

Yo emprendo, tu emprendes, nosotros emprendemos: la categoría de “emprendedorismo” en el discurso de Mauricio Macri

Clara Inés Otermin Browne¹

Resumen. En el siguiente artículo se intentará demostrar la importancia que tuvo para el discurso político del expresidente argentino Mauricio Macri (2015-2019) la categoría de “emprendedorismo”. Para eso, se analizará su intervención en el acto realizado tras la promulgación de la Ley de emprendedores (2017) combinando tradiciones teóricas que se dedicaron al análisis del discurso político, a la comunicación política y elementos de la sociología weberiana y Bourdieu referidos al término “ethos”. Específicamente, se verá la forma en que fue utilizada esta noción para brindar definiciones acerca de su proyecto político-económico, de los distintos actores de la escena política y de su propia imagen. De esta forma, se busca contribuir al estudio del fenómeno del emprendedorismo en la Argentina contemporánea.

Palabras clave: emprendedorismo; análisis del discurso político; comunicación política; política argentina.

[es] I startup, You startup, We startup: the “entrepreneurship” category in Mauricio Macri’s speech

Abstract: The aim of this article is to demonstrate the importance of the word “entrepreneurship” in the political speech of Argentina’s ex-president Mauricio Macri (2015-2019). For that, his participation in the act which took place after the enactment of the Entrepreneurs law (2017) will be analyzed. The analysis consists in combining traditions of political speech analysis, political communication and elements of Weber’s and Bourdieu’s sociology related to the category “ethos”. The focus will be set on the way it was used to formulate definitions about his political economical-political project, about other actor of the political scene and his own image. In that way, it is pretend to contribute to the study of entrepreneurship phenomenon in contemporary Argentina.

Palabras clave: entrepreneurship; political speech analysis; political communication; argentinian politics.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Desarrollo. 3.1. Emprender es el camino. 3.2. La alegría de emprender. 4. Conclusiones. 5. Fuente. 6. Bibliografía.

Cómo citar: Otermin Browne, C. I. Yo emprendo, tu emprendes, nosotros emprendemos: la categoría de “emprendedorismo” en el discurso de Mauricio Macri, en *Mediaciones Sociales*, 20(2021) 1-8. <https://dx.doi.org/10.5209/meso.77184>.

Nota bibliográfica

Clara Inés Otermin Browne es una socióloga argentina, licenciada por la Universidad de Buenos Aires. Actualmente se encuentra realizando la Maestría en Teoría Política y Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Se desempeña como becaria UBACyT Maestría en el proyecto “Estructura social, cultural y religiosa de familias en CABA” dirigido por Fortunato Mallimaci y como profesora en la materia Historia Social Argentina de la Carrera de Sociología de la UBA. Se dedica a estudiar el vínculo entre creencias y economía en fenómenos como el emprendedorismo y el *trading*.

1. Introducción

Este artículo es el resultado de una investigación más amplia en la cual se rastrean los diferentes sentidos que adquiere actualmente la noción de emprendedorismo.

El término emprendedor aparece en la literatura clásica trabajado, principalmente, por Schumpeter (1985), para quien emprender implica combinar de manera innovadora los recursos existentes con el objetivo de propiciar el desarrollo económico. El análisis que realiza Ana Cristina Martes (2010) acerca de la noción de

¹ Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
Correo electrónico: claraob96@gmail.com

emprendedor en la sociología clásica y, específicamente en el citado autor, nos permite afirmar que es entendida como una función y no una condición permanente que pertenece a un individuo o un grupo. Esta definición difiere bastante de la que se difunde hoy en día en cierta literatura tanto *managerial* (Tobak, 2015) como de autoayuda económica (Kiyosaki & Lechter, 1998). Estas tienen en común presentar al emprendedorismo en oposición al trabajo en relación de dependencia. En general, ponen mayor énfasis en la valoración de la libertad que en el aumento de sus ingresos monetarios. A su vez, en este tipo de literatura se señala que son necesarias ciertas cualidades como valor y perseverancia. Estas resultan aún más importantes que el conocimiento específico que requiera el emprendimiento.

