

Management, coaching y autoayuda. Una aproximación al *ethos* y la memoria discursiva de Cambiemos (2015-2019)

Management, coaching and self-help. An approach to the ethos and discursive memory of Cambiemos (2015-2019)

Emmanuel A. Pérez Zamora*

CIM-UNR/CONICET

Argentina

Fecha de recepción: 29-06-2022

Fecha de aceptación: 07-11-2022

Resumen

Este artículo analiza los tipos de *ethos* que emergen en la discursividad macrista durante el período presidencial 2015-2019 y el modo en que se inscriben en la memoria discursiva de Cambiemos. Para ello, examinamos los discursos oficiales de Mauricio Macri entre el 10 de diciembre de 2015 y el 10 de diciembre de 2019 a través del instrumental que nos brinda el análisis del discurso en su enfoque polifónico-argumentativo. Nuestra hipótesis sostiene que al ya reconocido *ethos managerial* de Cambiemos, se le articulan dos tipos de *ethos* discursivos vinculados al campo del *coaching* y de la cultura de la autoayuda; y que esta triangulación de los tipos de *ethos* se articula también en la memoria discursiva que configura Cambiemos. Finalmente, se destaca la caracterización de los tipos de *ethos* y su configuración en la memoria discursiva; y se remarcan las vías abiertas que deja el análisis que llevamos a cabo.

Palabras clave: Discurso político; Identidad política; Ethos discursivo; Memoria discursiva; Cambiemos.

Abstract

This article analyzes the types of *ethos* that emerge in the macrista discourse during the 2015-2019 presidential period and the way in which they are inscribed in the discursive memory of Cambiemos. To do this, we examine the official speeches of Mauricio Macri between December 10, 2015 and December 10, 2019 through the tools provided by discourse analysis in its polyphonic-argumentative approach. Our hypothesis maintains that to the already recognized *managerial ethos* of Cambiemos, two types of discursive *ethos* linked to the field of coaching and the culture of self-help are articulated; and that this triangulation of the types of *ethos* is also articulated in the discursive memory that configures Cambiemos. Finally, it concludes by highlighting the characterization of the types of *ethos* and their configuration in discursive memory; and highlighting the open paths left by the analysis we carry out.

Keywords: Political discourse; Political identity; Discursive ethos; Discursive memory; Cambiemos.

* Correo electrónico de contacto: emmanuel.perez.zamora@gmail.com

I. Introducción

El 10 de diciembre del 2015 Mauricio Macri asumió como presidente de la Nación con el 51% de los votos luego de ganarle en el ballottage presidencial al candidato del Frente para la Victoria, Daniel Scioli. El espacio político de Cambiemos liderado por Propuesta Republicana (PRO) también articulaba a sectores provenientes del Partido Justicialista, la Unión Cívica Radical, UCeDe, empresas, ONG's, entre otros, y se presentaba como un partido de *lo nuevo* que trascendía la distinción izquierda/derecha ya que se interesaba por los problemas de "la gente". La gestión de Mauricio Macri proponía un "cambio" con respecto al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015) basado en tres consignas/fórmulas: Pobreza cero/Combatir al narcotráfico/Unir a los argentinos. Asimismo, Cambiemos proponía una visión futurista, pragmática y resolutive del presente por lo que generaba una tensión con las diversas memorias colectivas e individuales.

Este artículo posee dos ejes en términos de objetivos: por un lado, caracterizar los tipos de *ethos* presentes en la enunciación de la discursividad macrista; por el otro, analizar los modos en que los tipos de *ethos* configuran la memoria discursiva de Cambiemos a partir de los relatos sobre el pasado. Los interrogantes que delinear el horizonte de esta investigación y que buscamos desensamblar son: ¿qué tipos de *ethos*¹ construye el enunciador a cargo del discurso? ¿es posible vincular ese *ethos* discursivo con la rememoración explícita que Cambiemos hace del pasado? Para ello, analizamos los discursos oficiales de Mauricio Macri entre el 10 de diciembre del año 2015, cuando asume como presidente de la Nación, y el 10 de diciembre del año 2019, cuando traspasa su mando al actual presidente Alberto Fernández, desde las herramientas que nos brinda la interdisciplina del análisis del discurso en su enfoque polifónico-argumentativo dentro de las teorías de la argumentación. Nuestra hipótesis sostiene que al *ethos managerial* presente en la discursividad macrista se le articulan dos tipos de *ethos* vinculados al campo del *coaching*

¹ El concepto de *ethos* responde a uno de los tres planos discursivos (*Logos, Pathos, Ethos*) que aborda la Retórica clásica de Aristóteles. Esta noción refiere a la presentación o imagen de sí que da el orador ante el auditorio. No obstante, el *ethos* adopta una mayor complejidad a partir de los aportes del enfoque polifónico-argumentativo en la lingüística estructural, la sociología y el análisis del discurso. Por consiguiente, en este trabajo adoptamos las perspectivas del análisis del discurso de Dominique Maingueneau (2002, 2004, 2010), Ana Soledad Montero (2012b) y Ruth Amossy (1999, 2018).

y de la cultura de la autoayuda, y que ambos pueden observarse anclados en la memoria discursiva de Cambiemos.

En efecto, este trabajo se divide en cuatro apartados: en primer lugar, presentamos un estado de la cuestión que hace una breve referencia a los estudios en torno al vínculo entre discurso e identidades políticas en Argentina, como marco general, y a los trabajos acerca de la figura de Mauricio Macri, Propuesta Republicana (PRO) y Cambiemos, como marco particular; en segundo lugar, explicitamos las herramientas analíticas, las variables y el diseño de la investigación; en tercer lugar, damos cuenta de los resultados del análisis; por último, llevamos a cabo una serie de reflexiones a partir de la recapitulación del trabajo realizado y las posibles líneas de investigación que de él se desprenden.

II. Cambiemos: una radiografía de la cuestión

En Argentina el análisis del discurso político tiene su punto de partida en los trabajos de Verón (1987) sobre las características de este tipo de discursos, de García Negroni (1988) sobre el discurso alfonsinista, de Sigal y Verón (1988) acerca de la enunciación peronista y de De Ípola (1982, 1997) en torno del liderazgo y la identidad peronista. Las investigaciones de Narvaja de Arnoux (2008, 2012) abordan el plano latinoamericano al analizar el discurso político del presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez, y los discursos en las reuniones de UNASUR.

En las últimas décadas, encontramos una serie de investigaciones que han indagado en los estudios de identidades políticas durante diversos períodos sociohistóricos como es el caso del abordaje que lleva a cabo Aboy Carlés (2001) sobre el imaginario menemista y su relación con el discurso peronista, las investigaciones de Montero (2012b) y Dagatti (2017b) en torno del rol del *ethos* discursivo en la construcción identitaria durante los períodos de gobierno de Néstor Kirchner, como también los trabajos de Bermúdez (2015) y Gindin (2016) sobre la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner.

Si hacemos énfasis en nuestro período de interés, nos encontramos con aquellas investigaciones que se abocan al liderazgo de Mauricio Macri y los espacios políticos de PRO y Cambiemos, que pueden clasificarse en dos ejes: por un lado, las relacionadas con el análisis del discurso y, por otro lado, las que provienen de la sociología y la ciencia política.

