

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Programa de Estudio de Ciencias de la Comunicación



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“EL DISCURSO VERBAL Y NO VERBAL DEL EXPRESIDENTE MARTÍN
VIZCARRA EMITIDO POR TELEVISIÓN EN RELACIÓN CON LA PANDEMIA
COVID-19, 2020”**

Línea de investigación:

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y DISCURSOS DE LA COMUNICACIÓN

Autora:

Barrantes Noriega, Claudia Alejandra

Jurado evaluador:

Presidente: Ms. Edgar Leonardo Vásquez Acosta

Secretario: Ms. Erick Rogert Aquino Montoro

Vocal: Ms. David Omar Fernando Casusol Paredes

Asesor:

Ms. Carlos Celi Arévalo (orcid.org/0000-0001-6646-8202)

TRUJILLO – PERÚ 2022

Fecha de sustentación: 2022/11/28

DEDICATORIA

A mi familia, soy muy afortunada de tenerlos.

A la memoria de mi abuela Aida. Ojalá estuvieras aquí.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi asesor Ms. Carlos Celi Arévalo, quien depositó su confianza y dedicación para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

RESUMEN

Esta investigación analiza el discurso verbal y no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19, 2020, desde el anuncio del primer caso de COVID-19 en el Perú, el 6 de marzo, hasta la declaración de la inmovilización social obligatoria, el 18 de marzo. Para ello, se han analizado 7 conferencias de prensa emitidas por televisión, empleando 8 guías de observación para cada una de ellas. Los resultados muestran que su discurso verbal estuvo caracterizado por una presencia permanente del expresidente Martín Vizcarra para ofrecer información, estableciendo un horario específico para que todos lo puedan sintonizar, y empleando términos y expresiones enfocadas en la temática de salud pública, con una notable diferencia si se compara con la temática de economía, siendo el agente transmisor que protagonizó la comunicación de gobierno, evidenciando la escases de portavoces con igual nivel de credibilidad. Así mismo, prevaleció la argumentación y persuasión ligadas al aspecto sentimental. Finalmente, por el lado del lenguaje no verbal, su tono, ritmo y volumen fueron los adecuados, logrando emplearlos de acuerdo al contexto; sin embargo, su expresión facial reflejaba gran parte del tiempo seriedad hasta el punto de no concordar con el mensaje que se quería transmitir.

Palabras clave: comunicación, discurso, COVID-19, expresidente, gobierno.

ABSTRACT

This research analyzes the verbal and non-verbal discourse of former President Martín Vizcarra broadcast on television in relation to the COVID-19 pandemic, 2020, from the announcement of the first case of COVID-19 in Peru, on March 6, to the declaration of compulsory social immobilization, on March 18. To do this, 7 press conferences broadcast on television have been analyzed, using 8 observation guides for each of them. The results show that his verbal discourse was characterized by a permanent presence of former President Martín Vizcarra to offer information, establishing a specific time so that everyone can tune in, and using terms and expressions focused on public health issues, with a notable difference if it is compared with the economic issue, being the transmitting agent that starred in the government communication, evidencing the scarcity of spokespersons with the same level of credibility. Likewise, the argumentation and persuasion linked to the sentimental aspect prevailed, on the side of non-verbal language, its tone, rhythm and volume were adequate, managing to use them according to the context; however, much of the time his facial expression reflected seriousness to the point of not agreeing with the message he wanted to convey. Finally, his gaze, posture and gestures were consistent with the verbal content of his message.

Keywords: communication, speech, COVID-19, former president, government.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, someto a su consideración el presente trabajo de investigación titulado “El discurso verbal y no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19, 2020”, desarrollado con el propósito de obtener el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Este informe de tesis es el reflejo de un trabajo y dedicación constantes basados en los conocimientos adquiridos en esta casa de estudios. Asimismo, agradecer sinceramente a mis docentes quienes fueron parte de mi formación y me aportaron conocimientos y experiencias invaluable a lo largo de estos años.

Por lo expuesto, señores miembros del jurado pongo a su disposición el presente trabajo de investigación, para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer su atención al mismo.

Atentamente,



Br. Claudia Alejandra Barrantes Noriega

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
PRESENTACIÓN	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Problema de Investigación	1
1.2. Formulación del Problema	2
1.2.1 Problema general	2
1.3. Objetivos	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4. Justificación del estudio	2
II. MARCO DE REFERENCIA	4
2.1. Antecedentes del estudio	4
2.1.1 Internacionales	4
2.1.2 Nacionales	6
2.1.3 Locales	7
2.2. Marco teórico	8
2.2.1 La retórica de Aristóteles	8
2.3. Marco conceptual	9
2.3.1 Comunicación de gobierno	9
2.3.2 Discurso	11
2.3.3 Principios de comunicación en situaciones de crisis sanitaria	22
2.4. Marco referencial	24
2.4.1 Crisis sanitaria	24
2.4.2 COVID-19	24
2.5. Sistema de Hipótesis	26

III. METODOLOGÍA EMPLEADA	29
3.1. Tipo y nivel de investigación	29
3.2. Población y muestra de estudio	29
3.2.1 Población.....	29
3.2.2 Muestra.....	29
3.3. Diseño de Investigación	29
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación	29
3.5. Procesamiento y análisis de datos.....	30
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	33
4.1. Análisis e interpretación de resultados	33
V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	64
VI. CONCLUSIONES	75
VII. RECOMENDACIONES	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
ANEXOS.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Discurso verbal – Contexto y asunto	33
Tabla 2 Discurso verbal – Agentes y pacientes	41
Tabla 3 Discurso verbal – Elementos visuales y sonoros.....	43
Tabla 4 Discurso verbal – Lenguaje: términos y expresiones.	48
Tabla 5 Discurso verbal – Lenguaje: vicios lingüísticos.....	49
Tabla 6 Discurso verbal – Lenguaje: figuras retóricas.....	51
Tabla 7 Discurso verbal – Argumentación.	56
Tabla 8 Discurso verbal – Persuasión.....	58
Tabla 9 Discurso no verbal – Paralingüística.....	59
Tabla 10 Discurso no verbal – Kinésica.....	60

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Discurso verbal – Ideología y valores de los actantes.....	45
Figura 2. Dcurso verbal – Lenguaje: términos y expresiones.....	48

Figura 3. Discurso verbal – Lenguaje: vicios lingüísticos.	49
Figura 4. Discurso verbal – Lenguaje: figuras retóricas.....	50
Figura 5. Discurso verbal – Organización del discurso.....	52
Figura 6. Discurso verbal – Argumentación.	55
Figura 7. Discurso verbal – Persuasión.	58

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de Investigación

Los discursos políticos son muchas veces relacionados con la comunicación electoral; sin embargo, como Gutiérrez (2006) aclara, los siguientes escenarios pueden ser ejemplos del discurso político: los discursos presidenciales, de partidos políticos, de prensa política especializada, y en algunos casos el magisterial, el del ejército y la policía. Así mismo, afirma que se entiende el discurso político como “un discurso estratégico, en la medida en que define propósitos, medios y antagonistas” (Gutiérrez, 2006, p.6) De esta forma, el discurso político tiene como elementos inherentes la argumentación, persuasión y organización, pues es de carácter performativo, es decir, que no se limita a informar, sino que el emisor estará involucrado en el acto expresando su postura de manera pública.

En Perú, antecedido por una reciente fragilidad institucional, el discurso político tendría que emplearse como una herramienta para recuperar la legitimidad, sin embargo, este está volviéndose cada vez más carente de contenido pues se ha dado mayor prioridad a la imagen, lo cual ha provocado un empobrecimiento del debate político. Así afirma Ticona (2017) en su investigación “actualmente hay un predominio en el aspecto político de los llamados discursos pragmáticos, apolíticos, autoritarios y clientelares que se han constituido como los hegemónicos en la sociedad peruana” (p.7)

Durante la pandemia por la COVID-19 y en un contexto en el que se tuvo mayor tiempo para reaccionar en base a lo sucedido en Europa y Asia, el expresidente Martín Vizcarra tomó decisiones drásticas y rápidas como la declaración del estado de emergencia, el toque de queda y el cierre de fronteras, así mismo, su estrategia se centró en las comparecencias públicas con formato de conferencia de prensa transmitidas por diversos canales de televisión con una duración aproximada de 1 hora, en las que el presidente y los ministros participaron activamente con el objetivo de brindar información permanente a la población.

En su discurso, el expresidente Martín Vizcarra, ha empleado una argumentación basada en temáticas científicas, económicas, bélicas, inclusivas, espirituales y de valores familiares. En cuanto a la puesta en escena se ha evidenciado una clara estrategia comunicacional, con una escenografía y vestuario planificados e

intencionados. Por otra parte, se conoce que el expresidente utilizó un lenguaje horizontal que ha combinado con un estilo personal de la comunicación. Estas primeras características permiten tener una noción del discurso del expresidente durante la pandemia, sin embargo, es necesario profundizar en ellas, por lo cual el propósito de la presente investigación fue caracterizar el discurso verbal y no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19, 2020

1.2. Formulación del Problema

1.2.1 Problema general

¿Cuáles son las características del discurso verbal y no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19?

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Caracterizar el discurso verbal y no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Describir el discurso verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19.
- b) Describir el discurso no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19.
- c) Describir los puntos de convergencia entre el discurso verbal y no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19.

1.4. Justificación del estudio

Reconociendo que el caso peruano es muy particular, debido a que el expresidente Martín Vizcarra ha tenido una presencia mediática muy visible a diferencia de otros países latinoamericanos, se consideró necesario develar las características de su discurso en un contexto de crisis sanitaria, con el propósito de aportar nuevos conocimientos que sirvan de guía para una mejor toma de decisiones de analistas y asesores políticos involucrados en la elaboración de una futura estrategia discursiva. Así mismo, es importante precisar que en base a la teoría estudiada por diversos autores se desarrolló un procedimiento de análisis propio que

pretende ser de utilidad como guía de base académico-científica para próximas investigaciones desarrolladas por profesionales y personas interesadas en el área.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1 Internacionales

Gartenlaub-González y Arenas (2021), en su investigación titulada *La pandemia sanitaria, económica y social: Discurso presidencial chileno frente a la COVID-19*, concluyen que el presidente Sebastián Piñera no enfrentó la pandemia como una crisis aislada a la crisis política que se vivía durante esos años; por lo que, durante sus discursos construye una narrativa en contra de dos enemigos: la pandemia social y la pandemia sanitaria. En contraposición, establece como aliado a la eficiencia y a la racionalidad tecnocrática, quienes representan el *angel shift* que enfrenta situaciones complejas como la pandemia, la crisis social e incluso la sequía. Además, hallaron que el discurso de Piñera apela a grupos de la sociedad más que a individuos y está dirigido principalmente a la clase media, caracterizados por ser los más vulnerables ante esta suerte de pandemia múltiple; y a la familia, quienes son el núcleo de la sociedad.

Resina (2021), en su investigación *COVID-19 en América Latina: estrategias discursivas comparadas en sistemas presidenciales*; concluyó que:

- a) El análisis de estas dimensiones nos revela que las distintas estrategias se deben tanto a causas ideológicas como a otros factores contextuales y de recursos, reforzando la premisa de que las crisis abren oportunidades discursivas, pero que los líderes políticos tienen también que amoldarse a las necesidades más acuciantes. Esto explica, por ejemplo, por qué presidentes alejados en lo ideológico presentan estrategias similares y, por el contrario, cómo la mera afinidad ideológica no conduce necesariamente a los mismos marcos.
- b) En el caso del presente artículo, esta multicausalidad explica por qué a pesar de que Bolsonaro y Piñera, por un lado, y Fernández y López Obrador, por el otro, comparten una visión ideológica similar del Estado, la estrategia de Bolsonaro se asemejan más a la de López Obrador y la de Piñera a Fernández. Factores como la estimación negativa sobre la capacidad institucional provoca que los presidentes brasileño y mexicano representen la crisis como pasajera, la sitúen en plano secundario y se centren sobre

todo en dar respuesta a la incertidumbre de las clases populares. En sentido contrario, Fernández y Piñera plantean un encuadre mucho más específico y detallado de las medidas y restricciones adoptadas, destacando la capacidad de gestión.

- c) En los discursos analizados pueden esbozarse al menos hasta tres estrategias: la decisionista, en la que el presidente adopta las decisiones por encima de la opinión científica (Bolsonaro); la tecnócrata, en la que la decisión es tomada directamente por expertos (López Obrador), y la pragmática, caracterizada por una interacción en la que los políticos toman la decisión, pero con respaldo de la opinión de los científicos (Fernández y Piñera).

Vitale M. (2021), en su investigación titulada *Argumentación, polémica y emociones en Alberto Fernández ante el COVID-19*, concluyó que en el discurso pronunciado entre el 31/07/2020 y 12 /10/2020 se emplea el ethos pedagógico que se basa en su saber médico otorgándole autoridad y legitimidad en su discurso para poner en marcha su política sanitaria que incluía el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio y que esta sea cumplida, reduciendo las perspectivas contrarias que lo acusaban de autoritario y de coartar las libertades de los argentinos. Con respecto a las emociones que expresa, entre una de las más relevantes es la compasión hacia las personas más vulnerables. En la puesta en escena se evidencia que se vuelve menos homogénea debido a que la enfermedad se iba extendiendo por el territorio y se volvía necesaria la presencia de otros personajes políticos, inclusive de aquellos que pertenecían a la oposición, visibilizándose la tensión existente con el jefe de la ciudad de Buenos Aires, esto contribuyó a posicionar el ethos moderado y el sentido de unidad nacional al no hegemonizar la palabra pública y al emplear metacolectivos como “argentinos” y “gente”. Por otro lado, con respecto a la mirada de Fernández, al no haber público presente durante las conferencias de prensa esta se dirigió a la cámara asumiendo un contacto directo con el espectador.

Castillo, Fernández y Puentes (2020), en el artículo *Comunicación política y COVID-19. Estrategias del Gobierno de España*, se usó una metodología mixta, empleando como técnica el análisis de contenido. Los autores concluyen que la estrategia comunicativa del gobierno se centró en el caudal informativo con la finalidad de que le llegue a la población información constante y la información compartida

sobre el impacto de la pandemia, medidas adoptadas, normas y comportamiento social para evitar complicaciones en este contexto. En añadidura, se reconoce una sólida estrategia de relaciones públicas, construyendo una imagen positiva del gobernante de forma indirecta o implícita, evidenciando transparencia en la gestión a través de la rendición pública de cuentas a través de constantes ruedas de prensa; sin embargo, estos eventos públicos estuvieron envueltos en polémicas debido a la imposibilidad de los periodistas de realizar preguntas en vivo y estar quedar relegadas al canal de WhatsApp, siendo filtradas previamente por el secretario de estado de Comunicación.

Pertuz (2019), en su informe de Tesis de Licenciatura *Discurso gubernamental en tiempos de crisis: caso Yasuní Itt*, Escuela de Ciencias políticas y Relaciones Internacionales, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de las Américas (UDLA) empleó la metodología esencialmente cualitativa, en donde utilizó como técnica de recolección la revisión bibliográfica y virtual. Tras el análisis, se llegó a la conclusión de que el discurso del ex gobernante captó gran aprobación nacional e internacional para el proyecto; sin embargo, este se vio afectado debido a sus acciones posteriores y línea discursiva que incurrió en contradicciones, terminando por generar desconfianza.

2.1.2 Nacionales

Chávez y Basauri (2020), en su Tesis de Licenciatura *Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020*, Escuela Profesional de Ciencias de La Comunicación, Facultad de Derecho y Humanidades de la Universidad Cesar Vallejo (UCV). Los autores concluyen que el discurso sí cumplió en el contexto sociocultural, debido a que este aborda los problemas que se vivían en ese momento durante el estado de emergencia; sin embargo, la presencia del contexto político y económico fue reducida. Además, se evidenció que el lenguaje verbal y no verbal guardan relación y coherencia en el mensaje que se quiere transmitir, las características que predominan en el lenguaje no verbal fueron el buen tono, dicción, ritmo, expresividad, empleo de pausas, interpretación y volumen; con respecto, al lenguaje no verbal se añaden parámetros como la postura, movimiento, expresiones faciales, mirada, gestos y vestimenta. Finalmente, en cuanto a las funciones de la comunicación, estas reforzaron el mensaje al informar la situación en la que se encontraba el país en este

contexto, educar el accionar de la población y las medidas preventivas que se debían tomar, persuadir apelando a los sentimientos de la ciudadanía y actuar por parte del gobierno, la función que no se empleó fue la de entretener.

Cobos (2014), en su trabajo de investigación titulado *La elocución retórica como herramienta de la Comunicación Política y el Marketing Político: El caso Alan García*, Facultad de Comunicaciones, Carrera de Comunicación y Periodismo de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). La autora llegó a las siguientes conclusiones, Alan García, en sus construcciones retóricas hace uso intencionado de una serie de recursos elocutivos, entre ellos anáforas, prosopopeyas, hagiografías, metáforas, metonimias, perífrasis, recursos onomásticos, antítesis, pleonasmos, falacias ad populum y polipton. Se enfatiza que el ex mandatario emplea un lenguaje poético mediante el énfasis en cualidad o características, apodos, reemplazo de palabras y confrontación de ideas, construyendo mundos utópicos transmitiendo ideas de prosperidad y con la finalidad de desplegar puentes afectivos con las audiencias.

2.1.3 Locales

Mejía (2017) la Tesis de Licenciatura *Influencia de la significación del discurso persuasivo del Movimiento Regional para el desarrollo con Seguridad y Honradez y el partido político Alianza para el Progreso en la decisión de voto universitario del distrito de Trujillo en el proceso electoral regional y municipal del 2014*, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Facultad Comunicaciones de la Universidad Privada del Norte (UPN). La autora concluye que la estrategia discursiva que se empleó fue persuasiva, debido a esta se estructuró con un núcleo discursivo, claro, simple y repetitivo con el objetivo de que el mensaje principal y discursos variantes capten la atención inmediata de los votantes. Entre los factores que fueron decisivos en el voto de los universitarios durante las elecciones del 2014 fueron la experiencia previa en cargos públicos, la presencia en medios de comunicación, las promesas electorales, esperanza de cambio, aprobación social y el voto antiaprista.

Lalupú (2016) la Tesis de Licenciatura *Características discursivas de la propaganda televisiva de los candidatos a la presidencia del Perú, 2016*, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Facultad Comunicaciones de la Universidad César Vallejo (UCV). La autora concluye que los candidatos Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski y César Acuña no se rigieron exclusivamente a la estructura clásica del discurso propuesto por Teun Van Dijk que constaba de introducción, desarrollo,

argumentación y conclusión. Por otro lado, 8 de 15 spots televisivos cumplieron con las normativas descritas en la teoría, mientras que los otros 6 discursos presentaron deficiencias en cuanto al uso del lenguaje como en la interacción social. De igual forma, los discursos de los tres candidatos presidenciales no emplearon todas las herramientas disponibles para manipular la mentalidad y, por lo tanto, la decisión final que tomen las personas.

Por lo tanto, las investigaciones mencionadas fueron primordiales para el equipo de investigación puesto que permitieron realizar un análisis con respecto a las conclusiones finales del trabajo.

2.2. Marco teórico

En este apartado se abordó como teoría principal la Retórica de Aristóteles, dado que es el estudio pionero con respecto a los discursos, donde Aristóteles designa específicamente “discursos retóricos” a aquellos que, mediante argumentos previamente elaborados y asequibles para la ciudadanía en general, buscan referirse sobre un tema, así mismo, a través de las pruebas y cánones, que se especificarán a continuación, permitió estudiar el discurso de forma holística, por lo cual se empleó su enfoque para la presente investigación.

2.2.1 La retórica de Aristóteles

2.2.1.1 Definición

Para el filósofo griego Aristóteles la retórica es un arte que todos podían practicar, el arte de hablar en público con argumentos y sobre cualquier asunto, es decir, la capacidad de usar todos los medios de persuasión disponibles. Además, oponiéndose a Platón, su maestro, afirmó que la retórica era correlativa de la dialéctica, es decir, la aplicación lógica a las cuestiones filosóficas.

Así mismo, la Retórica de Aristóteles consta de tres libros en los cuales se describen, en el primero, todo lo concerniente al orador: sus técnicas, conocimientos y argumentos en el segundo, se centra en la audiencia: sus pasiones, sentimientos y carácter, y en el tercero, la estructura, elaboración y propiedades del discurso.

2.2.1.2 Pruebas

Aristóteles hace referencia a tres clases de pruebas que el orador debe emplear como medios de persuasión, al respecto Fernández y Galguera (2009) elaboran un resumen de estos:

- a) *Ethos*: la prueba ética se basa en el grado de persuasión que genera el discurso del orador de acuerdo a los atributos que posee. Considerando como principales fuentes de credibilidad a la inteligencia, el carácter y la buena voluntad.
- b) *Pathos*: la prueba emocional, es aquella que se refiere a las emociones que de la audiencia. Esas emociones, también llamada pasiones, debe conocerlas el orador para que su discurso sea compatible con la audiencia y se logre el objetivo final: la persuasión.
- c) *Logos*: la prueba lógica, que se centra en los argumentos y razonamientos del orador, por lo tanto, el discurso debe estar bien estructurado y ser claro, empleando el lenguaje adecuado.

2.2.1.3 Cánones

Aristóteles propone técnicas para lograr un discurso persuasivo que se complementan con las pruebas a los cuales denomina “cánones”, Fernández y Galguera (2009) los reúnen en invención, arreglo, estilo, memoria y declamación. Con respecto a la invención, se hace referencia a la construcción de argumentos por parte del orador, el segundo canon se relaciona a la estructura del discurso, Aristóteles afirmaba que debe contar con tres partes: la introducción, el cuerpo y conclusión. El estilo se enfoca en la forma en que se empleará el lenguaje para transmitir el discurso, el cual debe ser lo más sencillo posible. Según el filósofo, la memoria radica en la familiaridad del orador con el contenido del discurso. Finalmente, la declamación, está estrechamente ligada al lenguaje no verbal, categorizada por proxémica, kinésica y paralingüística, sin embargo, Aristóteles, en su estudio solo consideró las características del orador en cuanto al tono, ritmo y volumen de su voz.

