

Estrategias de autolegitimación en la construcción del discurso presidencial argentino sobre la pandemia (marzo-junio de 2020).

Albarracín, Claudia Carina y Lucena, Silvio Alexis.

Cita:

Albarracín, Claudia Carina y Lucena, Silvio Alexis (2022). *Estrategias de autolegitimación en la construcción del discurso presidencial argentino sobre la pandemia (marzo-junio de 2020)*. *Jornaleros*, 5 (5), 24-35.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/claudia.carina.albarracin/2>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pqtK/Ag7>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Estrategias de autolegitimación en la construcción del discurso presidencial argentino sobre la pandemia (marzo-junio de 2020)

Claudia Carina Albarracín

INSIL- Facultad de Filosofía y Letras- UNT
ccalbarracin@hotmail.com

Silvio Alexis Lucena

INSIL- Facultad de Filosofía y Letras- UNT
salucena@yahoo.com.ar

Recibido: 21-02-2022

Aceptado: 29-04-2022

Palabras clave: discurso político, pandemia, construcción discursiva, ideología

Resumen

La pandemia producida por la COVID 19 encontró a la Argentina al borde del *default*, con su moneda depreciada, sin crecimiento económico desde los últimos diez años, con una profunda recesión y un gobierno de coalición recién elegido. En este contexto, el 19 de marzo de 2020, el presidente Alberto Fernández decidió iniciar un periodo de confinamiento obligatorio para todo el país. Dentro de un marco de profunda incertidumbre y temor, la voz presidencial se instaló en los medios con discursos recurrentes, que fueron guiando el accionar de toda la República.

El propósito de este trabajo fue revisar la construcción estratégica del discurso político más relevante a nivel nacional: el presidencial. No solo porque el ejecutivo ocupa el lugar político más importante, sino también porque evidencia la ideología a la que sus prácticas responden. Se examinaron los discursos del presidente de marzo a junio de 2020. La selección estuvo determinada por el inicio de la pandemia y el final del primer semestre, fecha que se esperaba como el cese del aislamiento obligatorio. Se utilizó una metodología cualitativa enmarcada en la propuesta de los Estudios Críticos del Discurso, con el propósito de abordar las distintas estrategias utilizadas para reproducir una cierta imagen de su persona en relación con el poder y con los otros discursos circundantes. En este sentido, se analizaron: el uso de pronombres y personas verbales; la construcción de un discurso sobre la verdad; el empleo de términos empáticos, y la utilización del lenguaje inclusivo.

El presidente construyó un discurso que buscó posicionarlo ante la mirada incrédula de una importante parte de los electores y de la oposición como figura de poder y empatía, apelando a conceptos clave como la verdad, la inclusión y el afecto.

Key words: political discourse, pandemic, discursive construction, ideology

Abstract

The pandemic produced by COVID 19 found Argentina on the verge of default, with its currency depreciated, no economic growth for the last ten years, a deep recession and a newly elected coalition government. In this context, on March 19, 2020, President Alberto Fernández decided to initiate a period of mandatory confinement for the entire country. Within an ambience of deep uncertainty and fear, the presidential voice was installed in the media with recurring speeches, which were guiding the actions of the whole Republic. The purpose of this paper was to review the strategic construction of the Nation's most relevant political discourse: the President's. Not only the executive occupies the most important political position, but their discourses also evidence the ideological underpinnings of their political practice. Therefore, this contribution examines the President's speeches between March and June 2020, from the beginning of the pandemic to the expected end of the lockdown. A qualitative methodology within the principles of Critical Discourse Analysis was followed, with the purpose of approaching the different strategies used to reproduce a certain image of Alberto Fernández in relation to power and regarding other surrounding discourses. In this sense, the use of pronouns and verb forms, the construction of "truth", the utilization of empathy and of gender inclusive language were analysed. The president constructed a speech that sought to position him against the incredulous gaze of an important part of the voters and the opposition as a figure of power and empathy, appealing to key concepts such as truth, inclusion and affection.