Slimovich (2014, 2017, 2018a) desde la perspectiva socio-semiótica, realiza un análisis hipermediático tomando como objeto las discursividades político-digitales de las cuentas de Mauricio Macri en Twitter y Facebook durante sus campañas electorales entre los años 2010-2015 y las elecciones legislativas del año 2017. Dichas investigaciones le permiten dar cuenta tanto del juego entre el componente emocional y la vía lógica en el discurso electoral como de la mixtura entre la mediatización de lo íntimo y los asuntos de gestión pública, por lo que nos aporta indicios para indagar acerca de la dimensión emocional en las estrategias discursivas de refuerzo, persuasión y polémica durante el mandato de gobierno de Cambiemos (2015-2019). En otro trabajo (2018b), Slimovich analiza la circulación hipermediática del hashtag #TinelliMercenarioK en torno al conflicto entre el presidente argentino Mauricio Macri y el conductor de televisión Marcelo Tinelli en Twitter. De este modo, pone en evidencia la construcción de un colectivo político macrista conformado por internautas ciudadanos que se articulan en las redes sociales a través de diversas producciones discursivas.

Mediante el análisis del discurso político desde el enfoque de la Retórica Constitutiva, Dagatti (2017a) indaga acerca de la estructura fundacional del discurso de asunción presidencial de Mauricio Macri a partir de los clivajes que organizan la *pars destruens* y la *pars construens*. El carácter fundacional del discurso inaugural entendido como género discursivo nos resulta útil tanto para indagar sobre los mecanismos argumentativos en torno a los sintagmas “la Argentina del S.XXI/el Estado que encontramos” como para establecer las fronteras de exclusión constitutivas (Laclau, 1996) en la construcción de la identidad y de la hegemonía política en la discursividad político-digital de Cambiemos. Dagatti y Onofrio (2019), analizan el imaginario social de Cambiemos (2015-2018) desde el marco de la teoría del discurso social y un método sincrónico. En efecto, se establecen seis lógicas imaginarias (gobierno próximo, Estado-máquina, gobierno pastoral, gobierno transparente, gobierno protocolo, vulgar-cotidiana) a partir del análisis de los modos en que se muestra Cambiemos en su gestión gubernamental a través de la cuenta oficial de Casa Rosada en Instagram, Facebook, Twitter, YouTube y su página web. No obstante, este abordaje se encuentra focalizado en el análisis de imágenes.

Montero (2018), por su parte, aborda la construcción de la figura del *paradestinatarío* en el discurso político de Cambiemos a partir de la articulación entre el

discurso político y la opinión pública en el espacio público-digital. En este análisis distingue cuatro modalidades de interpelación al *paradestinario* (discurso directo, discurso directo libre, interpelación directa en 2ª persona, discurso impersonal) que ponen en evidencia un tipo particular de lazo de representación basado en la duda/incertidumbre y la configuración de *un ethos managerial*.

Desde la sociología política, hallamos como antecedentes los trabajos realizados por Vommaro, Morresi y Bellotti (2015), Vommaro y Morresi (2015) y Vommaro (2017) quienes llevaron a cabo una investigación en torno a los segmentos que conforman el partido Propuesta Republicana (PRO), sirviéndose de técnicas cualitativas y cuantitativas como el trabajo de campo, las entrevistas en profundidad, los datos estadísticos y el análisis del discurso periodístico. Esto nos permite conocer las diversas facciones y particularidades que se articulan a través de este espacio político que se presenta como un partido de *lo nuevo*, su composición ideológica y sus mundos sociales de pertenencia. Sin embargo, los trabajos de este equipo no tienen en cuenta el análisis del discurso político como campo interdisciplinar.

En lo que hace a la ciencia política, Mauro y Brusco (2016) exploran la trayectoria del partido Propuesta Republicana (PRO) a partir de un análisis de las estrategias electorales en la Provincia de Buenos Aires (2005-2015) que se limita a una periodización sobre las dinámicas coalicionales dentro del sistema político bonaerense y argentino, pero no abordan el período de gobierno nacional de Cambiemos.

Annunziata, Ariza y March (2018) adoptan el enfoque de la etnografía virtual para elaborar un archivo de las publicaciones de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal en sus cuentas oficiales de Facebook, Twitter e Instagram con el que llevan a cabo un análisis de contenido acerca de las estrategias de proximidad en el uso de estas redes sociales. No obstante, nuestra investigación no se sitúa en el plano de la recepción, sino que nos ubicamos *en la producción* (Verón, 1993). Annunziata (2018) en una etnografía digital sobre las estrategias de proximidad empleadas por Mauricio Macri durante la campaña electoral y su primer año de gobierno (2015-2016) analiza el modo en que los timbreos y las visitas a ciudadanos son presentadas en las redes sociales en tanto espacios de visibilidad y difusión en los que se vehiculiza la proximidad. Esto le permite elaborar una serie de tipologías de la

presencia (protocolar, taumatúrgica, de escucha, de empatía) de los políticos en el territorio a partir de la variable de representación carismática y anti-carismática.

Casullo (2019) desde un enfoque sociocultural y performático indaga en las transformaciones en torno a las estrategias discursivas de Mauricio Macri teniendo como eje la dimensión mítica del populismo. En efecto, la autora señala el empleo de una estrategia populista por parte del líder de Cambiemos en su acceso a la Presidencia de la Nación.

Del relevamiento de antecedentes es necesario remarcar que la mayoría de las investigaciones realizadas no han avanzado en el análisis y la sistematización de la totalidad del período de gobierno de Cambiemos (2015-2019) ya que, como podemos observar, han centrado su interés en el análisis de los períodos electorales, de imágenes y de circulación en redes sociales o, en caso contrario, se inscriben en proyectos más amplios que exceden el período que pretendemos abordar. En efecto, también detectamos una dificultad metodológica al respecto del análisis del discurso político en redes sociales como Facebook y Twitter cuando se pretende afrontar períodos de gobierno, ya que nos chocamos con la imposibilidad de acceder a la totalidad de los datos y con que su volumen no necesariamente conduce a un resultado exitoso de los objetivos estipulados, y que se requiere del conocimiento acerca del uso de métodos computacionales para la recolección y sistematización (Gindin y Busso, 2018). Considerando nuestro marco teórico-metodológico y el estado de la cuestión, nuestros aportes se orientan en dos direcciones: por un lado, se trata de avanzar en un análisis discursivo y en la sistematización de todo el período de gobierno de Cambiemos (2015-2019) que no ha sido trabajado desde el enfoque polifónico argumentativo; por otro lado, se trata de analizar los tipos de *ethos* que emergen en la discursividad macrista y su anclaje en la memoria discursiva durante el mandato presidencial 2015-2019, en tanto el *ethos* y la memoria discursiva se erigen como dos factores dentro de la construcción de identidades políticas.

III. Algunos parámetros en torno de las aristas teórico-metodológicas de la investigación

La presente investigación se desprende de un proyecto más amplio que llevamos a cabo a través del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) que tiene

como objetivo general el análisis de la configuración de la identidad y la hegemonía en la discursividad político-digital de Cambiemos durante el período 2015-2019². El abordaje metodológico es cualitativo y se basa en el análisis discursivo del total de discursos políticos entre el 10 de diciembre del año 2015 y el 10 de diciembre del año 2019. La construcción del corpus parte de la recolección de los discursos oficiales de Mauricio Macri en su rol de presidente de la República Argentina (2015-2019) publicados en la página oficial de la Casa Rosada³ (Corpus 1, compuesto por 636 discursos). No obstante, es pertinente aclarar que el análisis discursivo que llevamos a cabo se sitúa en el contexto de producción y concierne al plano lingüístico verbal dado que también pueden involucrarse otros planos semióticos desde diversas perspectivas.