2.3. Marco conceptual

2.3.1 Comunicación de gobierno

2.3.1.1 Surgimiento de la comunicación de gobierno

Desde los inicios de la humanidad, el hombre comenzó a vivir en grupos y se presentaron relaciones de poder en la organización y desarrollo de la ciudad, desde esos tiempos la comunicación y la política se vieron estrechamente vinculadas, como describen Reyes, et. al (2011): “Herodoto narraba la organización del imperio señalando la existencia de lo que se conoce como los ojos del rey” (p. 86), quienes eran informantes del gobierno para conocer la opinión y noticias que circulaban por el territorio. Así, “esta experiencia recuperada por los romanos y por la cultura occidental

es el primer testimonio sobre los mecanismos que se empleaban para el buen gobierno de la comunidad” (Berrocal, 2003), de esta forma se evidencia que siempre ha existido la necesidad de que gobernantes y gobernados se comuniquen entre sí, “la comunicación se ha orientado a crear las condiciones necesarias para el funcionamiento de cualquier relación dominante-dominado” (Reyes et al. 2011, p.87), los primeros, porque requieren el apoyo de la ciudadanía para hacer tangibles sus proyectos políticos y así legitimar y consolidar su liderazgo, y los segundos, porque requieren dar a conocer sus necesidades y también formar expectativas sobre el gobernante elegido.

En la actualidad la comunicación de gobierno ya no es más un área colateral, por el contrario, está formando parte del núcleo decisorio de una gestión. Como lo menciona Papasergio, la comunicación es “una de las prioridades de todo gobierno en el mundo, ya que significa el uso integrado y armónico de toda una batería de herramientas” (2015, p.9)

2.3.1.2 Concepto de comunicación de gobierno

Generalmente existe una confusión de términos entre comunicación política, electoral y de gobierno, por lo que es necesario comenzar haciendo un esfuerzo por diferenciarlos para evitar el uso indiscriminado de los mismos, a pesar de los límites difusos que existen entre ellos.

La comunicación política se refiere a todo aquel proceso necesario para la producción y difusión de la información en un contexto político a través de diversos medios de comunicación masiva, como lo menciona Reyes et al. (2011) la comunicación política moderna se desenvuelve en un ambiente en el que el desarrollo de los medios de comunicación prima, y la comunicación entre partidos políticos y ciudadanos o entre gobernantes y gobernados es indispensable.

Esta rama se bifurca en dos áreas: comunicación electoral y comunicación gubernamental, que, como afirma Cárdenas (2013) conllevan tiempos, acciones y objetivos distintos pero que se complementan entre sí, en donde la primera busca obtener el, y la segunda, se basa en mantenerlo. Por su parte la comunicación electoral, también llamada comunicación de campaña, tiene como objetivo el triunfo del candidato en un proceso electoral, a diferencia de la comunicación de gobierno que Molina (2004) la define como “la comunicación que el gobierno mantiene con su entorno, es decir, con los partidos políticos, los otros sistemas de la sociedad y la

ciudadanía en general, así como con el sistema político global” (p. 10), además añade la importancia que se debe tener al emplear los medios de comunicación pues pueden desviar el sentido del mensaje como la imagen política que existe en la sociedad.

Por lo cual se concluye que la comunicación de gobierno implica el desarrollo y actuación de una institución política con función ejecutiva la cual busca transmitir a la sociedad las acciones que se están tomando por parte de los gobernantes y la gestión actual, con la finalidad de generar consensos y legitimar la vigencia del mandato, pues como bien afirma Guerra “esta es una relación de tira y afloja y muy fácil de quebrar en cuanto llega el incumplimiento” (2019, p. 92).

2.3.2 Discurso

2.3.2.1 Definición del discurso

El término discurso es muy complejo e interdisciplinario, sin embargo, muchos autores coinciden en gran parte de la definición, por su parte Manzano (2005) afirma que “un discurso es más que una colección de frases. Incluye, ideología, cultura, contexto complejo” (p.1) añadiendo además que los discursos “constituyen tal vez la herramienta más persuasiva para conseguir modelar actitudes, es decir, formas de pensar, sentir y actuar. Teniendo el poder de dar forma y transmitir los discursos, se posee también la oportunidad de construir realidad” (p.2), por otro lado, Calsamiglia y Tusón (2002) recalcan que es “una práctica social, una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito” (p.15). Además, el discurso “es una mezcla entre el diario vivir y el lenguaje, porque se da en un contexto determinado y con una alta carga cultural e ideológica” (Alomoto, 2017, p. 24), así mismo Urra, et. al afirman que “el discurso es una creencia, una práctica o un conocimiento que construye realidad y proporciona una forma común de entender el mundo”. (2013, p.52). Todas las investigaciones concuerdan en que el discurso es una creación con carga ideológica, cultural y contextual basada en la realidad que brinda información sobre la cosmovisión. En cuanto a la presente investigación, la atención estará centrada en el discurso oral, el cual forma parte de la interacción social y está conformado por el discurso verbal que es el que se presenta como principal instrumento comunicativo, acompañado por el discurso no verbal, de esta forma el discurso “consiste en continuo verbal-paralingüístico-kinésico” (Poyatos, 1994 citado en Aznárez, 2000, p. 222).

2.3.2.2 Elementos del discurso

El discurso oral está constituido por dos elementos fundamentales: el discurso verbal, es decir el mensaje en sí y todo lo que lo rodea, y el discurso no verbal que acompaña al primero y al que muchos autores otorgan mayor preponderancia. A continuación, se abordarán y profundizará en los elementos.

2.3.2.2.1 Discurso verbal

Al hacer referencia al discurso verbal este no abarca tan solo el contenido del mensaje en sí, sino también, desde una perspectiva amplia, a todo lo que rodea y construye al discurso, como Manzano (2005) alega implica analizar diversos factores como: contexto, asunto, agentes y pacientes, modos y soportes, ideología, lenguaje, organización, argumentación y persuasión,

2.3.2.2.1.1 Contexto

Gutiérrez (2006) asevera que el análisis del discurso “nos permite conocer y describir no solamente lo que dice el emisor de determinados discursos sino, también, el contexto y la situación coyuntural en que éstos son emitidos” (p.1).

- a) Temporal: en el cual se debe especificar el momento histórico y época en la que el discurso se desarrolla, así como las características y valores de ese contexto temporal.
- b) Geográfico (regional, nacional e internacional): en donde se hace referencia a las características físicas del contexto, el nivel en el que se desarrolla el discurso, puede ser local, regional, nacional o internacional, comprendiendo las características particulares de la zona.
- c) Sociocultural: como afirma Manzano (2005) “el momento y el lugar apuntan a un contexto social y cultural concreto” (p.10), que se debe conocer pues es ahí en donde se gestan los discursos y también en donde se busca generar un impacto. Algunos elementos que se deben identificar son conflictos sociales, reivindicaciones de diversos grupos, relaciones de poder y oportunidades, problemas que propagan los medios de comunicación, líderes ideológicos, etc.
- d) Psicológico: esta variable busca comprender el comportamiento individual de acuerdo a los segmentos de la población influenciada por un sistema de valores, decisiones y procesos de aprendizaje.

2.3.2.2.1.2 Asunto

Al analizar un discurso se debe investigar y conocer bien la temática principal que este aborda, así como los temas secundarios, quiénes son los actores involucrados y qué rol se les asigna, cuáles son las medidas propuestas, qué pronósticos se realizan, en qué aspectos se centran las críticas y valoraciones (positivo – negativo) (Manzano, 2005). En cuanto a los actores involucrados se clasificarán en medios de comunicación, políticos, empresarios, policía nacional, ciudadanía en general, expertos, y otros.

2.3.2.2.1.3 Agentes y pacientes

Se habla de agentes y pacientes para hacer referencia a las personas que crean el discurso dirigido a un público objetivo, un receptor. Pues se conoce que por mucha elaboración que se realice del discurso, si no se lo hace permeable a la audiencia, no es un mensaje eficiente, no cumple su objetivo, por lo cual se debe “situar a todas las personas identificadas (agentes y pacientes) en las escalas de poder social. ¿Cuál es el estatus de cada uno? ¿Cuál es su capacidad de generar cambio social? ¿Cuál es su grado de acceso a los medios?” (Manzano, 2005, p.14). Este apartado se clasifica en agente creador, agente transmisor, paciente directo e indirecto, el primer elemento no será tomado en cuenta debido a las características del contexto de la investigación.

- a) Agente transmisor: es el encargado de comunicar el discurso previamente realizado (en algunas ocasiones el agente creador y el agente transmisor pueden coincidir). La selección de esta persona es fundamental, debe poseer cualidades específicas como credibilidad y estatus, pues será quien personifique del mensaje.
- b) Paciente directo: a quienes va dirigido el discurso y qué los caracteriza, cuestiones como su vocabulario, los términos y expresiones que emplean, qué canales y con qué frecuencia utilizan, qué piensan, qué sienten, qué oyen, cuál es su ocupación, etc.
- c) Paciente indirecto: son aquellos destinatarios indirectos del discurso, a quienes se debe identificar y diferenciar bien.

2.3.2.2.1.4 Modos y soportes

La misma importancia que tiene el discurso en sí, lo tienen los medios que se emplean para transmitirlo y el acceso a ellos dependerá del poder con el que cuentan

los agentes. Considerándose que en este aspecto se incluyen los medios, en este aspecto se analizará de manera específica el lenguaje audiovisual.

2.3.2.2.1.4.1 Lenguaje audiovisual

Es un sistema integrado por un conjunto de símbolos que permiten una comunicación multisensorial (visual y auditivo) y por consecuencia es el lenguaje propio de los medios audiovisuales como el cine, el internet y la televisión, siendo esta última la que cuenta con mayor alcance. En el Perú, según un estudio realizado por CONCORTV (octubre, 2019), se evidenció que en la zona urbana el 100% cuenta con una televisión en casa y en la zona rural el 98%, siendo el medio con mayor presencia en los hogares, por esta razón se afirma que los mensajes transmitidos por televisión llegan hasta a los lugares más remotos tocando la mayor cantidad de esferas de la vida cotidiana.

El lenguaje audiovisual está integrado por un conjunto de elementos que Fernández y Martínez (1999) han clasificado dentro de los elementos visuales a la puesta en escena, movimiento, composición, continuidad, etc., y dentro de los elementos sonoros se considerarán los sonidos diegéticos y extradiegéticos.

2.3.2.2.1.4.1.1 Elementos visuales

a) Puesta en escena

Como Gómez (2016) menciona la puesta en escena se refiere a los elementos que se emplean para recrear un ambiente general que permita darle credibilidad al mensaje que se quiere contar a través de una pantalla. Esta abarca aspectos como la escenografía, iluminación y el vestuario.

- Escenografía: es el lugar en el que se desarrolla la acción y permite a la audiencia poder situarse en cuanto a espacio y tiempo, así mismo la escenografía debe estar acorde a los acontecimientos que se deseen representar sean realistas o imaginarios. En este ámbito Gómez (2016) afirma que “las localizaciones pueden ser interiores o exteriores, existentes o fabricadas” (p.27). En este apartado también se consideran los elementos escenográficos, que son aquellos objetos que permanecen de inicio a fin en la puesta en escena y otros que entran y salen de la escena, en este ámbito Peralta (2018) asevera que: “cada elemento escenográfico que sea ubicado en escena debería estar justificado de tal forma que no cause una molestia visual o distracción innecesaria” (p.22).

- Iluminación: es un elemento clave dentro del lenguaje audiovisual, pues aparte de su valor funcional, tiene un potente efecto comunicativo sobre todo en el plano emocional, por ejemplo, si el ambiente tiene poca iluminación se generará un sentimiento de suspenso, ocultamiento, etc. Las fuentes luminosas que modelan el espacio pueden tener origen natural, que proviene del mismo ambiente ya sea de día o de noche, y artificial, en la que se hace uso de aparatos tecnológicos como reflectores, focos, etc.
 - Vestuario: es la parte externa y visible del agente transmisor que comunicarán ciertas características de él como su cultura, procedencia, rol en la sociedad. Como aseveran Bedoya y León (2016) el vestuario desarrolla un rol informativo, plantea ideas y transmite ciertas emociones; el vestuario debe ir acorde al mensaje que se busca transmitir pues, este influirá en la percepción que se tenga del vocero.
- b) Composición del encuadre
- Planos: son la unidad básica del lenguaje audiovisual que hacen referencia a la distancia entre la cámara y la realidad en función de la figura humana, en cuanto a la duración de un plano Vega (s.f.) menciona que “depende de la información que proporcionen, de la claridad de la información implícita, del grado de conocimiento del tema por parte del espectador, del significado que se le quiera dar, del dramatismo, de la acción que se desarrolla” (p. 2). Algunos de los planos que se utilizan más frecuentemente son: el plano general, detalle, primer plano, americano o de 3/4, etc., los cuales se clasifican a su vez en planos descriptivos, los cuales son más lejanos y planos expresivos, que son más cerrados. (Vega, s.f.)
 - Ángulos: hacen referencia a la posición en la que se encuentra la cámara frente a un objeto, dentro de los cuales existen cuatro ángulos principales: normal, que se sitúa al mismo nivel que la mirada de la persona; picado, donde la cámara se sitúa por encima del objeto; por el contrario, el ángulo contrapicado la cámara estará situada más abajo que el objeto y el ángulo con inclinación lateral.

2.3.2.2.1.4.1.2 Elementos sonoros

Son todos aquellos sonidos que contribuyen a la formación de climas, con la finalidad de transmitir ideas, emociones, sensaciones y sentimientos en los espectadores. Según su fuente de transmisión, se clasifican en sonidos diegéticos y

extradieгéticos, los primeros hacen referencia al sonido que tiene una fuente dentro del relato, por lo tanto, es escuchada por los personajes, y la segunda; son aquellos sonidos que provienen de una fuente externa al de la narración y que solo escucha el espectador.

2.3.2.2.1.5 Ideología

El concepto de ideología, aún es muy discutido entre diversos teóricos, sin embargo, por una parte, Van Dijk (2005) propone que “una ideología es el fundamento de las representaciones sociales compartidas por un grupo social” (p. 17), y Manzano (2005) complementa en el mismo ámbito que “suele entenderse por ideología algunos de los cuerpos teóricos que muestran una visión concreta sobre el mundo, la sociedad y el papel de las personas en todo ello” (p.15). Por lo que el discurso está moldeado y controlado por una ideología, pues este es la principal práctica donde la ideología se reproduce, expresando patrones, percepciones, pensamientos, concepciones sobre el entorno y la relación con las demás personas.

- a) Actantes: Se conoce como actantes a las unidades de acción en la ideología, estas pueden ser personas, grupos e instituciones, a los cuales se les asigna un perfil con determinados roles y características que los hará pertenecer a una categoría o a otra. Manzano (2005) nos explica los términos de pertenencia y exclusión a través del “nosotros” y “ellos”, que se dividen en dos dimensiones: la primera definida por la simpatía hacia la ideología, donde el “nosotros” corresponde al grupo que comparten la ideología y se siente identificada con ella, y “ellos” a los demás. La segunda dimensión definida por las personas que realizan la ideología, donde “ellos” están caracterizados por ideas culturales o biológicas a los cuales les resulta muy difícil abandonar este grupo, y se dividen en dos subgrupos: enemigos e indefinidos.
- Ello – enemigo: Manzano (2005) los conceptualiza como aquellos que reciben las antipatías del “nosotros”, quienes canalizan odios y agresiones.
 - Ello – indefinido: son aquellos que no son los rivales o contrincantes del “nosotros”, pero tampoco son adeptos a la ideología, por lo que se realizan todos los esfuerzos por que lo sean.
- b) Valores y actitudes: toda ideología refleja valores que asumen los actantes que determinan las acciones y posibilitan establecer juicios morales. Desde la ideología se generan valoraciones de diversas circunstancias (bueno-malo,

correcto-incorreto, verdadero-falso, etc.) que reflejan una forma de pensar, sentir y actuar.

2.3.2.2.1.6 Lenguaje

El lenguaje entendido como un sistema de palabras, símbolos, gestos, etc., se emplea con la finalidad de comunicarse con su entorno o consigo mismo y dota de significado a la realidad a través de dos códigos: oral y escrito. En este ámbito Santander (2011) afirma que el lenguaje construye nuestra realidad social en la que se interactúa, además de ser el medio por el que se transmiten mensajes, ideas y sentimientos. Manzano (2005), por su parte, aporta que “el lenguaje es el instrumento básico para la generación, crecimiento y expansión de las ideologías” (p.19). Por lo que se concluye que al fusionar el lenguaje con la vida diaria en sociedad dan como resultado los discursos, a través de los cuales se transmite la ideología, por lo que se considerarán los siguientes elementos al analizar el lenguaje: términos, las expresiones, vicios lingüísticos y figuras retóricas.

- a) Términos y expresiones: la importancia de la palabra dentro del análisis del discurso es evidente, pues es el principal medio de gran impacto en los receptores, es por este motivo que los agentes creadores tienen gran cuidado en las palabras que emplean al momento de elaborar el discurso. Como menciona Manzano (2005) “las palabras constituyen parte de la causa y parte del efecto de una determinada concepción de la realidad” (p.21).
- b) Vicios lingüísticos: se conoce como vicios lingüísticos a los errores que se cometen al hablar o al escribir y que interfieren en la correcta interpretación del mensaje, Bonvín (2014) los denomina errores lingüísticos y dentro de ellos abarca lo conocido como repeticiones y giros, en donde más allá de cometer un error se evidencia pobreza léxica y de expresión. El primer ejemplo de ellos es la redundancia, definida como el uso excesivo de un término o un concepto, también está la anfibología, que sucede cuando una expresión tiene doble interpretación por falta de claridad, a continuación, el circunloquio y la elipsis, el primero hace referencia al uso innecesario de palabras en ocasiones que se pudo transmitir la idea más brevemente, el segundo hace referencia a la omisión de una o más palabras para una adecuada expresión gramatical, y finalmente se encuentran las muletillas, muy comunes en el lenguaje oral y que evidencian inseguridad y desorden mental. (Bonvín, 2014)

c) Figuras retóricas: también conocidas como recursos estilísticos son aquellas modificaciones intencionales que se realizan al lenguaje para proporcionar belleza, contundencia y variedad al discurso. Así mismo, permiten transmitir el mensaje de manera que conecte con los receptores, con sus creencias, actitudes y valores. Existen diversas figuras retóricas y cada una de ellas cumple con una o varias funciones dependiendo de cómo se emplee en el discurso, la clasificación que se ha considerado es la siguiente:

- Figuras de pensamiento: también llamadas figuras de sentido son aquellas que afectan la oración completa, pueden ser: alusión, antítesis, clímax, epifonema, epíteto, eufemismo, disfemismo, hipérbole, ironía, perífrasis, personificación.
- Figuras de significación: también llamadas tropos, existe cuando se realiza una modificación del sentido que propiamente les corresponde a las palabras, como por ejemplo la metáfora, antonomasia, metonimia, símil.
- Figuras de repetición: ocurren cuando se incide en elementos lingüísticos como sílabas, fonemas, sonidos, palabras o expresiones ya empleados en el mismo texto, aquí se encuentran la aliteración, anáfora, polisíndeton, reduplicación, sinonimia.
- Figuras de omisión: sucede cuando se eliminan sonidos o palabras en la oración sin alterar el entendimiento de la misma, entre ellos están el asíndeton, zeugma.

2.3.2.2.1.7 Organización

La organización del discurso es crucial en el efecto que tendrá este en el público receptor, por lo que Manzano (2005) recomienda que se debe comenzar ganando confianza con el agente transmisor mediante recursos que generen simpatía y credibilidad estrechando lazos tanto emocionales como racionales, se debe continuar abordando completamente el tema principal acompañando de afirmaciones más contundentes que demuestren el dominio del tema y finalizar asociando las soluciones y la buena gestión con el “nosotros”, frente a la amenaza de “ellos”. También se debe tomar en cuenta el tiempo de duración del discurso dentro de la estructura, pues se conoce que el promedio de atención de una persona es reducido.

2.3.2.2.1.8 Argumentación

Durante un discurso el agente transmisor busca convencer a su audiencia de que su manera de pensar es razonable y que por lo tanto debe de adoptarse, basándose en

que el ser humano es un ser lógico. Por lo cual Caruman y Quiroga (2012) proponen las siguientes tipologías argumentativas:

- a) Argumentos basados en datos y hechos: estos argumentos basados en cifras, estadísticas, deben ser objetivos y verificables; sin embargo, no son suficientes para argumentar en un discurso, por lo cual se debe complementar con otro tipo de argumentos.
- b) Argumentos basados en explicaciones: para explicar las ideas que defiendan una posición se recurren a diversos recursos como, definiciones, comparaciones, relaciones de causalidad y descripciones.
 - Definiciones: se busca conceptualizar las variables del discurso para evidenciar la lógica de lo que se está defendiendo.
 - Comparaciones: donde como Caruman y Quiroga (2012) afirman, “se busca establecer relaciones de semejanza o de oposición entre objetos o enunciados”. (p. 3)
 - Relaciones de causalidad: cuando se establecen dos o más fenómenos uno como consecuencia del otro.
 - Descripciones: se puede realizar no solo con palabras sino también con imágenes, este recurso es muy utilizado sobre todo en publicidad.
- c) Argumentos basados en valores: se apela a los valores universales, que se pueden categorizar como “bueno” o “malo”, generalmente se suelen evitar el uso de este tipo de argumentos por considerarlos subjetivos, sin embargo, todo discurso está transversalmente atravesado por valores.
- d) Argumentos basados en la autoridad: este tipo de argumento se relaciona a la escala de poder y prestigio con el que cuenta el agente transmisor, si este cuenta con autoridad y respeto sus argumentos serán mucho más válidos que los de una persona con características contrarias.

