo que presentan una extensión considerable, lo cual las coloca en una situación de mayor importancia, ya que son noticias que aportan una gran cantidad de datos para un tratamiento periodístico de mayor profundidad.

Finalmente, dos de las noticias extraídas del corpus de la investigación corresponden a otras secciones; por un lado, se encuentra la noticia sobre el discurso realista del Presidente citada con anterioridad en el mismo apartado, la

¹⁹ <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/12/i-02801d.htm>

cual se encuentra ubicada en la sección editorial del Diario, y se le concede un espacio menor en el esquema del mismo; y por otro lado, la nota correspondiente al presupuesto en el Gobierno de Fernando De la Rúa, se encuentra inserta en la sección económica del Diario y no se le otorga un espacio amplio, a diferencia de La Nación, que presenta la misma noticia pero en su sección política. Por ende, las connotaciones son totalmente diferentes, ya que La Nación le otorga un tratamiento mediático de mayor relevancia, dándole un espacio considerable en el diagrama del Diario.

- LA NACIÓN

En lo que respecta al análisis del Diario La Nación, en función de examinar la construcción de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa, y tomando en consideración la presencia de la nota en el medio, se puede dar cuenta de que, al igual que Clarín, la mitad de las noticias poseen titulares neutros. Es decir, el objetivo primordial es brindar la información de la manera más objetiva posible. Además, el copete de dichas noticias, se corresponde con el titular, por ende la unificación entre ambos se analiza con mejor claridad; por lo tanto el copete funciona como una extensión del título, y da a conocer una aproximación genérica acerca el tema central de la noticia.

Para ejemplificar lo dicho anteriormente se extrae una cita textual de la siguiente noticia: “De la Rúa asume la presidencia”²⁰. En ese titular se observa que la información brindada es concisa y precisa, lo cual indica el carácter neutro del título. A su vez, en cuanto al copete, se determina que el mismo se corresponde con el titular, ya que tiene como fin ampliar su contenido. A continuación se cita el copete correspondiente a la asunción de De la Rúa: “El Presidente jurará ante la Asamblea Legislativa a las 9.30; luego pronunciará su discurso; Menem le transmitirá el mando dos horas más tarde; luego habrá una sesión especial en el Congreso para aprobar la nueva ley de ministros”²¹. En cambio, es importante

²⁰ <http://www.lanacion.com.ar/164382-de-la-rua-asume-la-presidencia>

²¹ Idem a la nota 20.

mencionar que la misma noticia es titulada de distinta manera en Diario Clarín, quien le otorga un carácter valorativo: “De la Rúa llega hoy con la promesa del cambio”²², se distingue que la frase “la promesa del cambio” establece cierta connotación al titular de la noticia. En cuanto al copete, el mismo no se corresponde con el título del artículo periodístico, debido a que en ningún caso refiere al cambio propuesto por el ex Presidente.

Por otro lado, se encuentran noticias cuyos titulares presentan cierta carga valorativa. En el caso de La Nación, a diferencia de Diario Clarín, la correspondencia con el copete de la noticia es notable, ya que se logra observar una unificación entre ambos, por ser el copete una ampliación directa del título.

Un ejemplo de este tipo de casos se da en la siguiente noticia: “De la Rúa se comprometió a defender la libertad de prensa”²³. Este titular presenta cierta carga valorativa, ya que la frase ‘se comprometió’ le está concediendo una connotación particular al título. Además, se observa que el copete “elabora un proyecto para aprobar por decreto la desregulación en la venta de diarios”, está en correspondencia con el titular de la noticia, que no deja de ser valorativo.

Otro ejemplo que clarifica un caso particular de La Nación en cuanto al carácter valorativo de sus títulos, se corresponde con el siguiente: “De la Rúa, con muy buena imagen”²⁴; si bien los datos publicados en la noticia pertenecen a una fuente de información objetiva como lo es la Consultora Gallup, se observa que el título tiene una connotación positiva.

Finalmente, en cuanto a las categorías de análisis referentes a la sección y tamaño de las noticias, se ve notoriamente que, salvo el artículo sobre la libertad de prensa expuesto anteriormente, el cual se ubica en la sección cultural del Diario, el resto de las noticias pertenecen a la sección política, por ende se determina que el análisis de la imagen pública presidencial varía cuando se está

²² <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/10/t-00301d.htm>

²³ <http://www.lanacion.com.ar/34824-de-la-rua-se-comprometio-a-defender-la-libertad-de-prensa>

²⁴ <http://www.lanacion.com.ar/165423-de-la-rua-con-muy-buena-imagen>

en presencia de distintas secciones, es decir, no es lo mismo analizar el titular “De la Rúa se comprometió a defender la libertad de prensa” ubicado en la sección cultural del Diario que si estuviese inserto en la sección política, lo cual lo dotaría de otras características a analizar.

3. Tipo de Variable: Postura del Periodista

En el desarrollo analítico propuesto para esta investigación, resulta imprescindible abordar el análisis sobre el lugar que ocupa la postura del periodista en la construcción de la imagen pública presidencial. De esta manera, se entiende que los periodistas forman parte del aparato informativo, y se encuentran inmersos en una determinada cultura profesional. Dicha cultura, está constituida por un conjunto de criterios, conceptos y políticas, que funcionan como lineamientos generales que guían al periodista en su tarea informativa.

Así mismo, la postura que decide adoptar el periodista frente a un determinado acontecimiento noticioso es crucial para determinar qué tipo de imagen pública decide construir. Por supuesto, no es lo mismo adoptar una postura neutral frente a un hecho noticioso, que decidir tomar una actitud negativa o positiva frente al mismo hecho. Por consiguiente, cuando analizamos la dimensión correspondiente a la postura del periodista, se está analizando por un lado el rol que desempeña el periodista frente a la noticia, y la valoración del mismo por el otro.

A continuación, se procederá a analizar cada categoría en particular, teniendo en cuenta a los medios de comunicación seleccionados para la investigación. Cabe aclarar que las notas periodísticas corresponden a los 12 artículos elegidos y analizados previamente.

- CLARIN

En lo que respecta a Diario Clarín, en la mayoría de las noticias extraídas del corpus de la investigación, el periodista desempeña un rol informativo. Así, se puede dar cuenta de que Clarín convierte un acontecimiento de la vida social en noticia del modo más objetivo posible, ya que busca informar a la sociedad sobre los sucesos que impactan en la actualidad cotidiana de forma independiente.

Una cita textual que ejemplifica el rol informativo del periodista la encontramos en la noticia acerca de las iniciativas de Fernando De la Rúa para combatir con la corrupción en el país: “(...) Lavado de Dinero. Entre las tareas pendientes del Congreso, De la Rúa mencionó en su discurso esta ley. La iniciativa tiene media sanción de Diputados, pero su tratamiento adquirió actualidad en las últimas semanas (...)”²⁵.

A su vez, dos de los artículos seleccionados, dan cuenta de que el periodista emite una opinión sobre el tema tratado. Es decir, el rol que está cumpliendo se caracteriza por la opinión y la argumentación. Cabe destacar, que uno de los artículos se encuentra ubicado en la sección Editorial-Opinión del Diario, lo cual habilita al periodista a que dé a conocer su opinión sobre el acontecimiento tratado.

A continuación, se extraen dos citas textuales que marcan claramente la opinión del periodista en la noticia correspondiente al discurso realista del Presidente:

- “El Presidente, de esta forma, asumió una actitud clara y realista que debe formar parte de ésta y de cualquier otra administración.”²⁶
- “PAMI. Es este un compromiso de suma importancia porque la falta de transparencia y las distorsiones en la administración se convirtieron en temas de fuerte preocupación entre la población y la expectativa de un cambio en la forma de gestión pública ha sido una de las motivaciones de quienes votaron a la Alianza y también a otras fuerzas políticas.”²⁷

Al mismo tiempo, otro artículo periodístico que evidencia la postura del periodista en carácter de opinión es el texto sobre la renuncia de De la Rúa. Así, a través de las siguientes citas textuales se puede dar cuenta de lo dicho anteriormente:

²⁵ <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/12/t-00301d.htm>

²⁶ <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/12/i-02801d.htm>

²⁷ Ídem a la nota 26.

- “En definitiva, la debilidad política fue la característica básica de los 740 de su gestión.”
- “Con la demora que caracterizó la mayor parte de su gestión, De la Rúa entendió el mensaje de los argentinos y renunció.”²⁸

De esta manera, se diferencia claramente con el rol únicamente informativo que cumple el periodista en el Diario La Nación, ya que sólo se restringe a redactar el acontecimiento noticioso sobre la renuncia del ex gobernante, sin dar ningún tipo de opinión al respecto.

Por otra parte, en lo que se refiere a la valoración que el periodista hace del hecho noticioso, se observa que durante el primer tiempo del Gobierno de De la Rúa, Diario Clarín sostuvo una apreciación positiva del Presidente, otorgándole en la configuración de sus noticias cierta credibilidad y confianza a su gestión pública. Para ejemplificar lo dicho con anterioridad se cita lo siguiente: “Como contraste al estilo provocador y exhibicionista del menemismo, De la Rúa impuso la imagen que se supo crear, de hombre austero y moderado. Instaló la promesa de cambio con transparencia en el centro de su discurso político (...)”.²⁹

En cambio, finalizando el mandato del ex Presidente, se observa que Clarín comienza a forjar una valoración de tipo negativa. Por ejemplo, en la siguiente cita textual sobre la renuncia de De la Rúa, se percibe claramente que la valoración del periodista es negativa: “La salida anticipada del Presidente trajo algo de alivio a una sociedad angustiada por el estadillo social que produjo 25 muertos y más de 400 heridos (...)”. “En definitiva, la debilidad política fue la característica básica de los 740 de su gestión”.³⁰

Aquí resulta interesante plantear la diferencia con La Nación, ya que la valoración del periodista acerca de la renuncia del ex Presidente Fernando De la Rúa, en este Diario, es de tipo neutral. Para dar cuenta de ello, se expone la siguiente cita:

²⁸ <http://edant.clarin.com/diario/2001/12/21/p-00215.htm>

²⁹ <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/10/t-00301d.htm>

³⁰ <http://edant.clarin.com/diario/2001/12/21/p-00215.htm>

“Ante la negativas del PJ a conformar un gobierno de unidad nacional, Fernando De la Rúa dimitió a la primera magistratura. (...)”³¹

- LA NACIÓN

La Nación es un diario que se define a sí mismo como una empresa privada e independiente cuya finalidad es operar en el campo de la información y en el de las comunicaciones.³² A su vez, en el análisis de los artículos periodísticos correspondientes a La Nación, se detecta que el rol que cumple el periodista es sumamente informativo; por ende, se puede deducir que el Diario cumple con su función de lograr veracidad y objetividad en la configuración de sus noticias.

De esta manera, la información es transmitida a la sociedad mediante datos concretos sobre los acontecimientos informativos.

Una noticia que pone de manifiesto la objetividad y veracidad con que La Nación realiza su labor periodística es titulada “De la Rúa con muy buena imagen”. Si bien el título tiene una connotación positiva, el cuerpo de la noticia exhibe el carácter objetivo de la misma, ya que aborda los resultados de una encuesta realizada por Gallup sobre la imagen del Presidente. A continuación se citan dos extractos del texto:

- “El mayor crédito hacia la gestión del Presidente está puesto en su capacidad para ‘fortalecer la democracia’. El 78% de los consultados tiene mucha o bastante confianza en que será eficiente en esta tarea.”³³
- “El sondeo de Gallup revela que el 75% de los consultados tiene una opinión muy buena o buena del flamante mandatario.”³⁴

³¹ <http://www.lanacion.com.ar/360814-renuncio-el-presidente-de-la-rua>

³² https://docs.google.com/document/d/1bQHRZMQMcyVuoOaAgNhA1Ruuh_tlg5si6GiKpXaRVc/edit?hl=en_US

³³ <http://www.lanacion.com.ar/165423-de-la-rua-con-muy-buena-imagen>

³⁴ Ídem a la nota 33.

Por otro lado, en cuanto a la valoración que el periodista tiene sobre el tema abordado, se observa que en ningún momento, ya sea durante el comienzo o bien sobre la finalización de la gestión de Fernando De la Rúa, el periodista adquiera una postura negativa frente a los hechos, simplemente se limita a informar.

Así, se percibe que la valoración es más bien de carácter neutral tendiendo a positiva. Un ejemplo que justifique dicha observación se plasma en la noticia titulada como “De la Rúa se comprometió a defender la libertad de prensa”³⁵. Al mismo tiempo, es importante citar una parte del cuerpo de la noticia para dar cuenta de su rol tanto informativo y su valoración de carácter neutral: “Tras extenderse sobre el proyecto de ley de radiodifusión, enviado a los representantes de la prensa en procura de consenso y la fusión de los medios públicos, De la Rúa anticipó que trabaja en ‘un proyecto de decreto’ vinculado con los modos de distribución de las publicaciones periodísticas.”³⁶

³⁵ <http://www.lanacion.com.ar/34824-de-la-rua-se-comprometio-a-defender-la-libertad-de-prensa>

³⁶ Ídem a la nota 24.

11. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS CATEGORÍAS ANALÍTICAS

Análisis del discurso presidencial

1 Tipo de variable: mecanismos enunciativos

La noción correspondiente a la construcción discursiva de la imagen pública presidencial requiere de un análisis exhaustivo, ya que cada candidato político forja una determinada imagen pública, que luego es receptada en la mente del electorado y evaluada en consecuencia, ya sea en forma positiva o negativa. Es por este motivo que se vuelve imprescindible su tratamiento, debido a que una correcta gestión de la imagen pública puede arrojar resultados muy significativos para el candidato político.

En este apartado se procederá al análisis de los mecanismos enunciativos utilizados por Fernando De la Rúa para la construcción de sus discursos.

Por un lado, se considera la noción de comunicación verbal. En los dos anuncios publicitarios correspondientes al período de campaña electoral, se observa claramente que el ex gobernante pone énfasis en el concepto de cambio, como eje central de su campaña, ya que apunta a no repetir la experiencia menemista, caracterizada por una época de corrupción y falta de transparencia en las instituciones democráticas. A su vez, en el spot publicitario “Dicen que soy aburrido”, se encuentra una noción clave tanto de su estrategia electoral como de su comunicación de gobierno; así, el ‘ser aburrido’ para Fernando De la Rúa se convirtió primeramente en un atributo de imagen positiva para el público, ya que las asociaciones que surgían alrededor de dicho concepto veían en De la Rúa a un hombre serio, comprometido con la situación del país y honesto, versus el divertimento de Carlos Saúl Menen.

Sin embargo, al finalizar el mandato presidencial, la noción de ‘aburrido’ se transformó en un atributo de imagen negativa para el electorado, ya que

posteriormente De la Rúa desempeñó un liderazgo débil frente a la incapacidad para gestionar la crisis social, política y económica que atravesaba el país.

Otro de los aspectos importantes que hacen al análisis de la comunicación verbal, tiene que ver con la manera que el ex Presidente se dirige a la audiencia. En primera instancia, se observa que en sus discursos constantemente hace alusión al término “nosotros”. Es decir, se dirige a la audiencia de una forma inclusiva. Por ejemplo, como bien lo indica el título del spot publicitario “Somos Más”, son más los que quieren el cambio, tanto hombres como mujeres, al igual que él. Además, se caracteriza por utilizar la palabra “compatriotas” como otro modo de llamar a la audiencia.

Por otra parte, en lo que respecta al estudio de la comunicación no verbal, como categoría analítica propuesta, se puede observar con claridad que en sus discursos oficiales siempre viste de traje formal. Por consiguiente, busca ofrecer una imagen sobria y prudente. Además de elegir colores oscuros para denotar seriedad en el estilo de vestirse.

Finalmente, otro punto a considerar que hace a la dimensión de comunicación no verbal, se relaciona con el uso de gesticulaciones particulares. El ex Presidente, se ve continuamente con las manos fuera de sus bolsillos, con el fin de dar una impresión de transparencia en los actos. Además, siempre mantiene sus brazos hacia delante, para entrañar un sentido de progreso, al mismo tiempo que mira fijamente a la cámara, con el objetivo de mostrar gran interés y responsabilidad con la actualidad de Argentina.

2 Tipo de variable: tipología del mensaje

Una cuestión primordial en el análisis referente a la construcción de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa tiene que ver con el estudio de las características del mensaje transmitido.