Las metodologías y técnicas de investigación que aplicamos en nuestro trabajo tienen raíz en la disciplina del análisis del discurso que entiende al analista como un profesional con la capacidad de articular e interpretar diversos saberes por lo que “debe estar dispuesto a operar con materiales variados y a responder a problemas que pueden plantearle otros” (Narvaja de Arnoux, 2009: p. 19). Esta perspectiva se complementa con lo explicitado por Sigal y Verón (1988) ya que el interés del analista del discurso se encuentra en “la descripción de la configuración compleja de condiciones que determinan el funcionamiento de un sistema de relaciones sociales en una situación dada” (p. 13). Por lo tanto, la práctica del análisis de los discursos sociales resulta indispensable no sólo como vía de acceso a los universos simbólicos e imaginarios, sino también para identificar la estructuración discursiva de los comportamientos sociales. De este modo, hacemos uso de la caja de herramientas que nos ofrecen los estudios del discurso provenientes del análisis del discurso (Angenot, 2010; Courtine, 1994; Foucault, 1970; Narvaja de Arnoux, 2009, 2019; Montero, 2009, 2012a, 2016, 2018; Pêcheux, 1984), las teorías de la enunciación desde su enfoque polifónico-argumentativo (Amossy, 1999, 2018; Bajtín, 1979; Maingueneau, 2002, 2004, 2010) para abordar su relación con la memoria sobre el pasado reciente (Arfuch, 2014, Bermúdez, 2015; Montero, 2012b; Jelin, 2004, 2017). Es así, que la operatividad de estos enfoques radica en las nociones acerca de los fundamentos teóricos para el estudio de la presentación de sí mismo, la temporalidad histórica y las relaciones y regularidades al

²https://www.conicet.gov.ar/new_scp/detalle.php?id=57144&keywords=Emmanuel%2BPerez%2BZamora&datos_academicos=yes

³<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

interior de las formaciones discursivas que hacen parte de las aristas que constituyen a las identidades políticas. En este sentido, la clave para el analista del discurso radica en “cómo selecciona las huellas, o por qué a algunas de esas huellas las considera indicios reveladores de alguna regularidad significativa o de los cuales puede inferir un origen o causa, o en términos más generales, cómo aparece el vínculo caso/regla” (Narvaja de Arnoux, 2009: p. 21).

En sintonía con lo anterior, la operatividad de las categorías de análisis que tomamos parte de la definición de identidad política que brinda Aboy Carlés (2001) quien la entiende como:

conjunto de prácticas sedimentadas, configuradoras de sentido, que establecen, a través de un mismo proceso de diferenciación externa y homogeneización interna, solidaridades estables, capaces de definir, a través de unidades de nominación, orientaciones gregarias de la acción en relación a la definición de asuntos públicos (2001: p. 54).

Esto nos permite tener en cuenta no sólo la tensión entre las alteridades que compiten en la esfera pública digital y la tradición histórica de Cambiemos como unidad de referencia, sino también los modos en que se configura la memoria discursiva a partir de los relatos sobre el pasado y de las fórmulas o consignas, ya que toda identidad política “se constituye en referencia a un sistema temporal en el que la interpretación del pasado y la construcción del futuro deseado se conjugan para dotar de sentido la acción presente” (2001: p. 68). Ahora bien, es en este punto que nos resulta indispensable la articulación de esta perspectiva con el enfoque polifónico-argumentativo como vía de acceso a la descripción del sentido y a la materialidad lingüística en la que se enmarca todo proceso de disputa política (Montero, 2012a).

Por otro lado, la noción de *ethos* es una categoría compleja que fue abordada por diversos autores (Amossy, 1999, 2018; Aristóteles, 1967; Ducrot, 1984; Ducrot y Anscombe, 1988; Maingueneau, 2002, 2004, 2010; Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1970) y es fundamental en lo que refiere a la construcción identitaria. En la *Retórica* de Aristóteles (1967) el *ethos* consistía en la construcción de un discurso capaz de lograr una buena imagen de sí mismo para convencer al auditorio y ganar su confianza mediante el efecto de discurso.

Desde las Teorías de la Argumentación contemporáneas, Perelman y Olbrechts-Tyteca (1970) consideran que todo proceso lingüístico conlleva emociones con el fin de conmover a los interlocutores. Desde el enfoque polifónico-argumentativo, Ducrot (1984) conceptualiza el *ethos* como aquello que se muestra en el acto de enunciación ya que “está ligado a L, el hablante en tanto tal: en tanto que es él el origen de la enunciación que se ve dotada de ciertos caracteres y que, como una consecuencia, vuelven esta enunciación ya sea aceptable o reprochable” (p. 201). Para Maingueneau (2002, 2010) la noción de *ethos* moviliza la afectividad del destinatario y se encuentra íntimamente ligada a los tres niveles de la escena de enunciación (escena englobante, escena genérica, escenografía) que nos permite entender a la escenografía como “la escena del habla que presupone el discurso para poder ser enunciado y que a su vez debe validar a través de la misma enunciación” (p. 211). Amossy (1999, 2018) introduce las categorías de “estereotipo” y “campo” en la noción de *ethos* lo que nos permite tener en cuenta no sólo la posición sociopolítica y el estatus del locutor en tanto *ethos previo*, sino también el modo en que el “yo” se extiende y se amplía en un “nosotros” para proporcionar una imagen de grupo que da lugar a la construcción de un *ethos colectivo*. En este sentido, la complejidad de esta noción nos permitirá caracterizar los tipos de *ethos* y las escenografías que emergen en la discursividad macrista.

Es así como en el presente artículo nuestra unidad de análisis está conformada por el Corpus 1 que mencionamos más arriba y que comprende los discursos oficiales de Mauricio Macri en su rol de presidente de la República Argentina (2015-2019) publicados en la página oficial de la Casa Rosada⁴. El filtro con el que se analiza este corpus responde a un doble objetivo íntimamente relacionado con la operatividad de las categorías expuestas: en primera instancia, caracterizar los tipos de *ethos* presentes en la enunciación de la discursividad macrista; en segunda instancia, analizar los modos en que se configura la memoria discursiva a partir de los relatos sobre el pasado y la caracterización de los tipos de *ethos*. En efecto, sostenemos como hipótesis que al *ethos managerial* de Cambiemos, se le articulan dos tipos de *ethos* discursivos vinculados al campo del *coaching* y de la cultura de la autoayuda; y que esta triangulación de los tipos de *ethos* se articula también en la memoria discursiva que configura Cambiemos. De este modo, la selección del material no busca llevar

⁴ <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

a cabo un análisis de la totalidad de los discursos oficiales de Mauricio Macri que retoman los nodos que planteamos sino observar dentro de un recorte los casos específicos en donde emergen los tópicos propuestos.

IV. El triángulo del cambio. Management, coaching y autoayuda.

Si bien la noción de *ethos* discursivo puede estar relacionada con la configuración de las identidades políticas resulta compleja y difícil de graficar dado el carácter intuitivo que refiere Maingueneau (2002, 2010). Un punto de partida para afrontar la problemática del *ethos* en el discurso macrista es el aporte de Montero (2018) en torno al atisbo de un *ethos managerial*. Como bien señala Amossy (2018), el *ethos* “muestra la forma en que el sujeto hablante construye su identidad integrándose en un espacio estructurado que le asigna su lugar y su rol” (p. 54), por lo que el *ethos managerial* está vinculado al ámbito social de pertenencia de una de las cadenas que compone Cambiemos: la empresarial. Asimismo, este tipo de *ethos* también guarda relación con una de las dificultades a la que hace referencia Maingueneau (2002) dado que el campo empresarial forma parte del *ethos prediscursivo* de Mauricio Macri.