2.3.2.2.1.9 Persuasión

El objetivo de la persuasión en un discurso es que la población modifique su conducta y pensamiento con un cierto grado de libertad de elección, a diferencia de la manipulación, donde se busca cambiar conductas y formas de pensar en contra de la voluntad de los receptores basándose en el abuso del poder. Además, se establecen diversas estrategias persuasivas dentro de las cuales se encuentran: persuasión

identificativa, persuasión normativa y persuasión argumentativa (Borrell, 2000 citado en Cardete et al. 2020)

- a) Persuasión identificativa: a través de la necesidad de sentirse parte de un grupo el emisor aprovecha en orientar la conducta del receptor para generar un sentido de pertenencia modificando conductas y pensamientos.
- b) Persuasión normativa: haciendo referencia a normas explícitas o implícitas el emisor promueve un ajuste en la conducta.
- c) Persuasión argumentativa: el emisor orienta el discurso hacia los beneficios que se obtendrán si los receptores cambian su actitud o conducta.

2.3.2.2.2 Discurso no verbal

Este segundo elemento, encargado de vestir al contenido verbal, definido por gestos, postura, tono de voz, etc., tiene gran importancia pues lleva consigo un mensaje implícito, que tiene mayor impacto que el de las palabras, en este ámbito Ibáñez (2011) afirma que “lo que se dice en un discurso oral debe estar de acuerdo con el lenguaje corporal para que no haya una mala interpretación en la intención del mensaje” (p.23). El contenido no verbal de un discurso abarca áreas de estudio como la paralingüística y la kinésica que serán abordados a continuación.

2.3.2.2.2.1 Paralingüística

Aquellos elementos acústicos, no verbales, producidos con los mismos órganos del aparato de fonación humano, que le añaden intención y significado a lo que dice el agente transmisor como el tono, ritmo, volumen y el silencio.

- a) Tono de voz: transmite nuestro estado emocional e influye en el objetivo del mensaje, según Pérez et al. (2012) se distinguen tres tonos al hablar: el ascendente: expresa duda, indecisión o interrogación, el descendente: transmite firmeza, determinación y confianza y finalmente el mixto: sugiere ironía y sarcasmo.
- b) Ritmo: este elemento hace referencia a la fluidez verbal con la que se expresan las personas, algunos autores clasifican el ritmo en tres categorías: lento, moderado y rápido, Pérez et al. (2012) establece el número de palabras por minuto considerando la siguiente clasificación: para un mensaje adecuado se emplea un ritmo de entre 100 y 150 palabras por minuto, taquilálica se considera a la persona que emplea 200 palabras por minuto o más, es decir, que su ritmo es muy rápido por lo que se dificulta la comprensión del mensaje y bradilálica es aquella persona

que su ritmo es por debajo de las 100 palabras por minuto y por lo tanto es lento y puede aburrir.

- c) Volumen: también conocido como la intensidad de la voz el cual puede transmitir ciertas emociones, por ejemplo, un volumen bajo puede indicar timidez, sumisión, tristeza, debilidad, tensión, nerviosismo, tristeza, miedo, pesimismo, etc., por otro lado, el uso de un volumen alto puede transmitir una actitud de superioridad, autoridad, seguridad o también alegría, alborozo y optimismo. El volumen se empleará de acuerdo al contexto, así lo afirma Fernández (2011): “un volumen de voz inapropiado para una situación determinada puede producir en el receptor cierto rechazo o sensación de estridencia” (p.124).
- d) Silencio: resulta imposible la no comunicación, pues hasta el silencio permite expresar emociones. El significado que se le atañe a la duración del silencio está ligado a la cultura, el cual puede adquirir significado positivo o negativo.

2.3.2.2.2 Kinésica

Involucra el análisis de los movimientos del cuerpo humano como la expresión facial, la mirada, postura y gestos que el agente transmisor efectúa de manera intencional o no. “El lingüista David McNeill demostró que los gestos realizados con las manos están intrínsecamente conectados con el discurso, de manera que discurso y kinésica constituyen un sistema referencial integrado que permite al individuo comunicarse con éxito” (Aznárez, 2000, p. 215).

- a) Expresión facial: son los gestos que transmitimos con la cara, desde los que son perceptibles ante el ojo humano como el movimiento de cejas, hasta los que no, como la sudoración. Estos tienen como principal función expresar emociones, actitudes y también información de la personalidad del emisor.
- b) Mirada: aunque se podría considerar dentro de la categoría anterior, la mirada en un discurso tiene tanta preponderancia que se decide estudiarla de manera autónoma, como menciona Pérez, et. al (2012) “a través de los ojos transmitimos mucha información” (p. 78), de esta manera, la mirada comunica es una fuente de información que regula las relaciones interpersonales.
- c) Postura: son modos en los que se mantiene el cuerpo estando parado, sentado, caminando, etc., además son comportamientos de mayor duración que los gestos, expresiones o miradas; sin embargo, al igual que todos ellos evidencian la carga emocional del emisor.

- d) Gestos o ademanes: son aquellos movimientos realizados con el cuerpo, no siempre de manera intencionada, y adquieren su significado de acuerdo al contexto. Los gestos además de reflejar el estado de ánimo brindan una valoración sobre un tema o una persona.

2.3.3 Principios de comunicación en situaciones de crisis sanitaria

Muchas organizaciones de la salud han planteado diversos principios de comunicación en situaciones de crisis sanitarias, por lo que se han tomado en consideración ocho principios básicos: confianza y credibilidad, anuncios tempranos, transparencia, escucha al público, planificación, expresar empatía, promover la acción y mostrar respeto.

- a) Confianza y credibilidad: en situaciones de crisis sanitaria el principio básico es la confianza que genere el portavoz político ante la población, pues sólo de esta forma las personas acatarán las medidas tomadas por el bien común.
- b) Anuncios tempranos: alertar a la población de una crisis sanitaria lo más temprano posible permite mantener a la población informada a través de fuentes confiables y evita los rumores y la desinformación.
- c) Transparencia: se debe brindar la información completa, clara y oportuna sobre el riesgo real o potencial de la enfermedad de acuerdo a los avances que se tengan en el tiempo, así como su control.
- d) Escuchar al público: principio importante para comprender la percepción de la población ante estas situaciones de emergencia, así también se debe conocer sus preocupaciones, dudas y opiniones para tomar decisiones.
- e) Planificación: se debe establecer cómo se tratarán cada uno de los puntos anteriormente mencionados, acerca de los anuncios tempranos, los límites de la transparencia, ¿Qué se debe comunicar? ¿A quiénes? ¿A través de qué canales? ¿Quién es el portavoz oficial? ¿En dónde? ¿Quiénes participarán? y otros componentes de la comunicación antes de que estalle la crisis.
- f) Expresar empatía y respeto: las crisis provocan daños, y el sufrimiento debe reconocerse con palabras. Abordar lo que sienten las personas y los desafíos que enfrentan, genera confianza y estrecha la relación.
- g) Promover la acción: proporcionar a las personas soluciones significativas para realizar calma la ansiedad, ayuda a restablecer el orden y promueve un sentido restaurado de control.

2.3.3.1 Función de la comunicación durante el proceso de crisis

Después de abarcar los principios más relevantes para la comunicación, se conoce que durante cada fase de la crisis la comunicación se aborda de diferente manera. En este ámbito Centers for Disease Control and Prevention (2014) establece 5 fases: pre-crisis, fase inicial, mantenimiento, resolución y evaluación; sin embargo, Crespo y Garrido (2020) proponen las fases de: latencia, eclosión, explosión, síntesis y cierre, ambos estudios hacen referencia a un mismo proceso empleando diferentes nomenclaturas. La presente investigación, solo abordará la comunicación durante la fase inicial debido al contexto temporal, así mismo es la única fase en la que se evidencian las primeras estrategias empleadas que determinarán el curso de la comunicación de gobierno.

2.3.3.1.1 Fase inicial o fase de eclosión

Crespo y Garrido (2020) proponen los siguientes principios para lo que ellos denominan fase de eclosión. En la fase de eclosión o emergencia de las crisis, es prioritario gestionar la sorpresa de la ciudadanía y aprovechar ese tiempo inicial. Sin olvidar que, en comunicación de crisis, no se debe minimizar la gravedad de las crisis, al contrario, es la etapa ideal para presentar información de forma simple, creíble, precisa y a tiempo para que las medidas sean acatadas por la mayoría; aunque ser tentador para los mandatarios no causar alarma o pánico entre la población, esta suele ser siempre una estrategia equivocada.

Para los *Centers for Disease Control and Prevention* (2014) en esta fase pasa a ser primordial la seguridad y supervivencia, por lo que se debe tener en cuenta los siguientes principios:

- a) Brindar medidas de acción de emergencia, incluyendo cómo y dónde obtener más información.
- b) Expresar niveles de preocupación apropiados y precisos, tener miedo es una reacción natural.
- c) Ofrecer sólo lo que se conoce. Hacer hincapié en que existe un proceso para obtener más información.
- d) Alertar al público de que los mensajes o recomendaciones pueden cambiar a medida que haya más información disponible y asegurarse de que todas las partes involucradas sepan de inmediato cuando cambie el mensaje.

- e) Establecer las buenas noticias en cláusulas secundarias, incluyendo información tranquilizadora (sin tranquilizar en exceso), para reducir la incertidumbre relacionada con la crisis.

2.4. Marco referencial

2.4.1 Crisis sanitaria

Durante una crisis de salud pública la función de la comunicación se vuelve imprescindible, pues, ante un terreno de incertidumbre y miedo sólo una comunicación efectiva permitirá informar y persuadir a la sociedad para que adopte las medidas de seguridad que corresponden, así también, hace posible que la población exprese sus dudas, necesidades y preocupaciones para que los líderes políticos y expertos técnicos emitan mensajes que sean coherentes, pertinentes y aceptados; de esta manera, se va a demostrar la capacidad de los gobiernos para gestionar el riesgo o de lo contrario, pondrá en evidencia la vulnerabilidad de las instituciones que resultan incapaces de atender la problemática.

2.4.2 COVID-19

Según informó la Organización Mundial de la Salud (OMS), el 31 de diciembre del 2019 se produjo el primer brote de esta enfermedad en la ciudad de Wuhan en China. El 30 de enero de 2020 la OMS declaró que el brote de COVID-19 era una emergencia sanitaria mundial y el 11 de marzo de 2020 lo declaró como una pandemia mundial ante cifras alarmantes: más de 200 personas en el mundo que fallecieron por COVID-19 y un salto exponencial a más de 9800 casos.

2.4.2.1 Comunicación de los líderes políticos frente a la COVID-19 en el mundo

Según un estudio realizado por Dada, S., et al. (2021) sobre los discursos de los jefes de gobierno durante la pandemia, realizado a 20 países de los distintos continentes en donde 10 fueron varones y 10 fueron mujeres, se hallaron los siguientes resultados: Surgieron cinco temas principales a lo largo de los discursos: la economía y la ayuda financiera, el bienestar social y las poblaciones vulnerables, el nacionalismo, la responsabilidad y el paternalismo, y los llamamientos emocionales. Casi todos los líderes hicieron referencia al apoyo financiero para familias, pequeñas empresas y corporaciones más grandes. Sin embargo, hubo una diferencia en la forma en que hombres y mujeres abordaron este impacto económico. A pesar del número casi igual de discursos con referencias económicas entre los géneros, este análisis demuestra que las mujeres líderes tendían a priorizar la discusión de la

economía a nivel de individuos y pequeñas empresas, mientras que sus homólogos masculinos se centraban más a menudo en empresas y corporaciones más grandes. Todos los líderes emplearon varios tipos de apelaciones emocionales para movilizar al público, pero los hombres usaron metáforas de guerra y lenguaje agresivo con mayor frecuencia que las mujeres.

2.4.2.2 COVID-19 en Perú

En Perú el primer caso de COVID-19 se produjo el 06 de marzo del 2020 en un joven de 25 años, trabajador de la aerolínea LATAM, quien se encontraba de vacaciones por Europa. El 11 de marzo el presidente Martín Vizcarra declara Emergencia Sanitaria Nacional durante 90 días para controlar la propagación del virus y luego de que la OMS declare al COVID-19 como una pandemia mundial. Se declara el Estado de Emergencia Nacional el 15 de marzo por un plazo de 15 días, lo que conllevaba a aislamiento social obligatorio, cierre total de fronteras, suspensión de clases y quedan restringidos los derechos constitucionales relativos a la libertad y la seguridad personales, empezando la cuarentena en el país. La declaración de la inmovilización social obligatoria desde las 20:00 hasta las 5:00 horas a nivel nacional se dio el 18 de marzo, debido a que el coronavirus se encontraba en fase 3 (contagio comunitario). El 19 de marzo llega el lamentable día en el que se dio la primera muerte por COVID-19 en el país.

2.5. Sistema de Hipótesis

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Sub dimensiones	Categorías
Discurso	Forma parte de la interacción social y está conformado por el discurso verbal que es el que se presenta como principal instrumento comunicativo, acompañado por el discurso no verbal (Aznárez, 2000) (Manzano, 2005)	1. Discurso verbal	1.1 Contexto 1.2 Asunto 1.3 Agentes y pacientes 1.4 Modos y soportes	1.1.1 Temporal 1.1.2 Geográfico 1.1.3 Sociocultural 1.1.4 Psicológico 1.2.1 Tema principal 1.2.2 Temas secundarios 1.2.3 Actores involucrados 1.2.4 Medidas 1.2.5 Pronósticos 1.2.6 Críticas y valoraciones 1.3.1 Agente transmisor 1.3.2 Paciente directo 1.3.3 Paciente indirecto 1.4.1 Elementos visuales 1.4.2 Elementos sonoros

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Sub dimensiones	Categorías
			1.5 Ideología 1.6 Lenguaje 1.7 Organización 1.8 Argumentación 1.9 Persuasión 2.1 Paralingüística	1.5.1 Actantes 1.5.2 Valores y actitudes 1.6.1 Términos y expresiones 1.6.2 Vicios lingüísticos 1.6.3 Figuras retóricas 1.8.1 Basados en datos y hechos 1.8.2 Basados en explicaciones 1.8.3 Basados en valores 1.8.4 Basados en la autoridad 1.9.1 Identificativa 1.9.2 Normativa 1.9.3 Argumentativa 2.1.1 Tono

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Sub dimensiones	Categorías
		2.Discurso no verbal	2.2 Kinésica	2.1.2 Ritmo 2.1.3 Volumen 2.1.4 Silencio 2.2.1 Expresión facial 2.2.2 Mirada 2.2.3 Postura 2.2.4 Gestos

III. METODOLOGÍA EMPLEADA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1 De acuerdo a la orientación o Finalidad: Investigación básica.

3.1.2 De acuerdo a la técnica de contrastación: Investigación descriptiva

3.2. Población y muestra de estudio

3.2.1 Población

Los 234 mensajes presidenciales emitidos por Martin Vizcarra a través de medios audiovisuales durante la pandemia en el Perú.

3.2.2 Muestra

Para el presente estudio se analizaron 7 emisiones, durante la fase inicial de la pandemia en el Perú, que se estableció desde el primer caso de coronavirus el 6 de marzo hasta la declaración de inmovilización social obligatoria el 18 de marzo, siendo un total de 7 videos, los cuales se especifican en el Anexo 1. El criterio de selección del corpus se basó en la accesibilidad y representatividad del material audiovisual para las futuras fases de la pandemia.

3.3. Diseño de Investigación

La investigación es de carácter descriptivo, siguiendo el siguiente diseño:

M: O

Dónde:

M: Discursos emitidos por televisión

O: Características de los discursos

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

La presente investigación tiene un diseño descriptivo simple, donde, según Matos y Vera (2017) “se busca precisar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta al análisis” (p.27), así también refuerzan Veiga et al. (2008) afirmando que “el investigador se limita a medir la presencia, características o distribución de un fenómeno en una población en un momento de corte en el tiempo” (p.83) El nivel del estudio es hermenéutico, debido a que es una investigación centrada en la interpretación de texto, tal y como lo recalcan Quintana y Hermida (2019), la hermenéutica implica un proceso dialéctico en el cual el investigador analiza

las partes y el todo del texto para lograr una comprensión adecuada del mismo y respetando la esencia del texto al tiempo que le proporciona un valor agregado a la traducción al poner énfasis en el contexto. La técnica que se empleó fue el análisis de contenido donde se visualizarán los discursos del expresidente emitidos a través de medios audiovisuales durante la fase inicial de la pandemia COVID-19. Piñuel (2002) afirma que esta técnica consiste en un “conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados” (p.2).

Como instrumento se emplearon 7 guías de observación que se utilizaron para cada uno de los videos, las cuales constan en el Anexo 2 y se detallan en el Anexo 3. Así mismo, la validación de los instrumentos diseñados se realizó en base a juicio de expertos (Ver Anexo 4).

3.5. Procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron procesados utilizando 8 guías de observación, para el análisis de los datos se emplearon, matrices de tendencias, tablas estadísticas en Microsoft Excel y el software Atlas.ti, en el Anexo 5 se detalla el uso de cada uno de ellos.

Además, para la Guía N° 05 se realizó un análisis exploratorio en el software Atlas.ti, en el cual, a través de la nube de palabras se hallaron los términos y expresiones más relevantes, que se puede visualizar en el Anexo 6 y se los categorizó en 12 campos temáticos.

- **Salud pública.** En la nube de palabras se evidencia preponderancia de términos referentes a este campo, entre las palabras más destacadas se encuentran medidas, salud, enfermedad, emergencia. La pandemia de COVID-19 ha sido la mayor crisis de salud pública a la que se enfrentó el mundo, por lo que, es predecible que los discursos presidenciales estuvieran orientados a emplear términos y expresiones que hicieran referencia a esta categoría.
- **Científico.** En momentos de crisis, la referencia hacia el aspecto científico permite generar en la audiencia sentimientos de confianza, legitimidad y seguridad ante las decisiones que se iban tomando, apelando a la racionalidad para actuar frente a escenarios imprevistos. En el análisis exploratorio se agruparon términos referentes a este campo temático como evolución, expertos, evaluación.

- **Económico.** Este fue un aspecto que se vio fuertemente afectado y que causó preocupación a gran parte de la población, sin embargo, en la nube de palabras no resaltan a gran escala términos referente a esto, los que se encontraron fueron economía, presupuesto, transferencia,
- **Mensaje esperanzador y mensaje alarmista.** El lenguaje que se emplea en los discursos siempre tiene la finalidad de generar diversos sentimientos en los oyentes, durante la pandemia destacaron los mensajes esperanzadores, y los mensajes alarmistas, el primero buscaba potenciar los sentimientos de seguridad, confianza y unión; el segundo, resaltaba los sentimientos de miedo y temor ante lo que estaba sucediendo con la finalidad de lograr mayor acatamiento de las medidas dictadas.
- **Estatalista.** En el análisis exploratorio se tomaron a todos aquellos términos que hacían mención al Estado, como la institución principal en la lucha contra el COVID-19, como, por ejemplo, nacional, gobierno, ministros.
- **Nacionalista.** En este campo temático se consideraron a todos los términos que buscaban fortalecer la identidad nacional, resaltando las diferencias entre “nosotros” y “ellos”, entre ellos, país, peruanos, todos.
- **Inclusión.** Se encontraron términos que hacían mención a ambos géneros, como peruanos y peruanas, señores y señoras, niños y niñas, además de dirigir su mensaje también a las regiones del país.
- **Sociedad civil.** Cuando se hace mención a las personas, población, familias, permitiendo reconocer la visión del expresidente sobre dicha sociedad civil.
- **Otros países.** Este concepto hizo alusión a todos aquellos términos que denotaron un enfoque global en el discurso, en algunos casos con el objetivo de comparar la situación del país propio con la de otros países, por ejemplo, países, mundo, Europa.
- **Paternalista.** Aunque fueron reducidos los términos hallados en este campo, se consideró necesario tomarlo en cuenta debido a su importancia en el lenguaje del expresidente, con la finalidad de conocer si transmitía una intención benéfica o protectora hacia la sociedad. Entre los términos encontrados fueron esfuerzo, proteger y garantizar.
- **Xenofobia.** En un contexto como el que se vivió, se enfatizaron aspectos como la inmigración, ciudadanos extranjeros, el cierre de fronteras, no solo

con la finalidad de prevenir los casos importados, sino que buscando posicionar al inmigrante como sinónimo de contagio, términos como pasajeros, fronteras, turistas, fueron los más resaltantes.

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Los resultados que se exponen a continuación fueron recogidos a partir de la aplicación de 8 guías de observación aplicadas a cada uno de los 7 discursos emitidos por televisión, desde el primer caso de coronavirus en el Perú dado el 6 de marzo, hasta la declaración de inmovilización social obligatoria, el 18 de marzo.

La presentación se realizó en orden de objetivos, por lo cual, para responder el objetivo general, primero se abordaron los objetivos específicos que se describen a continuación: ver

Objetivo específico (a). Describir el discurso verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19.

Para el cumplimiento de este objetivo se emplearon las guías desde la N° 01 hasta la N° 06 que abarcan los siguientes subdimensiones, guía N° 01: contexto y asunto, guía N° 02: agentes y pacientes, guía N° 03: modos y soportes, guía N° 04: ideología, guía N° 05: lenguaje y guía N° 06: organización, argumentación y persuasión.

Tabla 1

Discurso verbal - Contexto y asunto

Subdimensiones	Categorías	Descripción	Ideas clave
CONTEXTO	Temporal	Los dos primeros discursos tuvieron una separación de 5 días, el primero se desarrolló el día viernes 06 de marzo y el segundo, el miércoles 11 de marzo, además el tercer y cuarto discurso tuvieron una separación de 3 días. Con respecto a los horarios de transmisión, los 4 primeros discursos fueron variando entre horas de la mañana, tarde y noche.	Se fue estableciendo una disminución progresiva en la frecuencia de los días de apariciones del expresidente para exponer los asuntos relacionados en la pandemia, llegando a ser diaria a partir del cuarto discurso. Así mismo, la hora de transmisión se estableció a mediodía a partir del quinto discurso.