En primer lugar, se analiza el tipo de mensaje emitido, y si dicho mensaje se encuadra en una comunicación política de campaña o de gobierno; de esta manera, se puede determinar que los discursos oficiales pertenecientes a la comunicación de campaña presentan características del tipo de mensaje apelativo e informativo. Por un lado apelativo ya que busca influenciar y captar el voto del electorado; y por otra parte informativo porque da a conocer, a través de lineamientos generales, la propuesta política.

En cambio, cuando se toma como objeto de análisis a los discursos presidenciales transmitidos durante la gestión de su Gobierno, se puede establecer que los mensajes son más bien de tipo explicativo e informativo, con cierto grado de argumentación, debido al tratamiento del tema en cuestión. Por ejemplo, cuando Fernando De la Rúa da a conocer la Declaración del Estado de Sitio en todo el territorio argentino, argumenta acerca de las razones por las cuales lleva adelante esa decisión. A continuación se expondrá una cita para ejemplificar lo dicho anteriormente:

“Así como enfrenté los problemas económicos, así como dispuse medidas de emergencia para asistir a los más necesitados, decidí poner límites a los violentos que se aprovechan de las penurias ajenas. Por eso, y según las atribuciones que la Constitución Nacional me confiere como Presidente de la Nación, he declarado el Estado de Sitio en todo el territorio Nacional, para asegurar la ley y el orden en el país, y terminar con los incidentes de las últimas horas.”³⁷

³⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=h67HpxqQ7Hg>

Lo mismo sucede con el discurso presidencial emitido en Junio del año 2000:

“He ordenado también, reformas estructurales y programas de desarrollo e inversión tendientes a reactivar, producir, competir y generar empleo. Ya estamos viendo los resultados del esfuerzo realizado en estos seis meses. El país ya ha comenzado a crecer. Las exportaciones aumentaron sustantivamente, la recaudación creció, volvió el crédito, el Banco Nación ya no le presta a los amigos del poder sino a los pequeños y medianos productores. Muchas de estas medidas debieron tomarse hace muchos años, pero faltó coraje y responsabilidad, esto les faltó a muchos.”³⁸

En la cita se puede dar cuenta de que el mensaje presenta particularidades informativas, explicativas y de opinión frente a determinados temas.

En relación a la categoría analítica considerada precedentemente, también se cuenta con el examen de la propuesta política desarrollada por Fernando De la Rúa. Es importante saber que por medio de la comunicación eficaz del proyecto político se puede configurar toda una serie de atributos que hagan a la conformación de la imagen pública presidencial.

De este modo, el ex gobernante busca posicionarse en primera instancia con la promesa de lograr el cambio que todos los argentinos demandaban; así, su propuesta política se basa en cuatro tópicos centrales: asegurar el pleno empleo, luchar contra la corrupción política y social, brindando la seguridad pública correspondiente y logrando transparencia en las instituciones democráticas, promover la educación pública, y mejorar el servicio de salubridad.

Por último, el estilo del mensaje también conforma otra de las categorías analíticas del presente trabajo de investigación. En los anuncios publicitarios “Dicen que soy aburrido” y “Somos Más” prevalece un estilo mixto, es decir, por un lado se observa el aspecto racional del mensaje, ya que cumple con determinado objetivo;

³⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=lxe7HQ4jqAY>

pero también se está en presencia de un mensaje con cierta carga emotiva, ya que busca afectar la sensibilidad del electorado.

En cambio, en los demás discursos presidenciales seleccionados, predomina fuertemente el estilo racional del mensaje, debido a que los temas que se tratan buscan informar a la sociedad y dar a conocer ciertos hechos, con un carácter de objetividad mayor.

12. CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación, se llevó a cabo con el objetivo de analizar la construcción mediática y discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa; es decir, por un lado, se analizó la postura de los medios de comunicación seleccionados, y por otro lado, la construcción de la imagen pública a través de los discursos oficiales.

Para la persecución de dicho objetivo, se llevó adelante una estrategia metodológica basada en el análisis de contenido como técnica de investigación. De esta manera, se procedió a seleccionar, mediante el recorte del corpus, el material para ser estudiado, así se analizaron distintas piezas comunicativas; por un lado, doce artículos periodísticos emitidos por Diario Clarín y Diario La Nación, y por el otro, seis discursos presidenciales.

En primer lugar, es importante mencionar que en dicho momento histórico Argentina se encontraba en medio de una crisis socio-política y económica, liderada por el entonces Presidente Carlos Saúl Menem; al mismo tiempo que se sumaba el desinterés por la política presentado por la población argentina. Frente a esta situación de incertidumbre e inestabilidad de las instituciones democráticas, Fernando De la Rúa desarrolló una estrategia de campaña para lograr apoyarse en determinados atributos de imagen y constituirse como futuro Presidente electo de la Nación en las elecciones del 24 de Octubre de 1999.

De esta manera, frente a la pérdida de credibilidad en la gestión pública de Carlos Menem, prevalecía en la ciudadanía una mayor propensión a ponerle fin a una década menemista, para terminar con la corrupción, como una de las demandas principales de la sociedad.

En medio de este contexto político, Fernando De la Rúa buscó posicionarse en el electorado argentino, mediante sus comunicaciones de campaña, correspondientes al spot publicitario “Dicen que soy aburrido” y “Somos Más”,

analizados con anterioridad en el trabajo, como un hombre honesto y confiable, que puso énfasis en el concepto de cambio, como principal factor para no repetir la experiencia menemista basada en la corrupción y la superficialidad. Es decir, se observa claramente un proceso de personificación política, ya que se centró en comunicar una imagen que brindara confiabilidad personal al electorado. De esta manera, el ex presidente De la Rúa en su discurso de asunción ante la Asamblea Legislativa, presentó su propuesta política en forma de lineamientos generales de lo que sería su gestión pública, y no de una manera clara y precisa. Se trató más bien de un texto sin ningún tipo de anuncio de medidas de gobierno, que solo buscaba definir el tipo de perfil para su mandato; así como también pronunciaba una convocatoria a armonizar políticas con la oposición y una reivindicación de las medidas a pasar por el Congreso, presentadas como un reparto justo de las cargas para superar la crisis fiscal.³⁹

A su vez, otro concepto clave de su campaña fue la promesa de darle un final a la “fiesta de algunos pocos”, haciendo énfasis en la administración de la justicia, la inseguridad pública, y el desempleo de los argentinos, entre otras cuestiones, como se destacan la educación y la salubridad pública.

El término “aburrido” con el cual se personificó a De la Rúa aparece como un concepto clave de su campaña electoral, de allí que se tituló a uno de sus spots publicitarios “Dicen que soy aburrido”, que sirvió para posicionarlo al ex gobernante en la mente del electorado, en oposición al “divertimento” de Menem, ya que su gestión se caracterizó por varias apariciones escandalosas en los medios de comunicación. Por ende, existe una valoración positiva en la noción de “aburrido” debido a que existe una relación con los valores de compromiso, seriedad y perfil bajo.

Al mismo tiempo, su trayectoria se conforma como otro atributo de imagen muy poderoso para el candidato De la Rúa, ya que presenta una biografía personal muy destacada a nivel nacional.

³⁹ <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/10/t-00703d.htm>

En cuanto al análisis de su vestimenta, se observa que el ex Presidente luce un traje formal liso en contraposición a la forma de vestirse de Carlos Menem. Así, logra brindar una imagen de hombre serio, sobrio, seguro, y hasta en muchas ocasiones de “aburrido”, como se lo caracterizó durante su gestión.

También, en cuanto a sus gesticulaciones particulares con el cuerpo, se observa que siempre tiene las manos fuera de sus bolsillos, al tiempo que mira constantemente a la cámara para interpelar a su interlocutor. En cuanto a los gestos, el discurso es enfatizado con los brazos, que siempre están abiertos hacia afuera y nunca en sentido contrario.

En cuanto a los mensajes publicitarios analizados en el trabajo de indagación, se puede dar cuenta de la idea de seriedad, que se connota con el concepto de “aburrido”. A su vez, en el spot “Somos Más” Fernando De la Rúa aparece como la voz de los que esperan el cambio: “seré el médico de cada argentino que deba ser sanado, voy a ser el maestro de cada niño que va a ser educado, seré el que de trabajo a cada argentino que quiera trabajar...”. También prevalece un fuerte sentimiento de esperanza en la música y los relatos. Es decir, el estilo de sus mensajes combina una estrategia racional con una fuerte carga emotiva. Al término del spot publicitario, aparece la imagen de dos brazos en lo alto con las manos entrelazadas que remiten a una expresión de unidad política y triunfo.

Al mismo tiempo, se observa con atención que el ex Presidente es enfocado continuamente en primer plano, siempre mirando a la cámara, con cierta expresión que alude a la seriedad y al compromiso con su futura gestión pública.

Por otra parte, es importante mencionar que si bien Fernando De la Rúa comenzó su mandato presidencial con una imagen positiva muy favorable, por otro lado, acontecieron determinados hechos que pronunciaron la severa crisis política, social y económica que atravesaba el país en ese momento, lo cual generó que la imagen presidencial declinara notablemente. Así, su imprecisión en las decisiones políticas para hacer frente a los condicionamientos contextuales provocó que su mandato finalizara antes de tiempo, presentando su renuncia ante el Congreso.

En el análisis de tres discursos oficiales seleccionados para esta investigación con fecha en los años 2000 y 2001, se puede dar cuenta de los diferentes aspectos que conllevaron al detrimento de su imagen positiva. De esta forma, frente a los hechos de violencia producidos en distintos puntos del país, Fernando De la Rúa declara el Estado de Sitio en todo el territorio argentino, al tiempo que realiza una convocatoria a la unidad de partidos políticos, para lograr un restablecimiento del orden social.

Otro de los hechos que contribuyó al deterioro de su imagen pública tuvo que ver con la existencia de un Gobierno nacional dividido, lo que provocó impedimentos para que De la Rúa pudiera transformar sus proyectos en ley. De esta manera, el Partido Justicialista contaba con una mayoría partidaria en el Congreso, y la sanción de ciertas leyes, como lo fue la Ley de Reforma Laboral en Abril del año 2000, generó ciertos rumores sobre posibles sobornos realizados a legisladores del PJ.

Frente a esta situación caracterizada por la falta de transparencia política en las instituciones democráticas, el entonces vicepresidente Chacho Álvarez propuso comenzar con una investigación para contribuir a la resolución de la causa. Sin embargo, De la Rúa no mostró interés alguno, minimizando la importancia del tema, y desligando responsabilidades a la justicia.

Finalmente, este aislamiento político por parte del ex presidente de la Nación, fue lo que produjo la pérdida de su legitimación política.

Al mismo tiempo, otra cuestión que fue investigada en el presente trabajo de indagación, en paralelo al análisis discursivo de Fernando De la Rúa, se refirió al estudio de cómo los medios de comunicación abordaron la construcción de la imagen pública presidencial.

Se debe tener en cuenta que los medios son instituciones socialmente establecidas, y que juegan un papel crucial en la transmisión de información. De este modo, una de sus funciones es comunicar las acciones de gobierno, así

como también todos los demás acontecimientos de la vida social que repercuten en la esfera pública.

En cuanto al análisis de los artículos periodísticos correspondientes a Clarín, se observa que el Diario, durante la primera etapa de la gestión pública, sostuvo una evaluación positiva del Presidente, otorgándole cierta credibilidad a su persona. Así, el medio logró posicionar a De la Rúa como un hombre austero y moderado, consiguiendo transparencia en el centro de su discurso político. Además, en el análisis propuesto se observa como el Diario generó determinado consenso alrededor de Fernando De la Rúa, para instalar en la sociedad una imagen pública positiva del mismo. Esta posición que adquirió el medio en un primer momento resultó vital para el ex Presidente, ya que parte de su estrategia global de comunicación se encontraba en relación con la gestión de los medios de comunicación.

En cambio, en la etapa de finalización del mandato gubernamental, Clarín comienza a concebir una imagen negativa del Presidente. Frente al debilitamiento político del mismo, forjado por una crisis global, el medio de comunicación muestra a un Presidente desbordado y con una falta de autoridad considerable para hacer frente a los acontecimientos. De esta manera, Clarín comenzó a promover una imagen negativa de un Gobierno carente de decisiones contundentes y con una figura política que de a poco perdía legitimidad en su gestión.

En este apartado final del trabajo de investigación, resulta interesante plantear la diferencia con el Diario La Nación en cuanto a la modalidad para construir la imagen pública de Fernando De la Rúa.

En el análisis propuesto para La Nación, la postura que adquiere el Diario es meramente neutra. Ya sea durante el comienzo de la gestión pública, o en la etapa de finalización del Gobierno, el medio de comunicación sólo se limita a informar sobre los hechos noticiosos. Así, la valoración del medio se puede percibir como neutra, e incluso en algunos momentos con un determinado tinte positivo.

En términos generales, se puede deducir que a partir del análisis de los artículos periodísticos correspondientes a La Nación, el Diario buscó construir una imagen pública presidencial caracterizada en términos de objetividad. De este modo, resulta interesante poner como ejemplo el tratamiento mediático que se le otorgó a la noticia sobre la renuncia de De la Rúa, por ser un hecho sucedido en determinadas circunstancias socio-políticas. Por un lado, La Nación trató el acontecimiento informando los hechos de la manera más objetiva posible, sin dar ningún tipo de valoración al respecto. En cambio, Clarín buscó contextualizar los hechos sucedidos, pero dotados de una valoración negativa hacia el Gobierno, caracterizándolo como un Gobierno débil y con una credibilidad menospreciada por la opinión pública.

Para concluir con el trabajo de indagación, es importante mencionar que Fernando De la Rúa fue el dirigente político con mejor imagen pública en las elecciones presidenciales de 1999. En efecto, asumió el mando con una opinión pública favorable que confió en su propuesta política, al mismo tiempo que impuso la imagen que él mismo se supo crear, de un hombre serio, reflexivo, honesto y confiable, que tuvo como principal objetivo instalar la promesa del cambio en la sociedad argentina para fortalecer la democracia política.

Sin embargo, la sucesión de hechos que fueron aconteciendo durante su mandato contribuyeron a que su imagen pública se deteriorara gradualmente. Una de las causas más significativas fue el ejercicio de una dirigencia política poco consolidada con respecto a la conducción de su Gobierno, que no le permitió tomar las decisiones adecuadas para ese momento. Por ende, frente a la crisis socio-política y económica que perjudicaba al país, la sociedad demandó su renuncia ante el Congreso Nacional, para dar fin a una etapa que había comenzado con un De la Rúa votado masivamente, como candidato de una Alianza que había vencido al Partido Justicialista en las elecciones de 1999, proponiendo justicia y trabajo, las dos demandas sociales más fuertes tras una década de menemismo.

13. BIBLIOGRAFÍA

- Calsamiglia, H y Tusón Valls, A (1999). *Las cosas del decir*. Editorial Ariel, S.A. Barcelona.
- Capriotti, P. (1994). *La Imagen de empresa*. Branding Corporativo. Editorial El Ateneo. Madrid.
- Halperín, J. (2007). *Noticias del poder. Buenas y malas artes del periodismo político*. Editorial Aguilar. Buenos Aires, Argentina.
- Maarek, P. (1997). *Marketing político y comunicación*. Editorial Paidós Ibérica S.A. Barcelona.
- McQuail, D. (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Ed. Paidós.
- Noguera, F. (2003). La campaña permanente en Izurieta, Perina y Arterton (Comp.). *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Editorial La Crujía. Buenos Aires.
- Peuser, A. (2012). *La construcción de la imagen política de los candidatos a gobernador de la provincia de Córdoba en las elecciones del 2011*. Córdoba, Argentina.
- Piñuel R, J. *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Madrid, España.
- Sarlo, B. (1996). *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Editorial Ariel. Buenos Aires. (Cap. Siete hipótesis sobre la video política).
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Editorial Taurus. Madrid.
- Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad*. Editorial De Las Ciencias. Buenos Aires.
- Wolf, M. (1994). *La investigación de la comunicación de masa*. Editorial Paidós. México.