Introducción

A finales de marzo de 2020, la Argentina inició un periodo de confinamiento obligatorio a nivel nacional debido a la pandemia producida por la COVID-19. Este suceso constituyó un acontecimiento histórico mundial de consecuencias sanitarias inimaginables hasta ese momento. El contexto argentino era caótico; el país se encontraba al borde del *default*, con una moneda depreciada, en profunda recesión y con el inicio de un gobierno de coalición recién elegido (Fernández, 2020). En los medios de comunicación se cuestionaba el poder de decisión legítimo de Alberto Fernández, frente a la vicepresidenta Cristina Fernández, quien lo había convocado para la conformación de la dupla candidata al poder ejecutivo. El 20 de marzo de 2020 se inició un periodo de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) para todo el país. Dentro de un marco de profunda incertidumbre y temor, la voz presidencial se instaló en los medios con discursos recurrentes, que fueron guiando el accionar de toda la República.

Tal como sostiene Vitale (2020), la enunciación política de los presidentes ante esta pandemia es, sin duda, una cuestión global que materializa las modalidades de las luchas por el poder y su ejercicio. Por ello, consideramos relevante revisar la

construcción estratégica del discurso político más importante del país: el presidencial. Entendemos que el ejecutivo es el lugar político más decisivo y representativo de todos y que evidencia la ideología a la que responden sus políticas y medidas.

El discurso político es eminentemente estratégico porque enmascara las contradicciones objetivas. Quien lo sustenta no se limita a informar o a transmitir una convicción, sino que, también, produce un acto que expresa un compromiso y asume una posición (Giménez, 1983). Su estudio nos permite inferir, desde el plano de la sintaxis, el léxico y la semántica, la presencia de procesos cognitivos que preceden la producción discursiva (Ghiglione, 1986, citado en Dorna, 1993) y hacer referencia a la ideología a la que responde y a las estrategias que se utilizan para su elaboración.

En esta oportunidad, abordamos los discursos del presidente Alberto Fernández desde marzo hasta junio de 2020. La selección está determinada por el inicio de la pandemia y el final del primer semestre, fecha que se esperaba como el cese del confinamiento. Utilizamos una metodología cualitativa enmarcada en la propuesta del Análisis Crítico del Discurso (ACD). El análisis del discurso político (DP) desde el ACD supone una mirada crítica desde el estudio de las formas de reproducción del poder político, la dominación o el abuso de poder mediante dicho discurso, incluyendo las diversas maneras de resistencia o las muestras de poder contra tales formas de predominio discursivo (Van Dijk, 1999).

El DP es un discurso ideológico por excelencia puesto que reproduce las representaciones mentales compartidas por los miembros de un grupo político determinado. En él, pueden observarse los principios básicos que dirigen el juicio social de ese grupo o partido. Van Dijk (1996) sostiene que las ideologías constituyen la identidad social, definen los intereses de un grupo y pueden representarse como autoesquemas caracterizados por las categorías Pertenencia, Actividades, Objetivos, Valores, Posición y Recursos.

Las ideologías pueden identificarse desde el análisis de los elementos léxicos, las proposiciones, las implicaciones, las presuposiciones, las descripciones, la coherencia local, la global, los temas, los desplazamientos semánticos, las estructuras de superficie y las macroestructuras. En este artículo, nos detenemos en la construcción del enunciador y de los destinatarios estudiando las estrategias y los procedimientos discursivos empleados en las alocuciones del presidente Alberto Fernández en relación con la pandemia de COVID-19.

1. Estrategias de persuasión en el discurso presidencial

En el discurso presidencial, abordamos las distintas estrategias desplegadas para comunicar la situación general del país y las medidas políticas que se fueron tomando para enfrentarla. Cabe aclarar que hemos efectuado una selección de esas estrategias,

pues consideramos que podemos contribuir a otros estudios realizados sobre este mismo objeto (Vitale, 2020; Castillo, 2020; Wendell de Camargo y Canavire, 2020). Pusimos atención particular a la construcción discursiva de la imagen presidencial en relación con el poder y con los otros discursos circundantes, analizando: 1) el uso de pronombres y personas verbales; 2) la construcción de un discurso sobre la verdad; 3) el empleo de términos empáticos, y 4) la utilización del lenguaje inclusivo.

