



Universidad Siglo 21
Trabajo Final de Grado
Manuscrito Científico
Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales

El gobierno de Mauricio Macri según los argentinos viviendo en el extranjero
The government of Mauricio Macri according to the argentines living abroad

Milagros Tarifa

40.778.123

RPI02168

Prof. Carolina Mazzetti Latini

Córdoba, noviembre de 2019

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo principal analizar la opinión que poseen los argentinos que viven en el extranjero acerca del gobierno de Mauricio Macri, casi al final de su mandato presidencial. Para esto se suministró una encuesta digital a 61 personas, seleccionadas por medio de un muestreo no probabilístico por bola de nieve, mayores de 30 años y viviendo en distintas partes del mundo por un período mayor a 4 años. Se evidenció así la influencia de los medios de comunicación en el establecimiento de los temas en torno a los cuales estas personas opinan, tal como plantea la Teoría de la Agenda Setting. Los líderes de opinión, provenientes de grupos de pertenencia y referencia principalmente, también fueron una fuente primaria de información. Con respecto a la imagen de Mauricio Macri, se constató que es positiva, cuando no intermedia, debido en parte a la política exterior de su gobierno, la cual fue destacada por una amplia mayoría. A lo largo del estudio surgieron además aspectos como la preocupación por las dimensiones económica y social del país, la percepción de buenas intenciones por parte del mandatario que no fueron correctamente llevadas a la práctica, la concepción de dificultad y complejidad en su gobierno, la comparación con otros gobiernos, entre otros. Se concluyó que, en líneas generales, los argentinos mayores de 30 años que viven en el extranjero, poseen una opinión regular sobre el gobierno de Mauricio Macri.

Palabras clave: Mauricio Macri; opinión; fuentes de información; imagen; política exterior.

Abstract

The main purpose of the present study was to analyse the opinion of Argentine citizens living abroad about the government of Mauricio Macri, almost at the end of his presidential term. To do this, a digital survey was sent to 61 people, selected through a non-probability snowball sampling, who were older than 30 years and who have been living in different parts of the world for more than 4 years. It was evidenced the influence of mass media in the establishment of the issues around which people give an opinion, as the Theory of Agenda Setting states. The opinion leaders, coming from peer and reference groups mainly, were also a primary source of information. Regarding the image of Mauricio Macri, it was proved that it is positive, when not intermediate, due in part to the foreign policy of his government, which was highlighted by a broad majority. Throughout the study other aspects appeared as well, such as the worry for the economic and social dimensions of the country, the perception of good intentions by the leader that were not correctly implemented, the conception of difficulty and complexity in his government, the comparison with other governments, among others. It was concluded that, in general terms, the Argentines older than 30 that live abroad, have a regular opinion regarding the government of Mauricio Macri.

Key words: Mauricio Macri; opinion; information sources; image; foreign policy.

Índice

Introducción.....	4
Métodos	14
Resultados.....	17
Discusión	22
Referencias	32
Anexos.....	35

Introducción

Hoy en día, la comunicación de los políticos se ha convertido en cierto modo en una cuestión global, ya que la versatilidad del uso de Internet permite que una persona detrás de una pantalla pueda convertirse en emisor y/o receptor nacional e internacional (Maarek, 2008). El desarrollo de los medios de comunicación liberó a la visibilidad de la necesidad de un escenario común, lo cual permite que las personas puedan mantenerse informadas sobre acontecimientos en cualquier parte del mundo. Dado que la Argentina tiene casi un millón de emigrantes (Mundo UNTREF, 2017), el presente estudio busca analizar sus opiniones sobre el gobierno de Mauricio Macri, casi al final de su mandato presidencial. La premisa que recorre es que dicha población cuenta con una percepción de la realidad distinta a quienes residen en el país, por el solo hecho de encontrarse en una posición de lejanía.

Para ello, se debe tener en cuenta que la relación entre la política y la comunicación es indudable: no hay política sin comunicación, ni la comunicación puede ser aislada de la intencionalidad política. Surge así la comunicación política como disciplina que se ocupa de la producción, la difusión y los efectos de la información en un contexto político. Cabe destacar la facilidad actual de los medios para cruzar fronteras geográficas y culturales, lo que lleva a que la política tenga repercusiones no solamente en el espacio donde ocurre. Además, la imagen proyectada a nivel internacional es fundamental en el esquema de poder del macrismo.

Se considera que todos los argentinos adultos, tanto los residentes en el país como quienes se hallan dispersos por el mundo, poseen una imagen de Mauricio Macri. La misma es entendida como la conceptualización más cotidiana e implica no solo los productos de la

comunicación visual, sino también otros procesos como el pensamiento, la percepción, la memoria y la conducta (Villafañe, 1993). Esta representación se va fijando en el público en función de los distintos contactos que se establecen a través de diversas formas comunicativas.

En la actualidad, las personas utilizan una multiplicidad de fuentes de información para tener conocimiento sobre el acontecer del mundo político. Se valen tanto de medios tradicionales, que incluyen la radio, la televisión y el periódico, como de medios modernos, dentro de los cuales encontramos los sitios de redes sociales y los blogs. Y a partir de la información difundida en los mismos, conforman una opinión, entre otras cosas, sobre los mandatarios y su gestión gubernamental.

En relación con los antecedentes del presente estudio, resulta relevante el análisis realizado por Mazzina y González Cambel (2018) sobre continuidades y cambios en la política exterior del kirchnerismo y el gobierno de Cambiemos. El artículo expone que, mientras los períodos kirchneristas se caracterizaron por una postura defensora de la autonomía argentina y la selectividad en sus relaciones exteriores, Mauricio Macri diversificó las mismas con el objetivo de insertar a la Argentina en el mundo globalizado. Corigliano (2018) plantea que los gobiernos, en materia de política exterior, no sólo están estimulados o restringidos por las oportunidades y presiones procedentes del sistema internacional, sino que lo están también por el sistema de creencias y las preferencias culturales procedentes de la sociedad civil. En consonancia con esto, Annunziata, Ariza y March (2018) exploran las estrategias de proximidad entre representantes y representados a través del uso de sitios de redes sociales, analizando el discurso de Mauricio Macri que tiene como objetivo crear la ilusión de cercanía con la ciudadanía. Por último, dada la falta de estudios que aborden la

misma temática que el presente trabajo, resulta interesante la nota periodística realizada por Guido Ratti (2019) para el diario La Nación, la cual muestra diferentes casos de argentinos radicados en el exterior y su opinión sobre la situación del país actualmente.

De esta forma, quedan planteadas las nociones centrales: política exterior, comunicación política, fuentes de información, imagen y opinión. Sobre estos conceptos se profundizará a continuación para una mejor comprensión del lector.