14. PÁGINAS WEB CONSULTADAS

- <http://anavasquez.com/2007/11/la-imagen-de-un-candidato-2/>
- <http://www.rppnet.com.ar/asesoresenimagenpolitica.htm>
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_m_a/capitulo3.pdf
- <http://www.grupoclarin.com.ar/institucional/criterios-profesionales>
- <http://www.grupoclarin.com.ar/institucional/manual-de-estilo-clarin>
- http://www.grupoclarin.com.ar/sites/default/files/manual_de_estilo.pdf
- https://docs.google.com/document/d/1bQHRZMQM-cyVuoOaAgNhA1Ruuh_tlg5si6GiKpXaRVc/edit?hl=en_US
- <http://www.lanacion.com.ar/663811-adepa-otorgo-un-premio-a-la-nacion-por-su-linea-editorial>
- <http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/606/Generos%20periodisticos%20en%20manuales%20de%20estilo%20y%20de%20periodismo.pdf?sequence=1>
- <http://www.revinciapolitica.com.ar/num11art9.php>

Artículos periodísticos Diario La Nación

- <http://www.lanacion.com.ar/360814-renuncio-el-presidente-de-la-rua>
- <http://www.lanacion.com.ar/164382-de-la-rua-asume-la-presidencia>
- <http://www.lanacion.com.ar/34824-de-la-rua-se-comprometio-a-defender-la-libertad-de-prensa>
- <http://www.lanacion.com.ar/24430-cuando-de-la-rua-multiplico-los-panes>
- <http://www.lanacion.com.ar/164383-de-la-rua-asume-sin-el-presupuesto>
- <http://www.lanacion.com.ar/165423-de-la-rua-con-muy-buena-imagen>

Artículos periodísticos Diario Clarín

- <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/10/t-00301d.htm>
- <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/10/o-03101d.htm>
- <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/12/t-00301d.htm>
- <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/12/i-02801d.htm>
- <http://edant.clarin.com/diario/2001/12/21/p-00215.htm>
- <http://edant.clarin.com/diario/2000/07/12/p-00601.htm>

Videos correspondientes a los discursos presidenciales de Fernando De la Rúa:

- <http://www.youtube.com/watch?v=6a7XcogoLuQ>
- <http://www.youtube.com/watch?v=lxe7HQ4jqAY>
- <http://www.youtube.com/watch?v=51ArsAj5fbc>
- <http://www.youtube.com/watch?v=14p6SnMt4a8>
- <http://www.youtube.com/watch?v=h67HpxqQ7Hg>
- <http://www.youtube.com/watch?v=SWUKaxvx4CI>

ANEXOS

15. ANEXOS

15.1 DESCRIPCIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DEL DISCURSO MEDIÁTICO

VARIABLE: <i>Construcción mediática de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa</i>	DIMENSIONES				
	PRESENCIA DE LA NOTA EN EL MEDIO				
UNIDADES DE REGISTRO	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS				
	DIARIO	TIPO DE TÍTULO	COPETE	SECCIÓN	TAMANO
1. “El Gobierno puso en marcha dos nuevos programas sociales” (Título) “Lo anunció ayer el propio De la Rúa” • Los nuevos planes no implican, en realidad, un incremento de recursos sino el reordenamiento de los ya existentes. • Estiman que lograrán así incrementar la ayuda social.” (Copete)	Clarín	Neutro	Se corresponde con el título	Política	Grande
2. “Cuando De la Rúa multiplicó los panes” (Título) “Hizo bendecir y repartió el producto artesanal obsequiado por un grupo de chicos” (Copete)	La Nación	Valorativo	Se corresponde con el título	Política	Mediano
3. “De la Rúa, con muy buena imagen” (Título)	La Nación	Valorativo	No tiene	Política	Pequeño
4. “De la Rúa apunta a la seguridad y la corrupción” (Título) “Decidió convocar a sesiones extraordinarias del Congreso. Quiere que traten tres leyes contra el delito. Además, apurará la creación de la Oficina Anticorrupción y la intervención del PAMI.” (Copete)	Clarín	Neutro	Se corresponde con el título	Política	Grande

5. "De la Rúa asume sin el presupuesto". (Título) "Otro fracaso en el Congreso, frente al traspaso del poder, adelanta una difícil convivencia con el PJ; juran los ministros." (Copete)	La Nación	Neutro	Se corresp. con el título	Política	Grande
6. "De la Rúa asume sin que le aprueben el presupuesto" (Título)	Clarín	Neutro	No tiene	Economía	Mediano
7. "De la Rúa se comprometió a defender la libertad de prensa" (Título) "Elabora un proyecto para aprobar por decreto la desregulación en la venta de diarios." (Copete)	La Nación	Valorativo	Se corresponde con el título	Cultura	Mediano
8. "Discurso realista del presidente" (Título)	Clarín	Valorativo	No tiene	Editorial-opinión	Pequeño
9. "De la Rúa asume la Presidencia" (Título) El Presidente jurará ante la Asamblea Legislativa a las 9.30; luego pronunciará su discurso; Menem le transmitirá el mando dos horas más tarde; luego habrá una sesión especial en el Congreso para aprobar la nueva ley de ministros." (Copete)	La Nación	Neutro	Se corresponde con el título	Política	Mediano
10. "De la Rúa llega hoy con la promesa del cambio" (Título) "Jura ante el Parlamento y Menem le entrega el poder en la Casa Rosada. Recibe un país sin inflación, pero con alto déficit y desempleo. Dos príncipes y varios presidentes, en los festejos." (Copete)	Clarín	Valorativo	No se corresponde con el título	Política	Grande
11. "Renunció el presidente De la Rúa" (Título) "Ante la negativa del PJ a conformar un gobierno de unidad nacional, Fernando de la Rúa dimitió a la primera magistratura Mañana a las 11 se reúne la Asamblea Legislativa que tendrá que aceptar la renuncia de De la Rúa y decidir si Federico Ramón Puerta será el próximo presidente a cargo." (Copete)	La Nación	Neutro	Se corresponde con el título	Política	Grande
12. "De la Rúa renunció cercado por la crisis y sin respaldo político" (Título) "Lo arrinconó el estadillo social, que ya causó 25 muertos. E intentó un acuerdo de unidad nacional que la oposición rechazó. Hoy lo reemplazará Puerta y el peronismo define la sucesión." (Copete)	Clarín	Valorativo	Se corresponde con el título	Política	Grande

<p>VARIABLE: <i>Construcción mediática de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa</i></p>	<p>DIMENSIONES POSTURA DEL PERIODISTA</p>		
<p>UNIDADES DE REGISTRO</p>	<p>CATEGORÍAS DE ANÁLISIS</p>		
	<p>DIARIO</p>	<p>ROL DEL PERIODISTA</p>	<p>VALORACIÓN DEL PERIODISTA</p>
<p>1. “El Gobierno puso en marcha dos nuevos programas sociales” (Título)</p> <p>“En el Salón Blanco de la Casa de Gobierno, el Presidente hizo bendecir un pan casero de la Fundación ‘Felices los niños’, y luego lo repartió entre sus funcionarios.”</p> <p>“De acuerdo a lo que precisaron voceros de los ministerios de Desarrollo Social y Salud -a cargo de esos planes- los programas no suponen un aumento del dinero que el Gobierno destina a la ayuda social.”</p>	<p>Clarín</p>	<p>Informativo</p>	<p>Neutral</p>
<p>2. “Cuando De la Rúa multiplicó los panes” (Título)</p> <p>“De la Rúa, feliz con los regalos, dijo que ‘sin amor y solidaridad no hay democracia.’”</p>	<p>La Nación</p>	<p>Informativo</p>	<p>Positiva</p>
<p>3. “De la Rúa con muy buena imagen” (Título)</p> <p>“El mayor crédito hacia la gestión del Presidente está puesto en su capacidad para ‘fortalecer la democracia’. El 78% de los consultados tiene mucha o bastante confianza en que será eficiente en esta tarea.”</p> <p>“El sondeo de Gallup revela que el 75% de los consultados tiene una opinión muy buena o buena del flamante mandatario.”</p>	<p>La Nación</p>	<p>Informativo</p>	<p>Positiva</p>

<p>4. “De la Rúa apunta a la seguridad y la corrupción.” (Título)</p> <p>“(…) Lavado de Dinero. Entre las tareas pendientes del Congreso, De la Rúa mencionó en su discurso esta ley. La iniciativa tiene media sanción de Diputados, pero su tratamiento adquirió actualidad en las últimas semanas (…)”</p>	<p>Clarín</p>	<p>Informativo</p>	<p>Neutra</p>
<p>5. “De la Rúa asume sin el presupuesto” (Título)</p> <p>“Fernando De la Rúa asumirá hoy la presidencia de la Nación con el principal objetivo de la transición incumplido: la aprobación de las leyes del presupuesto y del paquete impositivo.”</p> <p>“Con él llegará al poder una inusual alianza de fuerzas políticas, la del radicalismo y el Frepaso, sin experiencia de gobierno conjunto. Será la primera vez que la UCR (…) comparte el poder.”</p>	<p>La Nación</p>	<p>Informativo</p>	<p>Neutra</p>
<p>6. “De la Rúa asume sin que le aprueben el presupuesto” (Título)</p> <p>“La Alianza y el PJ no se pusieron finalmente de acuerdo y el año parlamentario finalizó ayer sin que se cumpla un deseo de Fernando de la Rúa: comenzar su mandato con las leyes que regirán la economía el próximo año, el Presupuesto y el paquete impositivo”</p>	<p>Clarín</p>	<p>Informativo</p>	<p>Neutra</p>
<p>7. “De la Rúa se comprometió a defender la libertad de prensa” (Título)</p> <p>“Tras extenderse sobre el proyecto de ley de radiodifusión, enviado a los representantes de la prensa en procura de consenso y la fusión de los medios públicos, De la Rúa anticipó que trabaja en ‘un proyecto de decreto’ vinculado con los modos de distribución de las publicaciones periodísticas.”</p>	<p>La Nación</p>	<p>Informativo</p>	<p>Neutra</p>

<p>8. “Discurso realista del presidente” (Título)</p> <p>“El nuevo gobierno se encuentra con una delicada situación fiscal y sin el instrumento fundamental de política económica.”</p> <p>“El Presidente, de esta forma, asumió una actitud clara y realista que debe formar parte de ésta y de cualquier otra administración.”</p> <p>“PAMI. Es este un compromiso de suma importancia porque la falta de transparencia y las distorsiones en la administración se convirtieron en temas de fuerte preocupación entre la población y la expectativa de un cambio en la forma de gestión pública ha sido una de las motivaciones de quienes votaron a la Alianza y también a otras fuerzas políticas.”</p> <p>“Se trata de un estado de la opinión pública que, en parte, era esperable.”</p> <p>“El Gobierno se inicia, en suma, con un sostén apreciable (...)”</p>	<p>Clarín</p>	<p>Opinión Argumentación</p>	<p>Positiva</p>
<p>9. “De la Rúa asume la Presidencia.” (Título)</p> <p>“De la Rúa asumirá el gobierno con dificultades financieras y políticas, como lo demuestra el fracaso del primer objetivo que se había fijado para la transición, la aprobación del presupuesto.”</p> <p>“De la Rúa gobernará con un peronismo fuerte en el Senado, donde conservará la mayoría hasta el 2001, y en las provincias (gobierna 14 de 24 distritos)”</p>	<p>La Nación</p>	<p>Informativo</p>	<p>Neutra</p>
<p>10. “De la Rúa llega hoy con la promesa del cambio” (Título)</p> <p>“La gran transformación económica que marcó a la Argentina durante estos diez años de gestión menemista arroja cifras que ilustran dos realidades diferentes. Un país sin inflación, con autopistas modernas; luz, gas y agua provistos por prósperas empresas multinacionales; telefonía de línea y celular de última generación y sistemas de jubilación privada. Pero ese panorama es el que vive solo una parte de los 35 millones de argentinos que -se estima- integran</p>	<p>Clarín</p>	<p>Opinión Argumentación Informativo</p>	<p>Positiva</p>

<p>la población del país.”</p> <p>“Como contraste al estilo provocador y exhibicionista del menemismo, De la Rúa impuso la imagen que se supo crear, de hombre austero y moderado. Instaló la promesa de cambio con transparencia en el centro de su discurso político (...)”</p>			
<p>11. “Renunció el presidente De la Rúa” (Título)</p> <p>“Ante la negativa del PJ a conformar un gobierno de unidad nacional, Fernando de la Rúa dimitió a la primera magistratura. Mañana a las 11 se reúne la Asamblea Legislativa que tendrá que aceptar la renuncia de De la Rúa y decidir si Federico Ramón Puerta será el próximo presidente a cargo.”</p> <p>“Para que el futuro presidente sea electo debe previamente ser reformada antes de la ley de acefalía, ya que tal como está ahora quien sea electo tiene la responsabilidad de completar el mandato del renunciante.”</p>	<p>La Nación</p>	<p>Informativo</p>	<p>Neutra</p>
<p>12. “De la Rúa renunció cercado por la crisis y sin respaldo político” (Título)</p> <p>“La salida anticipada del Presidente trajo algo de alivio a una sociedad angustiada por el estadillo social que produjo 25 muertos y más de 400 heridos (...)”</p> <p>“Hoy habrá una Asamblea Legislativa a las 11 de la mañana que aceptará la renuncia del Presidente (...)”</p> <p>“En definitiva, la debilidad política fue la característica básica de los 740 de su gestión.”</p> <p>“Así terminó una gestión que comenzó con un De la Rúa votado masivamente hace dos años, como candidato de una Alianza que venció al PJ proponiendo justicia y trabajo, las dos demandas sociales más fuertes tras diez años de menemismo.”</p> <p>“Con la demora que caracterizó la mayor parte de su gestión, De la Rúa entendió el mensaje de los argentinos y renunció.”</p>	<p>Clarín</p>	<p>Informativo Opinión</p>	<p>Negativa</p>

VARIABLE: <i>Construcción mediática de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa</i>	DIMENSIONES		
	CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD		
	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS		
UNIDADES DE REGISTRO	DIARIO	GENERO PERIODISTICO	VALORES NOTICIA
<p>1. “El Gobierno puso en marcha dos nuevos programas sociales” (Título) “El presidente Fernando De la Rúa puso en marcha ayer dos programas sociales: el plan materno infantil y el programa ‘Unidos’ de asistencia alimentaria.” “El programa ‘Unidos’, a cargo del Ministerio de Desarrollo Social, que dirige Graciela Fernández Mejjide, significa la fusión de los dos planes alimentarios actuales Prani y Asoma, destinados a niños de 2 a 5 años (...)” “En el caso del plan materno infantil, de acuerdo con lo que explicó su coordinador Pablo Vinocur (...) los beneficiarios seguirán siendo todas las embarazadas y niños que nacen en el país”</p>	Clarín	Informativo	Importancia/O bjetividad/ Generalidad
<p>2. “Cuando De la Rúa multiplicó los panes” (Título) “Luego de la presentación de los programas sociales para atacar la pobreza y la mortalidad infantil, un grupo de alumnos de dos escuelas de La Boca y de la Fundación Felices los Niños (...) se acercó a agradecer al presidente Fernando De la Rúa y para regalarle pan cocido en sus panaderías escolares.” “El presidente De la Rúa reparte el pan que le obsequiaron los chicos de dos escuelas de La Boca luego de haberlo hecho bendecir por un rabino.” (Pie de foto)</p>	La Nación	Informativo	Material visual
<p>3. “De la Rúa con muy buena imagen” (Título) “Los datos surgen de una encuesta de Gallup cuyo trabajo finalizó el 2 del actual, posterior a la definición del gabinete, a la asunción de De la Rúa y, obviamente, al estadillo de la crisis de Corrientes.” “La lista de cuestiones en las que la gente ve más competente a De la Rúa sigue con la protección de la libertad de expresión, el mejoramiento de la educación y de la asistencia social, la relación con la Iglesia y la lucha contra la delincuencia.” “El 17% tiene una opinión regular del Presidente, mientras que el 4% tiene una imagen negativa.”</p>	La Nación	Informativo	Objetividad/G eneralidad
<p>4. “De la Rúa apunta a la seguridad y la corrupción” (Título) “Fernando De la Rúa revisó ayer los proyectos que a partir de mañana enviará al Congreso para que sean tratados en sesiones extraordinarias.” “El Presidente trabajó en su casa: conversó telefónicamente con el Ministro del Interior Federico Storani acerca de las iniciativas sobre seguridad, y a las siete de la tarde recibió al Ministro de Economía José Luis Machinea.” “Las iniciativas presentadas proponen la reducción de penas y la protección especial para los delincuentes que colaboren con la</p>	Clarín	informativo	Importancia Generalidad Personas involucradas