1.1 El uso de pronombres y personas verbales

De marzo a junio de 2020, el presidente emitió, por cadena nacional, cinco discursos en los que pudieron observarse cambios permanentes en el uso de la primera persona singular y la primera persona plural para referirse o incluirse a sí mismo. En sus distintas alocuciones, el sujeto enunciador se adjudica diferentes roles: es presidente, es Estado, es un ciudadano argentino y, también, es parte del partido oficialista.

Se observa una clara intencionalidad de explicitar quién toma las decisiones en su gobierno ("yo dicté", "yo les aseguro", "yo quiero", "hablé", "reafirmo", "les dije", "yo sé", entre otras expresiones): "Por eso, dicté un Decreto de Necesidad y Urgencia que amplía la emergencia pública en materia sanitaria." (Fernández, 13/03/2020, el destacado nos pertenece). Personaliza ciertas acciones ("yo les pido", "yo les agradezco", "yo soy un abogado", "yo quiero aclarar") para destacar que ha sido solo él y no con otros: "Pero les aseguro que me voy a poner al frente para (...) tratar de evitar que el ritmo del contagio se acelere de tal modo que el sistema sanitario argentino no lo pueda atender." (Fernández, 20/03/2020, el destacado nos pertenece). Mediante estos usos pronominales responde a quienes cuestionan su independencia o poder de decisión respecto a la vicepresidenta Cristina Fernández. Es conocida la imputación, que le efectúa la oposición, de ser un "títere de Cristina"; entonces, es comprensible el uso enfático de la primera persona singular. La lucha por el poder cobra palabra y él sienta posición frente a los discursos críticos mostrando su autoridad como presidente electo.

Por otra parte, también usa el pronombre de la primera persona plural para hacer referencia al Gobierno o a su partido, que es el oficialismo: "Quiero que sepan qué es lo que **estamos haciendo** para dar respuesta al avance de este virus que se extiende cada día en todo el mundo." (Fernández, 13/03/2020, el destacado nos pertenece). Aquí, si bien hay una distinción de Fernández como ejecutor de las acciones, se observa la necesidad de mostrar que detrás de sí existe un grupo de personas que lo acompañan. No está solo y ello habla de su poder como líder dentro de un equipo. Es decir, por un lado, es importante que se muestre como sujeto independiente e individual; pero, por otro, es necesario que sea parte de un conjunto de personas idóneas y preparadas con las cuales trabaja para sacar adelante el país en tiempos de pandemia. Este trabajo en equipo puede producir mayor tranquilidad a los oyentes

frente a las decisiones de restricciones, ya que son tomadas bajo la asesoría de profesionales y especialistas en el tema.

A su vez, el presidente también utiliza un “nosotros” que incluye a todos los argentinos para mostrarse como parte del problema y generar empatía por integrar el pueblo: “Yo creo que es eso lo que **nos** hizo distintos. Y como siempre digo, tantas veces que los argentinos **buscamos** epopeyas, miren, esta es una epopeya del pueblo argentino, que no **debemos** perder el foco de lo que **estamos** haciendo como pueblo.” (Fernández, 12/05/2020, el destacado nos pertenece). Esta selección de la primera persona plural lo sitúa dentro de un contexto de cercanía con el auditorio, pues lo que está pasando, les está sucediendo a todos, inclusive a él mismo.

Así también, recurre al uso del “nosotros” con otro grupo de personas, ya no con el pueblo, sino con los gobiernos de Axel Kicillof y de Horacio Rodríguez Larreta, representante este último de la oposición política en la Argentina: “Pero una vez más reafirmo y **reafirmamos** –estoy seguro que estoy hablando en nombre de los tres– que lo que más **nos** preocupa es cuidar la salud de nuestra gente (...).” (Fernández, 12/05/2020, el destacado nos pertenece). En este caso, este pronombre, aparentemente, busca reproducir una imagen de unidad, que le valió un importante apoyo de todo el país. Significó un alejamiento de la famosa “grieta” que, durante largo tiempo, ha marcado la política argentina. Pudo observarse esa unidad tanto desde la imagen que mostraron los medios (los tres ejecutivos sentados juntos) hasta en el mismo discurso: “Estamos trabajando codo a codo con el jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con el gobernador de la Provincia de Buenos Aires. Ahí tenemos el principal foco de contagio, ahí está el setenta por ciento del problema” (Fernández, 20/03/2020).