Subdimensiones	Categorías	Descripción	Ideas clave
	Geográfico	<p>El primer y tercer discurso se desarrollaron en el Salón Dorado, el segundo discurso se desarrolló en la Sala Eléspuru; el cuarto, quinto y sexto en el Gran Comedor y finalmente, el sétimo en el Salón Túpac Amaru II.</p>	<p>Todos los discursos se desarrollaron en diferentes espacios del Palacio de Gobierno; el Salón Dorado se empleó como escenario cuando se comunicó el primer caso de covid19, EL Gran Comedor para dar a conocer el estado de emergencia nacional y el Salón Túpac Amaru II para comunicar la inmovilización obligatoria.</p>
	Sociocultural	<p>A partir del segundo al quinto discurso se evidencia la resistencia, sobre todo jóvenes y empresas privadas a acatar las medidas que se iban proponiendo por el expresidente.</p> <p><i>“Pedimos la responsabilidad, no solamente de los alumnos, sino de los padres de familia”, “Hay jóvenes que se han infectado porque en hora nocturna salían a eventos sociales y ahí se han infectado”</i></p> <p><i>“Sí, se van a aplicar algunas sanciones aquellas empresas que están obligando a sus trabajadores a asistir”</i></p> <p>Finalmente, el sexto y sétimo discurso existe un sentimiento de agradecimiento a la labor de policías, soldados y personal de salud.</p> <p><i>“Y también agradezco a todos los peruanos que han hecho una felicitación expresa y de manera voluntaria, donde ayer hemos visto en ventanas, en balcones, a miles de peruanos...”</i></p>	<p>En el contexto sociocultural en el que se desarrolla el discurso se identifican los siguientes elementos: conflictos sociales debido a la incertidumbre que generaban las nuevas medidas, escasa atención a todas las poblaciones vulnerables como las comunidades indígenas; y organización por parte de la población para reconocer la labor que se estaba realizando.</p>

Subdimensiones	Categorías	Descripción	Ideas clave
	Psicológico	<p>En todos los discursos se distinguen dos comportamientos individuales marcados:</p> <p>El primero, influenciado por el escepticismo, burla y desinterés con respecto al contexto que se vivía, incumpliendo con las medidas dictadas por el gobierno.</p> <p><i>“...hay ciudadanos que están tratando de comunicarse con el 113 para recibir instrucciones verídicas sobre qué hacer, está ocupada la línea por 80% de personas que llaman en broma, de manera falsa, colapsando la línea”</i></p> <p><i>“...hay un pequeño porcentaje de peruanos que no está respetando las restricciones del estado de emergencia y que está jugando con su salud, pero también está jugando con la salud de todo el resto de peruanos”</i></p> <p>El segundo, de temor, incertidumbre e histeria colectiva en supermercados, sentimientos que el expresidente trata de reducir a través de su discurso:</p> <p><i>“...es lógico y natural que haya incertidumbre, es completamente comprensible, es una medida nueva”</i></p> <p><i>“Entonces cuando hemos dado estas normas, genera incertidumbre, lo sabemos, pero es ahí donde pedimos la responsabilidad de las personas”.</i></p> <p><i>“...durante este periodo garantizamos el abastecimiento de alimentos, medicinas, así como la continuidad de los servicios ...”.</i></p> <p><i>“...estamos monitoreando, hemos dicho que hay algunas actividades que tienen que continuar para que no haya desabastecimiento”</i></p>	<p>Con respecto al contexto psicológico, el expresidente equilibra su discurso entre dar a conocer la realidad de la situación y transmitir tranquilidad, confianza y seguridad a la población que atravesaba por emociones como incertidumbre, escepticismo y temor.</p>

Subdimensiones	Categorías	Descripción	Ideas clave
ASUNTO	Tema principal	<p>En el primer discurso fue dar a conocer el primer caso de coronavirus en el país.</p> <p>En el segundo discurso fue el decreto de urgencia en donde se establecían las medidas extraordinarias para reducir la propagación del virus. El tercer discurso se basó en anunciar nuevas medidas complementarias para hacer frente a la covid19. El cuarto discurso tuvo como tema principal la aprobación de manera unánime del decreto supremo que declara estado de emergencia nacional y sus implicaciones. El quinto discurso, en anunciar que el estado de emergencia ya estaba en cumplimiento. El sexto, en las nuevas medidas para el segundo día de estado de emergencia nacional y el último en declarar algunos cambios en la norma inicial, añadiendo la inmovilización social obligatoria y la no circulación de vehículos personales.</p>	<p>Los temas principales abordados por el expresidente Martín Vizcarra en sus discursos, se refirieron, en su mayoría (desde la segunda transmisión hasta la última), a las medidas aprobadas en Consejo de Ministros y sus implicancias en la vida de los ciudadanos.</p>

Subdimensiones	Categorías	Descripción	Ideas clave
	Temas secundarios	<p>El primer discurso, debido a su brevedad, solo tocó como tema secundario la implementación futura de las medidas para hacer frente al virus solicitando calma a la población.</p> <p>En el segundo discurso se comienza a hacer un recuento de los hechos sucedidos en el país días atrás, así como las medidas tomadas por el gobierno para hacer frente al COVID19, y se brinda un mensaje de tranquilidad y unidad, temáticas que se mantienen hasta el séptimo discurso.</p> <p>En el tercer discurso, se añade como temática secundaria la solicitud de responsabilidad a alumnos y a padres de familia.</p> <p>En el cuarto, se incorporan las medidas económicas al discurso y en el quinto, se hace mayor énfasis en la importancia de que todos acaten las medidas, se menciona la reunión con presidentes vecinos y acuerdos a los que se llegaron, se profundiza en la información sobre el bono que se entregaría a la población vulnerable y se añaden las preguntas de periodistas.</p> <p>Continuando, en el sexto discurso, se aborda el procedimiento para generar el pase especial de libre tránsito, el congelamiento de deudas en las bancas privadas y se hace un llamado al apoyo de gobiernos regionales y alcaldes provinciales y distritales, comenta sobre la situación de peruanos en el extranjero y acerca del alza de precios de algunos productos. Finalmente, se comenta sobre la etapa experimental de la vacuna en China y Estados Unidos, sobre las pruebas de descarte de COVID19, la protección a las comunidades indígenas y el apoyo a las pymes.</p>	<p>Los temas secundarios que se trataron en la mayoría de discursos fueron la solicitud de calma, responsabilidad, unidad y reflexión a la población en general. Además de la actualización constante sobre las cifras de infectados en el país, se informaba el trabajo que el gobierno y ministros estaban realizando, así mismo, a partir del quinto discurso se incluyeron las preguntas de los periodistas de manera constante lo que influyó en los temas secundarios a tratar, como el cierre de fronteras, las sanciones a empresas y personas que no acatan las medidas, la necesidad de apoyo de los 3 niveles de gobierno, los bonos a las familias vulnerables, y vuelos humanitarios para peruanos en el extranjero y turistas en nuestro país.</p>

Subdimensiones	Categorías	Descripción	Ideas clave
	Actores involucrados	<p>En el primer discurso se involucraron a los siguientes actores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Políticos (la ministra de salud), sector empresarial (representante de las clínicas privadas), ciudadanía y expertos (Consejo Nacional de Salud y la OPS). <p>En el segundo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medios de comunicación, políticos (el Consejo de Ministros y el ministerio de educación), ciudadanía, expertos (Ministerio de Salud y la Organización Mundial de la Salud) y otros (turistas provenientes de Italia, China, España y Francia) <p>En el tercer discurso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Políticos (autoridades del Consejo de Estado), sector empresarial (MiPymes), ciudadanía, expertos y otros (Instituciones educativas y presidentes de los países vecinos). <p>En el cuarto discurso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medios de comunicación, políticos (ministros), sector empresarial (entidades financieras), Policía Nacional y Fuerzas Armadas, ciudadanía, expertos (OMS) y otros (diversos países) <p>En el quinto discurso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Políticos (ministros, consulados, embajadas), sector empresarial, Policía Nacional y Fuerzas Armadas, ciudadanía, expertos (OPS y OMS) y otros (países vecinos) <p>En el sexto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medios de comunicación, políticos (autoridades y ministros), Policía Nacional y Fuerzas Armadas, ciudadanía y expertos (expertos en salud). <p>Finalmente, en el sétimo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medios de comunicación, políticos, sector empresarial, Policía Nacional y Fuerzas Armadas, ciudadanía y expertos. 	<p>Los actores presentes en todos los discursos fueron los ciudadanos, políticos y expertos (representantes de la OMS y la OPS). Los actores con menor presencia en los discursos fueron la Policía y las Fuerzas Armadas, quienes tuvieron su aparición a partir del cuarto discurso; y los medios de comunicación, apareciendo solo en 4 de los 5 discursos.</p> <p>Dentro de la categoría "otros" se encontraron las personas y autoridades extranjeras.</p>

Subdimensiones	Categorías	Descripción	Ideas clave
	Medidas	<p>En el primer discurso, se anuncia el Plan Nacional de Preparación y Respuesta frente al riesgo de introducción del coronavirus al Perú, además de la activación de protocolos en aeropuertos y terminales. En el segundo discurso, inician las transferencias de presupuesto al Ministerio de Salud y de Educación, así como la postergación del inicio del año escolar, se dispone la emergencia sanitaria y aislamiento domiciliario de toda persona que entre al país proveniente de Italia, España, Francia y China, ministros coordinan prevención en las regiones y se menciona la importancia de las medidas de higiene. En el tercer discurso, la postergación de actividades alcanza a todos los niveles de educación, se anuncian próximos movimientos financieros al Ministerio de Economía y se prohíben los espectáculos que congreguen a más de 300 personas. En el cuarto discurso, se suma la declaración del estado de emergencia nacional, el cierre total de fronteras, toma de muestras a domicilio, y transferencias de fondos al Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. En el quinto discurso, comienzan las reuniones con los presidentes de países vecinos, se designa un bono económico de 380 soles para las familias vulnerables y se limita el transporte interprovincial. En el sexto, se refuerza el control por parte de la PNP y FFAA, comienzan los vuelos humanitarios y la necesidad de pases especiales de libre tránsito. Finalmente, en el último discurso se anuncia la inmovilización social obligatoria, se limita la circulación de vehículos particulares y el aumento de pruebas COVID para tener data más acertada.</p>	<p>Las medidas que se fueron adoptando a lo largo de la etapa inicial comenzaron con la activación de protocolos en lugares de mayor afluencia de turistas, la postergación del inicio del año escolar para todos los niveles, y las transferencias de presupuesto a los ministerios de salud y educación. Conforme avanzaban los días se van prohibiendo más actividades, se declaró el estado de emergencia nacional, y las transferencias de presupuesto alcanzan a los ministerios de economía e inclusión social. Finalmente se declaró inmovilización obligatoria, se mencionó que ya no existiría flexibilidad con las personas que incumplen, y se prohibió la circulación de vehículos particulares.</p>

Subdimensiones	Categorías	Descripción	Ideas clave
	Pronósticos	<p>A partir del cuarto discurso se pronostica que a pesar de las medidas tomadas no descenderán los casos en un corto plazo,</p> <p><i>“La adopción de estas medidas no significa que dejarán de aumentar el número de afectados, pero tenemos que tomar la decisión, para que en este periodo de 15 días comiencen a disminuir los casos, si no tomamos estas medidas el ascenso sería constante y permanente”.</i></p> <p><i>“...la cantidad de casos positivos va a seguir aumentando dentro estos 15 días y ahí va a ver la curva declinante si cumplimos, si no cumplimos, el esfuerzo sería en vano”.</i></p> <p><i>“...y como lo hemos dicho la cifra va a seguir en aumento, es una curva que va aumentando y que esperemos que durante los 15 días de esta cuarentena comience a bajar”.</i></p> <p><i>“...esta curva va a continuar este ascenso, todavía por varios días más, hasta lograr encontrar una meseta y que logre atenuar este incremento diario”.</i></p> <p>Así como los grandes resultados que se obtendrán si se acatan las medidas:</p> <p><i>“...las autoridades estamos totalmente convencidos que los resultados van a ser satisfactorios”.</i></p> <p><i>“...esta medida va a lograr los objetivos”.</i></p>	<p>Los pronósticos están relacionados con las medidas y evolución de la enfermedad. Los más relevantes fueron el aumento de la curva de contagios y de personas hospitalizadas, a pesar de las medidas adoptadas por la población; sin embargo, asegura que se llegará a una meseta en donde comenzaría a bajar. Así mismo, se pronosticó que la adopción de las medidas daría grandes resultados.</p>

Subdimensiones	Categorías	Descripción	Ideas clave
	Críticas y valoraciones	Durante el primer discurso no se evidencian críticas ni valoraciones; sin embargo, a partir del segundo, se critica los actos irresponsables de los ciudadanos que llamaban a la línea 113 con la finalidad de bromear, en el tercer discurso, valora a las instituciones responsables que están tomando las medidas y se criticó a los alumnos y padres de familia que no estaban actuando con responsabilidad. En el cuarto, se critica los altos niveles de corrupción y descrédito de las instituciones y se valora el trabajo que viene realizando el gobierno; en el quinto, se realizan valoraciones a las empresarios, instituciones públicas y servidores públicos que están cumpliendo y dejaron de funcionar presencialmente, así como a los países que asumieron con responsabilidad esta situación y se critica al porcentaje de la población que no acata, a quienes "se les tiene que aplicar la fuerza pública". En el sexto discurso, se valora a los peruanos que tomaron conciencia y están acatando las medidas, se critica a las personas que están circulando y que quieren burlar la ley. Finalmente, en el séptimo discurso, se evidencian valoraciones hacia los ciudadanos que estaban tomando con responsabilidad el estado de emergencia, así como a la labor realizada por el personal de salud, Fuerzas Armadas y Policía Nacional; en el lado opuesto, se critica a los compatriotas que están jugando con su salud y a los jóvenes que hacían caso omiso del estado de emergencia.	Se critican los actos irresponsables de los ciudadanos que no acatan las medidas y se valoró la colaboración, cumplimiento y responsabilidad con las normas dadas, ya sea por parte de empresas, autoridades y ciudadanos.

Tabla 2

Discurso verbal - Agentes y pacientes

Subdimensión	Categoría	Descripción	Ideas Clave
Agentes y Pacientes	Agente Transmisor	Durante el primer, tercer y cuarto discurso el único agente transmisor fue el expresidente Martín Vizcarra. Durante el segundo y a partir del quinto discurso hacia adelante se incluyeron a los ministros con	El agente transmisor principal fue el expresidente Vizcarra, en 4 discursos aparecieron sus ministros como agentes transmisores adicionales, los

		<p>agentes transmisores del discurso, respondiendo preguntas de los periodistas.</p> <p>En el segundo discurso intervinieron: el premier, la ministra de salud, la ministra de economía y el ministro de educación.</p> <p>En el quinto, la ministra de salud, la ministra de economía y la ministra de trabajo.</p> <p>En el sexto, la ministra de economía, la ministra de salud y la ministra de desarrollo e inclusión social.</p> <p>Y en el séptimo, el ministro de relaciones exteriores, el premier, la ministra de salud, el canciller, la ministra de economía y la ministra de desarrollo e inclusión social.</p>	<p>ministros que participaron en los 4 discursos fueron: la ministra de economía y la ministra de salud debido a la misma coyuntura, y en los otros 3 discursos el único agente transmisor fue el expresidente Martín Vizcarra, quien contaba con altos grados de credibilidad y respaldo popular tras el cierre del congreso</p>
	Paciente Directo	<p>El discurso se dirigió a todos los peruanos y peruanas, refiriéndose a ellos como <i>“compatriotas de todo el país”</i>, <i>“a todos los peruanos y peruanas”</i>, <i>“señoras y señores de todo el país”</i>, además se empleó un lenguaje sencillo, sin tecnicismos para que el discurso sea entendido por todos. La finalidad del expresidente, con respecto a los pacientes directos fue brindarles tranquilidad, seguridad y confianza, pero también solicitar de su parte cumplimiento y responsabilidad para acatar las medidas.</p>	<p>El paciente directo de los discursos fueron los peruanos en general.</p>
	Paciente Indirecto	<p>Se consideraron pacientes indirectos a todos aquellos a los que se dirigió el presidente de acuerdo a las temáticas secundarias. En el primer discurso, debido a su brevedad, no existieron pacientes indirectos; en el segundo, los pacientes indirectos fueron las poblaciones afectadas, las personas contagiadas con COVID-19, los turistas, entidades públicas y privadas, directores de los centros educativos, pasajeros, periodistas, durante el tercer discurso a los alumnos y padres de familia, en el cuarto discurso, a las familias en situación vulnerable y a las personas contagiadas con COVID-19 y autoridades municipales y regionales, durante el quinto, a los alcaldes distritales, personas con</p>	<p>Los pacientes indirectos han ido variando de acuerdo a las temáticas de cada discurso, sin embargo, los que han permanecido en la mayoría de discursos son: las personas contagiadas con COVID-19, a quienes se les garantizó la atención inmediata y adecuada, así mismo, se dirigió a las poblaciones vulnerables y en extrema pobreza, a las cuales se les iba a otorgar un bono económico debido a que contaban con un sistema de trabajo diario para sobrevivir.</p>

		COVID-19 y sector empresarial. En el sexto discurso, peruanos en el extranjero, población vulnerable, personas contagiadas, autoridades (gobernadores regionales, alcaldes), finalmente, en el séptimo, población vulnerable, autoridades, periodistas y comunidades indígenas.	Finalmente, a partir del cuarto discurso se dirige a las autoridades a quienes solicita su apoyo para cumplir con las medidas en todo el país.
--	--	---	--

Tabla 3

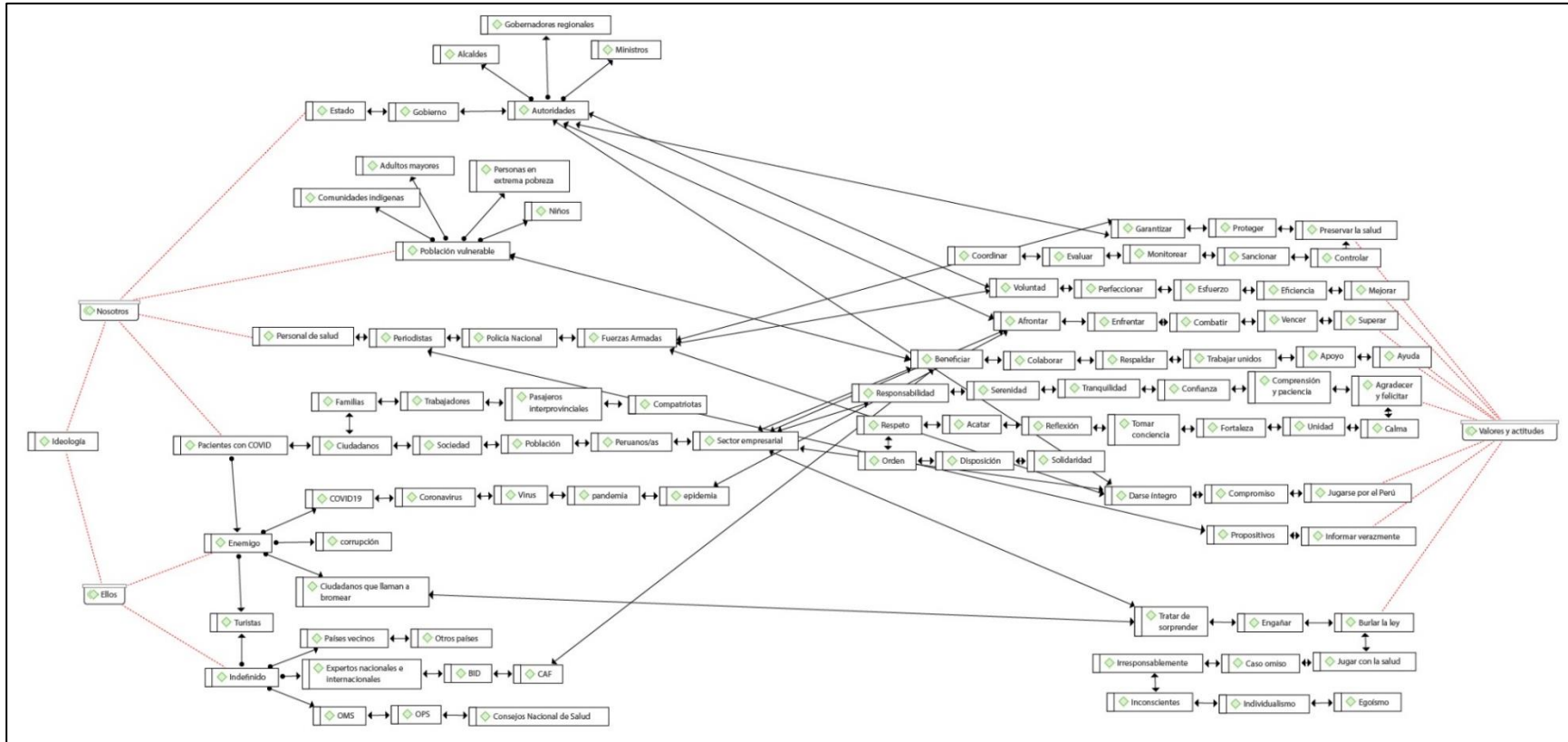
Discurso verbal - Elementos visuales y elementos sonoros.

Subdimensión	Categoría	Descripción	Ideas Clave
Elementos Visuales	Escenografía	Se observó que en todos los discursos estuvieron presentes los documentos de ayuda que empleaba el expresidente, en los primeros 6 discursos se emplearon 3 banderas del Perú ubicadas en la parte central posterior, además, para las ocasiones en las que permaneció sentado dando el discurso, se usó una mesa de madera larga con sillas y micrófonos, para los discursos en los que permaneció parado, se empleó un atril que lucía el escudo peruano en la parte frontal.	La escenografía se desarrolló en una locación interior y existente, dado que todos los discursos se desarrollaron en el Palacio de Gobierno, esta se caracterizó por el empleo de la bandera como el símbolo patrio oficial, además de que siempre contó con documentos que guiaron su discurso.
	Iluminación	En todos los discursos se emplea la iluminación artificial, sin embargo, durante el primer y tercer discurso la iluminación es cálida, y en los demás se cuenta con una luz fría. En el quinto y sexto discurso se apoyan de la iluminación natural, debido a que se desarrollan en horario diurno y en ambientes con grandes ventanas.	En todos los discursos se recurrió a fuentes artificiales de iluminación y solo en las ocasiones en las que el discurso se desarrolló en el Gran Comedor, se apoyaron de la iluminación natural a través de ventanas
	Vestuario	Durante los 5 primeros discursos usó un terno color oscuro, con una camisa blanca corbata; sin embargo, a partir del sexto discurso su vestuario cambió por una camisa blanca con la frase “El Perú primero” en la parte derecha superior, con pantalón color oscuro.	Se evidencia un cambio en su vestuario, en donde en un inicio se mostraba con trajes formales, sin embargo, mientras los discursos avanzan deja de usar saco y corbata.
	Planos	Los discursos inician y finalizan con planos generales en donde se visualizan a todas las autoridades que participan de la	En todos los discursos se usaron planos generales y planos bustos.

		conferencia, este tipo de planos también se emplearon en los momentos en que los periodistas dirigían sus preguntas. Conforme va avanzando el discurso, se emplean planos bustos de la persona que está teniendo la palabra, ya sea el presidente o sus ministros.	
	Ángulos	Solo se usó el ángulo normal en todos los discursos	
Elementos Sonoros	Música	No se emplearon <i>elementos sonoros</i> durante esta fase.	
	Efectos Sonoros y Ambientales		

Figura 1

Discurso verbal - Ideología y valores de los actantes.