Una de las prioridades manifestadas por el gobierno de Mauricio Macri fue la inserción de la Argentina en el mundo. Por medio de un cambio en materia de política exterior, el mandatario se diferenció respecto de la gestión kirchnerista en su manera de interpretar el escenario internacional, así como también en la forma de concebir y encarar la vinculación con los demás estados soberanos y con los organismos internacionales multilaterales (Frenkel, 2016). Previamente, con el kirchnerismo, los lineamientos de la política exterior se basaron en una visión negativa acerca del unilateralismo norteamericano y la globalización neoliberal. Se priorizó la autonomía entendida como libertad de acción frente a los actores poderosos del Occidente desarrollado, por medio de una inserción latinoamericana (Corigiliano, 2018). Pero con el gobierno de Cambiemos, aquella se ampliaría a una inserción a nivel global en la que, en todo caso, el espacio regional actuaría como una plataforma para integrar el país al resto del mundo. A partir de esta concepción favorable del proceso de globalización, Mauricio Macri proclamaría la necesidad de “volver al mundo”. Se retomarían así los estrechos vínculos con Estados Unidos y los países europeos y se anunciaría una revisión de los acuerdos firmados con China y Rusia. El objetivo sería insertarse en los mercados globales, generar confianza internacional para la atracción de capitales y potenciar

el carácter de exportador de *commodities* a través de la reducción de barreras arancelarias (Frenkel, 2016).

Como servidores públicos en nuestra democracia, los gobiernos tienen la obligación fundamental de informar a la ciudadanía y de ser informados por ella (Garnett, 2009). Para la legitimidad y la efectividad del gobierno es imprescindible poder dirigirse a la ciudadanía, por lo que contar con canales de comunicación adecuados resulta tarea prioritaria. Y para el ciudadano también es una necesidad conocer la gestión de sus gobernantes, por lo que los medios de comunicación son una necesidad para mantener el diálogo permanente que debe existir en una democracia participativa. En relación a las acciones comunicativas de Mauricio Macri, Vommaro y Gené (2017) plantean que “junto a la informalidad, la cercanía, el optimismo y la visibilización de la vida familiar, la acción comunicacional presidencial también se orientó a realzar la voluntad de escucha y de diálogo del gobierno con diferentes actores”.

La comunicación política, en tanto área disciplinar que involucra la ciencia política y la comunicación, es definida como:

La actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos), en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de éstas en la comunidad. (Canel, 2006, pág. 27)

Se considera que esta definición tiene las ventajas de incluir una visión amplia del término “mensaje”; el ámbito de estudio incluye las esferas de lo social y cultural; concibe un mensaje político del que puede ser emisor no solo el que ostenta poder sino cualquier miembro de la sociedad; entiende la relación entre los protagonistas como un proceso de

comunicación circular que se basa en la interacción; y está abierta al dinamismo con que los protagonistas generan significados constantemente (Canel, 2006).

Por otro lado, Wolton (1998) afirma que la comunicación política es el espacio en el que se intercambian tres discursos que se expresan legítimamente en una democracia: la información proporcionada por los periodistas, la política comunicada por los gobernantes y la opinión de los ciudadanos. Esto implica considerar la importancia y el alcance que pueden tener tanto la prensa como la opinión pública en el ámbito político, generándose incluso un debate en torno a cuál de los tres actores suscita los temas políticos a tratar.

Según el modelo presentado por dicho autor, los medios de comunicación tienen la capacidad de establecer el contexto o una representación global de la política, un marco dentro del cual los distintos discursos políticos entran en competencia (Wolton, 1998). Al definir a los medios de comunicación como actores en el espacio político, se considera que “si bien es verdad que la prensa no puede conseguir la mayor parte del tiempo decir a la gente lo que debe pensar, es sorprendentemente capaz de decir a los propios lectores en torno a qué temas deben pensar algo” (Cohen, 1963, pág. 13). Los medios de comunicación actúan como una especie de faro social, y dada su facilidad para traspasar fronteras, se considera que reflejan a nivel nacional e internacional.

A partir de una investigación realizada en el contexto de la campaña presidencial estadounidense de 1968, Mc Combs y Shaw (1972) descubrieron que había una fuerte vinculación entre el tratamiento de ciertos temas de debate electoral en los medios de comunicación y la importancia otorgada por los votantes a estos asuntos. Es decir, “la gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen

de su propio contenido” (Wolf, 2007, p. 163). Este fenómeno se conoce como la Teoría de Agenda Setting, en su versión en inglés, o como el establecimiento de agenda, en su versión castellana. La agenda refiere al listado de temas (*issues*) que son importantes a nivel social.

Esta teoría se caracteriza por dos procesos principales. Por un lado, el *priming* consiste en la valoración con que cierta temática se instala en los medios. Mientras que el efecto de *framing* o encuadre tiene que ver con la manera en que los medios muestran la información, determinan la percepción que se tiene del acontecimiento y modelan la imagen de la realidad por medio del establecimiento de marcos de interpretación.

Wolf (2007) señala que la influencia de los medios en la determinación de la agenda de los públicos varía según los temas (mientras más directa es la experiencia respecto a un tema, menor sería la influencia y cuanto más lejana, más se necesita de los medios para informarse y formar una opinión); y según la centralidad del tema para los receptores (cuanto más importante resulte el tema, más atentos estarán a lo que dicen los medios al respecto). El autor también indica que el poder de los medios se encuentra mediado por las predisposiciones de la audiencia, las relaciones interpersonales, el tipo de medio de que se trate y los contenidos objeto de tematización. Cabe mencionar que los líderes de opinión juegan un papel importante cuando se trata de la conformación de la opinión pública.

Por su parte, Aruguete (2013) propone algunos matices a la Teoría de Agenda Setting. La investigadora refiere a la existencia de tres agendas: una de los medios, una social y una política, en consonancia con lo planteado por Wolton (1998) acerca del protagonismo de los tres actores en el ámbito de la comunicación política.

A partir de esto, resulta relevante profundizar acerca de los medios de comunicación, los cuales, en términos de Sandoval (2013):

Posibilitan la producción, circulación y consumo de materiales significativos para las personas. Como sucede con la comunicación cara a cara, no se trata nunca de un mero intercambio de información, sino de un proceso vinculado a la generación de sentido. Refiere, por lo tanto, a los procesos de interpretación y simbolización sociales, es decir a los procesos de semiosis. (Sandoval, 2013, p. 24).

Los mismos pueden ser divididos en medios de comunicación tradicionales y medios de comunicación modernos. Los primeros incluyen la radio, la televisión y el diario, y se caracterizan principalmente por permitir una comunicación unidireccional, es decir, el emisor se encarga de enviar la información a un receptor pasivo y el feedback es difícil de medir o gestionar. Con la aparición de las telecomunicaciones surgen los medios modernos de formato digital que, a través de Internet, permiten no solo transmitir un mensaje sino también la interacción entre las personas que se encuentran conectadas. De esta forma, el proceso de comunicación se vuelve bidireccional dada la participación activa de los usuarios. Los sitios de redes sociales y los blogs se incluyen en este grupo. Cabe aclarar que, a los fines del presente estudio, se considerarán a la radio, la televisión y el diario como medios tradicionales a pesar de existir versiones online de los mismos.

Por otro lado, se debe tener en cuenta a los líderes de opinión. Se trata de personas que tienen la capacidad de ejercer influencia sobre las formas de pensar o de actuar de otros individuos, ya que son percibidos como una autoridad o una fuente confiable de información. El origen de este concepto se retrotrae a una época en la cual se consideraba que los medios de comunicación ejercían la mayor influencia sobre las audiencias, dictaminaban pautas de conducta y pensamiento. Sin embargo, Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1962) identificaron

figuras que gozaban de un estatus particular que les permitía trasladar los mensajes de los medios a otras personas, logrando una mayor persuasión. Luego Katz y Lazarsfeld (1955) formularon una teoría acerca del flujo de la comunicación en dos pasos, denominada Two Step Flow: la información fluía de los medios de comunicación hacia los líderes de opinión, y de estos a otros sectores de la población. De esta forma, el líder de opinión, en tanto intermediario, ejercía una influencia significativa sobre los demás por su capacidad para seleccionar, modificar y transmitir los mensajes.