Ester, De Gori y Chaves García (2020) llevaron a cabo un estudio comparativo de varios discursos presidenciales latinoamericanos e identificaron cómo en países fuertemente polarizados la referencia a la unidad nacional ha sido relevante. Se necesitaba el apoyo popular para sostener medidas tan importantes como un confinamiento obligatorio y, entonces, se hacía imperiosa la búsqueda de un consenso y de la unidad que fortaleciera a las “cabezas políticas” que dirigían los gobiernos.

Podemos agregar que el presidente efectúa ese mismo “juego discursivo” de inclusiones y exclusiones con la figura del Estado. Así, por momentos, se menciona como parte de él: “(...) **el Estado va a estar** para socorrerlos si lo necesitan, porque ese es el compromiso que **tenemos como Estado**, y que esto **no lo hace solo el Estado Nacional**, lo hacen todas las provincias también.” (Fernández, 12/05/2020, el destacado nos pertenece). Sin embargo, en ocasiones se excluye, como si el presidente no fuera miembro constitutivo del Estado: “**El Estado está presente y va a acompañar** a todos, especialmente a nuestros mayores de 65 años, en quienes

mayor impacto tiene el virus.” (Fernández, 13/03/2020, el destacado nos pertenece). Al respecto, dado que el Estado es el conjunto de los poderes y órganos de gobierno de un país soberano, el presidente como representante del poder ejecutivo no puede dejar de ser considerado constituyente de ese conjunto.

Este procedimiento de autoinclusión y de autoexclusión de la figura del Estado parece generar un discurso un tanto confuso en cuanto a la responsabilidad que le cabe como Poder Ejecutivo. Quizás esto nos permita inferir ciertos grados de compromiso personal que asume frente a políticas de gobierno, como los planes o las excepciones sobre restricciones.

2. La construcción de un discurso sobre la verdad

Según Hernández Guerrero (2002), la primera tarea tanto del retórico como del orador es reflexionar sobre el contenido emocional de las nociones más empleadas en la Retórica: verdad, convicción, belleza, deleite, gusto, bondad, acción, sentimientos y afectos. En el discurso presidencial, el tema de la verdad aparece de forma notable en reiteradas ocasiones: se menciona la palabra setenta y cinco veces a lo largo de las cinco presentaciones.

Evidentemente, hay una necesidad del ejecutivo de circunscribir sus dichos dentro del contexto de la “verdad”. La palabra aparece en dos diferentes cotextos: a) indicando cuál es la verdad, y b) como locución adverbial de modo, equivaliendo a “verdaderamente”.

a) *Identificación de la verdad*

La mención reiterada del concepto de verdad nos permite inferir la necesidad de mostrar al auditorio (el país entero) una imagen de sí relacionada con la realidad: “**La verdad** es que hicimos muchos esfuerzos porque la gente eso lo comprenda.” (Fernández, 20/03/2020, el destacado nos pertenece); “Y **la verdad** es que yo (...) siento que como sociedad tenemos que estar muy orgullosos y muy contentos de nosotros mismos.” (Fernández, 25/04/2020, el destacado nos pertenece). Entendemos la concepción tal y como la define la RAE (2020), en cuanto conformidad de las cosas con el concepto que de ellas forma la mente; conformidad de lo que se dice con lo que se siente o se piensa; que no puede negarse racionalmente; que tiene cualidad de veraz y que es la realidad.

Esta necesidad se construye desde el distanciamiento que parece establecerse con quienes mintieron o han ocultado la verdad. El énfasis permanente de indicar que dice “la verdad” puede interpretarse como la voluntad de querer diferenciarse de aquellos que antes han mentido o de querer reforzar su honestidad frente a quienes lo acusan de mentiroso.