<p>justicia.”</p> <p>“PAMI. De la Rúa anunció que será intervenido para librarlo del desatino y de la corrupción.”</p>			
<p>5. “De la Rúa asume sin el presupuesto” (Título)</p> <p>“La agenda (...) posteriormente, se leerá el acta de resolución que consagrará al presidente y al vicepresidente de la Nación, y De la Rúa pronunciará su discurso, de menos de media hora, según se calculaba anoche en el Hotel Panamericano, donde era redactado.”</p> <p>“Para las 8.30 está prevista la apertura de la Asamblea Legislativa, que encabezarán el todavía presidente del Senado Carlos Ruckauf; el presidente provisional del Senado José Genoud, y el titular de la Cámara de Diputados Rafael Pascual.”</p> <p>“El día terminará en el Teatro Colón, donde a las 20.30 comenzará la tradicional función de gala.”</p> <p>“La Alianza espera que el trayecto sea animado por los aplausos y gritos de una multitud espontánea. Raúl Alfonsín convocó ayer a ‘todos los compatriotas’ a esperar la llegada de los autos en la Plaza de Mayo (...) La convocatoria es a las 9.30”</p>	<p>La Nación</p>	<p>Reportaje</p>	<p>Personas involucradas generalidad material vis.</p>
<p>6. “De la Rúa asume sin que le aprueben el presupuesto” (Título)</p> <p>“La Alianza y el PJ no se pusieron finalmente de acuerdo y el año parlamentario finalizó ayer sin que se cumpla un deseo de Fernando de la Rúa: comenzar su mandato con las leyes que regirán la economía el próximo año, el Presupuesto y el paquete impositivo”</p> <p>“El jefe del bloque de diputados justicialistas, Humberto Roggero, anticipó ayer que en su Cámara ellos no pondrán obstáculos y facilitarán conseguir los dos tercios de los votos necesarios para tratarlos el miércoles. El conjunto comprende: el Presupuesto del año 2000; el pacto fiscal federal suscripto con la mayoría de los gobernadores; y el paquete impositivo.”</p>	<p>Clarín</p>	<p>Informativo</p>	<p>importancia/o bjetividad</p>
<p>7. “De la Rúa se comprometió a defender la libertad de prensa” (Título)</p> <p>“Elabora un proyecto para aprobar por decreto la desregulación en la venta de diarios”</p> <p>“El presidente Fernando de la Rúa recibió ayer en la Casa de Gobierno a una numerosa comitiva de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), que le expresó que ‘el tema principal para la entidad es la libertad de prensa’ y que ‘no puede haber una debida circulación de periódicos si no se facilitan los canales de distribución.’”</p> <p>“Tras reafirmar que ‘una mayor y más amplia distribución de los medios en todas partes, contribuirá a la libertad de prensa y al derecho de los ciudadanos a informarse’, el Presidente sostuvo que ‘la responsabilidad social de la empresa periodística no se agota en informar y entretener’, y que deben ‘contribuir al afianzamiento de los valores éticos fundamentales.’”</p>	<p>La Nación</p>	<p>Informativo</p>	<p>Importancia/m aterial visual</p>

<p>“De la Rúa saluda a Ignacio, en el Salón Blanco de la Casa de Gobierno.” (Pie de foto)</p>			
<p>8. “Discurso realista del presidente” (Título) “El discurso pronunciado por el presidente Fernando De la Rúa ante el congreso tiene el doble valor de trazar un cuadro realista de la situación existente y de formular compromisos claros de gobierno sobre temas que preocupan hondamente a la ciudadanía.” “PAMI. Es este un compromiso de suma importancia porque la falta de transparencia y las distorsiones en la administración se convirtieron en temas de fuerte preocupación entre la población y la expectativa de un cambio en la forma de gestión pública ha sido una de las motivaciones de quienes votaron a la Alianza y también a otras fuerzas políticas.”</p>	<p>Clarín</p>	<p>Artículo de opinión</p>	<p>Generalidad</p>
<p>9. “De la Rúa asume la Presidencia.” (Título) “De la Rúa y Carlos ‘Chacho’ Alvarez jurarán como presidente y vicepresidente a las 9.30 ante la Asamblea Legislativa. Luego, el Presidente pronunciará su discurso a la Nación.” “De la Rúa asumirá el gobierno con dificultades financieras y políticas, como lo demuestra el fracaso del primer objetivo que se había fijado para la transición, la aprobación del presupuesto.” “La norma permitirá que, por la tarde, asuman los diez ministros del nuevo gobierno. Dos de ellos estarán al frente de carteras recién creadas.”</p>	<p>La Nación</p>	<p>Informativo</p>	<p>Importancia/Generalidad</p>
<p>10. “De la Rúa llega hoy con la promesa del cambio” (Título) “En el otro sector de la Argentina conviven casi 14 millones de pobres; 2 millones de desocupados; hospitales insuficientes y mal equipados; escuelas rancho y despachos judiciales atestados de expedientes cosidos a mano. Es la Argentina insegura, plagada de robos a mano armada y asesinatos. El país endeudado en 140.000 millones; con un déficit que -según quien lo calcule- varía entre los 5.000 y los 10.000 millones; y una evasión impositiva que supera los 30.000 millones anuales, si se considera la de los aportes previsionales. Ese es el cuadro con el que asume De la Rúa. Y es el que el nuevo presidente prometió cambiar durante su campaña electoral. Por eso obtuvo más de 9 millones de votos junto a Carlos Chacho Alvarez, el 48,5 por cientos de los votos argentinos.” “A las 9.00, De la Rúa y Alvarez jurarán ante senadores y diputados en la Asamblea Legislativa. Una hora después, el presidente y el vice viajarán a bordo del tradicional Cadillac convertible y descapotado por la avenida de Mayo, para saludar a la gente y llegar a la Casa Rosada. Allí, a las 11.00, De la Rúa recibirá de Menem la banda y el bastón presidencial, en el momento más emotivo del traspaso de mando. Al mediodía y acompañados por sus esposas -Inés Pertiné y Liliana Chernajowsky-, ambos recibirán los saludos de presidentes y diplomáticos extranjeros en el Palacio San Martín.”</p>	<p>Clarín</p>	<p>Artículo de opinión</p>	<p>Importancia/objectividad/generalidad</p>

<p>11. “Renunció el presidente De la Rúa” (Título) “Ante la negativa del PJ a conformar un gobierno de unidad nacional, Fernando de la Rúa dimitió a la primera magistratura.” Mañana a las 11 se reúne la Asamblea Legislativa que tendrá que aceptar la renuncia de De la Rúa (...) “El Congreso, protagonista central en el desenlace del Gobierno, será mañana a partir de las 11 el ámbito en el cual la Asamblea Legislativa aceptará la renuncia del Presidente Fernando De la Rúa.” “18.40 Renunció el presidente De la Rúa Pasadas las 18.30, Fernando De la Rúa terminó de redactar en la Casa Rosada su renuncia al cargo de Presidente de la Nación, que le presentará en horas al Congreso Nacional.” “Estuvieron junto a De la Rúa en el momento de la renuncia el Jefe de Gabinete Chrystian Colombo, (...)” “Los hechos de violencia continúan en esta Capital y en las provincias, recrudecidos por la represión policial, que ya cobraron la muerte de 20 víctimas mortales, todos ellos civiles. “Frente a esta situación la constitución indica lo siguiente: Artículo 88: (...)” “El presidente argentino, durante el discurso que se transmitió esta tarde.” (Pie de foto)</p>	<p>La Nación</p>	<p>Reportaje</p>	<p>Material vis. Importancia Generalidad Objetividad Personas inv.</p>
<p>12. “De la Rúa renunció cercado por la crisis y sin respaldo político” (Título) “Siete minutos más tarde, el Presidente que ya había dejado de serlo, subió a un helicóptero y dejó definitivamente el poder.” “En medio de las especulaciones políticas, atrás quedó una nueva jornada de miedo. Al igual que el miércoles, ayer se produjeron saqueos a supermercados en todo el país. (...)” “A esa hora, casi las siete de la tarde, la violencia crecía en las calles argentinas y las centrales sindicales daban comienzo a un paro por “tiempo indeterminado” que agigantaba la incapacidad del Gobierno para resolver la crisis.”</p>	<p>Clarín</p>	<p>Reportaje</p>	<p>Generalidad Importancia Objetividad</p>

**15.2 DESCRIPCIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS
DISCURSIVO**

VARIABLE: Construcción discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa						
DIMENSIONES						
MECANISMOS ENUNCIATIVOS						
UNIDADES DE REGISTRO	COMUNICACIÓN VERBAL		COMUNICACIÓN NO VERBAL			ELEMENTOS PARA VERBALES
	REPETICIONES	FORMA DE DIRIGIRSE A LA AUDIENCIA	AUMENTOS DE TONO	ENUMERACIONES CON LA MANO Y GESTICULACIONES PARTICULARES	VESTIMENTA	TONO DE LA VOZ
1. Video Spot: "Dicen que soy aburrido"	No se registran	Indirecta	Se registran constantemente	No se registran	Traje formal	Moderado a grave
2. Video Spot: "Somos Más"	Hace énfasis en el concepto de cambio	"Queridos argentinos"	Se registran constantemente	No se registran	Traje formal	Moderado a grave
3. Mensaje Dr. Fernando De la Rúa – Junio 2000	No se registran	Indirecta	No se registran	Se registran gesticulaciones constantes con la mano, pero no en forma de enumeración	Traje formal	Moderado
4. De la Rúa: Mensaje al país por Cadena Nacional 11/2001	No se registran	Se dirige de manera inclusiva con un "nosotros"	Se registran con menos frecuencia	Se registran gesticulaciones con la mano al igual que en el discurso anterior. Lectura del discurso	Traje formal	Moderado
5. De la Rúa: Declaración del Estado de Sitio 12/2001	No se registran	Compatriotas	Se registran	Señalización con el dedo de la mano. Mirada constante a la cámara.	Traje formal	Moderado
6. Fernando De la Rúa: "Discurso de Asunción ante la Asamblea Legislativa" 12/1999	No se registran	"Honorable Asamblea"	Se registran	No se registran enumeraciones con la mano. Lectura del discurso. Mirada constante al público presente. Saludo con la cabeza.	Traje formal	Moderado a grave

VARIABLE: <i>Construcción discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa</i>				
DIMENSIONES				
TIPOLOGÍA DEL MENSAJE				
UNIDADES DE REGISTRO	TIPO DE MENSAJE	ESTILO DEL MENSAJE	PROPUESTA POLITICA	TIPO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA
1. Video Spot: "Dicen que soy aburrido"	Apelativo/informativo	Mixto	No se registra (mensaje genérico)	De Campaña
2. Video Spot: "Somos Más"	Apelativo/informativo	Mixto	Trabajo Crecimiento Dignidad	De Campaña
3. Mensaje Dr. Fernando De la Rúa Junio 2000	Explicativo/informativo y de opinión	Racional	Reformas estructurales y programas de desarrollo	De Gobierno
4. De la Rúa: Mensaje al país por Cadena Nacional 11/2001	Explicativo/informativo	Racional	No se registra (mensaje genérico)	De Gobierno
5. De la Rúa: Declaración del Estado de Sitio 12/2001	Explicativo/informativo, apelativo y argumentativo	Racional	No se registra	De Gobierno
6. Fernando De la Rúa: "Discurso de Asunción ante la Asamblea Legislativa" 12/1999	Explicativo/informativo	Racional	Trabajo Crecimiento Igualdad Justicia	De Gobierno

15.3 RECORTE DEL CORPUS

A. Artículos de prensa Diario Clarín

Artículo N° 1

[Clarín.com](#) » [Edición Miércoles 12.07.2000](#) » [Política](#) »

ASISTENCIA ALIMENTARIA Y DE SALUD

El Gobierno puso en marcha dos nuevos programas sociales

Lo anunció ayer el propio De la Rúa

- Los nuevos planes no implican, en realidad, un incremento de recursos sino el reordenamiento de los ya existentes
- Estiman que lograrán así incrementar la ayuda social

MARIANA GARCÍA

El presidente Fernando de la Rúa puso en marcha ayer **dos programas sociales**: el plan materno infantil y el programa "Unidos" de asistencia alimentaria. En rigor, ambos planes no implican más que un **reordenamiento** de los fondos y recursos que ya existen.

El anuncio tuvo cierto tono épico. En el Salón Blanco de la Casa de Gobierno, el Presidente hizo bendecir un pan casero de la fundación "Felices los niños", y luego lo repartió entre sus funcionarios.

De acuerdo a lo que precisaron voceros de los ministerios de Desarrollo Social y Salud —a cargo de esos planes— los programas **no suponen un aumento del dinero** que el Gobierno destina a la ayuda social.

El programa "Unidos", a cargo del Ministerio de Desarrollo Social, que dirige Graciela Fernández Meijide, significa la **fusión** de los dos planes alimentarios

actuales, Prani y Asoma, destinados a niños de 2 a 5 años y a adultos de más de 60, con ingresos inferiores a la jubilación mínima. El Ministerio tiene previsto un ahorro de **más del 20 por ciento** en los gastos que esos planes demandaban para su implementación. Con ese nuevo margen **intentarán mejorar el reparto**.

Con la fusión, según explicó a **Clarín** el secretario de Políticas Sociales, Eduardo Bustelo, el Ministerio busca aumentar la asistencia **de las actuales 500 mil familias a unas 750 mil**. Además, la ayuda alimentaria —que se realiza a través de la entrega de cajas de comida— **se hará mensualmente**, en lugar de cada dos meses como sucedía hasta ahora.

En el caso del plan materno infantil, de acuerdo con lo que explicó su coordinador, Pablo Vinocur, no habrá ni nuevos beneficiarios ni más dinero que los 30 millones actuales y los 20 que aporta el Banco Mundial. En palabras de Vinocur: "Los beneficiarios seguirán siendo todas las embarazadas y niños que nacen en el país".

Según precisó el funcionario, lo nuevo del programa es "un nuevo marco conceptual" en la forma en que el Gobierno brinda la cobertura de salud: que sea el Estado el que **se acerque a las mujeres embarazadas** y no esperar a que sean ellas las que busquen la ayuda. Y agregó que este nuevo enfoque es la herramienta con que el Gobierno piensa dar una solución al problema de los 13 mil niños menores de un año que mueren anualmente en la Argentina, **uno cada cuarenta minutos**.

El programa materno infantil, señaló Vinocur, todavía requiere que las provincias elaboren su propio plan, determinando las necesidades locales.

Después del malhumor que generó el ajuste lanzado a fines de mayo, el Gobierno busca la forma de anunciar medidas más gratas. Pero sus intenciones parecen ir a contramano de los números. Por caso, el Ministerio de Economía se negó a que el programa "Unidos" apareciera en el decreto presidencial que lo puso en marcha como "**programa protegido**". Ese rótulo es el que lo pone a salvo de los vaivenes de las cuentas del Estado.

Todavía queda pendiente la suerte que tendrá el Plan de Inversión Social, a cargo del ministro de Trabajo, Alberto Flamarique, y monitoreado por el vicepresidente

Carlos Alvarez. Ese plan, destinado a crear trabajo para 400 mil jefes de familia **quedó paralizado** hasta tanto no se conozcan los números del Presupuesto del año próximo (ver **páginas 18 y 19**). Fuentes del Gobierno resumieron en dos palabras el estado del plan con que Alvarez tenía pensado hacer su irrupción en el terreno social: "**Está muerto**", dijeron.

Las demoras también parecen salpicar el otro programa en danza: el de Lucha Integral de la Pobreza, dirigido por Meijide con la participación de los ministerios de Salud y Educación. El programa, destinado a llevar ayuda a los tres millones de indigentes que viven en el país —familias cuyo ingreso no supera los 67 pesos por mes—, debía entrar en funcionamiento en junio a través de planes piloto en distintas localidades del interior.