A partir de la información que los argentinos reciben de estas fuentes, conforman una imagen sobre Mauricio Macri y su gobierno, que es definida como “la representación mental de un estereotipo de un objeto, organización, persona o acontecimiento, que los públicos se forman como consecuencia de la interpretación de la información acerca de ellos” (Capriotti, 1992, pág. 25). Se debe tener en cuenta que dicha estructura mental está conformada por creencias que poseen los públicos, creadas a partir de un conjunto de atributos que pueden ser evaluados y valorados de distintas formas por los distintos individuos. Se debe analizar cuáles son los atributos actuales asociados al mandatario, ya que se trata de una investigación sincrónica.

La imagen de Mauricio Macri, entonces, es la percepción dominante que una colectividad establece sobre él. A su vez, la percepción se define como “un proceso complejo por el cual un individuo obtiene información del exterior y le asigna un significado determinado” (Capriotti, 1992, pág. 47).

De la misma forma, Noelle-Neumann (2010) señala que los individuos observarían su medio y lo compararían con sí mismos, en búsqueda de un consenso. No se trata

necesariamente de un consenso de opinión, sino que también puede tratarse de un consenso de conducta. Y de esta forma, se debe entender a la opinión como expresión de algo considerado aceptable, teniendo en cuenta el elemento de acuerdo social.

Monzón explica a la opinión pública como “la discusión y expresión de los puntos de vista, del público (o públicos) sobre los asuntos de interés general, dirigidos al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder” (Monzón, 1987, pág. 137). Al desagregar esta definición encontramos los siguientes elementos:

- Discusión: implica que hay dinamismo y equivale al diálogo y al debate.
- Expresión: para que una opinión sea pública debe ser exteriorizada.
- Punto de vista: hace referencia a la dimensión racional del hombre.
- Público: conformado por los ciudadanos que participan, discuten y se expresan sobre los asuntos comunes.
- Asuntos de interés general: se trata de problemas, objetos, temas o cuestiones que son de interés común, central o público.
- Expresión dirigida al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder: las personas expresan opiniones públicamente para que se enteren los demás, pero también se debe tener en cuenta que en toda manifestación pública un destinatario es el poder, que presumiblemente tiene la clave del conflicto.

Desde sus orígenes hasta el día de hoy, la opinión pública se ha dirigido normalmente al poder político, y es precisamente aquí donde esta manifiesta su poder y fuerza moral al presionarlo con sus demandas (Monzón, 1987).

En función de lo desarrollado previamente, se establece:

Problema de investigación

¿Cuál es la opinión de los argentinos mayores a 30 años, que viven en el extranjero, acerca del gobierno de Mauricio Macri casi al final de su mandato?

Objetivo general

Analizar la opinión que poseen los argentinos mayores a 30 años, que viven en el extranjero, acerca del gobierno de Mauricio Macri casi al final de su mandato.

Objetivos específicos

- Analizar las fuentes de información utilizadas por los argentinos mayores a 30 años, que viven en el extranjero, para informarse acerca del gobierno de Mauricio Macri.
- Determinar la imagen que poseen los argentinos mayores a 30 años, que viven en el extranjero, de Mauricio Macri.
- Conocer la percepción que poseen los argentinos mayores a 30 años, que viven en el extranjero, acerca de la política exterior del gobierno de Mauricio Macri.

Métodos

Diseño

El presente trabajo se realizó en base a una investigación de enfoque cuantitativo y alcance descriptivo, dado que el objeto de estudio era ya conocido y lo que se buscaba era describirlo, es decir, medirlo. “La medición ofrece al investigador un conocimiento exhaustivo del objeto o alguno de sus aspectos” (Vieytes, 2004, pág. 93), en este caso, la opinión de los argentinos residentes en el extranjero.

Se trató de una investigación no experimental en la cual no hubo grupo de control ni manipulación de variables. A su vez, fue sincrónica porque se utilizaron datos recogidos en un tiempo único al suministrar la encuesta casi al final del mandato presidencial de Mauricio Macri, durante la segunda quincena de septiembre del 2019.

Participantes

La población se compuso de argentinos, mayores de 30 años y viviendo en el extranjero. Para la selección de la muestra se implementó un muestro no probabilístico por bola de nieve, ya que se trató de una población de difícil acceso. Se localizó a algunos individuos que la conforman y se les requirió que contacten a otros en su misma situación. De esta forma la muestra estuvo conformada por 61 personas viviendo en distintas partes del mundo. Se estableció que debían ser personas mayores a 30 años, ya que se consideró que la edad, asociada a cierta experiencia de vida, podría favorecer un posicionamiento personal y capacidad de crítica sobre el gobierno de Mauricio Macri. Se incluyeron tanto hombres como mujeres, pero se utilizó como criterio de exclusión la cantidad de años viviendo en el extranjero: aquellos argentinos radicados en el exterior cuya residencia fuera menor de 4 años

porque se consideró preferente para el estudio que hubieran transitado la totalidad del mandato de Mauricio Macri fuera del país.

Instrumento

Para la recolección de datos se utilizó una encuesta creada en Google Forms¹, cuyo link fue enviado por medios digitales. Lo primero que se le requirió a los encuestados fue su consentimiento, advirtiéndole que los datos proporcionados serían utilizados para el presente estudio. El cuestionario incluyó preguntas tanto abiertas como cerradas, y se suministró en la segunda quincena de septiembre del 2019, faltando aproximadamente dos meses y medio para el final del mandato presidencial de Mauricio Macri.

Análisis de datos

Para llevar a cabo el análisis interpretativo de los datos, se partió de las variables abstractas del objetivo general y los objetivos específicos. Estas fueron: opinión sobre el gobierno, fuentes de información, imagen de Mauricio Macri y percepción de la política exterior. Dada su naturaleza, no pueden ser estudiadas como un todo, por lo que fueron descompuestas en variables intermedias, integradas a su vez por distintas dimensiones. Por último, se determinaron las evidencias empíricas respecto al comportamiento de las variables, es decir, los indicadores. Así, por ejemplo, la variable abstracta *opinión sobre el gobierno*, fue estudiada por medio de la dimensión *valoración*, la cual a su vez posee como indicadores *positiva, neutra y negativa*.

¹ La encuesta suministrada se encuentra en Anexos

Ficha Técnica	
Alcance	Descriptivo
Enfoque	Cuantitativo
Diseño	No experimental – sincrónico
Técnica	Encuesta
Instrumento	Cuestionario
Población	Argentinos mayores de 30 años y viviendo en el extranjero
Selección muestral	No probabilístico – bola de nieve
Muestra	61 argentinos mayores de 30 años y viviendo en el extranjero

Resultados

En primer lugar, se le pidió a los encuestados que indicaran sus datos personales. El 46% de los encuestados fueron mujeres, y el 56% restante fueron hombres.