El discurso político como práctica es un modo eficaz de mantenimiento de relaciones de poder; presenta y refleja significados que construyen visiones del mundo, de la nación, del pueblo, de su historia y de los sucesos y las políticas que naturalizan determinadas explicaciones, definiciones e interpretaciones. De este modo, se favorece la hegemonía de determinadas ideas en función de los intereses de un grupo (Montero, 2009). Es decir, de alguna manera, Fernández está defendiendo y justificando sus decisiones sobre el ASPO frente a evidentes posturas de la oposición. Construye su imagen desde la dicotomía verdad-mentira para sentar una de las bases del modelo interpretativo de la sociedad que propone, apelando a un término valorado positivamente por la sociedad: la verdad. Con esto, separa a quienes la dicen (él y su partido) de quienes no (la oposición).

b) Locución adverbial de modo

El uso de la locución “en verdad” hace hincapié en la certeza que poseía para decir, hacer, pensar, sostener. No solo define aquello que es cierto, como en el caso anterior, sino que enfatiza el decir lo cierto “de verdad”: “**En verdad**, el primer deber de un gobernante es cuidar la salud de su gente, es cuidar la integridad física de su gente.” (Fernández, 20/03/2020, el destacado nos pertenece); “(...) y como suele decir el doctor Cahn, **en verdad** el virus no nos busca, nosotros vamos a buscarlo, y cuando salimos nos exponemos.” (Fernández, 25/04/2020, el destacado nos pertenece).

Al parecer, busca fijar su imagen frente a cierta incredulidad que duda de su posición o su accionar. Esto nos permite inferir el cuestionamiento al que se ve sometido por cierto contexto que lo lleva a tener que “garantizar” aquello que dice. Quizás estas expresiones estén develando “los flancos” que el presidente defiende.

Si no se enfrentara a la incredulidad, al cuestionamiento o a la acusación de falsedades, no habría necesidad de sostener reiteradas veces “una verdad discursiva”.

Apelar a la verdad es una estrategia a la que ha recurrido también el anterior presidente, Mauricio Macri, como valor de alto grado de consenso (Vasilachis de Gialdino, 2016). Por lo tanto, puede pensarse en una sociedad que tiene alta estima por la veracidad; sin embargo, no cree con facilidad en lo que se le dice o se le muestra. Esto habla de una forma de hacer política en nuestro país y de la desconfianza, el escepticismo y recelo que hay frente a un accionar político de larga historia.

3. El empleo de términos empáticos

Según la politóloga Tinoco Padauí (2020), la empatía es la intención de comprender los sentimientos y emociones intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo. Esto hace que las personas se ayuden entre sí. Está

estrechamente relacionada con la generosidad. Solo el político que tiene un desarrollo neuronal empático puede luchar por el bien de los otros; al menos, eso es lo que se cree socialmente.

El presidente, como todo político, busca la adhesión de sus oyentes a partir de la construcción de una imagen positiva de sí mismo; en este caso, como en muchos otros, recurre a la empatía desde lo emocional o emotivo poniéndose en el lugar de los otros. En reiteradas ocasiones usa las palabras “lamentablemente”, “cariño” y “afecto”: “Hasta este momento, en el momento en que les hablé a ustedes, tenemos 3.780 casos confirmados y tenemos 186 fallecidos, **lamentablemente**.” (Fernández, 25/04/2020, el destacado nos pertenece); “Como siempre digo, a las familias de quienes han perdido la vida por esta infausta epidemia o pandemia, mis condolencias, mi **cariño** y mi **afecto**.” (Fernández, 12/05/2020, el destacado nos pertenece).

Los vocablos resaltados evidencian la construcción de una imagen positiva relacionada con los sentimientos (lamento, cariño, afecto). Un presidente que conoce y sufre la misma realidad de su pueblo es un presidente más cercano y, por ende, puede tener mayor apoyo del país. Una situación tan dolorosa, triste y difícil como el ASPO, por el distanciamiento, el miedo, las pérdidas de vidas humanas y la incertidumbre por la situación sanitaria y económica, ameritaba la cercanía y la empatía para lograr el consenso y el apoyo frente a decisiones políticas tan fuertes como la de sostener por tanto tiempo la restricción de actividades.