Nota. La figura muestra la ideología del discurso del expresidente Martín Vizcarra, a través de los actantes (nosotros – ellos) y los valores y actitudes que se les otorga a cada uno de ellos. Elaboración propia.

La ideología está clasificada, de acuerdo a la pertenencia y exclusión, en “nosotros” y “ellos”, estos últimos divididos en “enemigos” e “indefinidos”. Como se puede observar en la figura, el expresidente menciona a 4 grupos dentro del “nosotros”, el primero, relacionado al gobierno, estado y las autoridades (alcaldes, gobernadores regionales, ministros); el segundo, las poblaciones vulnerables, entre ellos comunidades indígenas, adultos mayores, personas en extrema pobreza y niños. En tercer lugar, se encuentran el personal de salud, periodistas, Policía Nacional y Fuerzas Armadas. Finalmente, los pacientes con COVID-19, ciudadanos, sociedad, población, peruanos/as, sector empresarial, quienes fueron tomados como “nosotros” cuando cumplían, y acataban las normas, y en “ellos – enemigo” cuando no lo hacían. Por otro lado, dentro de “ellos – enemigo” se menciona a 4 grupos, el primero en relación a la COVID-19, también llamada coronavirus, virus, pandemia y epidemia, el segundo, la corrupción; el tercero, los ciudadanos que llaman a bromear a la línea 113, y el último, los turistas, que también son considerados como “ellos – indefinido”. En “ellos – indefinido”, se hace mención a los países vecinos y otros países; en tercer lugar, a los expertos nacionales e internacionales, el BID y CAF; finalmente, la OMS, OPS, y el Consejo Nacional de Salud.

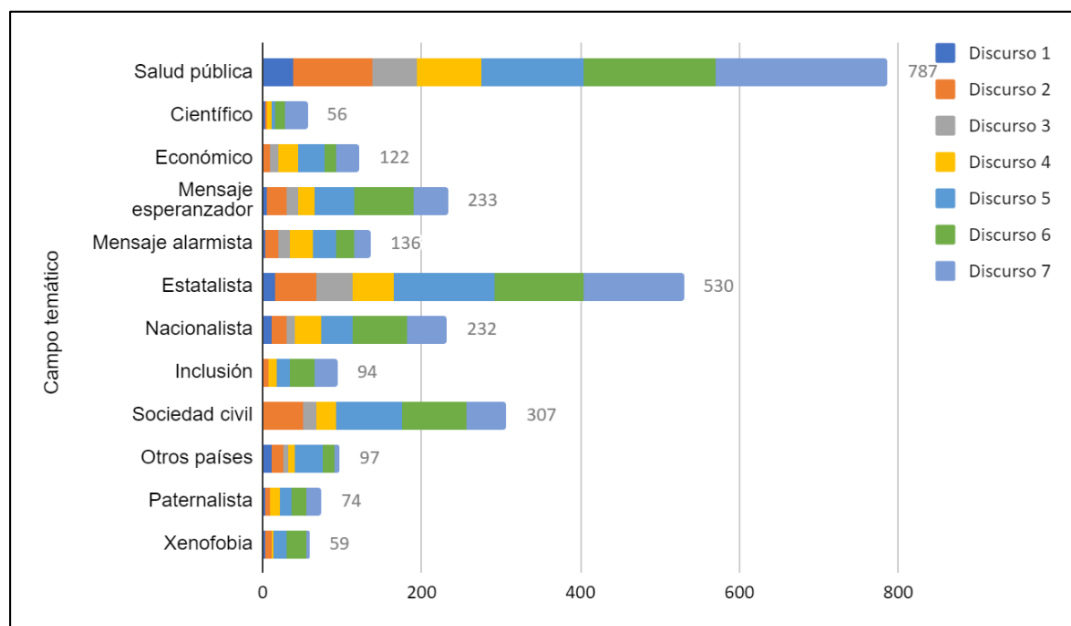
Con respecto a los valores y actitudes que se les asignan a los actantes, empezando por “garantizar, proteger, preservar la salud, controlar, sancionar, monitorear, evaluar, coordinar” fueron valores y actitudes que se les asignaron a las autoridades y al personal que estaba haciendo frente al COVID-19 como la Policía Nacional, las Fuerzas Armadas, el personal de salud y los periodistas, al igual que el segundo grupo de valores y actitudes, “voluntad, perfeccionar, esfuerzo, eficiencia, mejorar”, el tercer grupo de valores y actitudes como “afrentar, enfrentar, combatir, vencer, superar” se les asigna a las autoridades, a toda la sociedad, como pacientes con COVID-19, ciudadanos, población, peruanos/as, compatriotas, familias, trabajadores y al sector empresarial, contra el que era considerado el “enemigo” el COVID-19, coronavirus, virus y pandemia. El cuarto grupo de valores y actitudes fueron “beneficiar, colaborar, respaldar, trabajar unidos, apoyo y ayuda” asignado a la sociedad en general y a la población vulnerable, solicitando el apoyo de los organismos internacionales como el BID, CAF. Valores y actitudes como “responsabilidad, serenidad, tranquilidad, confianza, comprensión y paciencia, agradecer y felicitar, calma, unidad, fortaleza, tomar conciencia, reflexión, acatar,

respeto, orden, disposición, solidaridad” se asignaron a la población en general. Con respecto al quinto grupo “darse íntegro, compromiso, jugarse por el Perú”, son valores y actitudes conferidos a la población, al personal de salud, a la Policía Nacional y Fuerzas Armadas, así como a las autoridades. A los periodistas se les solicita valores como ser “propositivos e informar verazmente”. Finalmente, como antivalores, se encontraron “tratar de sorprender, engañar, burlar la ley, irresponsablemente, hacer caso omiso, jugar con la salud, egoísmo, individualmente e inconscientes” que se adjudicaron a la población que no cumplía como a los ciudadanos que llamaban a bromear.

La guía de observación N° 05 denominada *lenguaje* consta de tres subcategorías: *términos y expresiones*, *vicios lingüísticos* y *figuras retóricas*. Con respecto a los *términos y expresiones* se obtuvieron los resultados que se observan en la Figura 2, los términos y expresiones que más aparecen en el discurso pertenecen a la temática de salud pública con un total de 787 palabras, entre las que resaltan: salud (64), medidas (46), estado de emergencia (31), enfermedad (36), coronavirus (25). En segundo lugar, se encuentran los términos y expresiones pertenecientes a la temática estatalista con un total de 530 palabras, entre las cuales se hallan: gobierno (45), ministerio (31), nacional (27), estado (25), autoridades (18). En tercer lugar, se encuentra la temática relacionada con la sociedad civil, con un total de 307 palabras a lo largo de los 7 discursos, algunas de ellas son: personas (35), población (33), ustedes (24), ciudadanos (18).

Figura 2.

Discurso verbal - Lenguaje: términos y expresiones.



Nota: Elaboración Propia

Tabla 4.

Discurso verbal - Lenguaje: términos y expresiones

Campo temático	Discurso	Discurso	Discurso	Discurso	Discurso	Discurso	Discurso	Total
	1	2	3	4	5	6	7	
Salud pública	38	101	56	81	127	168	216	787
Científico	4	2	0	5	4	13	28	56
Económico	0	9	10	25	33	16	29	122
Mensaje esperanzador	6	25	13	22	50	74	43	233
Mensaje alarmista	3	16	16	28	30	22	21	136
Estatalista	16	51	46	51	128	111	127	530
Nacionalista	12	17	12	32	41	67	51	232
Inclusión	0	7	1	9	18	30	29	94
Sociedad civil	0	51	17	25	82	81	51	307
Otros países	12	14	7	8	35	15	6	97
Paternalista	3	6	0	12	15	18	20	74
Xenofobia	3	8	0	2	18	23	5	59

Nota. Elaboración propia.

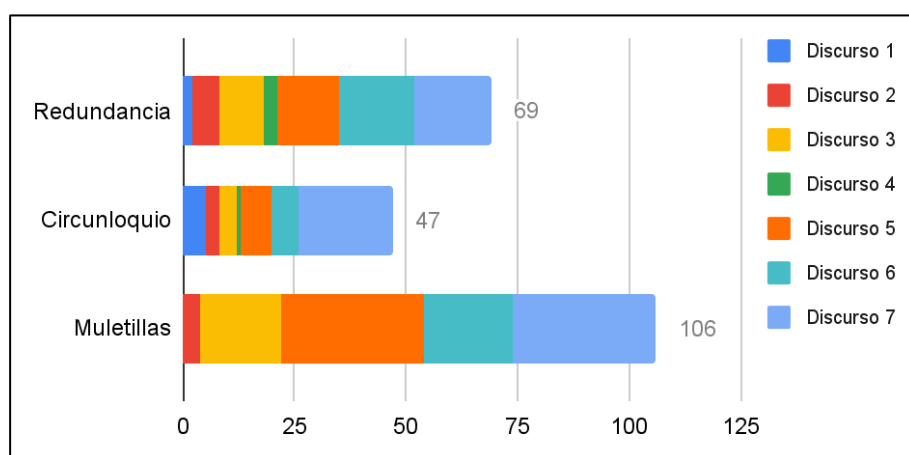
En la Tabla 4 se puede observar con más detalle la aparición de cada una de las temáticas dentro de los discursos, evidentemente, en los últimos tres discursos la aparición de palabras es mayor debido a la extensión de los mismos, los cuales

tuvieron una extensión mayor a 40 minutos. Las temáticas menos relevantes fueron el aspecto científico, la xenofobia, paternalista e inclusivo, con una aparición de 56, 59, 74 y 94 veces respectivamente.

Con respecto a la segunda subcategoría, vicios lingüísticos, se encontraron que los más frecuentes en los discursos del expresidente Martín Vizcarra fueron las muletillas, alcanzando un total de 106 muletillas a lo largo de los 7 discursos, en segundo lugar, se ubicó la redundancia con un total de 69 apariciones, y finalmente, el circunloquio con 47 veces, tal y como se observa en la Figura 3.

Figura 3.

Discurso verbal - Lenguaje: vicios lingüísticos.



Nota: Elaboración propia

Tabla 5.

Discurso verbal - Lenguaje: vicios lingüísticos

LENGUAJE		Discurso 1	Discurso 2	Discurso 3	Discurso 4	Discurso 5	Discurso 6	Discurso 7	Total
VICIOS LINGÜÍSTICOS	Redundancia	2	6	10	3	14	17	17	69
	Circunloquio	5	3	4	1	7	6	21	47
	Muletillas	0	4	18	0	32	20	32	106

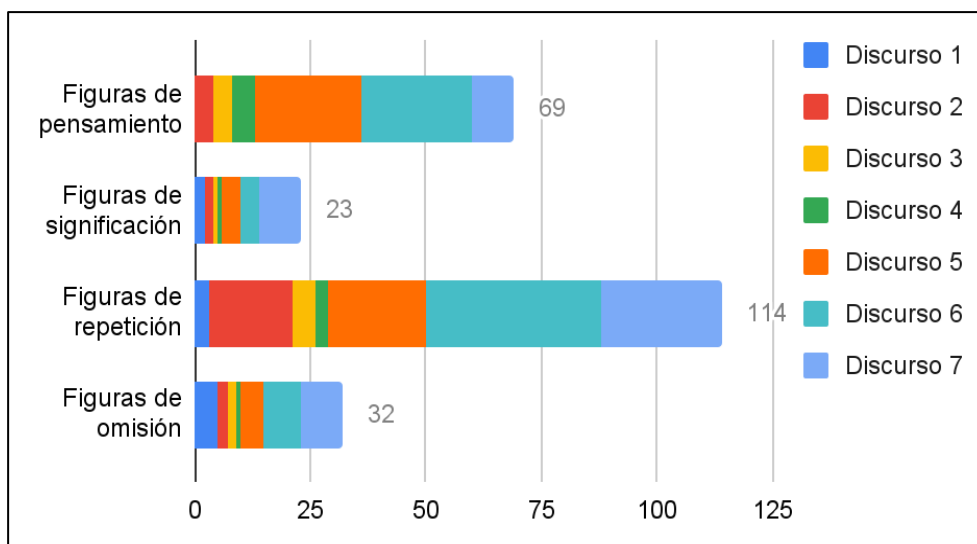
Nota. Elaboración propia.

La Tabla 5, evidencia que en el primer y cuarto discurso no existieron muletillas, y en el segundo discurso estas fueron mínimas, debido a que en estos discursos se leyó el mensaje que se quería transmitir; a comparación con los demás discursos en donde las muletillas evidencian el nerviosismo de hablar de forma más espontánea.

Finalmente, en la Figura 4 se evidencian los resultados hallados en la última subcategoría denominada *figuras retóricas*, en los 7 discursos del expresidente Martín Vizcarra predominaron las figuras de repetición, entre las que se encontraron el polisíndeton, anáfora, sinonimia y aliteración, llegando a ser un total de 114. En segundo lugar, se encontraron las figuras de pensamiento con un total de 69 repeticiones, entre las cuales se encuentran la alusión, clímax, eufemismo, disfemismo, hipérbole y personificación. Siguen las figuras de omisión entre las que se contabilizaron un total de 32, aquí se reconocieron el zeugma y el asíndeton. Finalmente, se hallaron un total de 23 figuras de significación en los discursos de Martín Vizcarra, como metáforas, antonomasia y símil.

Figura 4.

Discurso verbal - Lenguaje: figuras retóricas.



Nota: Elaboración propia

Tabla 6.*Discurso verbal - Lenguaje: figuras retóricas*

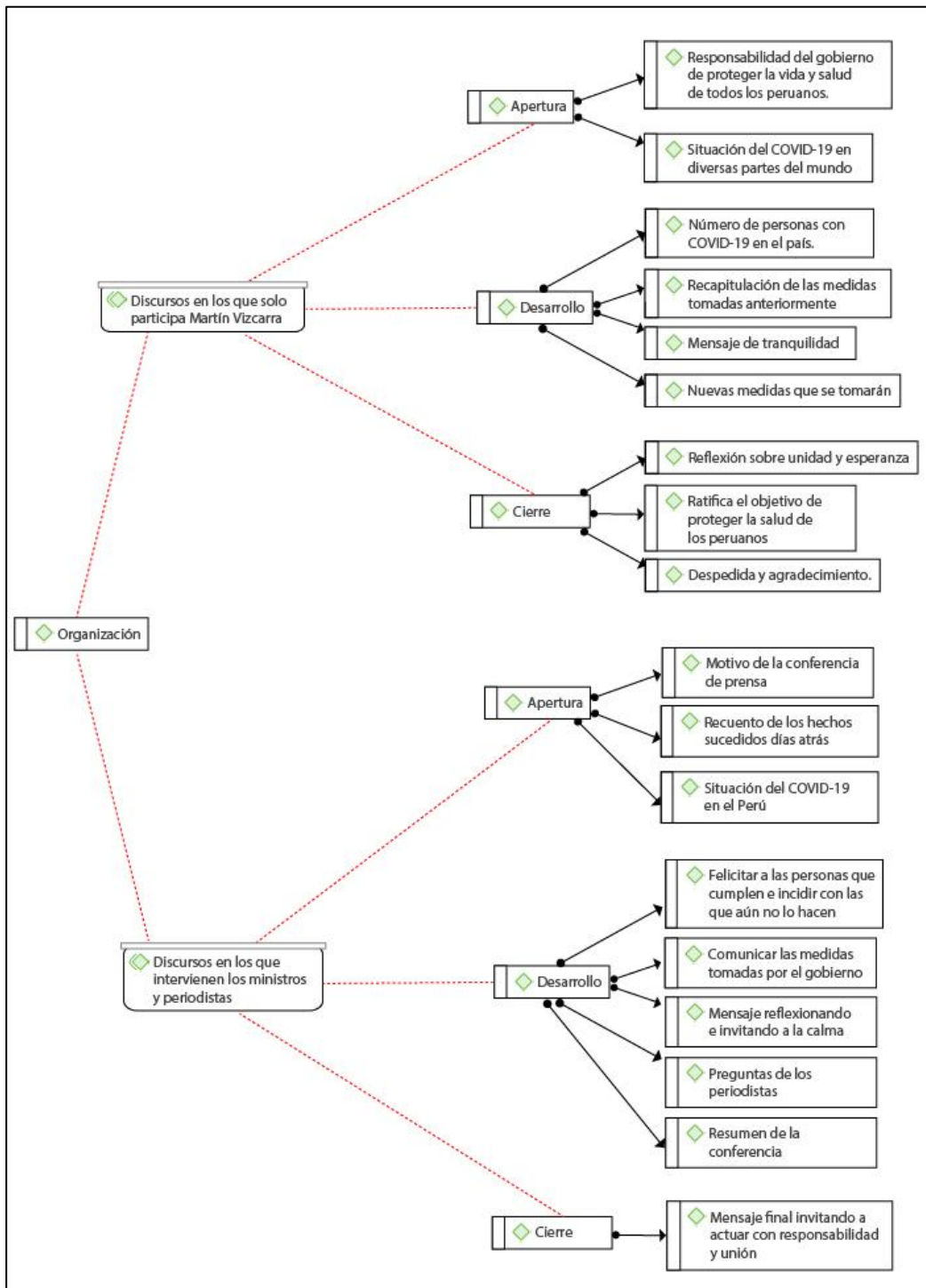
LENGUAJE		Discurso 1	Discurso 2	Discurso 3	Discurso 4	Discurso 5	Discurso 6	Discurso 7	Total
FIGURAS RETÓRICAS	Figuras de pensamiento	0	4	4	5	23	24	9	69
	Figuras de significación	2	2	1	1	4	4	9	23
	Figuras de repetición	3	18	5	3	21	38	26	114
	Figuras de omisión	5	2	2	1	5	8	9	32

Nota. Elaboración propia.

En la Tabla 6 se observa que en los 4 primeros discursos las figuras retóricas son reducidas en comparación con los 3 últimos, en gran parte, debido a la duración de estos últimos.

Figura 5.

Discurso verbal - Organización del discurso



Nota: Elaboración propia.

En la

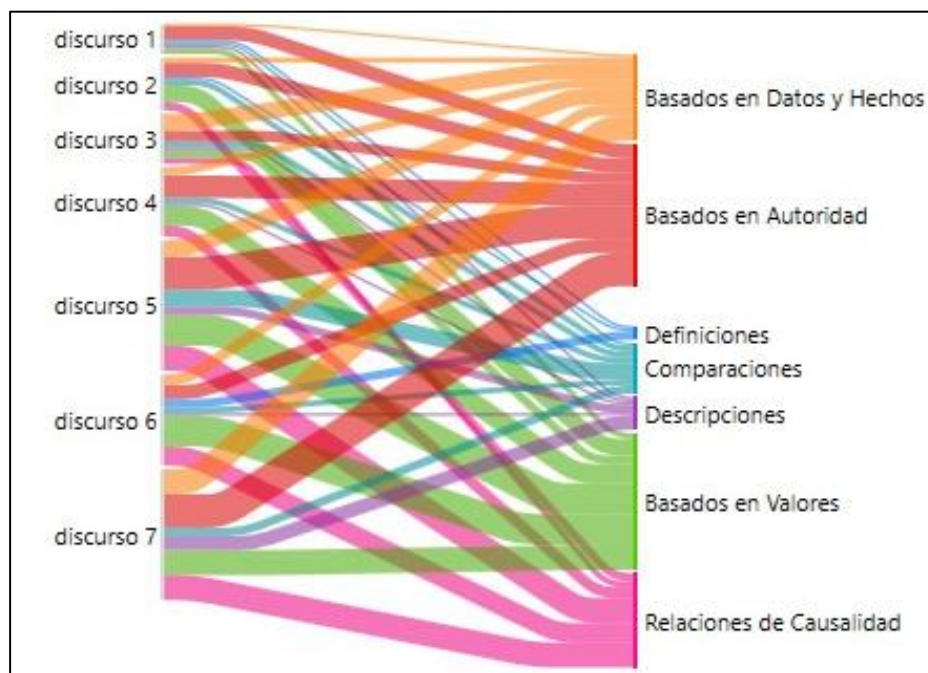
Figura 5 se observa que en la *organización* del discurso se diferencian dos situaciones, la primera cuando en el discurso solo participaba Martín Vizcarra, en 3 de los 7 discursos sucede esta situación; y la segunda, cuando en el discurso intervinieron los ministros y periodistas. En la primera situación, el discurso abrió con el tema de la responsabilidad de las autoridades y el gobierno de proteger la vida y salud de todos los peruanos en estas circunstancias, así como de la situación del COVID-19 en distintas partes del mundo. En el desarrollo del discurso se abordó el número de personas con COVID-19 en el país, haciendo una recapitulación de las medidas tomadas días anteriores, transmitiendo un mensaje de tranquilidad y comunicando las nuevas medidas que se tomarán. Para el cierre, se realiza una reflexión sobre la importancia de la unidad y esperanza, además ratifica el objetivo de proteger la salud de los peruanos y finalmente, se despide. La duración máxima de estos discursos es de 12 minutos.