Fuente: elaboración propia

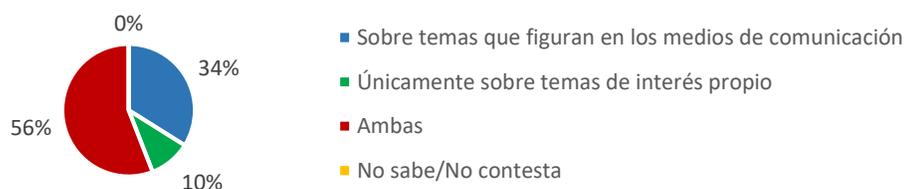


Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

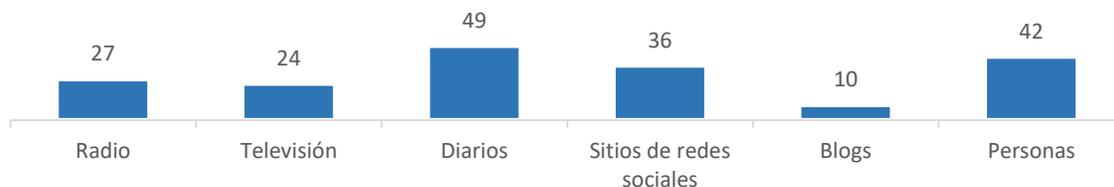
Luego, como punto de partida, se les consultó si se mantenían informados sobre los acontecimientos vinculados a la Argentina. El 97% indicó que sí lo hacía, mientras que un 3% expresó que no. A estos últimos se les solicitó que avancen a la pregunta n° 7, y a quienes respondieron “Si”, se les pidió que indicaran acerca de qué se informan.



Fuente: elaboración propia

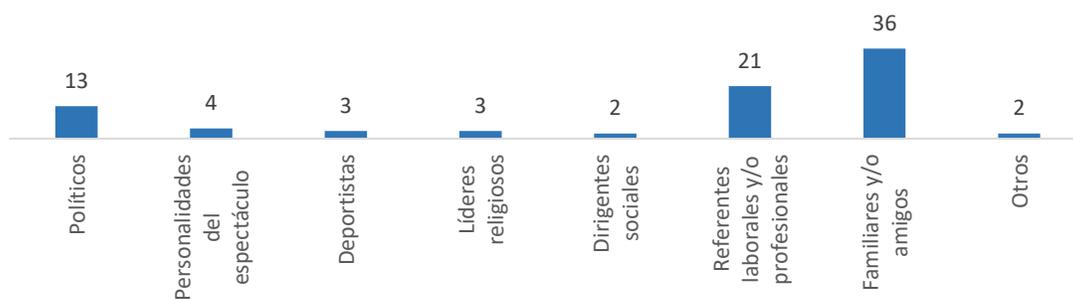
Además, un 36% de los encuestados utiliza medios de comunicación nacionales, un 10% medios de comunicación internacionales y la mayoría, el 54%, utiliza ambos.

A partir de esto, comenzó a indagarse más específicamente acerca de las fuentes de información empleadas, pudiendo los encuestados marcar múltiples opciones.



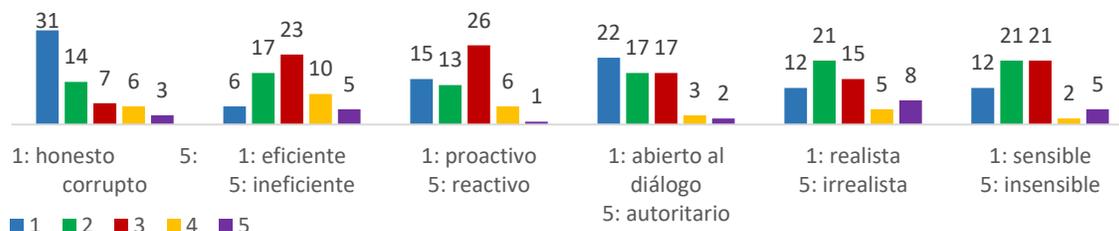
Fuente: elaboración propia

A quienes indicaron que se informan a través de personas, se les solicitó que indiquen a partir de quiénes, pudiendo los encuestados marcar múltiples opciones también.



Fuente: elaboración propia

Para el análisis de la imagen de Mauricio Macri, se les pidió a los encuestados que indicaran en qué grado vinculan al mandatario con distintos atributos. Para esto se ubicaron adjetivos opuestos en los extremos de escalas que iban del 1 al 5.



Fuente: elaboración propia

Luego se indagó acerca de la difusión de información sobre acontecimientos políticos por parte de Mauricio Macri. El 26% indicó que considera que es buena, el 38% considera que es regular, y el 36% restante que es mala.

Con respecto a la política exterior del gobierno de Mauricio Macri, se pidió a los encuestados que indicaran si conocen los objetivos y lineamientos de la misma. La mayoría (67%) expresó conocerlos, un 30% indicó que no, y un 3% marcó la opción “No sabe/No contesta”. Aquellas personas que respondieron “No” debían pasar a la pregunta n° 12, y quienes respondieron “Si”, podían responder abiertamente cuál era su opinión al respecto.

No es buena para el país y sus ciudadanos. Solo "buena" para unos pocos y poderosos. El neoliberalismo es siniestro y los 90 dieron cuenta de ello, parece que hemos olvidado nuestra historia.

Acertada en cuanto a mostrar a la Argentina en el mundo como un país con potencial y actualidad atractiva para inversiones racionales, medidas y distribuidas de manera acorde según el área o industria que se trate.

Muy acertada porque el enfoque es fomentar y mantener lazos de calidad y que perduren en el tiempo, que es lo que generará otra perspectiva económica sólida y realista. Además, considero que la política exterior hizo mucho por sanear ese ámbito de corrupción y clientelismo político que tanto daño hace.

La política es correcta y nos abre muchas posibilidades a futuro, pero lo que necesita es tiempo.

Puso a Argentina en los principales grupos de decisión mundial. Muy satisfactorio.

Abierta a la cooperación internacional. Conciliadora.

Cambio favorable con relación a EEUU y Europa.

Muy buena a excelente, de la mejor en los últimos 40 años.

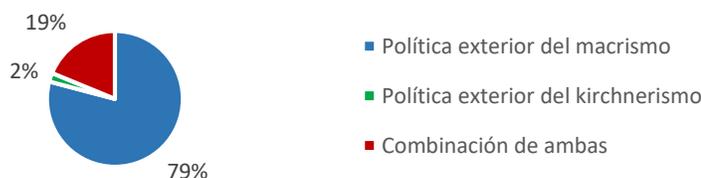
Muy buena. Volvió a insertar a Argentina en el contexto internacional.

Incluir a la Argentina en el mundo global.

Favorable. La apertura al mundo es fundamental para Argentina en este momento.

Me parece excelente como ha puesto a Argentina en la escena internacional. Pasamos de representantes vergonzosos a gente que sabe qué hacer en el exterior con los líderes de otras naciones.

Luego se buscó comparar la política exterior del gobierno macrista con la política exterior del gobierno kirchnerista, por lo que se les consultó cuál consideraban preferente.



Fuente: elaboración propia

Por último, se indagó sobre la opinión de los encuestados sobre el gobierno de Mauricio Macri en general, por medio de una pregunta abierta.

Consensuante y sin un efecto perceptible en la mayoría de los ciudadanos.

Buen plan, mala ejecución.

Quizás muy ingenuo, pero sin dudas mil veces más honesto y dedicado a paliar necesidades estructurales para después crecer sobre esos cimientos firmes. Faltó MUCHA comunicación de las acciones tomadas.