Artículo N° 2

[Clarín.com](#) » [Edición Domingo 12.12.1999](#) » [Política](#) »

NUEVO GOBIERNO: PRIMERAS INICIATIVAS DEL NUEVO PRESIDENTE **De la Rúa apunta a la seguridad y la corrupción**

Decidió convocar a sesiones extraordinarias del Congreso. Quiere que traten tres leyes contra el delito. Además, apurará la creación de la Oficina Anticorrupción y la intervención del PAMI

En su primer día de trabajo como presidente de la Nación, Fernando de la Rúa revisó ayer los proyectos que a partir de mañana enviará al Congreso para que sean tratados en sesiones extraordinarias, antes de fin de año. La ley del arrepentido, la ley contra el lavado de dinero y el endurecimiento de las penas para los delitos cometidos con armas de fuego son las primeras iniciativas vinculadas a la seguridad que De la Rúa quiere que el Parlamento convierta en ley. Así, el tema de la seguridad -presente durante toda la campaña electoral- se agrega a los tres proyectos económicos que el Gobierno enviará a extraordinarias para su tratamiento: el Presupuesto para el año 2000, la reforma impositiva y el compromiso federal entre la Nación y las provincias. Los otros temas que ocuparon al flamante Presidente son las iniciativas que lanzará el Gobierno durante la semana: entre ellos, la intervención del PAMI y la creación de la Oficina Anticorrupción, en la órbita del Ministerio de Justicia. Además de poner a punto estas iniciativas, De la Rúa siguió cumpliendo ayer con la zaga de encuentros protocolares que comenzaron con su asunción. Poco después de las nueve de la mañana, con la banda cruzada y el bastón presidencial en su mano izquierda, se paró en el Salón Blanco acompañado por el vicepresidente, Carlos Chacho Álvarez, para estrechar la mano de más de 200 personas, entre flamantes funcionarios, autoridades judiciales y religiosas, dirigentes partidarios y amigos. De allí partió al tedeum en la Catedral Metropolitana. Y ya cerca del mediodía, fue hasta la plaza San Martín para depositar una ofrenda floral en el monumento a los

caídos en la guerra de Malvinas. Después de una siesta, el Presidente trabajó en su casa: conversó telefónicamente con el ministro del Interior, Federico Storani, acerca de las iniciativas sobre seguridad, y a las siete de la tarde recibió al ministro de Economía, José Luis Machinea. Además de ser uno de los temas de la campaña, la seguridad también ocupó un lugar en el discurso de De la Rúa de anteayer frente a la Asamblea Legislativa: LAVADO DE DINERO. Entre las tareas pendientes del Congreso, De la Rúa mencionó en su discurso esta ley. La iniciativa tiene media sanción de Diputados, pero su tratamiento adquirió actualidad en las últimas semanas, después de que Estados Unidos presionó por el tema. La presión se produjo luego de que se hizo pública una investigación sobre una supuesta ramificación argentina del Cartel de Juárez, que opera en México. LEY DEL ARREPENTIDO. De la Rúa también pidió la sanción de este proyecto para esclarecer los casos de atentados terroristas. Las iniciativas presentadas proponen la reducción de penas y la protección especial para los delincuentes que colaboren con la Justicia. Sus defensores sostienen que es la única arma capaz de desarticular las organizaciones terroristas. PENAS MAS DURAS. El aumento de las penas para los delitos cometidos con armas de fuego ya fue apoyado por De la Rúa cuando era candidato a presidente. En el Congreso hay más de media docena de proyectos, pero ninguno fue tratado en el recinto. El nuevo gobierno quiere impulsar uno de ellos, que aumenta en un tercio las penas posibles para todos los delitos que se cometan de este modo. La modificación se haría cambiando el articulado del Código Penal, especificando el uso de armas de fuego como agravante. El proyecto fue redactado por el radical José Caferata Nores y las frepasistas Nilda Garré y Diana Conti. En noviembre pasado, la Alianza y el PJ decidieron impulsar ese texto, pero aún no fue tratado. El llamado a extraordinarias se agregará a otras medidas con peso propio: OFICINA ANTICORRUPCION. De la Rúa dedicó varios párrafos de su mensaje del viernes ante el Congreso al tema de la corrupción: Quienes se hayan apartado o se aparten de normas elementales de moralidad serán sometidos a los jueces de la Nación, fue uno de ellos. Por eso, el ministro de Justicia, Ricardo Gil Lavedra, trabaja contra reloj para tener lista esta semana la Oficina Anticorrupción, incluida

en la nueva Ley de Ministerios. Va a tener las mismas funciones que la Fiscalía Nacional de Investigaciones Administrativas, y va a absorber la oficina de Ética Pública. Este nuevo organismo tendrá funciones de prevención y control, explicó Gil Lavedra. El candidato más firme a ocupar esa cartera sigue siendo Jorge Torlasco, uno de los miembros de la Cámara Federal que juzgó a las juntas militares. PAMI. De la Rúa anunció que será intervenido para librarlo del desatino y de la corrupción. La intervención se producirá a principios de esta semana. Queda por definir si Cecilia Felgueras, secretaria de Acción Social, será quien la encabece.

Artículo N° 3

[Clarín.com](#) >> [Edición Viernes 10.12.1999](#) >> [Economía](#).

LA ECONOMÍA QUE VIENE: DIPUTADOS VUELVE A SESIONAR RECIÉN EL MIÉRCOLES

De la Rúa asume sin que le aprueben el Presupuesto

CLAUDIO ANDRAD

La Alianza y el PJ no se pusieron finalmente de acuerdo y el año parlamentario finalizó ayer sin que se cumpla un deseo de Fernando de la Rúa: comenzar su mandato con las leyes que regirán la economía el próximo año, el Presupuesto y el paquete impositivo. Sólo queda ahora que él mismo, como presidente de la Nación, convoque de inmediato a sesiones extraordinarias y se trabaje aceleradamente, especialmente en Diputados, -donde los aliancistas son desde hoy la primera minoría-, para que el conjunto de medidas tenga en esa cámara media sanción el miércoles próximo. Luego deberá pasar al Senado, donde hay mayoría justicialista, por lo que costará más convencer a sus integrantes. El jefe del bloque de diputados justicialistas, Humberto Roggero, anticipó ayer que en su Cámara ellos no pondrán obstáculos y facilitarán conseguir los dos tercios de los votos necesarios para tratarlos el miércoles. El conjunto comprende: el Presupuesto del año 2000; el pacto fiscal federal suscripto con la mayoría de los gobernadores; y el paquete impositivo. Este punto será el más conflictivo, aun cuando la Alianza confía reunir la mayoría simple de votos que le hará falta para aprobarlo. Pero no será fácil. Ayer, el PJ estaba dispuesto a tratar el Presupuesto y el pacto fiscal. Pero se negó a considerar el aumento de impuestos: No queremos tratarlo hoy, pero sí lo haremos la semana próxima, cuando sepamos punto por punto qué quieren hacer, reiteró Roggero. Lo dijo en una conferencia de prensa a las 14, después que 107 justicialistas estuvieran sentados dos horas en sus bancas, esperando que la Alianza bajara y contribuyera con el número a dar

quórum para sesionar. La Alianza exigía que se trataran los tres temas y no sólo el Presupuesto y el pacto federal. Por la Alianza, negociaron Darío Alessandro, jefe del boque que conforma la UCR y el Frepaso, José Gabriel Dumon y Juan Carlos Passo. Los escuchaba el hasta ayer presidente de la Comisión de Presupuesto y Hacienda, Oscar Lamberto: mandaron pedir una copia del proyecto de reforma impositiva. Pero Lamberto puso trabas por la ausencia de dos páginas en el proyecto presentado que se habrían retirado de mesa de entradas para efectuar modificaciones. Ahora, con la incorporación de los nuevos 130 diputados se caen todos los dictámenes, incluido el que tenía el Presupuesto. Hará falta reintroducir los proyectos y otro dictamen en comisión. Esto obliga a designar inmediatamente a los nuevos integrantes de Presupuesto y Hacienda, que funcionará bajo la batuta del radical Raúl Baglini.

Artículo N° 4

[Clarín.com](#) » [Edición Domingo 12.12.1999](#) » [Opinión](#) »

EDITORIAL

Discurso realista del Presidente

El discurso pronunciado por el presidente Fernando de la Rúa ante el Congreso tiene el doble valor de trazar un cuadro realista de la situación existente y de formular compromisos claros de gobierno sobre temas que preocupan hondamente a la ciudadanía. En el período de transición entre las elecciones y la asunción del mando, quienes iban a convertirse en funcionarios del actual gobierno encontraron que las cuentas fiscales presentaban desequilibrios mayores que los que oficialmente se admitían. Además, los legisladores del Partido Justicialista no aceptaron aprobar el Presupuesto para el año que viene. De este modo, el nuevo gobierno se encuentra con una delicada situación fiscal y sin el instrumento fundamental de política económica. Ante este cuadro, el presidente Fernando de la Rúa, en lugar de realizar un discurso de contenido más general, eligió exponer con claridad los problemas con que deberá lidiar su gobierno y explicitar un pedido de esfuerzo a quienes en definitiva cargarán con el peso del ajuste fiscal. El Presidente, de esta forma, asumió una actitud clara y realista que debe formar parte de ésta y de cualquier otra administración. De la Rúa afirmó también que quienes se hayan apartado o se aparten de las normas de moralidad que corresponden a los funcionarios serán sometidos al imperio de los jueces. Además se refirió expresamente al propósito de eliminar la corrupción del PAMI. Es éste un compromiso de suma importancia porque la falta de transparencia y las distorsiones en la administración se convirtieron en temas de fuerte preocupación entre la población y la expectativa de un cambio en la forma de gestión pública ha sido uno de las motivaciones de quienes votaron a la Alianza y también a otras fuerzas políticas. Una encuesta de opinión publicada por este diario en su edición de ayer muestra que el Gobierno inicia su gestión gozando de una imagen positiva en una proporción elevada de la población y con un alto porcentaje de opiniones

de que la corrupción y la desocupación disminuirán. Se trata de un estado de la opinión pública que, en parte, era esperable. Pero no puede desmerecerse el hecho de que los altos porcentajes de opiniones positivas se mantuvieron a pesar del duro proyecto impositivo anunciado. El Gobierno se inicia, en suma, con un sostén apreciable que deberá consolidar y mantener con una administración racional y libre de sospechas y con la aplicación productiva de los recursos que aporten los contribuyentes.

Artículo N° 5

[Clarín.com](#) >> [Edición Viernes 10.12.1999](#) >> [Política](#).

NUEVO GOBIERNO: EL TRASPASO PRESIDENCIAL, TRAS DIEZ AÑOS DE MENEMISMO

De la Rúa llega hoy con la promesa del cambio

Jura ante el Parlamento y Menem le entrega el poder en la Casa Rosada. Recibe un país sin inflación, pero con alto déficit y desempleo. Dos príncipes y varios presidentes, en los festejos

FERNANDO GONZALEZ

Veinte días antes del final del siglo, la democracia argentina quema otra etapa en su consolidación. En 1983 el país volvió a recuperar sus instituciones republicanas, tras una dictadura militar de siete años. En 1989 registró el traspaso de mando entre dos presidentes civiles. Y hoy, cuando el justicialista Carlos Menem le pase el bastón y la banda presidencial al aliancista Fernando de la Rúa, se logrará otro hecho inédito. Que un presidente peronista le entregue el poder a un sucesor de diferente signo político. Todos estos hechos auspiciosos, sin embargo, no podrán ocultar las dificultades que atraviesa el país que hoy deja de presidir Menem y pasa a gobernar De la Rúa. La gran transformación económica que marcó a la Argentina durante estos diez años de gestión menemista arroja cifras que ilustran dos realidades diferentes. Un país sin inflación, con autopistas modernas; luz, gas y agua provistos por prósperas empresas multinacionales; telefonía de línea y celular de última generación y sistemas de jubilación privada. Pero ese panorama es el que vive solo una parte de los 35 millones de argentinos que -se estima- integran la población del país. En el otro sector de la Argentina conviven casi 14 millones de pobres; 2 millones de desocupados; hospitales insuficientes y mal equipados; escuelas rancho y despachos judiciales atestados

de expedientes cosidos a mano. Es la Argentina insegura, plagada de robos a mano armada y asesinatos. El país endeudado en 140.000 millones; con un déficit que -según quien lo calcule- varía entre los 5.000 y los 10.000 millones; y una evasión impositiva que supera los 30.000 millones anuales, si se considera la de los aportes previsionales. Ese es el cuadro con el que asume De la Rúa. Y es el que el nuevo presidente prometió cambiar durante su campaña electoral. Por eso obtuvo más de 9 millones de votos junto a Carlos Chacho Álvarez, el 48,5 por ciento de los votos argentinos. Para llegar a la presidencia De la Rúa transitó cuarenta años de carrera política en la que fue senador, diputado nacional y jefe del Gobierno porteño. En 1997 se conformó la Alianza, una coalición de partidos liderada por la Unión Cívica Radical y el Frepaso, que se presentó como fenómeno renovador de la política e impulsó la candidatura de este abogado cordobés. Como contraste al estilo provocador y exhibicionista del menemismo, De la Rúa impuso la imagen que se supo crear, de hombre austero y moderado. Instaló la promesa de cambio con transparencia en el centro de su discurso político y, tras ganar las elecciones presidenciales del 24 de octubre, diseñó al amparo de una discreción casi obsesiva un gabinete con dirigentes de su confianza y la sorpresa de cuatro economistas para diez ministerios. Con Menem se retira un estilo muy personal de hacer política. Una gestión que se inició a principios de los 90 con invocaciones folclóricas y promesas que mezclaban nacionalismo y menciones a un futuro salarizado. Enseguida vino el descalabro económico y el rápido cambio hacia una economía de libre mercado, que encarnaron apellidos tan lejanos al peronismo como Bunge & Born, Alsogaray y Cavallo. Menem consiguió estabilizar así los indicadores económicos y una meseta de crecimiento económico que le permitió ser reelecto por amplio margen en las elecciones presidenciales de 1995. Para eso necesitó reformar la Constitución Nacional, hecho que facilitó la UCR mediante el pacto de Olivos que Menem selló con su antecesor, Raúl Alfonsín. La segunda presidencia de Menem no tuvo el éxito de la primera. Cavallo se fue del gobierno en 1996 y con ello el menemismo perdió fuerza y ganó un adversario que llegó a hablar de mafias enquistadas en el Gobierno. Las denuncias por casos de corrupción, el centenar

de funcionarios procesados en la Justicia y la sensación de impunidad que produjo el asesinato del fotógrafo José Luis Cabezas en enero de 1997 llevaron a su índice más bajo de credibilidad a Menem y a su gestión. La derrota en las elecciones legislativas de ese año prenunció la derrota de Eduardo Duhalde, el candidato oficialista en los comicios presidenciales. Pero todo eso pasará a ser historia a partir de hoy. A las 9.00, De la Rúa y Alvarez jurarán ante senadores y diputados en la Asamblea Legislativa. Una hora después, el presidente y el vice viajarán a bordo del tradicional Cadillac convertible y descapotado por la avenida de Mayo, para saludar a la gente y llegar a la Casa Rosada. Allí, a las 11.00, De la Rúa recibirá de Menem la banda y el bastón presidencial, en el momento más emotivo del traspaso de mando. Al mediodía y acompañados por sus esposas - Inés Pertiné y Liliana Chernajowsky-, ambos recibirán los saludos de presidentes y diplomáticos extranjeros en el Palacio San Martín. Dos príncipes, el español Felipe de Asturias y el británico Andrés, estarán presentes en la fiesta. También estará el presidente brasileño Fernando Henrique Cardoso, el venezolano Hugo Chávez y el colombiano Andrés Pastrana. A las seis de la tarde, en la Rosada, jurarán los ministros de De la Rúa. Y dos horas después comenzará la velada de gala en el Teatro Colón. Ese será el final de la primera jornada con Fernando De la Rúa como nuevo presidente de todos los argentinos.

Artículo N° 6

[Clarín.com](#) » [Edición Viernes 21.12.2001](#) » [Política](#) »

LA RENUNCIA DEL PRESIDENTE: EL JEFE DE ESTADO SE FUE, TRAS 740 DIAS DE GESTION

De la Rúa renunció, cercado por la crisis y sin respaldo político

Lo arrinconó el estallido social, que ya causó 25 muertos. E intentó un acuerdo de unidad nacional que la oposición rechazó. Hoy lo reemplazará Puerta y el peronismo define la sucesión.

Fernando González. DE LA REDACCION DE CLARIN.

La renuncia de Fernando de la Rúa no sorprendió a nadie. Por el contrario, la salida anticipada del Presidente trajo algo de alivio a una sociedad angustiada por **el estallido social que produjo 25 muertos y más de 400 heridos**, víctimas de la crisis económica que ha puesto a la Argentina al borde de la cesación de pagos y en el centro de la atención mundial.

Por eso, a las 19.45 de ayer, cuando la violencia callejera y la represión policial alcanzaban su punto más salvaje en la Plaza de Mayo, el texto con la renuncia del Presidente fue distribuido entre los periodistas de la Casa Rosada. **Nadie lo festejó.** Ni siquiera los manifestantes que reclamaban el alejamiento de De la Rúa en la zona céntrica de Buenos Aires. El estruendo de las balas y de las sirenas logró que por allí apenas algunos pocos se enteraran.

Siete minutos más tarde, el Presidente que ya había dejado de serlo subió a un helicóptero y dejó definitivamente el poder. Lo acompañaba su edecán, Gustavo Giacosa. Lo saludaban con la mano el canciller, Adalberto Rodríguez Giavarini, y el ministro de Turismo, Hernán Lombardi, quien no podía disimular una lágrima. El viento que cruzaba el helipuerto despeinaba el pelo escaso de De la Rúa. El 15 de setiembre cumplió 64 años.