Este *ethos prediscursivo* se encuentra vinculado a las representaciones que el público tiene acerca de Mauricio Macri a partir de su pasado empresario (Maingueneau, 2002). En efecto, esta figuración se basa en la capacidad de gestionar el conflicto y la incertidumbre presente en el pacto duda/incertidumbre, entre los gobernantes y la ciudadanía actual (Rosanvallon, 2007), a partir de una toma de decisiones típicamente *managerial* que, por un lado, oscila entre la prueba y el error; y por el otro, permite establecer un paraguas autorreflexivo y autocrítico de cara a su accionar: “¿Qué es emprender? emprender es una carrera de ideas, soluciones, innovaciones y también fracasos”⁵.

Desde una visión ampliada del *ethos* pueden generarse redes entre la presentación de sí y la configuración de identidades políticas ya que como argumenta Amossy (2018) “la presentación de sí permite al locutor construir una o varias identidades en dinamismo de la interacción” (p. 57). Por lo tanto, el punto de iniciación que marca Montero (2018) nos permite poner en evidencia dos tipos nuevos de *ethos* en base a la hipótesis planteada: por

⁵<https://www.casariosada.gob.ar/informacion/discursos/44139-el-presidente-mauricio-macri-en-la-entrega-del-premio-emprendedor-del-ano>

un lado, un *ethos coach* y, por otro lado, un *ethos terapéutico*, que al encontrarse íntimamente ensamblados al *ethos mánager* abonan el terreno para esgrimir los interrogantes acerca de cómo se configura en ese discurso la figura del enunciador y la de sus destinatarios y a qué sujeto le habla Mauricio Macri.

Macri de la mano de su sociólogo personal Jaime Durán Barba (2006), visualiza una sociedad emocional en la que el lazo de representación es de individuo a individuo: “La relación con el elector es cada vez menos racional [...] La relación del elector con el candidato está plagada de emociones, resentimientos, prejuicios regionales, raciales y de todo orden, pero es, ante todo, una relación entre individuos” (p. 115). De este modo, concibe a un sujeto herido emocionalmente, íntimo y hogareño en la búsqueda de quien pueda canalizar sus sueños e intereses particulares: “Quiero una Argentina unida y lo mismo me decían todos aquellos argentinos que me abrieron las puertas de sus hogares, que me abrieron sus corazones, que compartieron conmigo sus dudas, sus miedos y sus angustias”⁶.

Decíamos que dos son los tipos de *ethos* que interactúan con el componente *managerial* de Cambiemos. El primero es un *ethos coach* que a diferencia del *ethos manager* se centra en lo motivacional, en la mejoría y el acompañamiento de la autotransformación del individuo: “Y estoy abierto para recibir todas las mejoras que ustedes tengan para introducir; es más, quiero lo mejor de cada uno de ustedes para darle lo mejor a los argentinos”⁷. El coach ontológico si bien hoy es una figura tercerizada dentro del ámbito de la administración empresarial y que no tiene incidencia en la toma de decisiones o en la elaboración de estrategias, permite mejorar, aceptar y transformar la cultura organizacional. De este modo, Macri se presenta a sí mismo como el entrenador con las aptitudes para guiar la propia aventura elegida por cada individuo, diagnosticar la situación y así sacar lo mejor de ellos mismos:

Este diagnóstico no debe servirnos para deprimirnos ni siquiera para enojarnos (afirma Macri), tiene que servir para que tomemos conciencia de la magnitud del desafío que tenemos por delante. Pero sobre todo, para reafirmar que somos mejores que esto, somos mejores que la vida que

⁶<https://www.casariosada.gob.ar/informacion/discursos/35651-palabras-del-presidente-mauricio-macri-en-la-134-apertura-de-sesiones-ordinarias-del-congreso>

⁷<https://www.casariosada.gob.ar/informacion/discursos/35651-palabras-del-presidente-mauricio-macri-en-la-134-apertura-de-sesiones-ordinarias-del-congreso>

llevamos. Los argentinos juntos podemos lograr superar cada uno de estos problemas. No estamos condenados a vivir mal, a vivir tensos, a vivir con miedo e inseguridad⁸.

La imagen que se proyecta es la de un *coach* ontológico que guía al sujeto para alcanzar la autotransformación que se necesita para lograr superarse, para convertirse en un empresario de sí mismo y así alcanzar la libertad financiera. No obstante, este proceso de autoayuda financiera no deviene en una cuestión meramente económica o legal, si no que el individuo debe estar decidido a dominar sus temores, prejuicios, fracasos y debilidades: “si fuese por una cuestión de leyes, saquemos en vez de una ley para conservar lo que tenemos, una que diga que por ley somos todos felices y ya está, ya lo resolvimos” propone Macri en otro discurso⁹.

El segundo es un *ethos terapéutico* en el que Macri se figura como el transmutador de las energías, las vibraciones y las emociones de los argentinos:

Así que hay que hacer, sentir, como dijo Mauricio, sentir la angustia del otro pero no para quedarnos angustiados; para transformar esa angustia, ese dolor, esa necesidad en nuestra angustia, nuestro dolor y nuestra necesidad para una respuesta concreta que tiene que llegar, que tiene que hacerse realidad, exhorta María Eugenia Vidal en una alocución de abril de 2016¹⁰.

De este modo, se presenta a la figura de Macri como el ingeniero emocional que desea encauzar una negatividad que se arrastra desde el pasado: “Me gustaría poder hoy decirles que voy a construir un inmenso puente que nos lleve de las frustraciones, de las amarguras del pasado a la alegría de construir ese futuro maravilloso”, comenta él mismo¹¹.

⁸<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/35651-palabras-del-presidente-mauricio-macri-en-la-134-apertura-de-sesiones-ordinarias-del-congreso>

⁹<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/40660-palabras-del-presidente-macri-en-la-celebracion-del-dia-del-trabajo>

¹⁰<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/36061-palabras-del-presidente-mauricio-macri-y-la-gobernadora-maria-eugenia-vidal-en-el-cck>

¹¹<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/35651-palabras-del-presidente-mauricio-macri-en-la-134-apertura-de-sesiones-ordinarias-del-congreso>

Lo que está en juego para Macri es la capacidad que tenga la sociedad de transformar lo negativo en positivo, en otras palabras, de llevar a cabo una “revolución de la alegría”¹².

Sabemos que el *ethos* posee una doble determinación; por un lado, una serie de reglas discursivas instituidas y, por otro lado, los imaginarios sociales que responden a los patrones culturales de nuestra sociedad (Amossy, 2018). En relación con lo anterior, podemos argumentar siguiendo a Maingueneau (2002) que Mauricio Macri convoca a los destinatarios de su discurso a partir de una “escena de enunciación”. En primer lugar, la *escena englobante* que corresponde al discurso político. En segundo lugar, los diversos géneros del discurso o *escenas genéricas* que en nuestro caso hacen alusión a la cultura de la autoayuda, el coaching y el management. En tercer lugar, la construcción de *escenografías* en las que la figura de Mauricio Macri se erige como la de un ingeniero emocional. En efecto, los géneros discursivos que circulan y se instituyen en una sociedad específica son relevantes al momento de analizar tanto el *ethos* discursivo como las escenografías que allí se edifican:

Entre los géneros “instituidos”, sean monologales o dialogales, los participantes ocupan roles preestablecidos que permanecen estables en el curso del evento comunicativo y siguen reglas, más o menos precisas, en el desarrollo de la organización textual (Maingueneau, 2002: p. 95).