Ineficiente, perdido, pero más honesto que otros.

Inútiles e incompetentes.

No hay otro mejor.

Muy idealista.

Bueno, pero con una herencia difícil de manejar.

Sacar a la Argentina de donde estaba era complicado, queda mucho por hacer pero creo que vamos en la dirección correcta y la sociedad tiene que aprender que para salir de donde estamos hay que sufrir un poco.

Bien intencionado pero incoherente en la práctica. Carente de coraje para enfrentar cambios estructurales imperiosos para el país.

No resultó ser suficiente.

Un buen plan para el largo plazo pero que requiere de tiempo para dar frutos concretos.

Cambió al rumbo nefasto que venía teniendo el país con otros gobiernos.

Buenas intenciones, pero muy cobardes. Lo que hay que hacer no lo hicieron.

Pésima política económica.

Tiene una muy buena idea pero no la sabe desarrollar.

Muy bueno en libertades individuales, seguridad, y respeto a las instituciones. Malo en economía.

Con ganas de avance y creciente y con malos manejos en cuanto a la pobreza y sobre todo comunicación.

Falló en aspectos relativos al desarrollo de la población. Demoró decisiones y fue reactivo. Bien en política exterior, mejora de la percepción de Argentina en el exterior. Al fin de su mandato se desdibuja su imagen.

Valiente.

Un gobierno al cual le toco recuperar un país en ruinas y el cual no será recuperado en un periodo ni dos, pero si va para el rumbo correcto. Algunos aciertos y desaciertos, pero me gusta.

Malo para el pueblo, de derecha.

Irreal, patriarcal, racista y border line fascista

Honesto y con la intención de sacar el país adelante e integrarlo a la comunidad mundial.

Beneficia a los empresarios y la clase media está cada vez peor.

Un gobierno que se hizo cargo de un legado complicado.

Honesto pero ineficiente.

Enfrentó situaciones sumamente complejas, la comunicación ha sido deficiente y limitada. Demasiado suave la respuesta a presiones sindicales y de organismos que “supuestamente” representan a los pobres.

Correcto con errores. Sin embargo, de lo mejor de la democracia reciente.

Honesto, de largo plazo.

Sin fuerza y proactividad para haber hecho los cambios necesarios al asumir.

Honesto. Muchas obras. Le faltó escuchar un poco más a algunos sectores políticos.

Positivo en cuanto a cambio de orientación del país, pero con muchos errores en la economía.

Abierto al diálogo, al mundo, moderado en sus discursos.

Pobre, no tomas las acciones realmente importantes. Reducir el Estado.

Al principio prometía algo bueno, pero ahora es todo lo contrario según lo que dice la gente.

Demasiado conservador.

Un gobierno que ha logrado mucho, pero le queda más aún por hacer.

Destructivo.

Un desastre. Tuvo la oportunidad de cambiar la historia y por falta de coraje desaprovechó la única oportunidad.

Valiente. Intentando resolver los problemas estructurales de la Argentina.

Avance institucional y falla en la economía.

Sufrido pero con objetivos claros.

Ha tenido la labor titánica de reconstruir un país desde la nada. Desde el desorden y la corrupción absoluta en cada institución pública hasta las relaciones internacionales. En términos económicos falta mucho.

Progreso. Poco sensible en lo social. Poca visión de modelo industrial como país. Un típico ingeniero.

Bueno pero le falta mucho.

Perdieron la oportunidad de hacerlo bien y ser más proactivos en temas puntuales.

Con buenas intenciones y malas ejecuciones.

Con ganas de sacar adelante al país.

También los encuestados indicaron su nivel de conformidad con el gobierno de Mauricio Macri. El 23% indicó que es bajo, el 54% regular, y otro 23% que es alto.

Para finalizar, las personas podían dejar comentarios o aclaraciones.

Que siga siendo el presidente es lo único que puede evitar que el país colapse al caer en manos del kirchnerismo. ¡Espero que no vuelvan los k! Nos hicieron pasar mucha vergüenza a los argentinos que vivimos en el exterior. El mejor gobierno en muchos años.

Creo que es el primer gobierno en mis 50 años que está haciendo las cosas que siempre esperamos.

A muchos argentinos nos gustaría volver, por lo que necesitamos que exista una mejora de las condiciones.

Macri tiene muy buenas intenciones, pero mucho capricho y falta de sensibilidad política... ¡Hay que aterrizar!

Confío en Macri más de lo que confío en Fernández.

Desarrollar mejor la comunicación para el presidente, sería una buena opción.

No deseo que regrese el populismo de la mano de los Fernández.

Deseo que Argentina florezca y que Macri pueda seguir un segundo período de mandato.

Debiera convencer al pueblo y mostrar más los éxitos logrados. Queda un largo camino.

No vuelven más.

Cualquiera es mejor que Cristina.

Es el menos peor de los dos lejos. El kirchnerismo implica retroceso de los logros institucionales del gobierno de Macri y la vuelta a la corrupción.

La Argentina, si retorna al populismo, perderá una oportunidad de oro de inserción en políticas del primer mundo. Seguiremos descendiendo en nuestra escala como país.

Discusión

Para comenzar, se debe tener en cuenta el perfil de los encuestados. La muestra estuvo compuesta por casi la misma cantidad de mujeres y hombres, aunque estos últimos fueron mayoría. Con respecto a la edad, el 80% de las personas tiene entre 40 y 59 años, siendo la minoría los mayores de 60 años. Los países de residencia son variados. Se obtuvieron datos de personas viviendo en 15 países distintos de casi la totalidad de los continentes, lo cual puede reconocerse como una de las fortalezas del presente estudio. El destino más elegido es América del Norte (52%), con 24 personas viviendo en Estados Unidos (39%), 6 en México (10%) y 2 en Canadá (3%). Los años de residencia en el extranjero presentan una distribución bimodal en los rangos de 4 a 9 años y de 15 a 19 años.

En un primer momento, se le consultó a los encuestados si se mantenían informados acerca de los acontecimientos vinculados a la Argentina. Aunque la gran mayoría respondió afirmativamente (97%), se registraron 2 respuestas negativas. Se podría pensar que esto se debe a un profundo desarraigo como consecuencia de una gran cantidad de años viviendo en otro país, y, aunque uno de los casos se trata de una mujer que vive hace 19 años en el extranjero, el segundo caso es de un hombre que dejó la Argentina hace 10 años. Es por esto que no se puede establecer que la cantidad de años viviendo en el exterior sea motivo de la desinformación.

Al consultar a quienes sí se mantienen informados acerca de qué temas lo hacen, queda en evidencia la Teoría de la Agenda Setting. El 34% de los encuestados se informa acerca de temas que figuran en los medios de comunicación, un 10% únicamente sobre temas de interés

propio y el 56% restante sobre ambos. En función de esto, y siguiendo la teoría mencionada previamente, se verifica que “la gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido” (Wolf, 2007, p. 163). Además, este autor señala que la influencia de los medios respecto a la determinación de la agenda de los públicos varía según la cercanía de estos con los temas: mientras más lejana es la experiencia respecto a un tema, como en este caso, más se necesita de los medios para informarse y formar una opinión.