Hoy habrá una Asamblea Legislativa a las 11 de la mañana que aceptará la renuncia del Presidente. **El presidente provisional del Senado, el misionero**

Ramón Puerta, se hará cargo formalmente del poder y luego dará paso a que el reemplazante de De la Rúa surja de la compleja situación interna que atraviesa el peronismo.

El Congreso tiene 48 horas para decidir quién será el próximo presidente de la Argentina. La decisión saldrá del acuerdo al que llegue el Partido Justicialista, que controla el Senado y la Cámara de Diputados desde el 14 de octubre. No será fácil. **Tanto Puerta como el ex gobernador bonaerense Eduardo Duhalde, aparecen como los más interesados en reemplazar a De la Rúa**, pero pedirán quedar hasta completar el mandato, a fines del 2003.

En cambio, los gobernadores peronistas de las provincias más grandes —el bonaerense Carlos Ruckauf, el cordobés José Manuel de la Sota y el santafesino Carlos Reutemann— preferirían que el PJ y la UCR armen un gobierno de coalición por un lapso breve (podrían ser dos o tres meses), para llamar luego a **elecciones presidenciales anticipadas**. Todos ellos, claro está, tienen intenciones de ser candidatos a presidente lo más pronto posible

El nuevo Gobierno deberá enfrentar un gravísimo cuadro económico y social. **La primera medida que deberá tomar, según lo prefieren la mayoría de los dirigentes peronistas, será una devaluación que deteriorará aún más a los argentinos**. Hoy, por lo pronto, habrá feriado cambiario.

En medio de las especulaciones políticas, atrás quedó una nueva jornada de miedo. Al igual que el miércoles, ayer se produjeron saqueos a supermercados en todo el país. La variedad de ataques incluyó cuatro camionetas quemadas y **5 muertos en la Capital Federal** y robos masivos en un local de la cadena de hamburguesas McDonald's. A la madrugada, desconocidos habían baleado la casa del ex vicepresidente Carlos "Chacho" Alvarez. Al atardecer, también hubo saña contra la sede del Comité Nacional de la UCR.

Pero fue la represión policial la que empujó a De la Rúa de su cargo. A media mañana de ayer, **agentes de la Policía Montada se enfrentaron a un grupo de Madres de Plaza de Mayo**, en una imagen que recordó a la última dictadura militar.

Luego, los manifestantes espontáneos —que habían sido decisivos para precipitar anteayer la renuncia de Domingo Cavallo—, fueron perdiendo protagonismo a manos de militantes políticos con mayor gimnasia callejera. Entre estos últimos y la Policía se desató una batalla en las calles aledañas a la Plaza que fue creciendo en intensidad durante toda la tarde.

De la Rúa y sus ministros vieron esos combates por la televisión, sin tomar decisiones que pusieran fin a la violencia. Tal vez porque, para la tarde de ayer, el Presidente ya se había quedado sin poder. En definitiva, la debilidad política fue la característica básica de los 740 de su gestión.

Por eso, el Presidente ensayó ayer la última jugada para recomponer la situación de su Gobierno. A las cuatro de la tarde, pronunció un discurso por televisión en el que **volvió a convocar a la "unidad nacional" y le pidió al peronismo que ofreciera una respuesta** para armar un esquema de coalición que hiciera frente a la crisis.

La respuesta del PJ le llegó casi de inmediato. Puerta lo llamó por teléfono al jefe de Gabinete, Chrystian Colombo, y le dijo lo que todo el Gobierno ya esperaba.

—No, Chrystian... Me parece que ya es tarde para probar con algo así —fue la frase que ensayó Puerta para dar por terminado el juego. Al mediodía, los senadores y diputados del PJ le habían pedido al Presidente "un gesto de grandeza". Por si faltaba algo, el peronista Humberto Roggero salió por TV a negar también cualquier posibilidad de acuerdo con un gobierno que encabezara De la Rúa.

Esa fue la última señal que esperó el Presidente para comenzar a escribir su renuncia. Lo hizo junto a Colombo, Giavarini y el secretario de la Presidencia, Nicolás Gallo. Fue el canciller quien le sugirió que la escribiera de puño y letra.

En esos minutos tensos del final de la tarde, De la Rúa habló con el jefe del bloque radical de senadores, el chubutense Carlos Maestro. Los dos coincidieron en que ya no había otro camino que la renuncia. Y fue Maestro quien habló con la prensa un rato después dando el alerta sobre el desenlace que se aproximaba.

A esa hora, casi las siete de la tarde, la violencia crecía en las calles argentinas y las centrales sindicales daban comienzo a un paro "por tiempo indeterminado" que

agigantaba la incapacidad del Gobierno para resolver la crisis. El Presidente juntó entonces a sus ministros y les dijo lo que todos ya sabían: que renunciaba. **"Hice todos los esfuerzos; convoqué a la unidad nacional y no fui escuchado"**, se excusó.

Así terminó una gestión que comenzó con un De la Rúa votado masivamente hace dos años, como candidato de una Alianza que venció al PJ proponiendo justicia y trabajo, las dos demandas sociales más fuertes tras diez años de menemismo.

Pero **la popularidad del Presidente sólo duró seis meses**. A mediados del 2000 lanzó un impuestazo que golpeó a su base social —la clase media— y que profundizó la recesión que ya traía dos años. Después vinieron las crisis políticas, la renuncia de Chacho Alvarez; el incendio de Ricardo López Murphy en 15 días como ministro de Economía, y la era Cavallo, que se terminó ayer a la madrugada, con un cacerolazo que bajó de los mismos balcones que habían llevado a la Alianza al poder.

Entre los muchos misterios del poder que De la Rúa no entendió como presidente, el último fue el mensaje que llevaba ese cacerolazo nocturno: **no era Cavallo el único destinatario**. También a él le hizo saber la sociedad que su tiempo al frente de la Argentina había concluido.

Veinte horas después de la protesta, con la demora que caracterizó la mayor parte de su gestión, De la Rúa entendió el mensaje de los argentinos y renunció.

B. Artículos de prensa Diario La Nación

Artículo N° 1

lanacion.com | Política

Miércoles 12 de julio de 2000 | **Publicado en edición impresa**

Cuando De la Rúa multiplicó los panes

Hizo bendecir y repartió el producto artesanal obsequiado por un grupo de chicos.



El presidente De la Rúa reparte el pan que le obsequiaron los chicos de dos escuelas de La Boca luego de haberlo hecho bendecir por un rabino. Foto: DyN (Pie de foto)

Luego de la presentación de los programas sociales para atacar la pobreza y la mortalidad infantil, un grupo de alumnos de dos escuelas de La Boca y de la Fundación Felices los Niños, que dirige el padre Mario Grassi, se acercó a agradecer al presidente Fernando de la Rúa y para regalarle pan cocido en sus panaderías escolares.

De la Rúa, feliz con los regalos, dijo que "sin amor y solidaridad no hay democracia".

Luego, abrió uno de los paquetes de pan y le acercó un pedazo a su excelencia reverendísima de la Iglesia Ortodoxa de Antioquía, Kirilos Doumat, que lo observaba desde la primera fila.

Doumat, muy solemne, levantó la mano y bendijo el pan.

El Presidente empezó entonces a repartirlo entre decenas de invitados, como el gran rabino de la Argentina, Slomo Benhamu, el padre Grassi y hasta los ministros, que lo miraban sin creer lo que veían.

Ni lerdos ni perezosos, el ministro de Educación, Juan José Llach, y la secretaria del Consejo Nacional de la Mujer, Carmen Storani, se llenaron la boca de pan, que intentaron bajar con rápidos, cortos y rítmicos tragos de agua.

La escena bíblica no duró mucho tiempo, pero se produjo un profundo silencio que logró acallar a los siempre rumorosos alumnos, que miraban absortos los movimientos de la máxima autoridad de la República.

Gabinete, sin De la Rúa

La reunión de gabinete duró ayer sólo 40 minutos.

No estuvo el presidente De la Rúa ni el vicepresidente Carlos Alvarez que, según sus allegados se tomó el día porque no iba a tratarse en la reunión "ningún tema importante". Tampoco asistieron, por estar fuera del país el jefe de Gabinete de ministros, Rodolfo Terragno, por estos días en Alemania, y el canciller Adalberto Rodríguez Giavarini, que se encuentra en la reunión de la ONU en Nueva York.

Tal como lo establece la jerarquía, el ministro del Interior, Federico Storani, presidió la reunión.

El titular del Palacio de Hacienda, José Luis Machinea, confirmó ante sus pares que el desempleo superó en mayo el 15 por ciento y trepó al 15,2 por ciento. Según Machinea, la encuesta de mayo realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec) reveló que el desempleo creció 0,7 puntos con respecto al mismo año, cuando el desempleo era del 14,5 por ciento.

No sólo los ya nombrados estuvieron ausentes también faltaron Llach y Graciela Fernández Meijide, que estaban con el Presidente, y el ministro de Salud, Héctor Lombardo.

Artículo N° 2

lanacion.com | Política

Sábado 18 de diciembre de 1999 | **Publicado en edición impresa**

De la Rúa, con muy buena imagen

Los argentinos tienen mucha confianza en que el presidente Fernando de la Rúa podrá hacer frente a la mayoría de los problemas que se le presentarán durante su gestión. En los 18 temas medidos, los que confían mucho o bastante en que el dirigente aliancista será eficiente en la solución del problema superan a los que lo hacen poco o nada.

Los datos surgen de una encuesta de Gallup cuyo trabajo finalizó el 2 del actual, posterior a la definición del gabinete, a la asunción de De la Rúa y, obviamente, al estallido de la crisis de Corrientes. Para esa fecha tampoco se conocía el paquete impositivo que el Gobierno envió al Congreso.

El mayor crédito hacia la gestión del Presidente está puesto en su capacidad para "fortalecer la democracia". El 78% de los consultados tiene mucha o bastante confianza en que será eficiente en esta tarea.

La lista de cuestiones en las que la gente ve más competente a De la Rúa sigue con la protección de la libertad de expresión, el mejoramiento de la educación y de la asistencia social, la relación con la Iglesia y la lucha contra la delincuencia.

El sondeo de Gallup revela que el 75% de los consultados tiene una opinión muy buena o buena del flamante mandatario. Los que no opinan bien del dirigente radical son minoría: el 17% tiene una opinión regular del Presidente, mientras que el 4% tiene una imagen negativa. La imagen positiva del primer mandatario creció en casi 20 puntos desde octubre a la fecha de realización de la encuesta, realizada sobre 1250 casos en 17 localidades.

En el otro extremo está el problema de la deuda externa. Sólo el 48% de los consultados confía en que el Presidente pueda ser eficiente en la solución del tema.

Artículo N° 3

lanacion.com | Política

Viernes 10 de diciembre de 1999 | **Publicado en edición impresa**

La sucesión presidencial: Menem entrega hoy el gobierno al mandatario electo

De la Rúa asume sin el presupuesto

Otro fracaso en el Congreso, frente al traspaso del poder, adelanta una difícil convivencia con el PJ; juran los ministros.



Fernando de la Rúa asumirá hoy la presidencia de la Nación con el principal objetivo de la transición incumplido: la aprobación de las leyes del presupuesto y del paquete impositivo.

Ante la delicada situación económica que recibe, De la Rúa quería asegurarse con la sanción de esas normas un déficit de no más de 4500 millones de pesos para su primer año de gestión.

El fracaso en el Congreso adelanta las dificultades que tendrá en la convivencia política con el justicialismo, que conservará el control del Senado, al menos hasta el 2001, y de 14 provincias, durante todo su mandato, hasta el 2003.

Esa herencia y las perspectivas a futuro nutrirán el discurso de asunción que pronunciará el flamante presidente esta mañana, a las 8.30, en el recinto de la Cámara de Diputados.

En esas palabras trabajaba anoche, al cierre de esta edición, el futuro secretario general de la Presidencia y hermano del mandatario electo, Jorge de la Rúa.

En los últimos días, Fernando de la Rúa resolvió no incluir anuncios concretos en su discurso, como había pensado hasta los primeros días de esta semana. Los anuncios quedarán para los ministros. El se limitará a trazar los lineamientos políticos que tendrá su presidencia.

De la Rúa, quien ayer dejó a cargo del gobierno porteño a Enrique Olivera, comenzará hoy el cuarto período constitucional consecutivo desde la restauración democrática de 1983. Será, luego del mandato del radical Raúl Alfonsín y de los dos consecutivos del justicialista Carlos Menem, el tercer presidente de la democracia.

Con él llegará al poder una inusual alianza de fuerzas políticas, la del radicalismo y el Frepaso, sin experiencia de gobierno conjunto. Será la primera vez que la UCR, que encabezó otras cinco presidencias en este siglo, comparta el poder.

La agenda

Para las 8.30 está prevista la apertura de la Asamblea Legislativa, que encabezarán el todavía presidente del Senado, Carlos Ruckauf; el presidente provisional del Senado, José Genoud, y el titular de la Cámara de Diputados, Rafael Pascual.

De la Rúa y Carlos "Chacho" Álvarez, jefe del Frepaso y desde hoy vicepresidente, llegarán al Congreso poco después de las 9.

Posteriormente, se leerá el acta de resolución que consagrará al presidente y al vicepresidente de la Nación, y De la Rúa pronunciará su discurso, de menos de

media hora, según se calculaba anoche en el hotel Panamericano, donde era redactado.

Luego, subirá con su esposa, Inés Pertiné, al tradicional Cadillac negro descapotable de 1955 que los llevará por la Avenida de Mayo, en contramano, hasta la Casa Rosada. Álvarez irá detrás, en un Ford igualmente antiguo, con su mujer, Liliana Chiernajowsky.

La Alianza espera que el trayecto sea animado por los aplausos y gritos de una multitud espontánea. Raúl Alfonsín convocó ayer a "todos los compatriotas" a esperar la llegada de los autos en la Plaza de Mayo para "fundirse en una fiesta de la democracia" y emprender "el nuevo camino junto con Fernando de la Rúa y Carlos Álvarez". La convocatoria es a las 9.30.

"La Argentina justa, libre y solidaria que soñamos empieza a tomar forma en otro emblemático 10 de diciembre", afirmó Alfonsín, flamante presidente del comité nacional de la UCR.

La trayectoria de los autos será registrada por varias cámaras de televisión. Habrá una pendiente sobre la esquina de las avenidas de Mayo y Nueve de Julio.

A las 11, en el Salón Blanco de la Casa Rosada, Carlos Menem entregará el bastón de mando y colocará la banda presidencial a su sucesor. Será la primera vez que el peronismo entrega el poder a un presidente elegido constitucionalmente.

Una hora y media más tarde, De la Rúa y Álvarez saludarán, con sus esposas, en el Palacio San Martín, a los jefes de Estado que vinieron a Buenos Aires a presenciar la asunción.

Entre los principales visitantes estarán los presidentes de Brasil, Fernando Henrique Cardoso; de Perú, Alberto Fujimori; de Uruguay, Julio María Sanguinetti; de Paraguay, Luis González Macchi; de Bolivia, Hugo Banzer; de Panamá, Mireya Moscoso. También asistirán los príncipes Andrés de Inglaterra, Felipe de Asturias y Moulay Rachid de Marruecos, entre otros.

A las 17.15, otra vez en el Salón Blanco, jurarán el jefe de Gabinete y los diez ministros de De la Rúa. Esto será posible porque la Cámara de Diputados habrá sancionado de urgencia, apenas unas horas antes, la nueva ley de ministerios.

Jurarán: Rodolfo Terragno, jefe de Gabinete; Federico Storani, ministro del Interior; José Luis Machinea, de Economía; Adalberto Rodríguez Giavarini, de Relaciones Exteriores; Ricardo Gil Lavedra, de Justicia; Juan José Llach, de Educación; Ricardo López Murphy, de Defensa; Graciela Fernández Meijide, de Desarrollo Social y Medio Ambiente; Héctor Lombardo, de Salud; Nicolás Gallo, de Infraestructura y Vivienda, y Alberto Flamarique, de Trabajo.

Una hora más tarde, De la Rúa y Álvarez saludarán a las delegaciones extranjeras en la Legislatura porteña.

El día terminará en el Teatro Colón, donde a las 20.30 comenzará la tradicional función de gala.

Las imágenes de la jornada serán enviadas al mundo en una transmisión conjunta de los canales de televisión de aire. Más de 1350 periodistas fueron acreditados para cubrir los diversos actos.