En efecto, la literatura de autoayuda (casos como “Padre rico, padre pobre” de Robert Kiyosaki (1997) o “La inteligencia emocional” de Daniel Goleman (1995) como género instituido es uno de los eslabones dentro de las transformaciones que presenta Argentina en los últimos veinte años. Según datos de la Cámara Nacional de Libro (2019) el 3% de la totalidad de los libros editados en Argentina pertenecen al género de autoayuda, mientras que el relevamiento realizado mediante la Encuesta Nacional de Consumos Culturales del Sistema de Información Cultural de Argentina (2013) arroja que un 23% consume este tipo de libros.¹³ Esto contribuye en términos de Angenot (2010) a la ampliación del discurso social¹⁴ entendido como “los sistemas genéricos, los repertorios tópicos, las reglas de

¹² <https://www.telam.com.ar/notas/201511/125794-macri-elecciones-revolucion-alegria.php>

¹³ http://argentinainvestiga.edu.ar/noticia.php?titulo=libros_de_autoayuda_un_genero_de_epoca&id=3108

¹⁴ El discurso social también es definido por Angenot (2010) como “todo lo que se dice y se escribe en un estado de sociedad, todo lo que se imprime, todo lo que se habla públicamente o se representa hoy en los medios electrónicos. Todo lo que se narra y argumenta, si se considera que *narrar* y *argumentar* son los dos grandes modos de puesta en discurso” (2010, p. 21).

encadenamientos de enunciados que, en una sociedad dada, organizan lo *decible* -lo narrable y opinable- y aseguran la división del trabajo discursivo” (p. 21). De esta manera, la diversidad del género de la autoayuda y su expansión dentro de los consumos culturales vigentes, así como también las prácticas de coaching, van sedimentando una hegemonía discursiva que podemos observar en el carácter heteroglósico, dialógico e interdiscursivo (Bajtín, 1979) de los enunciados en el discurso macrista. Es así, que estos enunciados que “dialogan” con el campo del *management*, el *coaching* y la cultura de la autoayuda son síntomas de un momento histórico que echa raíz en el discurso político dado que la hegemonía discursiva puede ser entendida como:

un conjunto de mecanismos unificadores y reguladores que aseguran a la vez la división del trabajo discursivo y un grado de homogeneización de retóricas, tópicos y doxas transdiscursivas. Sin embargo, esos mecanismos imponen aceptabilidad sobre lo que se dice y se escribe, y estratifican grados y formas de aceptabilidad (Angenot, 2010: p. 31).

En efecto, esta estratificación y grado de aceptabilidad del género de la autoayuda también le permiten a Mauricio Macri delimitar la frontera de alteridad. Cuando se genera una distorsión en la arena pública hay disputas y si hay disputas, hay conflicto. La dicotomización, la polarización y el descrédito hacia el otro son tres rasgos presentes en todo discurso polémico (Montero, 2016). En este sentido ¿cómo construye al adversario el discurso macrista? Cambiemos establece una dicotomización y una polarización moral y emotiva del adversario:

Nuestros verdaderos enemigos son la resignación, la indiferencia, y necesitamos de todos, unidos, porque los argentinos unidos somos imparables para derrotarlos con coraje, con entusiasmo, con fuerza y así dar lugar a esta Argentina que tanto soñamos y nos merecemos, explicaba Macri en la apertura del período de sesiones ordinarias del Congreso de marzo de 2018¹⁵.

¹⁵ <https://www.caserosada.gob.ar/informacion/discursos/42114-mensaje-del-presidente-mauricio-macri-en-la-apertura-del-136-periodo-de-sesiones-ordinarias-del-congreso>

De esta manera, la polarización se construye emocionalmente desde un nosotros (“la fuerza”, “el entusiasmo”, “el coraje”, “la alegría”) contra un ellos (“la resignación”, “la indiferencia”, “las amarguras del pasado”). En su libro *La salvación del alma moderna: terapias, emociones y cultura de la autoayuda*, Eva Illouz (2010) argumenta que un modo de ejercer el poder hacia el otro dentro de la relación entre management y cultura de la autoayuda es a partir del control emocional. El control emocional clasifica y genera una desacreditación psíquica y social en los otros que implica en primera instancia la capacidad de controlar las propias emociones. Las emociones no se racionalizan ya que las cubre otro tipo de temporalidad: actúan de forma inmediata. La cultura de la autoayuda genera así un agujero negro capaz de ejercer un efecto centrípeto en cada una de las esferas de la vida social. En síntesis, el *ethos coach* y el *ethos terapéutico* establecen: a) un liderazgo discreto por la vía de una influencia imperceptible más que de la persuasión; b) una relación de proximidad menos agresiva y forzada que actúa por la vía del sesgo optimista y; c) un terreno que se abona y se trabaja mientras el autodesarrollo da sus frutos.

V. Los usos macristas de la memoria. Del emprendedorismo popular al emprendedorismo patriótico

Todo discurso político busca desde el presente tejer un hilo que genere un nexo entre la puerta de entrada hacia el pasado y la salida hacia el futuro. La noción de *memoria discursiva* planteada por Courtine (1994) resulta operativa para esclarecer qué es lo que buscamos en el abordaje de los usos macristas de la memoria ya que este concepto “concierno a la *existencia histórica del enunciado* en el seno de prácticas discursivas reguladas por aparatos ideológicos” (p. 6).

Así, la *memoria discursiva* se encuentra íntimamente relacionada con las *formaciones discursivas* de Foucault (1970) en las que se establecen ciertas regularidades dentro de un sistema de dispersión de enunciados que emergen, se modifican, se transforman, se desplazan, en determinados discursos de época. No obstante, estas *formaciones discursivas* materializan el sentido que siempre se encuentra sometido a la disputa, al conflicto, al interdiscurso y a la posición ideológica del enunciador en un momento histórico dado (Pêcheux, 1975)

Como mencionamos más arriba deviene necesario pensar que la configuración de una identidad política descansa sobre una temporalidad y una tradición política en particular que busca ser recuperada en la disputa del sentido común a partir de interpretaciones del pasado y de los horizontes de futuros posibles (Aboy Carlés, 2001; Montero, 2012b). Esto lleva a hacer foco no sólo en cómo se narra la memoria histórica sino también en la perspectiva de futuro que programa el enunciador. Por consiguiente, nos abre la puerta hacia el interrogante acerca de cómo se representa en el discurso macrista la memoria discursiva o la construcción narrativa entre el bricolage del *management*, el emprendedorismo y la autoayuda.

Como sabemos en el relato hay escenografías, géneros discursivos y *ethos* que abonan la construcción del liderazgo político. Por lo tanto, esa “alegría de saber que somos la generación que está cambiando la Argentina para siempre” debe anclarse en un pasado histórico reciente cuyas interpretaciones siempre se encuentran:

sujetas a ciertas reglas y límites que definen lo decible, lo pensable y lo debatible en un determinado momento histórico, el pasado es un terreno simbólico plástico, maleable, abierto e indefinido, siempre al alcance de los intereses, las ideologías y las luchas por el presente (Montero, 2012b: p. 78).

El relato político supone, desde el punto de vista de D’adamo y Beaudoux (2013), configurar historias que movilicen, seduzcan, evoquen, generen adhesiones (como también rechazos) y contribuyan de este modo a generar una identidad que desde el punto de vista de la memoria podemos decir que se encuentra en permanente disputa o en un interjuego entre los sedimentos y las erosiones dado que como argumenta Jelin (2017), “la continuidad en las imágenes y sentidos del pasado, o la elaboración de nuevas interpretaciones y su aceptación o rechazos sociales, producen efectos materiales, simbólicos y político, e influyen en las luchas por el poder” (p.18). El liderazgo necesita de relatos. Ahora bien, la cuestión radica en de qué modo se inscriben estos tipos de *ethos* en la memoria del discurso macrista.