Aun así, no es menor que un 38% de las personas se informen únicamente sobre temas de interés propio, según argumentan los encuestados. Este dato se muestra en consonancia con lo planteado por Aruguete (2013), quien propone la existencia de no solo una agenda de los medios, sino también una agenda social y otra política. De la misma forma, Wolton (1998) trata el protagonismo de los periodistas, la ciudadanía y los políticos en el ámbito de la comunicación política, entendida esta como un espacio en el cual los discursos de estos tres actores compiten.

Es por esto que se puede establecer que, a pesar de la gran influencia que poseen los medios de comunicación en la determinación de los temas sobre los cuales las personas piensan al respecto, se evidencia el filtro que implican las predisposiciones de la audiencia, las relaciones interpersonales, el tipo de medio de que se trate y los contenidos objeto de tematización, que llevan a que una gran parte del público posea autonomía a la hora de elegir acerca de qué informarse.

A continuación, el 36% de los encuestados indicó que utiliza medios de comunicación nacionales, un 10% internacionales y la mayoría, el 54%, utiliza ambos. Previamente se

explicó la influencia que poseen los medios de comunicación en la determinación de la agenda, la cual refiere al listado de temas (*issues*) que son importantes en el plano social. En función de esto, se destaca el hecho de que uno de los *issues* más recurrentes en las respuestas a preguntas abiertas fue la economía. Queda en evidencia la consonancia temática entre la prensa y los públicos, dada la importancia y recurrencia con la cual se trata a la economía en los medios de comunicación tanto nacionales como internacionales. Resulta de público conocimiento que la economía argentina atraviesa un momento de crisis, la cual repercute no solo en el país sino también en el resto del mundo. Este proceso se conoce como *priming* y consiste en la valoración con que cierto tema se instala en los medios, lo cual a su vez influye en la percepción de los públicos.

Por otro lado, el efecto de *framing* tiene que ver con la manera en que los medios muestran la información, estableciendo marcos de interpretación que modelan la imagen de la realidad. Dada la situación de crisis, los medios de comunicación hacen eco de la preocupación de la ciudadanía al respecto. Esto se evidencia, además, en las respuestas de los encuestados: “pésima política económica”; “malo en economía”; “con muchos errores en la economía”; “falla en la economía”; “en términos económicos falta mucho”.

A partir de esto, se indagó más específicamente acerca de las fuentes de información. Los indicadores fueron agrupados en tres categorías: medios tradicionales, que incluye la radio, la televisión y los diarios; medios modernos, que incluye los sitios de redes sociales y los blogs; y personas, que representa a los líderes de opinión. Teniendo en cuenta únicamente a los medios de comunicación, el 68% de las personas se informa a través de medios tradicionales (siendo el diario la principal fuente de información) y un 32% lo hace a través

de medios modernos (siendo los sitios de redes sociales la tercera fuente de información más utilizada). Esto podría explicarse por la edad de los encuestados, todos mayores de 30 años y, por lo tanto, inmigrantes digitales. Este término fue utilizado primeramente por Marc Prensky (2003) para designar a las personas nacidas y educadas antes del auge de las nuevas tecnologías, quienes justamente desarrollan un mayor apego por las tecnologías tradicionales.

Las personas fueron la segunda fuente de información más utilizada, lo cual da cuenta de la importancia de los líderes de opinión. La mayoría de los encuestados, el 43%, indicaron que se informan por medio de familiares y/o amigos; en segundo lugar, el 25% se informan a través de referentes laborales y/o profesionales; y, en tercer lugar, solo el 15% lo hace a través de políticos. De esta forma se evidencia la gran influencia que poseen los grupos de pertenencia y/o referencia en la percepción de la realidad, en detrimento de aquellas fuentes que podrían considerarse principales por su expertismo en la materia.

En línea con esto, cabe mencionar que otro de los temas recurrentes en las respuestas a preguntas abiertas fue la dimensión social en Argentina. De la misma forma que con la economía, muchos encuestados se mostraron negativos sobre aspectos relativos a la población argentina, en consonancia con el malestar expresado por muchos ciudadanos y los propios medios de comunicación. Este postulado se basa en las siguientes respuestas: “[gobierno] sin un efecto perceptible en la mayoría de los ciudadanos”; “con malos manejos en cuanto a la pobreza”; “falló en aspectos relativos al desarrollo de la población”; “malo para el pueblo”; “la clase media está cada vez peor”; “poco sensible en lo social”.

Para el análisis de la imagen de Mauricio Macri, se les pidió a los encuestados que indicaran en qué grado vinculan al mandatario con varios grupos de adjetivos opuestos, con

el objetivo de determinar los atributos actuales con los cuales se lo asocia. En primer lugar, la escala “honesto/corrupto” muestra que la gran mayoría de ellos considera que el actual presidente se caracteriza por su honestidad. Además, en las respuestas a las preguntas abiertas, 5 personas destacan este atributo, lo cual implica un resultado positivo en términos de su imagen.

Por otro lado, la escala “eficiente/ineficiente” muestra un resultado intermedio. A pesar de que en segundo lugar aparece una tendencia positiva, algunas personas destacaron en sus respuestas el atributo “ineficiente”, e incluso se lo acusa de “inútil e incompetente” y de “no tomar las acciones realmente importantes”.

En tercer lugar, la escala “proactivo/reactivo” muestra un resultado intermedio, aunque con una marcada tendencia positiva. Algunas personas, a pesar de esto, indicaron en sus respuestas que consideraban al presidente actual “sin fuerza y proactividad para haber hecho los cambios necesarios al asumir” y que debió “ser más proactivo en temas puntuales”.

La escala “abierto al diálogo/autoritario”, muestra un resultado claramente positivo en términos de la imagen de Mauricio Macri. Algunas personas lo catalogaron de “consensuante” y de estar “abierto al diálogo y al mundo”, aunque un encuestado indicó que “le faltó escuchar un poco más a algunos sectores políticos”.

De la misma forma, la escala “realista/irrealista” muestra un resultado principalmente positivo.

Por último, la escala “sensible/insensible” muestra un resultado intermedio con una gran tendencia positiva. En términos generales hay un resultado positivo en este aspecto,

pero, tal como se mencionó previamente, resulta evidente que muchos de los encuestados perciben una falencia en la sensibilidad del actual presidente hacia la dimensión social en Argentina.

A partir de esto, se establece que Mauricio Macri posee una imagen principalmente positiva, cuando no intermedia, entre los argentinos mayores de 30 años y viviendo en el extranjero.

Tal como plantea Wolton (1998), la comunicación política es el espacio en el que se intercambian tres discursos: el de los periodistas (analizado previamente), el de la ciudadanía (analizado previamente y próximamente), y el de los gobernantes. En función de esto último se indagó acerca de la difusión de información sobre acontecimientos políticos por parte de Mauricio Macri. Los resultados muestran que los encuestados consideran que la misma es regular o mala. Esto se evidencia también en algunas respuestas: “faltó mucha comunicación de las acciones tomadas”; “malos manejos en cuanto a (...) comunicación”; “la comunicación ha sido deficiente”; “moderado en sus discursos”; “desarrollar mejor la comunicación para el presidente sería una buena opción”; “debiera convencer al pueblo y mostrar más los éxitos logrados”.

En la introducción se señaló como antecedente el trabajo de Annunziata, Ariza y March (2018), quienes exploran las estrategias de proximidad entre representantes y representados a través del uso de sitios de redes sociales, analizando el discurso de Mauricio Macri. Pero dados los resultados del presente estudio, se evidencia una falencia comunicacional por parte del actual presidente, y un incumplimiento del objetivo de su táctica comunicacional de crear la ilusión de cercanía con la ciudadanía.