Consideramos que apela a la empatía y expresa su dolor con el propósito de ganarse las voluntades de todos los oyentes, puesto que resulta necesario un trabajo mancomunado en el que todos colaboren acatando las órdenes impuestas, tales como mantener cerrados los comercios, permanecer dentro de los hogares, no realizar reuniones familiares, entre otras. Recurre a la persuasión afectiva y no a la imposición desde la directiva. Se muestra como un presidente cercano y “empático” que puede generar confianza y seguridad, sentimientos que, durante esos meses, estuvieron en las antípodas del sentir social. Aquí, al igual que en ejemplos ya mencionados, el sentimiento se vuelve muy personal porque se trata de “mi cariño” o “mi afecto” como su singularidad y como una manera muy particular de actuar y de referirse a los acontecimientos.

4. La utilización del lenguaje inclusivo

En todas las alocuciones del presidente Alberto Fernández, observamos un marcado predominio del masculino genérico. El sujeto enunciador emplea, fundamentalmente, el masculino plural –que comprende por igual a los individuos de ambos sexos (RAE, 2010)– cuando se refiere a los miembros de su gabinete, a los científicos que lo asesoran, a los trabajadores esenciales, o cuando desea incluirse en el conjunto de los ciudadanos como un afectado más por la pandemia: “La verdad

que el cuidado de la salud de **los argentinos** para **nosotros** es muy importante (...).” (Fernández, 20/03/2020, el destacado nos pertenece); “Yo quiero decir que (...) esta decisión la hemos tomado después de escuchar con mucha atención **a los médicos, infectólogos**, especialistas en el tema del coronavirus (...).” (Fernández, 25/04/2020, el destacado nos pertenece).

También aparece muy frecuentemente, en sus mensajes, el epiceno “persona”, con el que alude a individuos de uno y otro sexo, independientemente del género gramatical del sustantivo: “Aquellas **personas** que infrinjan el aislamiento establecido tendrán responsabilidades penales.” (Fernández, 13/03/2020, el destacado nos pertenece).

A pesar de esto, en su discurso advertimos, en menor medida, la utilización del lenguaje no sexista; en efecto, el enunciador busca destacar la figura de la mujer en determinados momentos de su alocución y, por ese motivo, recurre al desdoblamiento de género de manera completa a fin de evitar el masculino genérico (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 1999). Así, en su mensaje del 13 de marzo de 2020, lo emplea en tres oportunidades; en el del 20 de marzo, en seis ocasiones; en el del 25 de abril, en diez y, en el del 12 de mayo, aparece nueve veces. Algunos ejemplos son los siguientes: “Le pido a **cada ciudadana** y a **cada ciudadano** que también tomen las medidas de prevención que estamos y estaremos difundiendo.” (Fernández, 13/03/2020, el destacado nos pertenece); “Yo confío en la responsabilidad de **todos los argentinos** y de **todas las argentinas** (...).” (Fernández, 20/03/2020, el destacado nos pertenece).

Sin embargo, el lenguaje no sexista “requiere un claro posicionamiento como hombre o como mujer” (Lupprich, 2020, p.16), con lo cual deja fuera a quienes no se identifican con el binarismo sexual. El lenguaje inclusivo, por su parte, pretende superar esa dicotomía y permite la expresión de la identidad sin tener que optar por un extremo u otro (Bengoechea, 2015). Las personas que se autoperciben como no binarias manifiestan su identidad de género, en la escritura, a través del grafema “x” (“lxs becarixs”) o de la forma “-e” en la posición propia del afixo flexivo de género, válida para la expresión oral y escrita.

En su intento de visibilizar a las personas de la comunidad LGBT+ como destinatarios de su discurso, el enunciador incorpora el lenguaje inclusivo no binario en su tercera alocución, correspondiente al 25 de abril. En esa circunstancia lo emplea solo dos veces: “Buenas noches a todos, a todas, a **todes** (...).” (Fernández, 25/04/2020, el destacado nos pertenece); “Yo les agradezco a cada chico, a cada **chique**, a cada chica que en su casa se quedó todo este tiempo cuidando su salud y la de los suyos (...).” (Fernández, 25/04/2020, el destacado nos pertenece).