En este sentido, dentro de la arquitectura emocional de Cambiemos podemos detectar dos tipos de narraciones en las que echa raíz el espíritu emprendedor. Una primera

arista de esta memoria emprendedora tiene que ver con la herencia meritocrática de aquella generación inmigrante que descendió desde los barcos:

Y yo les digo (arengaba Macri luego de ser electo presidente, el 22 de noviembre de 2015) este país maravilloso que tenemos es uno de los países del mundo con más espíritu emprendedor y ya se los he dicho, hay una razón: la razón es que nuestros abuelos, nuestros padres, cruzaron un océano en barco sin tener el Twitter, el Facebook o el celular, sin saber qué iban a encontrar y vinieron a nuestro continente y a nuestro país buscando una oportunidad y se radicaron a lo largo y a lo ancho del país y construyeron una etapa maravillosa en la Argentina y ahora nos toca a nosotros continuar esa posta¹⁶.

Por otro lado, el 25 de mayo de 2016 en un acto de inauguración de una planta nacional de electrodomésticos Drean en Córdoba, Mauricio Macri dijo:

Y si no miren esta fábrica, en 1949, cuando todavía ni siquiera mi mamá conocía a mi papá, ya este señor, en este lugar, - donde ni siquiera había llegado la electricidad – decidió confiar en sus ideas y en ustedes [...] Y hoy, con mucho orgullo, me invitan a esta nueva línea de producción de lavarropas, con wifi. Mi abuela si volviese, por un instante, diría: “bueno, ¿pero esto es un plato volador o un lavarropas?”. Mi abuela se llamaba – Américo – Argentina, mira qué nombre. Ella fue de las primeras que me inculcó el valor de la verdad, el valor de confiar en los demás para que los demás confíen en uno, y ella se sorprendió con el primer lavarropas, porque ella empezó con la tabla. Y se sorprendería mucho con lo que somos capaces de hacer los argentinos, cuando nos ponemos a trabajar en conjunto, privilegiando el interés del conjunto, no pensando en el sálvese quien pueda, sino en pensando en una Argentina que se desarrolle en forma integral, y que es realmente previsible, que tiene reglas del juego claras, donde esa confianza se fortalece día a día, y crece como un árbol por cientos de años y no a partir de arbitrariedades, de caprichos, sino estableciendo relaciones creíbles y confiables, estableciendo diálogo entre

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=pwRLgAMri68>

todos, trabajando juntos, independientemente a qué partido político pertenezcamos¹⁷.

En efecto, estos dos tipos de relatos pueden inscribirse dentro de lo que Montero (2012b) denomina el *pasado rememorado* en tanto predomina la subjetividad de quien enuncia a través del “yo”, de la experiencia de vida, el testimonio, la intimidad a partir de un pasado emprendedorista y popular en la que el enunciador se inscribe. Esta memoria de la herencia meritocrática (“vinieron a nuestro continente y a nuestro país buscando una oportunidad y se radicaron a lo largo y a lo ancho del país y construyeron una etapa maravillosa en la Argentina”) también guarda relación con lo que Candau (2002) llama *marcos sociales de la memoria* los cuales, “integran antiguos recuerdos que orientan la construcción de los nuevos” (p. 65), de modo que se genera un interjuego entre la memoria individual y la memoria colectiva.

El tono narrativo característico del pasado *rememorado* se puede observar en las anécdotas familiares que enuncia Mauricio Macri (“Mi abuela se llamaba Argentina”, “Fue ella la que me inculcó el valor de la verdad”) y esto también esgrime un cruce entre lo biográfico y lo memorial que se asienta en lo que Arfuch (2014) denomina *intimidad pública* en tanto síntoma de nuestro presente que difumina la frontera entre la “esfera privada” y la “esfera pública”. La apertura que Mauricio Macri hace de su “espacio biográfico” busca afirmar una identidad colectiva que teje hilos con un pasado reciente de ascenso social basado en la meritocracia que busca la unión entre “quienes vivieron personalmente el evento o período que se recuerda, y quienes son parte de un cuerpo colectivo que comparte una base de saberes culturales a través de complejos procesos de identificación, pertenencia y transmisión” (Jelin, 2004: 150).

Jelin (2004) argumenta que ciertas fechas públicas como pueden ser las “fechas patrias” no sólo se relacionan con la cuestión de la memoria, sino que también se encuentran sujetas a la disputa por su sentido que deriva en una situación conflictual:

Las memorias sociales se construyen y establecen a través de prácticas y de “marcas”. Son prácticas sociales que se instalan como rituales; marcas

¹⁷ <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/40661-palabras-del-presidente-macri-en-la-recorrida-por-la-planta-nacional-de-electrodomesticos-drean-en-cordoba>

materiales en lugares públicos e inscripciones simbólicas, tales como los calendarios [...] Pero las marcas e inscripciones no están cristalizadas una vez que fueron instaladas. Su sentido es apropiado y resignificado por actores sociales diversos, de acuerdo a sus circunstancias y al escenario político en el que se desarrollan (pp. 142-143).

En relación con lo anterior, la cuestión de la hegemonía vuelve a emerger dado que en los usos de la memoria macrista se da una disputa por el sentido y la interpretación de las fechas patrias ya que como explicita Montero (2012b):

el sentido del pasado es siempre producto de una lucha por la interpretación y hegemonización de los acontecimientos pretéritos, y surge de narraciones, relatos e interpretaciones discursivas que crean performativamente efectos políticos en el presente (p. 79).

Esto nos da el pie para hacer referencia a la segunda arista de esta memoria emprendedora que tiene su polo de atracción en los acontecimientos patrióticos, como podemos observar en la valorización que hace Macri de la figura de Belgrano en 2017:

...no sólo porque creó la Bandera y porque luchó por nuestra libertad, sino porque fue un incansable trabajador por el futuro de nuestra Nación, innovador, emprendedor, una persona que reunía muchísimas cualidades era abogado, economista, traductor, militar, diplomático, y no se dejó atrapar por reglas arcaicas y tradiciones de España y las colonias, él siempre fue un adelantado¹⁸.

Asimismo, el 10 de julio de 2019 en su último acto por el Día de la Independencia como presidente de la Nación, Macri explicitó:

Pasaron muchos años desde aquella época, hoy los argentinos estamos empezando a transitar nuestro tercer siglo de vida, pero más que nunca tenemos que aprender de quienes estuvieron en esta casa en 1816. Más

¹⁸ <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/39845-el-presidente-mauricio-macri-en-el-acto-por-el-dia-de-la-bandera>

que nunca, tenemos que crear nuestro futuro, por nosotros y por los que vienen después. Más que nunca, tenemos que trabajar más allá de nuestras diferencias, encarando los problemas de frente y sin miedo. No hace falta que les diga que ninguna transformación de raíz es fácil, los argentinos lo sabemos muy bien. Y sabemos que podemos lograrlo si lo hacemos de buena fe, sentándonos en una mesa a dialogar, escuchándonos, y siempre, siempre recibiendo lo aportes de los que más saben en cada tema. Podemos lograr lo que queremos si cada uno de nosotros decide ver más allá de su propio interés y aportar a nuestro futuro común. Hagámoslo por nuestros hijos, por nuestros nietos y por nosotros mismos. Hagámoslo por ese amor que sé que todos tenemos por nuestra Argentina, nuestra Argentina. No había superhéroes en 1816, tampoco los hay hoy, somos personas de carne y hueso, ciudadanos comprometidos que podemos unir nuestro entusiasmo y nuestras capacidades por este gran sueño que es Argentina¹⁹.