En relación con esto, un 30% de los encuestados indicaron no conocer los objetivos y lineamientos de la política exterior del gobierno de Mauricio Macri, sumado a un 3% que marcó la opción “No sabe/No contesta”. Del 67% restante que afirmó conocer los mismos, casi la totalidad dio una respuesta positiva al ser consultados por su opinión al respecto, además de mencionar características propias de la política exterior del macrismo: “mostrar a la Argentina al mundo”; “puso a Argentina en los principales grupos de decisión mundial”; “cambio favorable con relación a EEUU y Europa”; “incluir a la Argentina en el mundo global”, entre otros.

Tal como plantean Mazzina y González Cambel (2018), el gobierno de Mauricio Macri diversificó las relaciones exteriores con el objetivo de insertar a la Argentina en el mundo globalizado, mientras que los períodos kirchneristas se caracterizaron por una postura defensora de la autonomía argentina y la selectividad en la vinculación con otros países. A partir de esto se buscó comparar ambas políticas exteriores, según la percepción de los encuestados. La gran mayoría, el 79%, indicaron que consideraban preferente la del macrismo y solo un 2% indicaron preferente la del kirchnerismo, siendo el 19% restante una preferencia por una combinación de ambas.

Es por esto que se establece que los argentinos mayores a 30 años, que viven en el extranjero, poseen una percepción sumamente positiva acerca de la política exterior del gobierno de Mauricio Macri.

Por último, se indagó sobre la opinión de los encuestados sobre el gobierno del actual presidente en general, por medio de una pregunta abierta en la cual surgieron varios aspectos interesantes.

En primer lugar, surge la percepción de dificultad y complejidad en su gobierno dado el legado: “con una herencia difícil de manejar”; “sacar a la Argentina de donde estaba era complicado”; “le tocó recuperar un país en ruinas”; “se hizo cargo de un legado complicado”; “ha tenido la labor titánica de reconstruir un país desde la nada”.

En relación con esto, podría marcarse como una limitación del presente estudio la falta de una escala “valiente/cobarde” para caracterizar la imagen de Mauricio Macri, ya que surgieron numerosas veces ambos adjetivos en las respuestas proporcionadas. Uno de los encuestados indicó considerarlo “carente de coraje para enfrentar cambios estructurales imperiosos para el país” mientras que otro plantea que “se enfrentó a situaciones sumamente complejas”, y, de esta forma, las opiniones se dividen entre ambos atributos.

De la mano de la caracterización de cobarde surge la percepción de la pérdida de una oportunidad valiosa por parte de Mauricio Macri. Algunos encuestados indicaron que “por falta de coraje desaprovechó la única oportunidad” y “perdieron la oportunidad de hacerlo bien”, dando a entender un sentimiento de decepción que surge de las expectativas puestas en su mandato.

A pesar de esto, se evidencia en varios encuestados también la percepción de la necesidad de tiempo para cumplir con dichas expectativas, indicando algunos: “[el país] no será recuperado en un período ni dos”; “[gobierno] de largo plazo”; “ha logrado mucho pero le queda más aún por hacer”; “bueno pero le falta mucho”.

Además, aparece numerosas veces la percepción de buenas intenciones por parte del actual presidente, pero una mala ejecución de las mismas en la práctica: “buen plan, mala

ejecución”; “bien intencionado pero incoherente en la práctica”; “buenas intenciones, pero (...) lo hay que hacer no lo hicieron”; “tiene una muy buena idea pero no la sabe desarrollar”. A pesar de esto, se hace hincapié en su determinación por lograr resultados positivos para la Argentina. Algunos encuestados consideran al actual presidente “con ganas de avance y crecimiento” y “con la intención de sacar el país adelante”.

Hacia el final de la encuesta se les dio la opción a los participantes de dejar comentarios o aclaraciones. Así surge otra cuestión relevante para el presente estudio: se destaca la comparación entre el gobierno de Mauricio Macri y otros gobiernos argentinos previos, principalmente con el kirchnerismo. Entre las respuestas que hacen alusión a esto se encuentran: “que siga siendo el presidente es lo único que puede evitar que el país colapse al caer en manos del kirchnerismo”; “confío en Macri más de lo que confío en Fernández”; “¡Espero que no vuelvan los k!”; “cualquiera es mejor que Cristina”; “es el menos peor de los dos lejos. El kirchnerismo implica retroceso de los logros institucionales del gobierno de Macri y la vuelta a la corrupción”; “la Argentina, si retorna el populismo, perderá una oportunidad de oro de inserción en políticas del primer mundo. Seguiremos descendiendo en nuestra escala como país”. Por lo tanto, el gobierno de Mauricio Macri se percibe más positivamente en comparación con los mandatos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner (candidata a vicepresidente y representante de la oposición en las elecciones presidenciales del 2019).

En función de lo desarrollado previamente, y luego de consultar el nivel de conformidad de los encuestados con el gobierno de Mauricio Macri, se puede concluir que los argentinos mayores a 30 años, que viven en el extranjero, poseen una opinión regular

(54%) sobre el mismo. Esto se establece en líneas generales, dado que, si se analizan aspectos particulares de su mandato, también se notan tendencias tanto positivas como negativas en la percepción de las personas.

Cabe destacar que la importancia del presente análisis radica en la falta de investigaciones que analicen el mismo objeto de estudio, es decir, la opinión de los argentinos viviendo en el extranjero. Se considera que ello puede deberse a un desinterés en torno a la percepción de quienes viven fuera del país. Aun así, esto no quita que dichas personas posean una opinión formada de lo que sucede en la Argentina, y más aún, que la misma sea un aporte fundamental dado que, al vivir en una realidad distinta, pueden realizar cuestionamientos. Se considera que el conocimiento disponible sobre el tema es escaso o nulo, y por lo tanto se recomienda su profundización. Además, se avecinan elecciones presidenciales, lo cual constituye una oportunidad para estudiar la percepción de un nuevo gobierno. Se debe comenzar a tener en mayor consideración la opinión de quienes, a pesar de vivir en otro país, siguen siendo argentinos.

Referencias

Annunziata, R., Ariza, A. F., y March, V. R. (2018). "Gobernar es estar cerca". Proximity Strategies in the Use of Social Networks By Mauricio Macri and María Eugenia Vidal. *Revista mexicana de opinión pública*, (24), 71-93. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/61520/55590>.

Aruguete, N. (2013) La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político. *Austral comunicación*, 2(2), pp. 205-216. ISSN 2313-9129.

Canel, M. J. (2006). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. Madrid, España: Tecnos.

Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, Estados Unidos: Princeton University Press.

Corigliano, F. (2018). Flexibilidad en un mundo incierto: Creencias, espacios y lineamientos de la política exterior del gobierno de Macri al promediar el mandato. *Perspectivas Revista de Ciencias Sociales*, 3 (5), 62-97. Recuperado de <https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/11501/4-CORIGLIANO%20PDF.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.

Frenkel, A. (2016). "Muevan el mundo que me quiero subir": Política exterior e integración regional en el gobierno de Mauricio Macri <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/28986>.

Garnett, J. (2009). *Comunicándose con la ciudadanía*; en “Estrategias de comunicación para gobiernos” de Izurieta, R., Perina, R. y Arterton, C.; Washington, EEUU: La Crujía.