En la segunda situación, la organización del discurso fue menos clara, sin embargo, entre las características similares que se encontraron fue que comenzó

comunicando el motivo de la conferencia de prensa, continuó con un recuento de los hechos sucedidos días atrás y sobre la situación del COVID-19 en el país; en el desarrollo del discurso se felicitó a las personas que están cumpliendo e incide en las personas que aún no lo hacen, además comunica las medidas tomadas por el gobierno, envía un mensaje reflexionando e invitando a la calma y se da un espacio para las preguntas de los periodistas, para culminar el desarrollo de la conferencia hace un resumen de lo tratado durante la conferencia y en el cierre se envía un mensaje invitando a actuar con responsabilidad y unión. La duración máxima de estos discursos es de 55 minutos.

Figura 6.

Discurso verbal - Argumentación.



Nota: Elaboración Propia

En cuanto a la *argumentación*, como se puede observar en la Figura 6 se halló que en todos los discursos se empleó la argumentación basada en la autoridad, la argumentación basada en comparaciones, la argumentación basada en datos y hechos y la argumentación basada en valores. Con respecto a la primera, se mencionó tanto al estado y autoridades como a entidades con poder y prestigio que respaldaban sus acciones, empleando frases como: “son medidas que responsablemente damos como gobierno”, “todas las autoridades estamos convencidas que los resultados van a ser satisfactorios”, “todas estas medidas cuentan con el respaldo del Consejo Nacional de Salud y Organización Panamericana de Salud”. Con respecto a la argumentación basada en comparaciones, estuvo ligada a la comparación entre la situación del COVID-19 en el Perú y la de otros países, empleando las siguientes frases: “los países que han asumido con responsabilidad la situación han salido airoso, los países que no, están que se lamentan”, “Ecuador, Chile, Argentina, Colombia, Bolivia han tomado medidas similares”, “afecta a nuestro país como a cien países más”, “el virus no solo está en Perú, también en otros países vecinos como Ecuador, Brasil, Argentina y Chile”. Continuando con la argumentación basada en datos y hechos, estos estuvieron en relación con el número de los casos confirmados

de COVID-19 en el país, además del número de muestras realizadas, el número de muestras que dieron positivo y negativo, así como el número de personas que tenían COVID-19 y que estaban en sus casas, los que estaban hospitalizados y los que estaban en UCI con ventilación mecánica. Finalmente, la argumentación basada en valores, apelando a valores como la comprensión, colaboración, unión, responsabilidad, esfuerzo, pensar en el bien común, la integridad, calma, respeto, conciencia, solidaridad y voluntad.

Así mismo, se empleó en la mayoría de discursos, la argumentación basada en relaciones de causalidad y en las descripciones. Con respecto a la argumentación basada en relaciones de causalidad, estas se refirieron a las consecuencias que habrían si decidimos acatar o no las medidas, “si no paramos este virus, va a generar mucho dolor”, “si evitamos que las personas se movilicen, paramos al virus”, “si cumplimos, la curva va a ir declinando, sino, el esfuerzo sería en vano”, “ si no tomamos estas medidas, el ascenso sería constante y permanente”, “si no tomamos estas medidas las consecuencias serían peores para todos”, “si detenemos a la gente, detenemos al virus” y las argumentaciones basadas en descripciones, por ejemplo, de la etapa en la que nos encontrábamos, del estado de los pacientes del COVID, de las medidas que se estaban tomando. Las argumentaciones menos usadas fueron las que estaban basadas en definiciones, llegando a emplearlas sólo en 3 de los 7 discursos.

Tabla 7.

Discurso verbal - Argumentación

	Basados en la autoridad	Basados en datos y hechos	Basados en valores	Comparaciones	Definiciones	Descripciones	Relaciones de causalidad
Discurso 1	5	1	2	1	1	1	
Discurso 2	5	2	6	2	1		3
Discurso 3	4	6	3	2		1	2
Discurso 4	8	3	7	2		1	4
Discurso 5	12	6	11	6		3	9
Discurso 6	5	4	11	2	3	1	7
Discurso 7	12	9	9	3		5	9
TOTAL	51	31	49	18	5	12	34

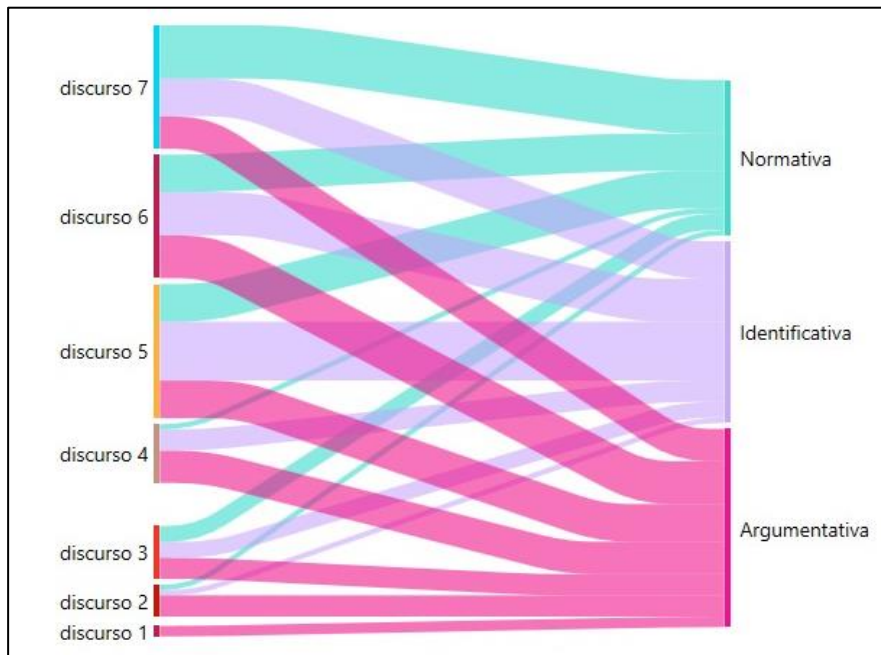
Nota. Elaboración propia

La Tabla 7 nos muestra que las argumentaciones basadas en la autoridad fueron las más usadas a nivel general con un total de 51 apariciones, seguidas por las que están basadas en valores con 49 veces usadas en los 7 discursos, en tercer lugar continúan las basadas en relaciones de causalidad con 34 apariciones, en cuarto lugar las argumentaciones basadas en datos y hechos con 31 veces, y en los tres últimos puestos las comparaciones, descripciones y definiciones con 18, 12 y 5 apariciones respectivamente.

Finalmente, en el aspecto de la *persuasión*, se observó que la persuasión argumentativa se empleó en los 7 discursos, y es la más usada a nivel general, haciendo mención a los beneficios que obtendrían, tanto el país como la sociedad, si todos cumplían con medidas que el gobierno dictaba, tratando de cambiar la actitud y conducta de aquellos que aún no lo hacían, y reforzando la conducta de quienes sí. Se hizo uso de la persuasión identificativa a partir del segundo discurso, mencionando la necesidad de sentirse parte del grupo de peruanos que eran responsables y que hacían que él, se sienta orgulloso de ser peruano, con la finalidad de modificar la conducta de quienes aún no estaban en ese grupo. Finalmente, la persuasión menos usada fue la persuasión normativa, que se empleó a partir del segundo discurso, pues en el primero sólo se informó del paciente cero en el país, mas no se hizo referencia a las nuevas normas.

Figura 7.

Discurso verbal - Persuasión.



Nota: Elaboración propia

Tabla 8.

Discurso verbal - Persuasión

	Argumentativa	Identificativa	Normativa
Discurso 1	2		
Discurso 2	4	1	1
Discurso 3	4	3	3
Discurso 4	6	4	1
Discurso 5	7	11	7
Discurso 6	8	8	7
Discurso 7	6	7	10
TOTAL	37	34	29

Nota. Elaboración propia

(b) Describir el discurso no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19.

Para el cumplimiento de este objetivo se emplearon las guías N° 07: paralingüística, y la guía N° 08: kinésica.

Tabla 9.

Discurso no verbal - paralingüística.

Subdimensión	Categoría	Descripción	Ideas Clave
Paralingüística	Tono	En el primer, segundo, cuarto, quinto y sexto discursos destaca el tono de voz descendente, evidenciando firmeza en sus ideas y decisiones; sin embargo, durante el tercer y sétimo discurso se evidencia que predomina un tono de voz ascendente, mostrando duda e indecisión en lo que dice.	Durante el tercer y sétimo discurso se anunciaron las medidas más drásticas sin estar leyendo el discurso, en el tercero, la ampliación de medidas y el primer paciente trasladado a emergencias y en el sétimo la inmovilización social obligatoria, aspectos que influyeron en su tono de voz. Además, el tono de voz mixto no se empleó.
	Ritmo	El primer discurso el ritmo del expresidente alcanzó un promedio de 121 palabras por minuto. En el segundo, llegó a 110 palabras por minuto. En el tercero y cuarto, a 105 palabras por minuto. En el quinto a 138, en el sexto el discurso llevó un ritmo de 134 palabras por minuto y finalmente, el sétimo de 138.	En todos los discursos se empleó el ritmo adecuado, empleando entre 105 a 138 palabras por minuto.
	Volumen	En todos los discursos usó de forma constante el volumen medio, en momentos en los que quería hacer énfasis en el mensaje subía el volumen de voz con la finalidad de transmitir seguridad, optimismo e incluso autoridad, por ejemplo: <i>“15 días de estado de emergencia para, juntos, autoridades, empresas</i>	Se evidenció el uso de los 3 niveles de volumen. De manera constante se empleó el volumen medio para transmitir el discurso, el volumen alto solo para hacer énfasis y el volumen bajo en menor medida.

Subdimensión	Categoría	Descripción	Ideas Clave
		<p><i>privadas, instituciones públicas, gremios, pero principalmente todos los ciudadanos del país vamos a combatir este virus...</i></p> <p>Aunque en menor medida, también se reconoció el tono de voz bajo, en momentos en los que susurraba a sus ministros, por ejemplo, a la ministra de economía, diciéndole <i>"ahí tú vas a hablar, espérate"</i>.</p>	
	Silencio	Los silencios no fueron prolongados, estos llegaron a ser menores a 5 segundos, tiempo que usó para recordar partes del discurso, para ubicarse en el texto que estaba leyendo y con la finalidad de dar énfasis en el mensaje.	De las tres circunstancias en las que se empleó el silencio, solo una de ellas fue de forma intencional con la finalidad de expresar una emoción, en este caso, hacer énfasis en la importancia del mensaje.

Tabla 10.

Discurso no verbal - Kinésica.

Subdimensión	Categoría	Descripción	Ideas Clave
Kinésica	Expresión Facial	Del primer al quinto discurso las expresiones resaltantes que se visualizan son el fruncimiento de ceño, el levantamiento de cejas, estrecha los labios al finalizar una frase y situaciones en donde entorna los ojos; sin embargo, en los 3 últimos discursos a pesar de que también existen las expresiones anteriores, se añaden expresiones más suaves como una leve sonrisa,	Debido al contexto, la expresión dominante fue seria y de preocupación, e incluso, expresiones de molestia, sobre todo durante los primeros discursos; sin embargo, durante los tres últimos discursos las expresiones de molestia se redujeron, las expresiones serias se mantuvieron y se añadieron otras más suaves. (Ver Anexo 7)
	Mirada	Cuando lee el discurso su mirada se encuentra dirigida hacia abajo y poco tiempo se dirige a la cámara, esta	En los primeros discursos su mirada está dirigida hacia abajo, conforme avanza el

Subdimensión	Categoría	Descripción	Ideas Clave
		<p>situación se evidencia en los dos primeros discursos.</p> <p>A partir del tercer discurso su mirada está enfocada en las cámaras la mayor parte del tiempo, moviendo la mirada de izquierda a derecha.</p> <p>Cuando olvida el discurso, dirige su mirada hacia arriba o hacia el piso con la finalidad de recordarlo.</p>	<p>tiempo, su mirada comienza a dirigirse mayor tiempo a la cámara. Además, con su mirada da signos de nerviosismo, dirigiendo la mirada hacia arriba, hacia abajo y cerrando los ojos. (Ver Anexo 8)</p>
	Postura	<p>Solo el tercer y cuarto discurso lo realiza de pie, en los demás, se encuentra sentado. Además, al no movilizarse, se reconoce que lleva una postura estática. Se observa que comienza los discursos con una postura erguida: sin embargo, en el transcurso del mismo, se evidencia una ligera inclinación hacia adelante apoyando los brazos en la mesa; solo en los momentos en los que quiere enfatizar una frase se observa que su inclinación cambia hacia atrás. En los momentos en los que se encuentra leyendo su postura es encorvada con la cabeza hacia abajo.</p>	<p>Con respecto a la <i>postura</i> esta es estática, además, la mayor parte del tiempo, tiene una postura con inclinación hacia adelante; a excepción de los discursos en los que lee, en los cuales su postura es encorvada. Además, se excluye en este caso, la mitad inferior del cuerpo que queda oculta tras la mesa o atril.</p>
	Gestos	<p>Durante el primer, segundo y cuarto discurso los gestos son limitados debido a que se mantiene enfocado en la lectura del discurso. En el tercer, quinto, sexto y séptimo discurso se observó como una constante el juego con el lapicero que tiene entre sus manos, además se reconocieron los siguientes gestos:</p> <p>Agita las manos para reforzar el mensaje, entrelaza las manos y las apoya en la superficie.</p> <p>Cierra el puño al hablar de fortaleza, de la asistencia económica a las familias vulnerables, y al hacer mención a las siguientes frases: "<i>afrontar con la mayor seriedad (la pandemia)</i>",</p>	<p>Se identificaron 7 gestos que aparecieron en la mayoría de discursos, entre ellos el puño cerrado, la mano cerrada con el dedo apuntando, ambos puños cerrados, mano recta y firme, manos juntas, enumerar con los dedos y palmas hacia arriba, los mensajes que se quisieron resaltar con estos gestos fueron la unión, esperanza, el trabajo que estaba haciendo el gobierno, la solicitud de colaboración de parte de autoridades y ciudadanos, la responsabilidad para cumplir las normas, pero</p>

Subdimensión	Categoría	Descripción	Ideas Clave
		<p><i>“estamos haciendo inversiones importantes”, “nos hace sentir orgullosos de ser peruanos”, “felicitar a la mayoría de peruanos que han tomado con suma responsabilidad este estado de emergencia”, “entre mayor información tenemos, mejor va a ser nuestra respuesta”</i></p> <p>La mano cerrada con el dedo apuntando, al mencionar <i>“unidad y responsabilidad de todos los peruanos,” una vez que esto se supere, porque esto va a pasar”, “las medidas que hemos tomado con respecto al cierre de fronteras”, “si alguna empresa incumple será ejemplarmente sancionada”, “no tomar estas medidas generaría muchas más dificultades”, “lo hacemos por el bien de usted”, “la curva va a seguir aumentando”, “miren todo el esfuerzo que estamos haciendo y lo que queremos es que este esfuerzo sea en todo el país”, “tienen que estar en su casa, sino, estarían contagiando a los demás”.</i></p> <p>Con la mano recta mencionando: <i>“estamos poniendo nuestro máximo esfuerzo”, “(este virus) que si no lo paramos va a generar mucho dolor”, “podemos enfrentar de manera satisfactoria esta enfermedad tan difícil si cumplimos todos responsablemente”, “que se cumpla estrictamente”, “la policía hará que se cumpla esta prohibición”, “por eso hemos cortado el ingreso de turistas al Perú”,</i></p> <p>Ambos puños cerrados mencionando <i>“el estado está cumpliendo”, “estamos poniendo todo el esfuerzo”, les pedimos a los gobiernos regionales, a</i></p>	<p>también las sanciones en caso estas no se cumplan. Sus gestos también demostraron nerviosismo al jugar con el lapicero que tenía entre las manos de forma constante. (Ver Anexo 9)</p>

Subdimensión	Categoría	Descripción	Ideas Clave
		<p><i>los municipios, para que también pueden asumir esta responsabilidad, porque gobierno somos todos”, “coordinar con las autoridades regionales, para que pongan el máximo esfuerzo de hacer el control”.</i></p> <p><i>Manos juntas para hablar sobre “todos utilicemos la fuente oficial para poder informar verazmente”, “para lograr el objetivo que todos queremos”</i></p> <p><i>Enumera utilizando los dedos, al referirse “hay 3 pacientes que requieren ventilación mecánica”, “estamos divididos en tres niveles: gobierno nacional, gobierno regional y gobierno distrital”, “vamos a unir esfuerzos, principalmente en cuatro aspectos”, “5 pacientes en UCI”.</i></p> <p><i>Palmas hacia arriba, “(peruanos en el exterior que quieren retornar” ¿estamos hablando de cuántos?, no sabemos”, “depende de nosotros”, “a la gente le pedimos un poquito de paciencia”, “es simple, quédate en casa”</i></p>	

V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La discusión de los resultados se presentó en función del orden de los objetivos específicos:

Objetivo específico (a). Describir el discurso verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19.

Este objetivo reúne información relacionada con los subdimensiones (a) contexto y asunto, (b) agentes y pacientes, (c) modos y soportes, (d) ideología, (e) lenguaje, (f) organización, argumentación y persuasión.

De esta manera, en los resultados de la subdimensión contexto y asunto se encontró que el contexto está caracterizado por establecer un horario fijo para las conferencias de prensa, las cuales tuvieron un impacto nacional y se desarrollaron en los ambientes del Palacio de Gobierno, mientras se vivía un clima de incertidumbre, escepticismo y temor. No obstante, en la investigación de Chávez y Basauri (2020) el sentido del contexto no alude al tiempo y espacio en el que se desarrolla el discurso, sino que se relaciona con aspectos temáticos, como lo económico, político, cultural y social; en este sentido, concluyen que existe predominación del contexto sociocultural en el discurso del expresidente Martín Vizcarra debido a que se abordan los problemas socioculturales que vivió la población en el estado de emergencia. De acuerdo con Manzano (2005), se evidencia la importancia de enmarcar el discurso en un contexto temporal, mencionando que “vivimos en un momento histórico determinado. Es importante conocer los puntos clave de cada época para analizar los discursos en el contexto donde tuvieron lugar” (p.9).

En el asunto se abordó como temática principal las medidas que se iban estableciendo, y en segundo plano se evocaron temas de información sobre la situación del COVID-19 en el país, así como reflexiones constantes solicitando calma y responsabilidad a la población e informando el trabajo que el gobierno y ministros venían realizando; en concordancia, la investigación de Chávez y Basauri (2020) identifica que el discurso comunicacional hace uso de la función de informar sobre el trabajo que está haciendo el gobierno, con el claro objetivo de que la población conozca el gasto que se está realiznado y dar la sensación de transparencia en la gestión. De acuerdo a los *Centers for Disease Control and Prevention* (2014), el vocero durante una emergencia debe comunicar información que el público necesita,

que los empodere, generando confianza y reduciendo el nivel de daño, esto incluye daños psicológicos y físicos a corto y largo plazo.

Los actores principales a los que se hizo mención fueron los ciudadanos, políticos y expertos. Contradictoriamente, en el discurso del expresidente de México, como lo menciona Resina (2021) en su investigación a los discursos de diferentes presidentes de Latinoamérica, se presentaron como actores principales a los científicos, los cuales, en el discurso de Vizcarra fueron uno de los actores menos mencionados; y a las familias mexicanas, a diferencia de Vizcarra que hizo mención a los ciudadanos en general; en línea con su investigación afirma que el gobierno figura en un plano secundario, orientado más a dar recomendaciones basadas en el cumplimiento ético que a adoptar las medidas obligatorias. En este ámbito, Manzano (2005) recalca que los actores no son individuos concretos, sino, perfiles o categorías que participan en el discurso político.

Con respecto a las medidas, estas fueron tomadas por el gobierno de forma drástica con la finalidad de evitar la propagación del virus, iniciando con la postergación de actividades escolares, prohibición de actividades multitudinarias, declaración del estado de emergencia, y finalmente, la declaración de inmovilización obligatoria; en contraste, la investigación de Resina (2021) al discurso del expresidente Jair Bolsonaro, evidencia que las medidas se tomaron en base al eje central de preservar vidas y proteger el empleo, por lo que no existieron medidas como el confinamiento domiciliario o la prohibición de realizar actividades económicas, aludiendo que prohibirlas tendría consecuencias peores que el propio virus. *Centers for Disease Control and Prevention* (2014), hace hincapié en la importancia de reducir la incertidumbre de la población haciendo mención a las medidas que se están tomando, ¿quién está gestionando el evento y qué están haciendo para responder al incidente? Al respecto, Martín Vizcarra describe gradualmente estas medidas tomadas por el gobierno, logrando reducir la incertidumbre propia en situaciones de esta magnitud.

En el marco de los pronósticos, los resultados estuvieron en relación con las medidas y la evolución de la enfermedad, pronosticando el aumento de contagios y de personas hospitalizadas en un corto plazo a pesar de las medidas adoptadas; sin embargo, también asegura que, en un largo plazo se llegará a la meseta en donde los casos comenzarían a bajar. En el estudio de Resina (2021), se encontraron resultados

que van en línea con la presente investigación, debido a que los pronósticos del expresidente de Argentina, Alberto Fernández, también se caracterizaron por la exposición de medidas con la finalidad de minimizar la transmisión e impacto del virus, lo que permitiría una mejor gestión sanitaria.

Finalmente, se criticaron los actos irresponsables de aquellos ciudadanos que incumplían las normas y se valoraron la colaboración, cumplimiento y responsabilidad de todos aquellos que sí cumplían. En comparación con los resultados obtenidos, en la investigación de Vitale (2021) las críticas se dirigieron hacia los sectores opositores que cuestionaron el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO), y se valoró el trabajo que venía realizando el gobierno vinculado a la noticia de que en Argentina se iba a fabricar la vacuna AstraZéneca / Universidad de Oxford, mediante un acuerdo de colaboración con el gobierno de México.