Como podemos observar en los fragmentos anteriores, Mauricio Macri construye una memoria basada en un emprendedorismo patriótico a partir de una selección de acontecimientos que por consiguiente genera también olvidos (Bermúdez, 2015). De este modo, figuras como la de Manuel Belgrano o quienes firmaron la Declaración de Independencia, son resignificadas como “emprendedores” que siempre apostaron al “futuro”, atravesados por cualidades y atributos positivos, pero también por emociones como el miedo, el entusiasmo. En efecto, Mauricio Macri desplaza y olvida las acciones y gestas patrióticas para focalizarse en aquellos rasgos que humanizan a las figuras mencionadas. Esta lógica de los “acontecimientos patrios” vinculados al *ethos emprendedor* en pos de generar memoria, es posible a partir de la posición presidencial de Mauricio Macri y de Cambiemos como grupo ya que “aquellos que logran una posición dominante pueden oficializar su memoria, o sea, convertirla en *Historia* -y, como correlato, condicionar o directamente despojar a otros grupos de la posibilidad de narrarse a sí mismos-” (Bermúdez, 2015: 232).

¹⁹ <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/45769-el-presidente-mauricio-macri-encabezo-el-acto-por-el-dia-de-la-independencia>

En relación con lo anterior, el *ethos emprendedor* como parte del *core* partidario que tracciona tanto la facción empresarial como la facción vinculada a las ONG y su anclaje en la memoria histórica le permite a Cambiemos “construir un horizonte de polis emprendedora, no atravesada por conflictos, en cuyo marco lo más importante es la realización individual en compromisos flexibles” (Vommaro, 2017: 9). De este modo, Cambiemos plantea en su construcción de la memoria un enroque entre un emprendedorismo popular y un emprendedorismo patriótico que estructura un relato político basado en símbolos (“creación de la Bandera”), valores (“lucha por la libertad”); y líneas argumentales basadas en la cultura popular (“nuestros abuelos y padres que cruzaron el océano buscando una oportunidad”). Así, el accionar emprendedor ya sea en el presente o en el pasado, siempre es una apuesta al futuro.

VI. Reflexiones finales

A lo largo de este trabajo caracterizamos los tipos de *ethos* presentes en la enunciación de la discursividad macrista para luego analizar los modos en que se anclan en la rememoración explícita de Cambiemos a partir de los relatos sobre el pasado. En este sentido, del análisis se desprenden una serie de reflexiones:

En primer lugar, teniendo en cuenta que la noción de *ethos* es dinámica y le permite a quien enuncia la posibilidad de superponer diversas identidades encontramos dos tipos de *ethos* que se suman al *ethos managerial*, en este caso relacionados con la figura del *coach* ontológico (*ethos coach*) y con la cultura de la autoayuda (*ethos terapéutico*) que forman un tridente discursivo y es a través de la óptica de este que se interpreta el pasado histórico. No obstante, las identidades políticas también cuentan con la construcción de un futuro deseado que las dota de movilidad y sentido. Entonces ¿cuáles son los argumentos a través de los que el discurso macrista busca moldear el cambio sociocultural de cara al futuro? El 16 de septiembre del año 2019 ya con la derrota en las PASO a cuestas, Macri expresó en un acto de presentación en el Regimiento de Granaderos a Caballo General San Martín: “Los

invito a seguir encarnando este cambio cultural juntos, poniendo el foco en lo que nos une, defendiendo los valores y todo lo que podemos construir”²⁰.

En segundo lugar, consideramos que el análisis realizado deja abierto el interrogante acerca de cómo opera la conjunción de estos tres tipos de *ethos* en vinculación con el cambio cultural que busca Cambiemos. En *¿Cambiamos? La batalla cultural por el sentido común de los argentinos*, Paula Canelo (2019), afirma que ésta “mística del cambio” hace alusión a la apuesta por un “cambio cultural” que conllevó a que Cambiemos trabajara “sobre nuestro sentido común, sobre el conjunto de significados y creencias que tendemos a compartir y que organizan nuestra vida en sociedad” (2019: p. 22). Cambiemos optó por la vía más ardua que es la del cambio sociocultural, un cambio que pareciera no ser desde abajo hacia arriba si no que a fuerza de mística, creencias y emociones busca con paciencia la autotransformación interna de cada individuo. Así, el 2019, lejos de devenir en el año del fracaso, emerge desde un nuevo sentido como el año del comienzo:

Los argentinos van a contar siempre conmigo (asegura Macri un mes antes de dejar la presidencia) y confío en que vamos a seguir defendiendo las transformaciones que logramos juntos, confío en ustedes, en todos, confío en nuestro futuro [...] Por eso les quiero decir que no sólo confío, sino que esto recién empieza²¹.

En tercer lugar, si bien podemos observar que la interpretación del pasado histórico que realiza el discurso macrista a través de los tres tipos de *ethos* tiene una proyección hacia el futuro, desde el punto de vista de Wasserman (2021) esto abre el interrogante acerca de cómo se está transformando la temporalidad en tanto afecta a las prácticas discursivas políticas. De este modo, consideramos que, lejos de ser una fuerza política desinteresada por el pasado, la cuestión de si hay un relato histórico macrista no radica sólo en poner énfasis en el carácter de clichés deshistorizados en lo que a usos del pasado se refiere, si no en qué pasado busca sedimentar la discursividad de Cambiemos, en función del cambio cultural que espera lograr.

²⁰ <https://www.casarosada.gob.ar/slider-principal/46241-macri-los-invito-a-seguir-encarnando-este-cambio-cultural-juntos>

²¹ <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/46513-el-presidente-mauricio-macri-en-el-150-aniversario-del-diario-la-nacion>

Referencias bibliográficas

- Aboy Carlés, Gerardo (2001). *Las dos fronteras de la democracia argentina: la reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*. Rosario: HomoSapiens Ediciones.
- Amossy, Ruth (1999). *La noción de ethos de la retórica al análisis del discurso*. Traducción de Juan Miguel Dothas para el Seminario "Introducción al Análisis del Discurso".
- Amossy, Ruth (2018). *La presentación de sí. Ethos e identidad verbal*. Buenos Aires: Prometeo.
- Angenot, Marc (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Annunziata, Rocío (2018). "Si viene, yo lo voto": la proximidad en timbreos y visitas de Mauricio Macri durante la campaña electoral y su primer año de gobierno (2015-2016). *Austral Comunicación*, 7 (1), pp. 57-90.
- Annunziata, Rocío, Ariza, Andrea, March, Valeria (2018). "Gobernar es estar cerca". Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 13 (24), pp. 71-93.
- Aristóteles (1967). *Retórica*. Buenos Aires: De Agostini.
- Arfuch, Leonor (2014). (Auto)biografía, memoria e historia. *Clepsidra. Revista Interdisciplinaria de Estudios sobre Memoria*, 1, pp. 68-81.
- Bajtín, Mijail (1979). *Estética de la creación verbal*. México D.F.: Siglo Veintiuno.
- Bermúdez, Nicolás (2015). La construcción kirchnerista de la memoria. *Linguagem e (Dis)curso*, 15 (2), pp. 229-247.
- Canelo, Paula (2019). *¿Cambiamos? La batalla cultural por el sentido común de los argentinos*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Candau, Joël (2002). Memorias y amnesias colectivas. En *Antropología de la memoria*, (pp. 56-86). Buenos Aires: Nueva Visión.
- Casullo, María Esperanza (2019). Mauricio Macri: de popular a populista, ¿de populista a conservador? En *¿Por qué funciona el populismo? El discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo en crisis*, (pp. 153-182). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Courtine, Jean Jaques (2006 [1994]). O tecido da memória: algumas perspectivas da trabalho histórico nas ciências da linguagem. *Polifonia*, 12 (2), 1-13. (Original en francés).
- D'Adamo, Orlando y García Beaudoux, Valeria (2013). Storytelling y comunicación política: el valor de un relato bien contado. En I. Crespo y J. del Rey (eds). *Comunicación política y campañas electorales en América Latina*, (pp. 55-68). Buenos Aires: Biblos.