Katz, E. y Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. New York, EEUU: Free Press.

Lazarsfeld, P., Berelson, B., y Gaudet, H. (1962). *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones 3.

Maarek, P. (2008). La Comunicación Política: Una perspectiva internacional. [*Versión electrónica*], *Revista Telos* (74).

Mazzina, C. y González Cambel, C. (2018). *SciELO*. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96012018000100006&lang=es.

McCombs, M., y Shaw, D. L. (1972). Agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), pp. 176-187.

Monzón, C. (1987). *La opinión pública: teorías, concepto y métodos*. Madrid, España: Tecnos.

Mundo UNTREF. (2017). Argentina se convirtió en un polo de emigración. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <https://www.untref.edu.ar/mundountref/argentina-se-convirtio-en-un-polo-de-emigracion>.

Noelle-Neumann, E. (2010). *La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social*. Madrid, España: Paidós.

Prensky, M. (2003). *Digital natives, digital immigrants- A new way to look at ourselves and our kids*; en “Cuadernos SEK 2.0” de Institución Educativa SEK. Madrid, España: Distribuidora SEK, S.A.

Ratti, G. (6 de febrero de 2019). La Argentina, desde lejos: cómo ven hoy al país los profesionales que se fueron. La Nación [versión digital]. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/la-argentina-lejos-como-ven-hoy-al-nid2216302>.

Sandoval, L. R. (2013). *Medios, masas y audiencias: lecturas sobre teoría social de la comunicación*. Comodoro Rivadavia, Argentina: Universitaria de la Patagonia.

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas*. Buenos Aires, Argentina: de las Ciencias.

Vommaro, G. y Gené, M. (2017). Argentina: el año de Cambiemos. *Revista de ciencia política* (Santiago), 37(2), 231-254. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-090X2017000200231&script=sci_arttext&tlng=e.

Wolf, M. (2007). *La investigación de la comunicación de masas*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Wolton, D. (1998). *La comunicación política: construcción de un modelo*; en “Comunicación y Política” de Gathier, A. y Mouchon, J.; Barcelona, España: Gedisa.

Anexos

La encuesta suministrada a los participantes fue realizada en Google Forms². La misma se muestra a continuación:

El gobierno de Mauricio Macri según los argentinos viviendo en el extranjero
El presente estudio se desarrolla en el marco del Seminario Final de Grado de la Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales, de la Universidad Siglo 21. Tiene como objetivo analizar la opinión que poseen los argentinos mayores a 30 años, que viven en el extranjero, acerca del gobierno de Mauricio Macri casi al final de su mandato. Los datos obtenidos serán de carácter confidencial y se guardará el anonimato de los encuestados. Si usted acepta participar en este estudio, se requiere que responda el siguiente cuestionario:
Edad
Sexo <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Prefiero no decirlo <input type="radio"/> Otro.....
País de residencia
Años de residencia en el extranjero
Ocupación
1) ¿Se mantiene informado sobre los acontecimientos vinculados a la Argentina? <input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No

² Link de la encuesta: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScZI5OWJj6XgtebqPrgFEbu-b9rG8IVdMla6EmHnXCyn7L6Hg/viewform>

<p>2) Si su respuesta previa fue negativa, avance a la pregunta 7). Si su respuesta fue afirmativa, indique si decide informarse:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Sobre temas que figuran en los medios de comunicación <input type="radio"/> Únicamente sobre temas de interés propio <input type="radio"/> Ambas <input type="radio"/> No sabe/No contesta
<p>3) Para informarse sobre los acontecimientos vinculados a la Argentina, ¿elige medios de comunicación nacionales (argentinos) o medios de comunicación internacionales?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Nacionales <input type="radio"/> Internacionales <input type="radio"/> Ambos <input type="radio"/> Ninguno <input type="radio"/> No sabe/No contesta
<p>4) ¿Qué tipo de fuentes utiliza para informarse sobre los acontecimientos vinculados a la Argentina? (puede marcar múltiples opciones)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> Diarios <input type="checkbox"/> Sitios de redes sociales <input type="checkbox"/> Blogs <input type="checkbox"/> Personas <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> Otro
<p>5) En caso de haber indicado, en la pregunta anterior, que se informa por medio de personas, seleccione si se trata de: (puede marcar múltiples opciones)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Políticos <input type="checkbox"/> Personalidades del espectáculo <input type="checkbox"/> Deportistas <input type="checkbox"/> Líderes religiosos <input type="checkbox"/> Dirigentes sociales <input type="checkbox"/> Referentes laborales y/o profesionales <input type="checkbox"/> Familiares y/o amigos <input type="checkbox"/> Otro.....
<p>6) ¿Qué criterio/s utiliza para elegir dicha/s fuente/s de información? (puede marcar múltiples opciones)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Confianza en la fuente <input type="checkbox"/> Veracidad de la información provista por la fuente <input type="checkbox"/> Facilidad en el acceso a la información <input type="checkbox"/> Grupos de pertenencia dentro de la comunidad en la que vive <input type="checkbox"/> Opinión de sus allegados en la Argentina

<p>7) A continuación, se muestran escalas en cuyos extremos se ubican adjetivos opuestos. ¿En qué grado vincula al presidente Mauricio Macri con cada uno?</p> <p>A) Honesto ①-----②-----③-----④-----⑤ Corrupto</p> <p>B) Eficiente ①-----②-----③-----④-----⑤ Ineficiente</p> <p>C) Proactivo ①-----②-----③-----④-----⑤ Reactivo</p> <p>D) Abierto al diálogo ①-----②-----③-----④-----⑤ Autoritario</p> <p>E) Realista ①-----②-----③-----④-----⑤ Irrealista</p> <p>F) Sensible ①-----②-----③-----④-----⑤ Insensible</p>
<p>8) ¿Cómo considera que es la difusión de información sobre acontecimientos políticos por parte de Mauricio Macri?</p> <p>Buena ①-----②-----③ Mala</p>
<p>9) La política exterior es el conjunto de las decisiones públicas que toma el gobierno de un Estado en función de los intereses nacionales y en relación con los demás actores del sistema internacional. ¿Conoce los objetivos y/o lineamientos de la política exterior del gobierno de Mauricio Macri?</p> <p><input type="radio"/> Si</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> No sabe/No contesta</p>
<p>10) Si su respuesta anterior fue negativa, avance a la pregunta 12). Si fue afirmativa, indique cuál es su opinión sobre la política exterior del gobierno de Mauricio Macri:</p> <p>.....</p>
<p>11) ¿Qué política exterior considera preferente?</p> <p><input type="radio"/> Política exterior del macrismo: globalización y multilateralidad</p> <p><input type="radio"/> Política exterior del kirchnerismo: regionalismo y bilateralidad selectiva</p> <p><input type="radio"/> Combinación de ambas</p> <p><input type="radio"/> Ninguna</p> <p><input type="radio"/> No sabe/No contesta</p>
<p>12) ¿Cómo describiría, en líneas generales, el gobierno de Mauricio Macri?</p> <p>.....</p>
<p>13) ¿Cuál es su nivel de conformidad con el mandato de Mauricio Macri?</p> <p>Bajo ①-----②-----③ Alto</p>
<p>¿Desea dejar algún comentario o aclaración al encuestador?</p> <p>.....</p>