A nuestro juicio, se trataría de un uso aislado –de hecho, solo aparece en esta ocasión– y parecería no corresponderse con una firme convicción de reconocer la amplia gama de identidades de géneros existentes. Asimismo, podemos afirmar que ambos enunciados son redundantes y van en detrimento de la economía lingüística a la que tiende el hablante. Pese a que existen numerosas discusiones sobre el uso de la forma “-e” junto a las desinencias de masculino y femenino para integrar discursivamente la diversidad no binaria existente, desde nuestra perspectiva, el formante “-e” presente en las expresiones “chique” o “todes” incluye los géneros masculino y femenino; por lo tanto, no resulta necesario mencionar, en cada caso, la tríada finalizada en “-o”, “-a” y “-e”, como lo hace el enunciador.

No deja de llamar la atención que, en el discurso del 15 de mayo, solo emplee el masculino genérico, a diferencia de sus mensajes previos, en los que también se valió de los lenguajes no sexista y no binario. Quizás esto nos permita pensar que, en el discurso del presidente, se utiliza el lenguaje no sexista y el no binario únicamente cuando se dirige al destinatario principal de su mensaje: el ciudadano común. Por último, la concepción binaria hombre/mujer se evidencia marcadamente en el uso predominante del masculino genérico y, en mucha menor medida, del lenguaje no sexista.

Conclusiones

El análisis realizado nos permite concluir que, en el estudio del discurso presidencial, no solo puede reconstruirse información sobre el contexto de la pandemia, sino también el marco de luchas discursivas y políticas por el poder en el que se está desarrollando la crisis sanitaria más importante de las últimas décadas.

Además, advertimos una serie de preocupaciones que el presidente atiende implícitamente desde lo discursivo. Por un lado, hay una necesidad de construirse como el líder gubernamental que toma las decisiones, diferenciado e independiente de su vicepresidenta, a quien numerosos medios atribuyen el poder de mando dentro de la dupla política. Por otro lado, refuerza este liderazgo dentro de un grupo de trabajo conformado por científicos y especialistas que asesoran sus decisiones y las legitiman desde un saber científico.

De igual manera, se evidencia el propósito de mostrar un Gobierno fortalecido y democrático, que mantiene consenso con la oposición. No obstante, la constante autoinclusión y la autoexclusión de la figura del Estado parece mostrar una falta de compromiso real con las medidas políticas que se toman.

Sus palabras permiten inferir la necesidad imperiosa de apropiarse del discurso de la verdad, campo semántico tan vilipendiado desde la política y tan disputado por los centros hegemónicos del poder. Consideramos que el discurso presidencial

responde a numerosos flancos que cuestionan su autoridad y, que, además, defiende la ideología de su partido peronista tan denostado por su unión con el kirchnerismo.

En esta misma búsqueda aprobatoria, podemos añadir que, en las alocuciones del presidente, las formas no sexistas y no binarias alternan con el empleo preponderante del masculino genérico. Creemos que el uso de esas formas inclusivas para apelar a los ciudadanos termina pareciendo forzada, pues resulta evidente que no se manifiestan con frecuencia en el discurso, sino que se las incorpora con una intencionalidad determinada en ciertos momentos.

Este hecho podría interpretarse como un intento de cambiar los modos de decir, pero, también, como una impostación discursiva, sobre todo porque el discurso presidencial en cadena nacional no es improvisado ni imprevisto.