- Dagatti, Mariano (2017a). "Pioneros de un nuevo mundo". El discurso de investidura del presidente argentino Mauricio Macri. *Conexão Letras*, 12(18), pp. 153-174.
- Dagatti, Mariano (2017b). *El partido de la patria. Los discursos presidenciales de Néstor Kirchner*. Buenos Aires: Biblos.
- Dagatti, Mariano y Onofrio, María Paula (2019). Visiones políticas. El sistema imaginario de Cambiemos (Argentina, 2015-2018). *Cuadernos.Info*, (44), pp. 79-98.
- De Ípola, Emilio (1982). *Ideología y discurso populista*. México: Folios Ediciones.
- De Ípola, Emilio (1997). *Las cosas del creer. Creencia, lazo social y comunidad política*. Buenos Aires: Ariel.
- Ducrot, Oswald (1984). *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Ducrot, Oswald y Anscombe, Jean Claude (1988). *La argumentación en la lengua*. Barcelona: Editorial Gredos.
- Durán Barba, Jaime y Nieto, Santiago (2006). *Mujer, sexualidad, internet y política. Los nuevos electores latinoamericanos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, Michel (1970). *La arqueología del saber*. México: Siglo Veintiuno.
- Gindin, Irene Lis y Busso, Mariana (2018). Investigaciones en comunicación en tiempos de big data: sobre metodologías y temporalidades en el abordaje de redes sociales. *AdComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 15, pp. 25-43.
- Gindin, Irene Lis (2016). *La construcción discursiva de la identidad política de Cristina Fernández de Kirchner durante su primera presidencia (2007-2011)* (Tesis de Doctorado). Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- Goleman, Daniel (1995). *La inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.
- Iglesias Illa, Hernán (2016). *Cambiamos. Mauricio Macri Presidente. Día a día la campaña por dentro*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Illouz, Eva (2010). *La salvación del alma moderna. Terapia, emociones y cultura de la autoayuda*. Buenos Aires: Katz.
- Jelin, Elisabeth (2004) "Fechas en la memoria social. Las conmemoraciones en perspectiva comparada". En *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 18, pp. 141-151.
- Jelin, Elisabeth (2017). *La lucha por el pasado. Cómo construimos la memoria social*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Kiyosaki, Robert (1997). *Padre rico, padre pobre*. Buenos Aires: Debolsillo.
- Laclau, Ernesto (1996). *Emancipación y diferencia*. Buenos Aires: Ariel.
- Maingueneau, Dominique (2002). Problemas de ethos. *Pratiques*, 113/114, pp. 55-67.
- Maingueneau, Dominique (2004). ¿Situación de enunciación o situación de comunicación? Paris: Université Paris XII. 2001, 3 (5), pp. 1-8.
- Maingueneau, Dominique (2010). El enunciador encarnado. La problemática del Ethos. Paris: Université Paris XII. *Versión*, (24), pp. 203-225.

- Mauro, Sebastián y Brusco, Paula (2016). Nuevos actores del sistema político argentino y la disputa subnacional. Las estrategias electorales del PRO en la Provincia de Buenos Aires (2005-2015). *Pasado Abierto. Revista del CEHis*, 3, pp. 43-64.
- Montero, Ana Soledad (2009). Puesta en escena, destinación y contradestinación en el discurso kirchnerista (Argentina, 2003-2007). *Revista Discurso y Sociedad*, 3(2), pp. 316-347.
- Montero, Ana Soledad (2012a). Los usos del ethos. Abordajes discursivos, sociológicos y políticos. *Rétor*, 3, pp. 223-242.
- Montero, Ana Soledad (2012b). *¡Y al final un día volvimos! Los usos de la memoria en el discurso kirchnerista (2003-2007)*. Buenos Aires: Prometeo.
- Montero, Ana Soledad (comp.) (2016). *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias*. Buenos Aires: Prometeo.
- Montero, Ana Soledad (2018). Gestionar la duda. La interpelación al paradestinatario en el discurso de Cambiemos (Argentina). *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 13(25), pp. 41-61.
- Narvaja de Arnoux, Elvira (2008). *El discurso latinoamericanista de Hugo Chávez*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Narvaja de Arnoux, Elvira (2009). *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Narvaja de Arnoux, Elvira (2012). *Unasur y sus discursos. Integración regional/ Amenaza externa/ Malvinas*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Pêcheux, Michel (1975). *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid: Editorial Gredos.
- Pêcheux, Michel (1999 [1984]). Papel da memoria. En P. Achard, J. Davallon, J.L. Durand, E. Orlandi y M. Pêcheux, *Papel da memória* (pp. 49-56). Campinas: Pontes.
- Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie (1970). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Pérez Zamora, Emmanuel (2018). Contradestinación inclusiva. El discurso de Macri y de Scioli en Facebook. *In Mediaciones de la Comunicación*, 13 (1), pp. 137-157.
- Pérez Zamora, Emmanuel (2018b). *Facebook como campo de lucha discursiva: hacia un análisis de los discursos políticos en torno del ballottage presidencial del año 2015 en la República Argentina* (Tesis de Grado). Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- Rancière, Jaques (2000). *El desacuerdo. Política y filosofía*. Buenos Aires: Nueva Vision.
- Rosanvallon, Pierre (2007). *La contrademocracia. La política en la era de la desconfianza*. Buenos Aires: Manantial.
- Sigal, Silvia y Verón, Eliseo (1988). *Perón o muerte*. Buenos Aires: Hyspamerica.
- Slimovich, Ana (2012). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri. En Carlón, M. y Fausto Neto, A. (comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*, (pp. 137-154). Buenos Aires: La Crujía.

- Slimovich, Ana (2014). El discurso macrista en Twitter. Un análisis sobre la campaña para la reelección del Jefe de Gobierno de Buenos Aires. *Revista de Estudios Políticos y Estratégicas*, 2(1), pp. 8-27.
- Slimovich, Ana (2017). La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. *Dixit*, 26(1), pp. 24-43.
- Slimovich, Ana (2018a). El macrismo y la oposición kirchnerista en las redes sociales en la campaña electoral de 2017. *Revista Científica de la RedCom*, 3(6), pp. 6-31.
- Slimovich, Ana (2018b). #TinelliMercenarioK. La mediatización del presidente argentino y los trolls macristas. *In Mediaciones de la Comunicación*, 13 (1), pp. 159-188.
- Verón, Eliseo (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En AA.VV. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11-26). Buenos Aires: Hachette.
- Verón, Eliseo (1993). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Vommaro, Gabriel y Morresi, Sergio. (edit.) (2015). *Hagamos equipo. PRO y la construcción de la nueva derecha en Argentina*. Buenos Aires: Ediciones UNGS.
- Vommaro, Gabriel, Morresi, Sergio y Bellotti, Alejandro (2015). *Mundo PRO. Anatomía de un partido fabricado para ganar*. Buenos Aires: Planeta.
- Vommaro, Gabriel (2017). *La larga marcha de Cambiemos. La construcción silenciosa de un proyecto de poder*. Buenos Aires. Siglo Veintiuno.
- Wasserman, Fabio (2021). *En el barro de la historia. Política y temporalidad en el discurso macrista*. Buenos Aires: Editorial SB.

Links

Libros de autoayuda: un género de época:

http://argentinainvestiga.edu.ar/noticia.php?titulo=libros_de_autoayuda_un_genero_de_epoca&id=3108

Fuentes

Discursos oficiales de la presidencia de Mauricio Macri (2015-2019):

<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos>

Canal oficial de la Televisión Pública Nacional:

<https://www.youtube.com/watch?v=pwRLgAMri68>