Las celebraciones continuarán mañana, con el saludo de los ministros y funcionarios nacionales a De la Rúa, en la Casa de Gobierno. A las 11, el presidente asistirá al Tedeum en la Catedral Metropolitana.

Despedida sin concesiones especiales

"Carlos Menem quiere seguir siendo presidente de la Nación incluso cuando ya no lo sea", se quejaron algunos organizadores de las ceremonias de traspaso del mando que tendrán lugar hoy, a partir de las 9.30, cuando Fernando de la Rúa jure en el Congreso como nuevo jefe del Estado.

En el momento en que Menem reciba a De la Rúa en la Casa Rosada, poco antes de las 11, ya llevará más de una hora sin ser primer mandatario. Sin embargo, a juzgar por los intentos de sus más estrechos colaboradores, hubiera querido sentirse presidente hasta el momento en que suba al avión que lo llevará a Córdoba, donde participará de la asunción del intendente de esa ciudad, el justicialista Germán Kammerath.

Fuentes seguras de la Casa de Gobierno admitieron a *La Nación* que hasta hace una semana se había llegado a un acuerdo para respetar algunos de los

"caprichos del ciudadano Carlos Menem", pero que finalmente naufragaron por considerarlos fuera de lugar.

Esos colaboradores presidenciales, encargados de organizar la ceremonia de traspaso del mando, deslizaron que se llegó a aceptar que Menem fuera escoltado hasta su domicilio por granaderos a caballo.

Ni escoltas ni saludos

Como no se pudo establecer su nueva dirección en esta ciudad y teniendo en cuenta que partiría directamente rumbo a Córdoba, se había acordado que la escolta militar lo siguiera hasta Retiro.

Pero hubo una "gota inaceptable que rebasó el vaso aliancista", dejaron trascender fuentes confiables: el pedido de no salir solo de la sede del poder, como sucedió el 8 de julio de 1989 con Raúl Alfonsín o el 10 de diciembre de 1983 con el general (R) Reynaldo Benito Bignone.

"Menem mandó pedir a De la Rúa que los jefes de Estado y de gobierno extranjeros formaran un cordón en el Salón de los Bustos para que él pudiera salir estrechándoles las manos, acompañado hasta el automóvil por su flamante sucesor", se agregó.

El fracaso de las negociaciones para "evitar perder protagonismo", como lo sintetizaron funcionarios de Balcarce 50, habría motivado a Menem a ofrecer su primera rueda de prensa como ex mandatario en el aeroparque metropolitano.

María Elena Polack.

Artículo N°4

lanacion.com | Cultura

Viernes 29 de septiembre de 2000 | **Publicado en edición impresa**

El Presidente se reunió con ADEPA

De la Rúa se comprometió a defender la libertad de prensa

Elabora un proyecto para aprobar por decreto la desregulación en la venta de diarios.



De la Rúa saluda a Ignacio, en el Salón Blanco de la Casa de Gobierno. Foto: Pilar Bustelo.

(Pie de foto)

El presidente Fernando de la Rúa recibió ayer en la Casa de Gobierno a una numerosa comitiva de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), que le expresó que "el tema principal para la entidad es la libertad de prensa" y que "no puede haber una debida circulación de periódicos si no se facilitan los canales de distribución".

El presidente de ADEPA, Guillermo Ignacio, entidad que realiza su XXVIII Asamblea General Ordinaria en esta ciudad, refirmó que "la democracia y la libertad de prensa son indisolubles".

Al término del encuentro en el Salón Blanco de la Casa Rosada que comenzó a las 12.45, y se prolongó por casi 40 minutos, el primer mandatario invitó a los empresarios periodísticos a ingresar en el Salón Norte, donde se realizan las reuniones de gabinete. Los editores formularon a De la Rúa diversas preguntas y expusieron sus inquietudes por la situación de las economías regionales.

De la Rúa destacó el valor federal de ADEPA y reiteró su compromiso de "batallar por la defensa de la libertad de expresión. La libertad de prensa debe ser respetada y defendida en todo sentido y no sólo declamada".

Tras extenderse sobre el proyecto de ley de radiodifusión, enviado a los representantes de la prensa en procura de consenso y la fusión de los medios públicos, De la Rúa anticipó que trabaja en "un proyecto de decreto" vinculado con los modos de distribución de las publicaciones periodísticas.

Tras señalar que quiere "asegurar el derecho de defensa y oír también a la otra parte", De la Rúa se mostró seguro de "llegar a una solución de progreso" que facilite una "mayor accesibilidad de los medios al público, que mejore los canales de distribución, que evite situaciones monopólicas y mejore la libertad". Tras reafirmar que "una mayor y más amplia distribución de los medios en todas partes, contribuirá a la libertad de prensa y al derecho de los ciudadanos a informarse", el Presidente sostuvo que "la responsabilidad social de la empresa periodística no se agota en informar y entretener", y que deben "contribuir al afianzamiento de los valores éticos fundamentales".

Para despejar las dudas de algunos editores, al término del encuentro con el Presidente, el presidente de ADEPA, Guillermo Ignacio, dijo a *La Nación* que el mandatario había aclarado que la consulta a la otra parte obedecía a la necesidad de "no dejar resquicios en el decreto para que haya juicios" ulteriores.

Y agregó: "Para los medios del interior, la desregulación de la distribución es muy importante. De lo contrario vamos a pasar por muchas dificultades".

Por su parte, el Comité Federal de Radiodifusión (Comfer) inició un sumario a Canal 7 por los dichos "groseros" del actor Fernando Peña en una emisión de "Marcapazos", el ciclo de Nancy Pazos, con los que se habría ofendido la investidura presidencial.

Artículo N° 5
lanacion.com | Política

Viernes 10 de diciembre de 1999 | **Publicado en edición impresa**

El cuarto mandato constitucional desde el retorno de la democracia

De la Rúa asume la Presidencia

El presidente jurará ante la Asamblea Legislativa a las 9.30; luego pronunciará su discurso; Menem le transmitirá el mando dos horas más tarde; luego habrá una sesión especial en el Congreso para aprobar la nueva ley de ministerios

Fernando de la Rúa asumirá hoy la Presidencia de la Nación y pondrá fin a algo más de una década ininterrumpida de gobierno justicialista.

Será el tercer traspaso del mando desde la restauración democrática y De la Rúa ejercerá el cuarto período presidencial, después de Raúl Alfonsín y de Carlos Menem, quien se sucedió a sí mismo en 1995.

De la Rúa y Carlos "Chacho" Álvarez jurarán como presidente y vicepresidente a las 9.30 ante la Asamblea Legislativa. Luego, el presidente pronunciará su discurso a la Nación. Su hermano Jorge terminaba anoche la redacción de esas palabras, que se limitarán a un trazado de los lineamientos filosóficos de la administración entrante y a referencias sobre la herencia que recibe. De la Rúa desechó en los últimos días su idea de incluir anuncios concretos.

Como presidente en ejercicio, recorrerá en un Cadillac descapotado las cuadras que unen el Congreso con la Casa Rosada, por Avenida de Mayo, de contramano. La Alianza espera que una multitud reciba la llegada del presidente en la Plaza de Mayo. A las 11, Menem traspasará el mando en el Salón Blanco. De la Rúa asumirá el Gobierno con dificultades financieras y políticas, como lo demuestra el fracaso del principal objetivo que se había fijado para la transición, la aprobación del presupuesto.

Aunque el PJ en el Senado aceptó votar el compromiso federal fiscal propuesto por la Alianza, el bloque de ese partido en la Cámara de Diputados se negó a aprobar la reforma impositiva con la que la Alianza esperaba paliar el déficit del año próximo, por lo que fracasó el tratamiento del proyecto de presupuesto.

De la Rúa gobernará con un peronismo fuerte en el Senado, donde conservará la mayoría hasta el 2001, y en las provincias (gobierna 14 de 24 distritos).

La víspera de la asunción fue sacudida, además de esas turbulencias políticas internas, por la fuga del país del ex militar golpista paraguayo Lino Oviedo.

Las dificultades en el Congreso obligarán a una inusual sesión de emergencia en la Cámara de Diputados, prevista para después de la jura presidencial, en la que será aprobada la nueva ley de ministerios.

La norma permitirá que, por la tarde, asuman los diez ministros del nuevo gobierno. Dos de ellos estarán al frente de carteras recién creadas.

Artículo N° 6

lanacion.com | Política

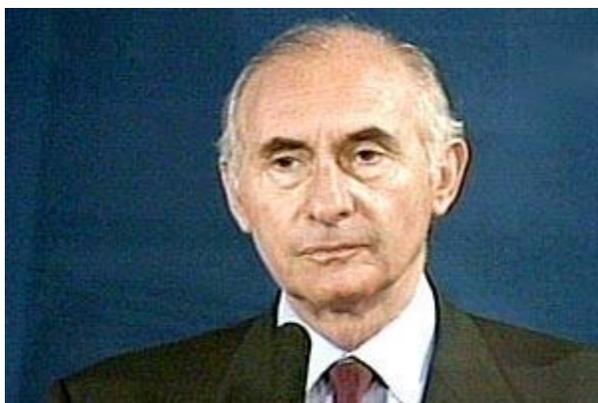
Jueves 20 de diciembre de 2001 | 19:55

Gobernó solamente la mitad de su mandato

Renunció el presidente De la Rúa

Ante la negativa del PJ a conformar un gobierno de unidad nacional, Fernando de la Rúa dimitió a la primera magistratura

Mañana a las 11 se reúne la Asamblea Legislativa que tendrá que aceptar la renuncia de De la Rúa y decidir si Federico Ramón Puerta será el próximo presidente a cargo



El presidente argentino, durante el discurso que se transmitió esta tarde. Foto: Imagen de TV

(Pie de foto)

El Congreso, protagonista central en el desenlace del gobierno, será mañana a partir de las 11 el ámbito en el cual la Asamblea Legislativa aceptará la renuncia del presidente Fernando De la Rúa.

También está previsto que en la misma sesión que reúne a todos los senadores y diputados se designe al sucesor de De la Rúa, aunque esta noche en el justicialismo todavía persistían algunas dudas por el escaso tiempo que tienen para definir el nombre del futuro presidente.

La persona que más se mencionaba esta noche como posible presidente interino era el del presidente provisional del Senado, Ramón Puerta, quien contaría con el aval mayoritario en el PJ y el respaldo del interbloque provincial.

Además de resolver el nombre del sucesor de De la Rúa, los legisladores tendrán que analizar qué criterio jurídico se aplica para el relevo.

Hay quienes están a favor de que el legislador y gobernador electo convoque rápidamente a elecciones y otros que consideran que debe completar el mandato hasta el 2003.

Gioja dijo hoy que "la Argentina no puede tener un presidente que no sea designado por el voto de la gente".

La misma posición fue abonada por el presidente de la Cámara de Diputados, Eduardo Camaño, y por el jefe del bloque justicialista de ese cuerpo, Humberto Roggero.

Camaño dijo que "debería haber elecciones en no menos de 90 días, lapso durante el cual los partidos políticos tienen la posibilidad de regularizar sus candidatos".

Roggero avaló al decir que "tiene que haber un presidente con mandato popular". Para que el futuro presidente sea electo debe previamente ser reformada antes la ley de acefalia, ya que tal como está ahora quien sea electo tiene la responsabilidad de completar el mandato del renunciante.

Esta noche continuaba el diálogo para ver cómo actuará el justicialismo mañana, en una reunión que se desarrolla en el despacho de Camaño, donde está el gobernador bonaerense Carlos Ruckauf, Puerta, Duhalde y Gioja, entre otros legisladores.

18.40 | Renunció el presidente De la Rúa

Pasadas las 18:30, Fernando de la Rúa terminó de redactar en la Casa Rosada su renuncia al cargo de Presidente de la Nación, que le presentará en horas al Congreso Nacional.

Luego de la propuesta que le hizo al Partido Justicialista una hora y media antes de convocar a un gobierno de unidad nacional, el rechazo de la mayoría de los representantes de ese partido resultó determinante en la decisión de alejarse de la presidencia.

Estuvieron junto a De la Rúa en el momento de la renuncia el Jefe de Gabinete, Chrystian Colombo, y los ministros Adalberto Rodríguez Giavarini (Relaciones Exteriores), Horacio Jaunarena (Defensa), Andrés Delich (Educación), Jorge De la Rúa (Justicia), Hernán Lombardi (Turismo) y Héctor Lombardo (Salud).

También estuvo Nicolás Gallo, encargado luego de acercarse a la sala de periodistas para anunciar oficialmente que el Jefe de Estado había renunciado y enviaba su dimisión al Congreso.

El texto completo de la renuncia

El siguiente es el texto de la renuncia a la Presidencia de la Nación de Fernando de la Rúa que, de puño y letra, elevó al titular provisional del Senado, Ramón Puerta.

"Me dirijo a usted para presentar mi renuncia como presidente de la Nación".

"Mi mensaje de hoy para asegurar la gobernabilidad y constituir un gobierno de unidad fue rechazado por líderes parlamentarios.

"Confío que mi decisión contribuirá a la paz social y a la continuidad institucional de la República".

"Pido por eso al honorable Congreso que tenga a bien aceptarla.

"Lo saludo con mi más alta consideración y estima y pido a Dios por la ventura de mi patria.

Firmado Fernando de la Rúa.

De la Rúa gobernó 2 años y 10 días

De esta manera, De la Rúa gobernó la mitad de su mandato, puesto que asumió el 10 de diciembre de 1999 y su gestión finalizaba a fines del 2003.

A raíz de estos episodios, hoy por la noche los máximos dirigentes del justicialismo se reunirán en la provincia de San Luis, donde definirán si Ramón Puerta, presidente provisional del Senado, reemplaza a De la Rúa.

Los hechos de violencia continúan en esta Capital y en las provincias, recrudescidos por la represión policial, que ya cobraron la muerte de 20 víctimas mortales, todos ellos civiles.

Frente a esta situación, la Constitución indica lo siguiente:

Artículo 88: en caso de enfermedad, ausencia de la Capital, muerte, renuncia o destitución del Presidente, el Poder Ejecutivo será ejercido por el vicepresidente de la Nación. En caso de destitución, muerte, dimisión o inhabilidad del Presidente y vicepresidente de la Nación, el Congreso determinará qué funcionario público ha de desempeñar la Presidencia, hasta que haya cesado la causa de inhabilidad o un nuevo Presidente sea electo.

17:40 | De la Rúa convocó al PJ a un gobierno de unidad nacional

En el mensaje que De la Rúa brindó esta tarde a la población argentina, convocó al Partido Justicialista para participar de un gobierno de unidad nacional.

El todavía vocero gubernamental Juan Pablo Baylac adelantó esta tarde que si el justicialismo no acepta integrar un cogobierno, el presidente Fernando de la Rúa renunciará a su cargo. "Si el justicialismo dice que no, el Presidente renunciará", afirmó Baylac, en declaraciones a periodistas de la Casa Rosada.

En un mensaje que se extendió 11 minutos por cadena nacional a todo el país, el presidente Fernando de la Rúa convocó a las distintas fuerzas a llegar a un acuerdo para reformar la Constitución y efectuar todas las variantes políticas que sean necesarias para mejorar la situación del país.

"La situación política, económica y social pasa por graves momentos, estamos en una situación crítica. Lo importante no son las personas sino las instituciones", señaló al comenzar con su discurso.

El Presidente anunció el desdoblamiento de las áreas del ministerio de Economía, con la creación de la cartera de Producción y el pase a la Jefatura de Gabinete de las secretarías de Hacienda, Finanzas e Impuestos, hasta ahora denominada Ingresos Públicos.

De la Rúa precisó que el titular del nuevo Ministerio de la Producción, que abarcará las áreas de Industria e Infraestructura, será el hasta hoy secretario general de la Presidencia, Nicolás Gallo.

"No estoy acá porque me aferro a un cargo, sino porque es mi deber. He sido elegido por el pueblo", y agregó que completará su mandato.