Referencias

- Bengoechea, M. (2015). Cuerpos hablados, cuerpos negados y el fascinante devenir del género gramatical. *Bulletin of Hispanic Studies*, 92, 1-23. https://www.researchgate.net/publication/273340490_Cuerpos_hablados_cuerpos_negados_y_el_fascinante_devenir_del_genero_gramatical
- Castillo, J. (2020). Alcances de la temporalidad. Discursos presidenciales durante la pandemia. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 6(2). <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (Dir.). (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Amorrortu.
- Dorna, A. (1993). Estudios sobre el discurso político: el papel persuasivo de las figuras retóricas y de la gestualidad. *Psicología Política*, 6, 117-128. <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N6-6.pdf>
- Ester, B.; De Gori, E. y Chaves García, N. (16 de agosto de 2020). *Discursos presidenciales frente al Covid-19*. Celag.org. <https://www.celag.org/discursos-presidenciales-frente-al-covid-19/>
- Fernández, A. (2020). *Discursos*. Casa Rosada. <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos?start=280>
- Fernández, J. (2020). Un presidente entre la pandemia y el postbroadcasting. *Question/ Cuestión*, 1. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/5979>
- Giménez, G. (1983). *Poder, Estado y Discurso*. UNAM.
- Hernández Guerrero, J. (2002). Las estrategias psicológicas de la retórica. *Logo: Revista de retórica y teoría de la comunicación*, 2, 35-50. <https://www.biblioteca.org.ar/libros/134611.pdf>
- Lupprich, E. (2020). Lenguaje inclusivo: el uso político de la morfología. En M. M. Murga (Ed.), *Lenguaje inclusivo y educación: miradas desde la interdisciplina* (pp. 14-21). Centro de Comunicación, Educación y Pensamiento latinoamericano, Facultad de Filosofía y Letras (UNT). <http://filo.unt.edu.ar/2020/06/26/lenguaje-inclusivo-y-educacion/>

- Montero, M. (2009). Poder y palabra: mentira implícita y accidentes en discursos presidenciales. *Discurso & Sociedad*, 3(2), 348-371. [www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3\(2\)MaritzaMontero.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3(2)MaritzaMontero.pdf)
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1999). *Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje*. Autoedición. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114950>
- Real Academia Española (2020). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Autoedición. <https://dle.rae.es/?w=diccionario>
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). *Nueva gramática de la lengua española*. Manual. Espasa.
- Tinoco Padauí, C. (12 de agosto de 2020). Empatía, el nuevo mensaje político en tiempos de pandemia. *Política Heroica*. <http://politicaheroica.co/empatia-el-nuevo-mensaje-politico-en-tiempos-de-pandemia/>
- Van Dijk, T. (1996). Opiniones e ideologías en la prensa. *Voces y culturas*, 10, 9-50. <http://www.discursos.org/oldarticles/Opiniones%20e%20ideolog%EDas%20en%20la%20prensa.pdf>
- _____ (1999). *Análisis del discurso social y político*. Abya-Yala. https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1414&context=abya_yala
- _____ (2005). Política, ideología y discurso. *Revista Quorum Académico*, 2(2), 15-47. <http://www.discursos.org/oldarticles/Politica%20ideologia.pdf>
- _____ (2010). Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso. *Revista de Investigación Lingüística*, 13, 167- 215. <https://revistas.um.es/ril/article/view/114181/108121>
- Vasilachis de Gialdino, I. (2016). La construcción discursiva de la identidad y el modelo de sociedad en el discurso político de M. Macri. *Discurso & Sociedad*, 10(3), 466-490. [http://dissoc.org/ediciones/v10n03/DS10\(3\)Vasilachis.html](http://dissoc.org/ediciones/v10n03/DS10(3)Vasilachis.html)
- Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En E. Verón, L. Arfuch, M. M. Chirico, E. de Ipola, N. Goldman, M. I. González y O. Landi (Eds.), *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11-26). Hachette.
- Vitale, M. A. (2020). Discurso presidencial sobre el COVID-19. El caso de Alberto Fernández en Argentina. *Revista de Signis*, 33, 113-125. <https://doi.org/10.35659/designis.i33p113-125>
- Wendell de Camargo, H y Canavire, V. (2020). Análisis de discursos presidenciales en contextos de pandemia: los casos de Brasil y Argentina. En C. M. Guisardi, L. Chagas y A. Pereira (Orgs.), *Os Discursos de um Brasil efervescente em tempos de pandemia* (pp. 76-100). Syntagma Editores. <https://syntagmaeditores.com.br/livraria/os-discursos-de-um-brasil-efervescente>