Respecto a los agentes y pacientes, Martín Vizcarra figura como el principal agente transmisor en los 7 discursos, denotando monopolización del protagonismo y escasez de portavoces en el Ejecutivo con la misma capacidad de convocatoria. La ministra de economía y la ministra de salud, figuran en la mayoría de discursos como agentes transmisores al responder las preguntas de los periodistas. La investigación de Irigoiti, López y De Luca (2020) tiene similitud en que el discurso estuvo encabezado por el expresidente Alberto Fernández, acompañado de gobernadores, ministro de salud y especialistas; sin embargo, se diferencian en que este último estuvo acompañado por otras autoridades tanto oficialistas como opositores, con la finalidad de resaltar la importancia de trabajar en unidad. De acuerdo, a los *Centers for Disease Control and Prevention* (2014), es indispensable elegir correctamente al agente transmisor o vocero debido a que “los portavoces no solo leen una declaración; son la declaración” (p.181), en tanto que deben entender completamente el propósito detrás del mensaje, de caso contrario, tendrán dificultad para asumir una postura de confianza y transmitir credibilidad y confianza.

Mientras que, los pacientes directos de los discursos fueron los peruanos en general, refiriéndose a ellos como “compatriotas de todo el país”, “a todos los peruanos y peruanas”, “señoras y señores de todo el país”. La finalidad del expresidente, con respecto a los pacientes directos fue brindarles tranquilidad, seguridad y confianza, pero también solicitar su apoyo con el cumplimiento y responsabilidad para acatar las medidas. En coincidencia con los pacientes a los que se dirige Alberto Fernández,

utilizó lo que denominaron metacolectivos como “argentinos”, “argentinas” y “gente”, así lo resaltó en su investigación Vitale (2021). Por su parte Gartenlaub-González y Arenas (2021) analizan el discurso presidencial chileno durante la pandemia, encontrando que el exmandatario se dirige principalmente a la «clase media», y a la «familia», no como individuos, sino como un núcleo entendido como una representación tradicional de la sociedad” (p. 100). Los pacientes indirectos preponderantes fueron las personas contagiadas con COVID-19, a quienes se les garantizó la atención inmediata y adecuada, así mismo, las poblaciones vulnerables y en extrema pobreza. Finalmente, a partir del cuarto discurso se dirige a las autoridades a quienes solicita su apoyo para cumplir con las medidas en todo el país. Al respecto, no se encontraron investigaciones anteriores que hayan abordado y profundizado en este aspecto; por su parte Manzano (2005) agrega que, al conocer a los pacientes directos e indirectos, se modifica el discurso para que llegue de forma eficaz a ambos grupos, lo que obliga a realizar modificaciones e incluir matices en el mensaje, regulando el vocabulario, las expresiones, el canal, la frecuencia, el tono y la apariencia en base a las características del público receptor.

Continuando con los modos y soportes, las conferencias de prensa se retransmitieron a través de diversos canales, tanto oficiales como a través de los medios de comunicación y redes sociales, lo que permitió el alcance masivo de la población. Con respecto a los elementos visuales, en donde la puesta en escena se desarrolló en una locación interior y existente, en diferentes salones del Palacio de Gobierno, esta se caracterizó por emplear símbolos patrios como las banderas y el escudo, además se empleó iluminación artificial, apoyándose algunas veces de la iluminación natural; con respecto a su vestimenta esta fue muy formal en un inicio y más casual mientras avanzaban los días, resaltando que se incluyó el mensaje “El Perú Primero” en su camisa. En la investigación de Vitale (2021), más allá de hacer un análisis profundo de la escenografía en la que se desenvuelve el discurso, hacen hincapié en la ubicación del mandatario dentro del escenario, concluyendo que la puesta en escena contribuyó a construir el ethos pedagógico oral, que dotó a Fernández de autoridad, debido a la ubicación del cuerpo presidencial, resaltando que se sentó entre oradores que también eran de la oposición; sin hacer mención a aspectos como la escenografía, iluminación y vestuario. Centers for Disease Control and Prevention (2014) aclaran que se deben seleccionar estratégicamente los canales

para entregar el mensaje de forma efectiva, resultando crucial para la salud y seguridad pública, esta elección debe estar basada en las necesidades del público, el mensaje, los recursos disponibles, el alcance del evento y los objetivos; por otra parte, mencionan que con respecto a la vestimenta se deben evitar trajes y corbatas con estampados, rayas y cuadros y optar por una apariencia conservadora y cercana, sin ser elegante ni llamativo. Bedoya y León (2016) añaden que la iluminación tiene diversas funciones, en este caso, se empleó primó la función climática y atmosférica, con la finalidad de contextualizar al espectador del ambiente en el que se desarrollan las acciones, distinguiendo personajes, escenografía, mobiliario, así como las calidades climáticas del entorno.

En cuanto a la composición del encuadre, se utilizaron planos generales al iniciar y finalizar las conferencias de prensa visualizando a todas las autoridades que participaban de esa conferencia, durante el discurso se emplearon planos bustos del expresidente y los ministros, dando la sensación de mayor cercanía y solo se empleó el ángulo normal. En este ámbito no se hallaron antecedentes que describan la composición del encuadre en un contexto similar al de la presente investigación; sin embargo, según Bedoya y León (2016), la composición del encuadre afecta la manera en que el espectador recibe y percibe el mensaje, cada plano o ángulo puede representar significados y provocar emociones distintas en el espectador.

La ideología se clasifica de acuerdo a la pertenencia y exclusión de los actantes. En el ámbito de la pertenencia se encuentra el “nosotros” y en la exclusión a “ellos”, con respecto al primero, se refirió al gobierno, estado y autoridades, al personal de salud, FFFAA, Policía Nacional y poblaciones vulnerables, incluyendo también a toda la población que acataba las normas a quienes iban a proteger y preservar su salud. En el segundo, se identificaron como “enemigos” a la COVID-19 utilizando terminología de guerra para referirse a ella: combatir, luchar, enfrentar, vencer, además se refirió como enemigos a la corrupción y a los ciudadanos y turistas que no cumplían las normas, considerándolos inconscientes, irresponsables, que jugaban con la salud de los peruanos. Por el lado de “indefinidos” también figuraron los turistas, países vecinos y otros países en general, los expertos nacionales e internacionales, el BID y CAF, la OMS, OPS, y el Consejo Nacional de Salud. En la investigación de Resina (2021) se hace referencia a los actantes de pertenencia y exclusión con otros términos, protodestinatario, paradestinatario y contradestinatario,

concluyendo que en el caso de Bolsonaro y López consideraron como protodestinatario (cuando el receptor participa de las mismas ideas que el emisor) a las clases popular y contradestinatarios (adversarios del emisor) a gobernadores, organismos internacionales y prensa. En cuanto a la investigación de Gartenlaub-González y Arenas (2021), se refiere al “enemigo” como devil shift y al “nosotros” como el ángel shift, encontrando que el presidente chileno configura un escenario estableciendo como enemigos a la pandemia social y la pandemia sanitaria, es decir, el devil shift abarca todas las pandemias, incluso crisis anteriores; pero, a la vez, se crea el angel shift que hace alusión a que la racionalidad tecnocrática sea la vía de alivio, instalando como protagonistas a la eficiencia, la recuperación del estilo de vida, las inversiones, la salud, los ingresos, la libertad y la felicidad. En conclusión, un angel shift que desafía al devil shift y que se encuentran en constante contraposición. Veron (1987) “la enunciación política parece inseparable de la construcción de un adversario” (p.16), es decir, todo discurso político está habitado por el otro enemigo, construyendo también el otro positivo, el discurso se dirige a ambos al mismo tiempo; aspecto que determina la ideología del enunciador.

Con respecto al lenguaje, los términos y expresiones más relevantes pertenecieron en un 30% al sector salud, y tan solo un 4.5% al sector economía, recalcando la importancia de salvaguardar la integridad de las personas, empleando frases como “que la salud y la integridad de los peruanos está por encima de todo y deben ser preservadas de la mejor forma posible”, “queremos preservar su salud, que es lo máspreciado que tenemos”, “lo más importante, es proteger la salud y la integridad de nuestra población”. Además, se halló que tan solo un 2% del lenguaje fue científico, siendo poco significativo en los discursos presidenciales y dejando espacio para otras narraciones políticas como la temática estatalista, que contó con un 19% de representación, en donde el Estado figuró como garante de la salud pública, frente a un 11.25% referente a la sociedad civil como responsable de la situación actual. También se evidenció el uso de términos y expresiones que reforzaban un mensaje esperanzador, representando un 8.5% de la totalidad y tan solo un 5% a un mensaje alarmista. En la investigación de Orozco (2020) se encontró que la opinión de los asistentes al focus group fue dividida con respecto al lenguaje del expresidente Vizcarra, encontrándolo paternal y optimista, haciendo hincapié en que no solo se reflejaba esta situación en sus palabras sino en la forma como actuaba

frente a la ciudadanía. Por su parte Resina (2021) hace referencia al lenguaje como marcos, concluyendo que en un contexto de crisis sanitaria la selección de marcos es peculiar debido a que se pueden abordar los enfoques científicos y médicos, sin embargo, existe el riesgo de que el mensaje no sea comprendido en su totalidad debido a la complejidad técnica; en este contexto el orador debe adaptar los marcos con la finalidad de fomentar confianza, evitar alarmismo y minusvaloración de riesgos.

En referencia a los vicios lingüísticos se encontró que los más frecuentes en los discursos del expresidente Martín Vizcarra fueron las muletillas, alcanzando un total de 106 muletillas y, en segundo lugar, la redundancia con un total de 69 apariciones, las que mostraron una disminución en los discursos en los que se leyó el mensaje. Con respecto a las figuras retóricas, en los 7 discursos del expresidente Martín Vizcarra predominaron las figuras de repetición, llegando a ser un total de 114 y, en segundo lugar, las figuras de pensamiento con un total de 69 repeticiones. Cobos (2014), en su trabajo de investigación titulado *La elocución retórica como herramienta de la Comunicación Política y el Marketing Político: El caso Alan García*, concluye que García utiliza recursos elocutivos como: anáforas, prosopopeyas, hagiografías, metáforas, metonimias, perífrasis, recursos onomásticos, antítesis, pleonasmos, falacias ad populum, politpton, así mismo, García recurre a un lenguaje un poco más poético, muy distinto al estilo y contexto en el que Alan García dio su discurso, Martín Vizcarra empleó predominantemente las figuras de repetición con 48%, lo que refleja que más allá de ser una estrategia discursiva, existe una pobreza en el uso del lenguaje. Por el contrario, las figuras de pensamiento y significación tan solo representaron un 29% y 10% respectivamente, es decir, es un discurso poco adornado, sin la intención de proporcionarle variedad, fuerza y belleza. Manzano (2005) menciona que el lenguaje estructura el pensamiento y dota de significado a lo que ocurre, además los discursos se gestan al unir el lenguaje con la vida en sociedad; además, *Centers for Disease Control and Prevention* (2014) añaden la importancia de emplear un lenguaje claro, preciso y directo sobre todo en un contexto de crisis como el que se vivió para reducir la incertidumbre en la población.

En el ámbito de la organización del discurso se observaron dos situaciones, la primera cuando en el discurso solo participaba Martín Vizcarra, y la segunda, cuando en el discurso intervinieron los ministros y periodistas. La primera situación inició contextualizando el discurso en el marco de la pandemia mundial, el desarrollo

continuó con el contexto local, así como con las medidas que se tomarían, y en el cierre del discurso se abordaron mensajes de unidad y esperanza ratificando el objetivo del gobierno de proteger la vida de los peruanos. La duración máxima de estos discursos fue de 12 minutos. La segunda situación, la organización del discurso comenzó contextualizando el porqué de la conferencia, continuó con un recuento de los hechos sucedidos días atrás y sobre la actual situación del COVID-19 en el país; en el desarrollo del discurso se hace una reflexión felicitando a quienes están cumpliendo e incidiendo con las que no, se comunica las nuevas medidas tomadas por el gobierno, se transmite un mensaje de tranquilidad y se da el espacio para las preguntas de los medios, se culmina con un resumen de lo tratado durante la conferencia y se invita a actuar con responsabilidad y unión. La duración máxima de estos discursos es de 55 minutos acorde a la recomendación de Centers for Disease Control and Prevention (2014), quienes mencionan la necesidad de que las conferencias tengan un tiempo finito, con una duración de 1 a 3 horas y que se brinde un espacio de preguntas y respuestas. Lalupú (2016) en su investigación titulada *Características discursivas de la propaganda televisiva de los candidatos a la presidencia del Perú, 2016*, concluyó que, en los discursos de Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski y César Acuña no siempre se rigen a la estructura clásica propuesta por Teun Van Dijk de introducción, desarrollo, argumentación y conclusión. No obstante, la organización del discurso de Martín Vizcarra sí guarda relación con la propuesta conceptual de Manzano (2005), quien recomienda que se debe comenzar ganando confianza con el agente transmisor mediante recursos que generen simpatía y credibilidad estrechando lazos tanto emocionales como racionales, se debe continuar abordando completamente el tema principal acompañando de afirmaciones más contundentes que demuestren el dominio del tema y finalizar asociando las soluciones y la buena gestión con el “nosotros”, frente a la amenaza de “ellos”.

Con respecto a las argumentaciones empleadas en los discursos los resultados indican que se apeló más a cuestiones sentimentales que a cuestiones racionales; es decir, argumentos basados en descripciones y definiciones fueron los menos utilizados, a diferencia de los argumentos basados en valores, autoridad, comparaciones y relaciones de causalidad que fueron los más empleados. En el estudio de Vitale (2021) se halló que Fernández emplea una argumentación basada en la analogía, en donde él se sitúa como el médico que le dice la verdad a sus

pacientes, la audiencia, a quienes busca persuadir con las medidas que está tomando. Asimismo, emplea el argumento de autoridad ratificando la valoración del saber médico, coincidiendo que los recursos argumentativos empleados apelan a las emociones. Al respecto, Vargas (2015) añade que la argumentación está presente en el día a día cada vez que se encuentran posturas opuestas y se intenta convencer al otro que la propia manera de pensar es razonable, creíble y además debe adoptarse, en este caso Martín Vizcarra argumentó en base a los valores y la autoridad que le concernía como mandatario para que la población acate las normas.

En relación con la persuasión la más empleada fue la persuasión argumentativa, indicando los beneficios de acatar las medidas que se estaban dando con la finalidad de modificar la conducta de los ciudadanos; continuando con la persuasión identificativa, en donde se hace énfasis en la necesidad de sentirse parte del grupo de peruanos que eran responsables y que hacían que Martín Vizcarra, se sienta orgulloso de ser peruano y finalmente, la persuasión normativa, indicando las normas y medidas que se tenían de acatar de manera obligatoria. En la investigación de Chávez y Basauri (2020) concluyeron que Martín Vizcarra hace uso de la persuasión enfocándose en el aspecto emocional, en donde se utilizan frases para sensibilizar a parte de la población como, por ejemplo: “Tenemos que dar nuestro máximo esfuerzo en eso estamos trabajando, pero no es suficiente si no contamos con tu apoyo, abrazar más adelante, me distancio ahora porque te quiero”. De acuerdo con Paz (2008) la comunicación es persuasiva cuando logra que el interlocutor potencial modifique sus creencias y acciones, pues, la finalidad de la persuasión es incitar una cierta actitud en él, referente a este aspecto Martín Vizcarra busca cambiar la actitud de los ciudadanos cumpliendo con las disposiciones que el gobierno determina.

(b) Describir el discurso no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19.

Este objetivo reúne información relacionada con los subdimensiones (a) paralingüística y (b) kinésica. De esta manera, en los resultados de la subdimensión paralingüística, Martín Vizcarra empleó un todo de voz descendente que expresaba firmeza, y el tono de voz ascendente en los momentos de indecisión, su ritmo fue el adecuado empleando entre 105 y 138 palabras por minuto; además se emplearon los 3 niveles de volumen, el volumen medio de manera constante durante el desarrollo de

las conferencias de prensa, el volumen alto solo para hacer énfasis en el mensaje y el volumen de manera. El silencio, solo una de ellas fue de forma intencional con la finalidad de expresar una emoción, en este caso, hacer énfasis en la importancia del mensaje.

Con respecto a la segunda subdimensión, la expresión dominante en el rostro de Vizcarra fue de seriedad, preocupación, e incluso enojo; su mirada protagonista se dirige a la cámara con la finalidad de tener contacto directo con el espectador; su postura fue estática, además, la mayor parte del tiempo, tiene una postura con inclinación hacia adelante dando la percepción de cercanía con la audiencia, sus gestos acompañaron su discurso con la finalidad de resaltar los mensajes que quiso transmitir. En línea con el presente estudio, la investigación de Chávez y Basauri (2020) concluyó que herramientas como la dicción, tono, ritmo, expresividad, uso de pausas, entonación, interpretación, volumen en conjunto formaron la armonía necesaria para lograr el entendimiento del discurso comunicacional, además, herramientas como la postura, movimiento, gestos, expresiones faciales, contacto visual, aspecto y vestimenta, permitieron que el lenguaje verbal y no verbal se conecten y transmitan de forma eficaz el discurso. *Centers for Disease Control and Prevention* (2014), afirman que las habilidades de comunicación no verbal son fundamentales para ser un vocero fuerte, mantener el contacto visual y ser consciente de las expresiones faciales puede ayudar a crear una imagen muy positiva. Asimismo, deben tener una voz fuerte, articular claramente y ser capaces de tolerar y manejar altos niveles de estrés e incertidumbre.

Metodológicamente la investigación coincide con los estudios de Chávez y Basauri (2020), Vitale (2021) y Castillo (2020) debido a que realizan una investigación hermenéutica empleando como técnicas e instrumentos de recolección las fichas de observación a los discursos políticos durante la pandemia; sin embargo, discrepa con la metodología empleada en la investigación de Resina (2021) quien emplea el análisis de marcos. Se coincidió con el objeto de estudio en la investigación de Chávez y Basauri (2020), sin embargo, en esta se analizan 7 minutos de un solo discurso con menor cantidad de subdimensiones y categorías, considerando contexto, lenguaje y funciones de la comunicación, por lo que se considera que la presente investigación profundiza en el análisis, siendo esta más compleja.

(c) Describir los puntos de convergencia entre el discurso verbal y no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19.

Existen puntos de convergencia entre el discurso verbal y el discurso no verbal, y estos se ven resaltados conforme pasan los días, pues el expresidente se sentía con más confianza para expresarse sin la necesidad de una ayuda de memoria lo que permitió que exista relación y coherencia entre lo que sus palabras expresaban y los elementos paralingüísticos y kinésicos que empleaba. Empezando con el tono de voz, este era descendente cuando anunciaba las medidas que se debían tomar y ascendente cuando no tenía la información clara, de igual manera, el volumen de su voz se iba modulando de acuerdo a la intención que tenía, empleando un volumen medio la mayor parte del discurso; sin embargo, se elevaba cuando quería hacer énfasis en algún dato o sentimiento y era bajo cuando empleaba muletillas o susurraba, así mismo, el ritmo se aceleraba cuando se refería a temáticas críticas llegando a emplear hasta 138 palabras por minuto, y a calmarlo cuando se expresaba sobre temáticas de unión, solidaridad y tranquilidad, llegando a emplear hasta 105 palabras por minuto.

En cuanto a los elementos kinésicos, fueron los que más se vieron afectados cuando el expresidente usaba las guías de ayuda para dar su discurso, sin embargo, cuando dejaba de utilizarlas, su mirada, postura y gestos mostraban mayor sincronía con sus palabras, es decir, los movimientos de su cuerpo reafirmaban las ideas que expresaba con palabras. Su mirada, estaba enfocada en la cámara y en las personas que tenía delante, ayudándolo a proyectar lo que quería transmitir, incluso en momentos de incertidumbre, dirigiendo la mirada hacia el suelo o hacia el techo. Su postura y ubicación en la escena indicó poder y cercanía, mostrando una postura erguida y abierta, manteniéndose inclinado hacia delante con el cuerpo y la cabeza apuntando hacia los demás. Finalmente, sus gestos acompañaban una afirmación, negación, duda o exaltación de los datos que brindaba. Con respecto a su expresión facial hubo una excepción, debido a que esta se mostraba la mayor parte del tiempo con expresión seria e incluso molesta, aun cuando daba un mensaje de felicitación, esperanza y motivación, por lo que no siempre resulta persuasiva ni convincente debido a ciertas incongruencias entre contenido y expresiones faciales.

VI. CONCLUSIONES

Después de haber realizado la presente investigación titulada El discurso verbal y no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19, 2020, se llegaron a las siguientes conclusiones:

1. En cuanto a las características más relevantes del discurso verbal se halló que en su mayoría se desarrolló en un contexto temporal y geográfico definido y sin variaciones con la finalidad de establecer este hecho como un ritual para los peruanos, siendo este en el Palacio de Gobierno a la 1pm. Por el lado de los temas principales y secundarios más resaltantes están en relación con los términos y expresiones más utilizados, pues, estos se refirieron a las medidas adoptadas en el plano de la salud pública, contando con una representación de 30% en comparación con la temática económica que solo alcanzó un 4.5%, así mismo, se relaciona con la participación constante de la ministra de salud en los discursos en los que el gabinete intervino. En cuanto a los agentes transmisores se detectó el protagonismo del expresidente y la escasez de otra figura con igual presencia que pudiera ser vocero del gobierno. En la ideología se dibujó una gran línea de separación entre el “nosotros” (población que acata las normas) y el “enemigo” (coronavirus y población que no cumple). La argumentación estuvo ligada al aspecto emocional, pues tuvo mayor preponderancia la argumentación basada en autoridad, en valores y relaciones de causalidad. La persuasión argumentativa se empleó en mayor medida, indicando los beneficios de acatar las medidas, seguida por la persuasión identificativa y culminando con la persuasión normativa. En cuanto al lenguaje, los términos y expresiones más empleadas pertenecieron a las temáticas de salud y estatistas, centrándose en el Estado como principal gestor de la crisis. Los vicios lingüísticos preponderantes fueron las muletillas y las figuras retóricas que destacaron fueron las figuras de repetición como el polisíndeton, anáfora, sinonimia y aliteración.
2. En cuanto al discurso no verbal, el aspecto paralingüístico se caracterizó por emplear los tonos de voz ascendentes y descendentes, el primero que transmitía duda e indecisión en momentos en los que desconocía la información; y el segundo, transmitía firmeza y determinación en cuanto a las

medidas que iba tomando y a las sanciones para quienes no las acataban. Con respecto al ritmo, este fue el adecuado llegando a utilizar entre 105 y 138 palabras por minuto. En el volumen de su voz, se evidenció mayor empleo del volumen medio. El volumen alto y bajo se utilizaron de manera esporádica de acuerdo al contexto. Por el lado del aspecto kinésico se halló que la expresión facial que predominó en el discurso del expresidente fue la expresión seria, en cuanto a su mirada, el contacto visual con la cámara es escaso en los momentos en los que lee los discursos; sin embargo, a partir del tercer discurso esta se dirige a las cámaras que tiene delante. Demuestra una postura inclinada hacia adelante con los brazos apoyados, denotando cercanía con la audiencia. Finalmente, los gestos con sus manos y cabeza acompañaban y reforzaban lo que sus palabras decían.