Estos fueron los párrafos más salientes de su mensaje:

- "Los resultados no son los que deseamos todos los argentinos."
- "Enorme endeudamiento, gran déficit, una crisis social de magnitud, con un alto índice de desempleo y una crisis económica. Frente a todo eso, hemos ido actuando en busca de soluciones."
- "Estoy convencido que sólo la unidad nacional puede levantar al país."
- "He ofrecido al PJ que participe en un gobierno de unidad nacional, con amplitud y generosidad. Estoy dispuesto a los cambios que sean necesarios. Les pido un gesto de grandeza."
- "Un cambio sustancial es reclamado, lo haré."
- "Estoy convencido que sólo la unidad nacional puede levantar al país y estoy dispuesto a realizar los cambios necesarios."
- "Asumo las responsabilidades por el momento que vive el país"

C. Discursos presidenciales

Discurso presidencial N° 1

Nombre: **spot publicitario “Dicen que soy aburrido”**

Discurso:

“Dicen que soy aburrido, aburrido...será que no manejo Ferraris, será para quienes se divierten mientras hay pobreza, será para quienes se divierten mientras hay desocupación, para quienes se divierten con la impunidad. Aburrido... ¿Es divertida la desigualdad de la justicia, es divertido que nos asalten y nos maten en las calles, es divertida la falta de educación? Yo voy a terminar con esta fiesta para unos pocos. Quiero una Argentina distinta, la Argentina del respeto, la Argentina del las reglas claras, la de la dignidad, la del trabajo que va a educar a nuestros hijos, que va a proteger a la familia, que va a encarcelar a los delincuentes y corruptos. Y al que le aburra que se vaya. No quiero un pueblo sufriendo mientras algunos pocos se divierten. Quiero un país alegre, quiero un pueblo feliz.”

Voz en off: “Alguien está pensando en la gente.”

Discurso presidencial Nº 2

Nombre: spot publicitario “Partido de la Alianza Somos Más. Fernando De la Rúa Presidente.”

Discurso:

“Queridos argentinos, en nuestro país hubo una enorme fiesta en la que el pueblo no fue invitado, fue injusto y doloroso y no tiene que volver a pasar. Por eso, los que piensan para que voy a votar por De la Rúa si De la Rúa ya gana, quiero decirles que a este cambio tenemos que hacerlo histórico. Quiero ganar con todos, convoco a los de la Alianza, a los peronistas, a los que ya no creen en nada, a todos, a votar por el cambio, a votar por una Argentina de verdad. Que cada voto sea un grito de rebelión en la cara de la mentira, el suyo, el tuyo y el mío serán más poder para producir ese cambio. Cada voto será una invitación a la fiesta más grande que haya tenido el pueblo, la fiesta del trabajo, la del crecimiento, la de la dignidad, que no falte nadie, vengan todos mujeres y hombres, vamos a construir esa Argentina que no nos pudieron robar, la que está en nuestros sueños, la que está en nuestro corazón.”

Voz en off: “Somos Más.”

“Seré el que dé trabajo a cada argentino que quiera trabajar, voy a ser el maestro de cada niño que va a ser educado, seré el médico de cada argentino que deba ser sanado, quien le dé de comer a cada chico que tenga hambre. Voy a ser un presidente en el que la gente pueda creer, voy a ser el que empuje a la cárcel a cada delincuente, a cada corrupto, voy a ser el presidente de una Argentina distinta, voy a ser el presidente de un pueblo feliz. Eso es lo que voy a ser.”

Discurso presidencial N° 3

Nombre: **Mensaje Dr. Fernando De la Rúa – Junio 2000**

Discurso:

“Recorté mi sueldo en un 15% y han hecho lo propio los legisladores, y algo más, reduje las jubilaciones de privilegio. Tengo como objetivo indeclinable reducir el déficit fiscal de once mil millones a cuatro mil setecientos millones, no porque me lo pida ningún fondo monetario sino porque me lo exige la ley, y la ley de presupuesto votada por los legisladores de la oposición y de la Alianza a fin del año pasado obliga al Gobierno a llegar a estas cifras.

Queremos ser un país integrado pero independiente, por supuesto que sí, entonces empecemos por ser un país serio, los argentinos nunca hemos vivido con equilibrio fiscal. Los gobiernos se han ido pasando históricamente el déficit los unos a los otros, y así nunca pudimos levantarnos. Estas medidas apuntan a cambiar esta historia de desilusión y fracaso económico. He tomado medidas drásticas de ahorro, y duelen lo sé, me duele a mi tomarlas, pero alguien puede pensar que las hubiera tomado sino hubiese estado convencido que traerían buenos resultados en el futuro, si no supiese que esto es lo que debemos hacer para que nuestro querido país comience a crecer de una buena vez. El futuro me dará la razón. He ordenado también, reformas estructurales y programas de desarrollo e inversión tendientes a reactivar, producir, competir y generar empleo. Ya estamos viendo los resultados del esfuerzo realizado en estos seis meses. El país ya ha comenzado a crecer. Las exportaciones aumentaron sustantivamente, la recaudación creció, volvió el crédito, el Banco Nación ya no le presta a los amigos del poder sino a los pequeños y medianos productores. Muchas de estas medidas debieron tomarse hace muchos años, pero faltó coraje y responsabilidad, esto les faltó a muchos. Durante estos diez años, las cúpulas sindicales fueron cómplices silenciosos del abandono y la desprotección de los trabajadores.

Hacerle un paro al país no ayuda al país, llamar a la rebelión fiscal perjudica a los que menos tienen, no es bueno que se utilice el sufrimiento y la impaciencia de la gente para defender intereses sectoriales. He ordenado también la desregulación de las obras sociales y el sistema de salud; esto significa que los sindicatos ya no controlarán los aportes que hacen los trabajadores a las obras sociales. Entonces cada familia tendrá toda la libertad de elegir la cobertura médica que quiera, ya sea a través del sindicato o no, y esto es bueno para la gente porque baja el costo de la salud y mejora la calidad de un servicio que debe ser solidario. Yo fui elegido para actuar con firmeza y decisión en favor de nuestro pueblo y de nuestra economía, y no voy a dejar que nadie nos desvíe del camino del crecimiento. Yo fui elegido para terminar con la corrupción, y ya ningún funcionario va a robarse impunemente el dinero que estamos ahorrando con tanto esfuerzo. Yo fui elegido para que los evasores paguen lo que corresponde y los que no sean sancionados, y les pido a los jueces un esfuerzo mayor en los procesos. Yo fui elegido para terminar con los privilegios y sepan los concesionarios de servicios públicos que deberán pagar el canon que adeuden. Yo fui elegido para proteger a los más desamparados, por eso el único gasto que ordené aumentar es el de las partidas sociales porque no voy a dejar de atender a los más necesitados. Yo fui elegido para entregarles al final de mi mandato un país sin déficit, más justo, compitiendo y creciendo con equidad y orgulloso del esfuerzo que realizó. Y la Constitución me otorga más que seis meses para hacerlo. Yo no causé esta enfermedad de la Argentina, pero fui elegido para darle el remedio que la hará recuperarse. Gracias por escucharme.”

Discurso presidencial N° 4

Nombre: **Fernando De la Rúa – Mensaje al país por Cadena Nacional – 1/11/2001**

Discurso:

“Sé también que no creen en los políticos o que no les gustan cómo se maneja la dirigencia. Esta es la oportunidad de todas las dirigencias de interpretar el mensaje de las urnas. Millones de personas que votaron cuestionaron a la política. Ustedes saben que nos enfrentamos a la verdad, y que no hay soluciones mágicas. Este es el plan social, fiscal, financiero y reactivante. Son mediadas trabajadas, estudiadas y que incorporan el aporte de distintos sectores. Este es el plan de argentina, un verdadero cambio de mi Gobierno, de la dirigencia política y del país hacia una reactivación con justicia social. Les digo humildemente que creo estar interpretando los cambios que el pueblo reclamó en mi Gobierno en las últimas elecciones, y confié que el resto de la dirigencia sabrá responder al reclamo de cambio que a ellos también les toca. Es la República Argentina la que está en juego, no mi destino ni el de ningún político en particular. Dejemos de ser conocidos en el mundo por ser el país más endeudado, el de más riesgo y el de la inestabilidad fiscal. No es lo que nos merecemos; somos un país serio de gente trabajadora, tomemos decisiones serias y vamos a ver cómo nos empiezan a respetar en el mundo y cuantas oportunidades de trabajo genera eso para nuestro pueblo. Reconstruyamos la marca Argentina, y avancemos a una integración comercial y política con los bloques más importante del mundo que están esperando que reaccionemos. Esto no termina aquí, nuestra oportunidad empieza aquí si somos capaces de resolver lo que nos toca. Arreglemos nuestro querido país y salgamos a conquistar nuevos mercados, para que los productores rurales, nuestra industria, nuestros empresarios puedan volver a vender sus productos, fruto de la mano de obra, del trabajo de los argentinos. Estamos a un paso de

concretar los acuerdos con Estados Unidos y la Comunidad Europea. Esto abrirá un nuevo mundo para todos, pero si queremos buenos acuerdos que beneficien a nuestra gente, tenemos que estar dispuestos a cambiar esto, a dar soluciones serias a nuestros problemas más graves, porque nadie lo va a hacer por nosotros. Dejemos de lado las agresiones entre nosotros mismos, seamos solidarios y responsables con el destino de la patria. Peleemos juntos esta batalla, es la batalla de todos. Estamos cerca de ganarla, convencidos que ahora estamos hablando maduramente con la verdad. Por eso, y porque tengo fe que Dios nos ayudará en este gran esfuerzo solidario creo de todo corazón que puedo transmitirles mi confianza sincera, de que estamos frente a una gran oportunidad, hagámosla nuestra y seamos todos protagonistas de este gran cambio. Muchas gracias.”

Discurso presidencial N° 5

Nombre: Cadena Nacional - Mensaje al país del Presidente Fernando De la Rúa en el que declara la vigencia del estado de sitio en todo el territorio argentino. 19/12/2001

Discurso:

“Compatriotas, culmina un día difícil, han ocurrido en el país hechos de violencia que ponen en peligro personas y bienes, y crean un cuadro de conmoción interior. Quiero informarles que ante eso he decretado el Estado de Sitio en todo el territorio Nacional he informado al Honorable Congreso.

Nuestro país vive horas difíciles, que muestran la culminación de un largo proceso de deterioro, en un contexto económica y social donde muchos argentinos sufren serios problemas, grupos enemigos del orden y de la República aprovechan para intentar sembrar discordia y violencia; buscando crear un caos que les permita maniobrar para lograr fines que no pueden alcanzar por la vía electoral. Comprendo las penurias que atraviesan muchos de mis compatriotas, las comprendo y las sufro, pero la mayoría sabe que con violencia e ilegalidad no se sale de los problemas. Los problemas hay que afrontarlos, y eso estamos haciendo.

He dispuesto multiplicar la distribución de alimentos entre los más necesitados. Tengo clara conciencia del padecimiento de muchos compatriotas, y es mi compromiso trabajar para resolver la emergencia social. Pero sé distinguir, entre los necesitados y los violentos o delincuentes, que aprovechando esta situación utilizan el desorden para crear el caos. Así como enfrenté los problemas económicos, así como dispuse medidas de emergencia para asistir a los más necesitados, decidí poner límites a los violentos que se aprovechan de las penurias ajenas. Por eso, y según las atribuciones que la Constitución Nacional me confiere como Presidente de la Nación, he declarado el Estado de Sitio en

todo el territorio Nacional, para asegurar la ley y el orden en el país, y terminar con los incidentes de las últimas horas. A los que están ejerciendo violencia exijo a cesar en sus actos, como lo dije muchas veces la situación requiere además de un amplio y responsable consenso para lograr las soluciones. Por eso convoco una vez más a los partidos políticos, a los gobernadores provinciales y a los bloques legislativos del Congreso Nacional para acordar las decisiones que exige el ahora. Las causas de esta situación vienen de lejos. Todos los que hemos gobernado o ejercido posiciones de poder durante décadas nos debemos la autocrítica. Solo saldremos adelante si cada uno asumimos nuestra responsabilidad histórica, dejamos de echarnos mutuamente culpas, y decidimos una vez por todas trabajar juntos para resolver los problemas. Convoco pues, una vez más, a la responsabilidad de la dirigencia nacional, y pido a mis compatriotas mantener la calma y colaborar para el restablecimiento del orden; pido a las organizaciones sociales, y especialmente a los medios de información, contribuir y recrear el clima de paz necesario para recuperar la seguridad y tranquilidad en todo el país. Confío que muy pronto con la unidad nacional como bandera, retomaremos el camino del crecimiento y superaremos los problemas que trabaron nuestro progreso. Buenas noches.”

Discurso presidencial N° 6

Nombre: Extracto seleccionado del Discurso de Asunción ante la Asamblea Legislativa:

“Crearemos las condiciones para que cada hombre, cada mujer, cada chico puedan construir su propio destino en un marco de igualdad de oportunidades. No se puede dejar a cada uno librado a su suerte. Es preciso restablecer los equilibrios allí donde se pierden, para que haya verdadera justicia y verdadera libertad.

Este gobierno expresará un nuevo pacto entre la política social y la política económica. No hay desarrollo económico consistente sin desarrollo social y este es el verdadero camino de la justicia y del progreso. Se trata de un nuevo concepto de una sociedad más solidaria, no fundada en el mero asistencialismo sino en la convicción de que el crecimiento sólo será sostenido si es acompañado por el desarrollo de la persona humana. Este es el nuevo camino, una estrategia colectiva donde la libertad, el bienestar económico y la calidad de vida de cada uno de los argentinos sea el objetivo central. Honorable Asamblea: para este presidente lo importante no es el aplauso que naturalmente se recibe en el momento de llegar y asumir sino el que pueda recibir en el momento de dejar la función y entregar el mando a otro presidente elegido por el pueblo. (Aplausos.) Esa será la medida para saber si he cumplido con mi deber frente a mis compatriotas.

Iniciamos hoy una nueva etapa histórica hacia un país integrado en un proyecto de progreso, con crecimiento sostenido, generador de más y mejores puestos de trabajo, con un Estado sano y transparente, capaz de poner sus cuentas en orden y con las cargas, los esfuerzos y los beneficios equitativamente repartidos.

El país necesita de todos, porque es de todos y para todos: para los desempleados, los jóvenes, los jubilados, los pequeños productores, los que enseñan y aprenden, todos los que tienen, todos los que tenemos

responsabilidades, oficialistas y oposición, representantes de todos los sectores, representantes de las entidades intermedias.

Quiero asegurarles a los argentinos que con esfuerzo y dignidad construyen diariamente la grandeza de la Patria que vamos a vivir en una tierra de oportunidad, de certeza y de transparencia. Convoco a todos a iniciar, con la ayuda de Dios, este nuevo camino que significa un verdadero compromiso con la gente para una vida mejor.

Reafirmemos la patriótica decisión de ser un gran país, donde la honestidad, el trabajo y la paz sean los fundamentos de nuestra vida como Nación.”

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR TESIS DE POSGRADO O GRADO

A LA UNIVERIDAD SIGLO 21

Por la presente, autorizo a la Universidad Siglo21 a difundir en su página web o bien a través de su campus virtual mi trabajo de Tesis según los datos que detallo a continuación, a los fines que la misma pueda ser leída por los visitantes de dicha página web y/o el cuerpo docente y/o alumnos de la Institución:

Autor-tesista <i>(apellido/s y nombre/s completos)</i>	Sanchez Macarena Lis
DNI <i>(del autor-tesista)</i>	35 385 920
Título y subtítulo <i>(completos de la Tesis)</i>	Construcción mediática y discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa.
Correo electrónico <i>(del autor-tesista)</i>	maqui_sanchez@hotmail.com
Unidad Académica <i>(donde se presentó la obra)</i>	Universidad Siglo 21
Datos de edición: <i>Lugar, editor, fecha e ISBN (para el caso de tesis ya publicadas), depósito en el Registro Nacional de Propiedad Intelectual y autorización de la Editorial (en el caso que corresponda).</i>	

Otorgo expreso consentimiento para que la copia electrónica de mi Tesis sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21 según el siguiente detalle:

<p>Texto completo de toda la Tesis <i>(Marcar SI/NO)^[1]</i></p>	<p>SI</p>
<p>Publicación parcial <i>(informar que capítulos se publicarán)</i></p>	

Otorgo expreso consentimiento para que la versión electrónica de este libro sea publicada en la en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21.

Lugar y fecha:

Firma

Aclaración

Esta Secretaría/Departamento de Posgrado de la Unidad Académica: _____
 _____ certifica que la tesis adjunta es la aprobada y registrada en esta dependencia.

Firma

Aclaración

Sello de la Secretaría/Departamento de Posgrado

[1] Advertencia: Se informa al autor/tesista que es conveniente publicar en la Biblioteca Digital las obras intelectuales editadas e inscriptas en el INPI para asegurar la plena protección de sus derechos intelectuales (Ley 11.723) y propiedad industrial (Ley 22.362 y Dec. 6673/63. Se recomienda la NO publicación de aquellas tesis que desarrollan un invento patentable, modelo de utilidad y diseño industrial que no ha sido registrado en el INPI, a los fines de preservar la novedad de la creación.