3. El discurso verbal y no verbal convergieron en cuanto a la temática y aspecto paralingüístico, permitiendo el adecuado entendimiento del discurso por parte de la población; sin embargo, se hallaron deficiencias en cuanto al aspecto kinésico, debido a que la expresión facial en muchas ocasiones no fue acorde al mensaje que quería transmitir, restándole credibilidad y confianza al agente transmisor.

VII. RECOMENDACIONES

Respecto a los hallazgos de la presente investigación, se recomienda:

1. Mejorar el lenguaje no verbal a través de entrenamiento para voceros, con la finalidad de que exista congruencia con el lenguaje verbal, y no quede comprometida la verosimilitud del mensaje.
2. En situaciones de crisis se recomienda establecer voceros institucionales que cuenten con el mismo nivel de credibilidad y convocatoria que el presidente, si bien es cierto resaltó el protagonismo de Martín Vizcarra, también podría conllevar el riesgo de volverse una figura imprescindible e ir desgastando su imagen.
3. Emplear elementos visuales y sonoros en los discursos más extensos, que sobrepasaban los 50 minutos de duración, para brindar variedad en lo que se estaba observando y mantener la atención de los ciudadanos por un tiempo prolongado.
4. Ampliar y profundizar en la investigación en cuanto a la percepción de la población con respecto al discurso emitido por Martín Vizcarra durante esta fase para comprender de forma holística el impacto del discurso de un gobernante en la población en momentos de crisis.
5. Realizar nuevos estudios que aborden el discurso durante las próximas fases, con la finalidad de comparar, afirmar o contrastar las tendencias aquí encontradas, en un escenario en el que las conferencias de prensa se volvieron una rutina y empezaron a convivir con otros temas de la agenda política.
6. A pesar de que la situación que se vivió fue imposible prever, es necesario que los gobiernos consideren nuevas pautas de manejo de crisis que incluyan escenarios como el que se vivió, para que de manera previa se conozca cómo gestionar la comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aznárez, M. (2000). Comunicación no verbal y discurso en la fraseología metalingüística con "hablar" o "decir" en español actual. *Revista Rilce*, 16 (2), pp. 213 – 224.
- Bedoya, R. y León, I. (2016). *Ojos bien abiertos: el lenguaje de las imágenes en movimiento*. (2º ed.). Universidad de Lima - Fondo editorial.
- Berrocal, S. (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Ariel.
- Bonvín, M. (2014). *Los Errores Lingüísticos*. Ediciones Octaedro.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Ariel.
- Cardete, M., Esteban, J. y Antonovica, A. (2020) La comunicación persuasiva en política como elemento fundamental en el éxito de nuevas formaciones políticas en España: emisor, mensaje y contexto. Caso Podemos y Ciudadanos. *Ediciones Complutense*, 26 (1), pp. 59 – 69.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/67286>
- Cárdenas, J. (2013). *Modelo para el diagnóstico de la comunicación política gubernamental: ideas y hallazgos preliminares*. Universidad de la Sabana. [Trabajo para el VII Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política].
<https://alacip.org/cong13/430-ruiz-7c.pdf>
- Caruman, S. y Quiroga, R. (2012). *Teoría del Discurso*. Universidad de Chile.
https://www.u-cursos.cl/filosofia/2012/1/387210522/1/material_docente/bajar?id_material=609923

- Castillo, A., Fernández, A. y Puentes, I. (2020) Comunicación política y COVID-19. Estrategias del Gobierno de España. *Profesional de la información*, 29 (4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.19>
- Centers for Disease Control and Prevention. (2014). *Crisis and emergency risk communication (CERC)*. https://emergency.cdc.gov/cerc/ppt/cerc_2014edition_Copy.pdf
- Chávez, A. y Basauri, C. (2020). *Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional.
- CONCORTV (octubre, 2019). *Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en adultos*. <http://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2019/10/INFORME-Consumo-TV-y-Radio-2019-ADULTOS.pdf>
- Cobos, R. (2014). *La elocución retórica como herramienta de la Comunicación Política y el Marketing Político: El caso Alan García*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/322284?show=full>
- Crespo, I. y Garrido A. (2020). La pandemia del coronavirus: estrategias de comunicación de crisis. *Más poder local*, 41, pp. 12 -19. <https://issuu.com/maspoderlocal/docs/maspoderlocal-n41>
- Dada S., Ashworth H., Bewa M., Dhatt R. (enero, 2021). Words matter: political and gender analysis of speeches made by heads of government during the COVID-19 pandemic. [Las palabras importan: análisis político y de género de los discursos de los jefes de gobierno durante la pandemia de COVID-19]. *BMJ Global Health*, 6(1). <https://gh.bmj.com/content/6/1/e003910>

- Fernández, F. y Martínez, J. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós
- Fernández, C. y Galguera, L. (2009). *Teorías de la comunicación*. McGraw-Hill.
- Fernández, E. (2011). La comunicación no verbal en el aula. *Educación y Futuro*, 24, pp. 117 – 131.
- Gartenlaub-González, A., Arenas, R. (2021). La pandemia sanitaria, económica y social: Discurso presidencial chileno frente a la COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales Ambos Mundos*, (2), pp. 91 – 103.
<https://doi.org/10.14198/ambos.20980>
- Gómez, M. (2016). *‘Conocer es comunicar’: recursos comunicacionales para apreciar la literatura desde la escuela*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6938>
- Guerra, S. (2019). Comunicación gubernamental en tiempo de crisis de legitimidad. *Comunifé: Revista de Comunicación Social*, 17(17), pp. 91 – 99.
<https://doi.org/10.33539/comunife.2017.n17.1786>
- Gutiérrez, S. (2006). *Discurso político y argumentación*. Universidad Autónoma Metropolitana.
http://web.uchile.cl/facultades/filosofia/Editorial/libros/discurso_cambio/72Gutierrez.pdf
- Ibáñez, K. (2011). *Comunicación no verbal*. [Tesis de pregrado, Universidad Libre Colombia]. Repositorio Institucional.
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/6018/COMUNICACION%20NO%20VERBAL.pdf?sequence=1>

- Irigoiti, D., López, M. y De Luca, M. (2020) Comunicación de crisis. El discurso de Alberto Fernández frente a la pandemia Covid-19. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 6 (1).
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/6499>
- Lalupú, A. (2016). *Características discursivas de la propaganda televisiva de los candidatos a la presidencia del Perú, 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/21098>
- Matos, L. y Vera, R. (2017). Método de la investigación. Un enfoque teórico-práctico. Editora Gráfica Real.
- Manzano, V. (2005). *Introducción al análisis del discurso*.
<https://personal.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>
- Mejía, M. (2017). *Influencia de la significación del discurso persuasivo del Movimiento Regional para el desarrollo con Seguridad y Honradez y el partido político Alianza para el Progreso en la decisión de voto universitario del distrito de Trujillo en el proceso electoral regional y municipal del 2014*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte] Repositorio Institucional.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13261>
- Molina, S. (2004). Comunicación gubernamental: ¿encanto o desencanto? *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 46 (190), pp. 31 – 45.
<https://www.redalyc.org/pdf/421/42119003.pdf>
- Paz, L. (2008). Sobre el origen de la comunicación persuasiva (una propuesta desde la filosofía de la comunicación de Heidegger). *Revista Humanidades*, 14 (2008), pp. 89 – 98.

- Papasergio, M. (2015). Historia de la comunicación política y su incidencia en la actualidad. *Escritos en la Facultad*, 5 (2).
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/41_libro.pdf
- Peralta, M. (2018). *El teatro narrado desde la escenografía*. [Tesis de pregrado, Universidad del Azuay]. Repositorio institucional.
<http://201.159.222.99/bitstream/datos/8080/1/13803.pdf>
- Pérez, H., Pérez, J., López, L. y Caballero, C. (2012). *Comunicación y atención al Cliente GS Bilingüe*. McGraw-Hill y Blink Learning.
- Pertuz, M. (2019). *Discurso gubernamental en tiempos de crisis: caso Yasuní Itt*. [Tesis de pregrado, Universidad de las Américas]. Repositorio Institucional.
<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10490>
- Piñuel, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), pp. 1-42.
https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf
- Quintana, L. y Hermida, J. (2019). La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica. *Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 16 (2), pp. 73 – 80.
- Resina, J. (2021). COVID-19 en América Latina: estrategias discursivas comparadas en sistemas presidenciales. *América Latina Hoy*, 89 (1), pp. 105 – 125.
<https://doi.org/10.14201/alh.26419>
- Reyes, M., O' Quínn, J., Morales, J. y Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios públicos*, 14 (30), pp. 85 - 101.
<https://www.redalyc.org/pdf/676/67618934007.pdf>

Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio*, 41 (1), pp. 207 – 224.

<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/41/santander.pdf>

Ticona, R. (2017). *El discurso político en los candidatos presidenciales del Perú 1980 – 2006*. [Tesis de posgrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional.

<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/7919/Ticonaf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Urra, E., Muñoz, A. y Peña, J. (2013). El análisis del discurso como perspectiva metodológica para investigadores de salud. *Elsevier*, 10 (2), pp. 50 – 57.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/eu/v10n2/v10n2a4.pdf>

Van Dijk, T. (2005). Política, ideología y discurso. *Qúorum Académico*, 2 (2), pp. 15 – 47.

https://books.google.es/books?id=yIRqEm2HN1IC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Vargas, N. (2015). *Argumentación, Discurso y Política*. [Tesis de maestría, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Maestría en Lingüística]

<https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/361>

Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Edicial, pp. 11–26.

Vega, E. (s.f.). *Lenguaje audiovisual*.

<http://www.eugeniovega.es/asignaturas/imagendigital/lectureDT/lenguaje.pdf>

Veiga, J., De La Fuente, E. Zimmermann, M. (2008). Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. *Med Segur Trab*, 54 (210), pp. 81 – 88. <http://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v54n210/aula.pdf>

Vitale, M. (2021). Argumentación, polémica y emociones en Alberto Fernández ante el COVID-19. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (136), pp. 71-90.

ANEXOS

Matriz de recojo de información

MATRIZ DE RECOJO DE INFORMACIÓN					
#	VIDEO	TÍTULO	DURACIÓN	LINK	FECHA
1		Presidente Martín Vizcarra confirma primer caso de coronavirus en el Perú	4:09 min	https://www.youtube.com/watch?v=Fdp2kEMhG7g&t=114s	6 de marzo de 2020
2		Coronavirus: presidente Vizcarra anuncia nuevos casos y suspende inicio de año escolar	25:11 min	https://www.youtube.com/watch?v=B-zDv0YIY0&feature=youtu.be	11 de marzo de 2020
3		Presidente Vizcarra anuncia medidas adicionales para hacer frente al coronavirus	11:58 min	https://www.youtube.com/watch?v=EHMc3NU7w-w&feature=youtu.be	12 de marzo de 2020
4		COVID-19: Vizcarra anuncia estado de emergencia nacional	14:16 min	https://www.youtube.com/watch?v=cAevIPqajak&feature=youtu.be	15 de marzo de 2020
5		Conferencia de prensa del presidente Martín Vizcarra	44:08 min	https://www.youtube.com/watch?v=uPmhyIjedZs&feature=youtu.be	16 de marzo de 2020
6		Ejecutivo informa sobre medidas de estado de emergencia nacional	46:01 min	https://www.youtube.com/watch?v=gHB9AyXXVhg	17 de marzo de 2020

7



Toque de queda:

Martín Vizcarra

decreta

inmovilización

obligatoria

54:07 min

<https://www.youtube.com/watch?v=VY34aVcR5DA&feature=youtu.be>

18 de
marzo de
2020

Descripción de guías de observación

NÚMERO	TÍTULO	CÓDIGO
01	REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – CONTEXTO Y ASUNTO	DV_CA_01
02	REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – AGENTES Y PACIENTES	DV_AP_01
03	REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – MODOS Y SOPORTES	DV_MS_01
04	REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – IDEOLOGÍA	DV_I_01
05	REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – LENGUAJE	DV_L_01
06	REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – ORGANIZACIÓN, ARGUMENTACIÓN Y PERSUASIÓN	DV_OAP_01
07	REGISTRO DEL DISCURSO NO VERBAL – PARALINGÜÍSTICA	DNV_P_01
08	REGISTRO DEL DISCURSO NO VERBAL – KINÉSICA	DNV_K_01

Guías de observación

GUÍA DE OBSERVACIÓN 1: REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – CONTEXTO Y ASUNTO

NOMBRE DEL REGISTRADOR:

CÓDIGO: DV_CA_01

FECHA DEL REGISTRO:

CONTEXTO				ASUNTO											
TEMPORAL	GEOGRÁFICO	SOCIOCULTURAL	PSICOLÓGICO	TEMA PRINCIPAL	TEMAS SECUNDARIOS	ACTORES INVOLUCRADOS						MEDIDAS	PRONÓSTICOS	CRÍTICAS Y VALORACIONES	
						M. COMU.	POLÍTICO	EMPRE.	POL.	CIUDADA	EXPERTO				OTROS
OBSERVACIONES															

GUÍA DE OBSERVACIÓN 2: REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – AGENTES Y PACIENTES

NOMBRE DEL REGISTRADOR:

CÓDIGO: DV_AP_01

FECHA DEL REGISTRO:

TEMA	AGENTES Y PACIENTES PERFIL	AGENTE TRANSMISOR	PACIENTE DIRECTO	PACIENTE INDIRECTO	OBSERVACIONES
	PODER SOCIAL				
	CARACTERÍSTICAS				

GUÍA DE OBSERVACIÓN 3: REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – MODOS Y SOPORTES

NOMBRE DEL REGISTRADOR:

CÓDIGO: DV_MS_01

FECHA DEL REGISTRO:

TEMA	MODOS Y SOPORTES						OBSERVACIONES	
	ELEMENTOS VISUALES				ELEMENTOS SONOROS			
	PUESTA EN ESCENA			COMPOSICIÓN DEL ENCUADRE		DIEGÉTICOS		EXTRADIEGÉTICOS
	ESCENOGRAFÍA	ILUMINACIÓN	VESTUARIO	PLANOS	ÁNGULOS			

GUÍA DE OBSERVACIÓN 4: REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – IDEOLOGÍA

NOMBRE DEL REGISTRADOR:

CÓDIGO: DV_I_01

FECHA DEL REGISTRO:

TEMA	IDEOLOGÍA				
	ACTANTES		VALORES Y ACTITUDES	OBSERVACIONES	
	PERTENENCIA Y EXCLUSIÓN				
	NOSOTROS	ELLOS			
		ENEMIGO			INDEFINIDO

GUÍA DE OBSERVACIÓN 5: REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – LENGUAJE

NOMBRE DEL REGISTRADOR:

CÓDIGO: DV_L_01

FECHA DEL REGISTRO:

TEMA	LENGUAJE		CONTEO	OBSERVACIONES	
	TÉRMINOS Y EXPRESIONES	Salud Pública			
		Científico			
		Económico			
		Mensaje esperanzador			
		Mensaje alarmista			
		Estatalista			
		Nacionalista			
		Inclusión			
		Sociedad civil			
		Paternalista			
		Otros países			
		Xenofobia			

	VICIOS LINGÜÍSTICOS	REPETICIONES Y GIROS	REDUNDANCIA			
			ANFIBIOLOGÍA			
			CIRCUNLOQUIO Y ELIPSIS			
			MULETILLAS			
	FIGURAS RETÓRICAS	FIGURAS DE PENSAMIENTO				
		FIGURAS DE SIGNIFICACIÓN				
		FIGURAS DE REPETICIÓN				
		FIGURAS DE OMISIÓN				

GUÍA DE OBSERVACIÓN 6: REGISTRO DEL DISCURSO VERBAL – ORGANIZACIÓN, ARGUMENTACIÓN Y PERSUASIÓN

NOMBRE DEL REGISTRADOR:

CÓDIGO: DV_OAP_01

FECHA DEL REGISTRO:

TEMA	ORGANIZACIÓN	ARGUMENTACIÓN							PERSUASIÓN			
		BASADOS EN DATOS Y HECHOS	BASADOS EN EXPLICACIONES				BASADOS EN VALORES	BASADOS EN LA AUTORIDAD	IDENTIFICATIVA	NORMATIVA	ARGUMENTATIVA	
			DEFINICIONES	COMPARACIONES	RELAC. DE CAUSALIDAD	DESCRIPCIONES						
OBSERVACIONES												

GUÍA DE OBSERVACIÓN 7: REGISTRO DEL DISCURSO NO VERBAL – PARALINGÜÍSTICA

NOMBRE DEL REGISTRADOR:

CÓDIGO: DNV_P_01

FECHA DEL REGISTRO:

TEMA	PARALINGÜÍSTICA										OBSERVACIONES
	TONO			RITMO			VOLUMEN			SILENCIO	
	ASCENDENTE	DESCENDENTE	MIXTO	ADECUADO	TAQUILÁLICA	BRADILÁLICA	ALTO	MEDIO	BAJO		

GUÍA DE OBSERVACIÓN 8: REGISTRO DEL DISCURSO NO VERBAL – KINÉSICA

NOMBRE DEL REGISTRADOR:

CÓDIGO: DNV_K_01

FECHA DEL REGISTRO:

TEMA	KINÉSICA				OBSERVACIONES
	EXPRESIÓN FACIAL	MIRADA	POSTURA	GESTOS	

Validación del instrumento por juicio de expertos

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Guía de observación

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

EVALUADO POR:

APELLIDOS Y NOMBRES: PADILLA ZUÑIGA

GRADO ACADÉMICO: DOCTOR

FIRMA: 

FECHA: 30-01-2021

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Guía de observación

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				X

EVALUADO POR:

APELLIDOS Y NOMBRES: VÁSQUEZ ACOSTA EDGAR LEONARDO

GRADO ACADÉMICO: MAGISTER

FIRMA: 

FECHA: _____

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Guía de observación

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				X

EVALUADO POR:

APELLIDOS Y NOMBRES: CASTAÑEDA GONZALES KARLA LUISA

GRADO ACADÉMICO: MAESTRO

FIRMA: 

FECHA: 18.02.2021

Kinésica – Expresión facial



Nota: *Expresiones de enojo y preocupación durante los primeros discursos versus las expresiones más suaves durante los últimos.*

Kinésica - Mirada



Kinésica - Gestos



R.D. que aprueba el proyecto de investigación



FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

Trujillo, setiembre 15 de 2021

RESOLUCIÓN DE FACULTAD N°0263-2021-FAC.CC. de la C.-UPAO

VISTO: el informe del jurado evaluado del Proyecto de Tesis, así como el expediente organizado por la Bachiller CLAUDIA ALEJANDRA BARRANTES NORIEGA, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, y;

CONSIDERANDO:

Que, la bachiller CLAUDIA ALEJANDRA BARRANTES NORIEGA presentó el proyecto de tesis titulado: "EL DISCURSO VERBAL Y NO VERBAL DEL EXPRESIDENTE MARTÍN VIZCARRA EMITIDO POR TELEVISIÓN EN RELACIÓN CON LA PANDEMIA COVID19, 2020", solicitando su inscripción.

Que, el referido Proyecto ha sido objeto de evaluación, la misma que forma parte del expediente.

Que, de la evaluación efectuada se desprende que el referido proyecto reúne las condiciones y características académicas de un proyecto de tesis de la especialidad.

Que, en concordancia con el Artículo 128° del Estatuto Institucional, adecuado a la Nueva Ley Universitaria 30220 y, habiendo cumplido con los procedimientos académicos y administrativos correspondientes, la autora debe ser declarada expedita para la elaboración de la Tesis, de acuerdo con el Proyecto que amerita su inscripción.

Por las consideraciones expuestas y en uso de las atribuciones concedidas a este Decanato, con cargo a dar cuenta al Consejo de Facultad;

SE RESUELVE:

Primero: DECLARAR expedita a la Bachiller: CLAUDIA ALEJANDRA BARRANTES NORIEGA, para el desarrollo de la tesis titulada: "EL DISCURSO VERBAL Y NO VERBAL DEL EXPRESIDENTE MARTÍN VIZCARRA EMITIDO POR TELEVISIÓN EN RELACIÓN CON LA PANDEMIA COVID19, 2020".

p.1/2



Trujillo

Av. América Sur 3145 - Urb. Monseñate - Trujillo
Teléfono: (+51) (044) 604444 - anexo 2306
fac_comunicacion@upao.edu.pe
Trujillo - Perú

Constancia del asesor (a)

INFORME DE ASESOR

A: Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

DEL Asesor: Ms. Carlos Celi Arévalo

ASUNTO: Informe de asesoramiento

FECHA: 21 de junio de 2022

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego y de nuestra Facultad, cumpla con emitir Informe del asesoramiento de la Tesis: **“El discurso verbal y no verbal del expresidente Martín Vizcarra emitido por televisión en relación con la pandemia COVID-19, 2020”** de la bachiller CLAUDIA ALEJANDRA BARRANTES NORIEGA.

El informe está estructurado bajo el cumplimiento de los lineamientos relacionados con:

1. La pertinencia y actualidad de la investigación.
2. Coherencia entre problema, objetivos y resultados.
3. Fundamentación teórica de las variables de investigación.
4. La correspondencia entre los aspectos metodológicos.
5. La actualización bibliográfica y su adaptación a las normas APA.

Por lo expuesto, agradeceré a usted, tomar en consideración el presente trabajo a fin de ser sometido a evaluación por el Jurado y continuar con la sustentación.

Atentamente,



Ms. CARLOS A. CELI ARÉVALO
Docente evaluador