La figura del emprendedor ha tenido importancia en otros contextos como el desarrollo de la industria y el surgimiento del *management* durante el siglo XIX (Fariñas, S. y Cavia, M., 2019). Sin embargo, a la luz del nuevo contexto económico y social se renueva el interés por este fenómeno y sus implicancias en la actualidad.

La difusión de este término debe entenderse en relación con los cambios acaecidos en los lazos sociales a partir de la década de 1970. La teoría sociológica se sirvió de conceptos tales como modernidad reflexiva (Beck, Giddens y Lash, 1997) modernidad líquida (Bauman, 2003) o segunda modernidad (Beck, 2000) que intentan explicar el reposicionamiento del individualismo como consecuencia de un fuerte proceso de subjetivación. En términos estructurales, el proceso de desafiliación del mundo del trabajo que describe Robert Castel (1997) nos habla de un individuo que debe buscar nuevas formas de hacerse camino en una sociedad que ya no lo protege.

Asimismo, resultan de vital importancia los aportes de Michel Foucault para pensar la cuestión del emprendedorismo. En su texto *El nacimiento de la Biopolítica* (2007) el autor francés propone pensar al neoliberalismo como práctica de gobierno orientada a desplegar los mecanismos de mercado como principio de gobierno válido para todos los ámbitos de la vida. Sostiene que, en este contexto, los individuos deben convertirse en *empresarios si de mismos*. En este sentido, esta forma de gubernamentalidad promueve que los individuos sean responsables de sus decisiones y sus logros (Osborne, Rose, & Barry, 1996).

En la región latinoamericana, este proceso toma fuerza sobre todo a partir de la década de 1990, con la implementación de profundas reformas económicas de corte neoliberal que implicaron la desintegración de las instituciones y colectivos que anteriormente organizaban a la sociedad. En este contexto surgen partidos y espacios políticos denominados como “nuevas derechas” por parte de las ciencias sociales (Giordano, 2020) que incorporaron en su discurso la reivindicación del individuo por sobre lo colectivo.

En Argentina, la fuerza política PRO resulta el ejemplo paradigmático de estas nuevas derechas (Vommaro y Morresi, 2015). Asimismo, este espacio ha suscitado interés para las ciencias sociales por la importancia que le brindó a la comunicación en su estrategia política (Canelo, 2019; Vommaro, Morresi y Bellotti, 2015; Montero, 2018).

Cabe destacar que no es un fenómeno vinculado necesariamente con gobiernos de derecha. De hecho, las demandas de mayor autonomía en el trabajo y libertad en el uso del tiempo tienen su origen en relación a movimientos de izquierda y surgen en tanto crítica al sistema capitalista. No obstante, como señalan Luc Boltanski y Eve Chiapello (2010), este ha logrado incorporar las críticas y reinventarse en una versión más flexible y con mayor apertura a las subjetividades sin perder su capacidad de reproducción económica y dominación.

Como ya se dijo, se trata de un signo de época y por lo tanto estas lógicas permean en mayor o menor medida en la política pública de los diferentes gobiernos. Asimismo, existen experiencias de autogestión y emprendedorismo dentro de la economía social (Airala, 2018; Ciolli y Rodríguez, 2011; Valle Calánchez y Mezher, 2015) y por fuera de los límites de la economía formal (Gago, 2014). Sin embargo, el interés por el discurso de Mauricio Macri responde a que, como señala Paula Canelo (2019), Cambiemos se presenta como agente potenciador del proceso de individuación y no como mero síntoma. Otros estudios sobre este período han abordado el emprendedorismo en relación con el discurso político (Contreras, Gallo y Putero, 2018; Cabañas y Merlo, 2017; Vommaro, 2014 y Montero, 2018) y desde la esfera de la política pública (Ciolli y Rodríguez, 2011; Contreras, Gallo y Putero, 2018).

En este sentido, el objetivo de este artículo es analizar el uso de la categoría “emprendedorismo” por parte del líder de esta fuerza y presidente del país durante el período 2015-2019. Para eso, se analizará su intervención en el acto realizado en el CCK tras la promulgación de la Ley de emprendedores (2017) combinando tradiciones teóricas que se dedicaron al análisis del discurso político y a la comunicación política. El interés por este discurso en particular radica en que se da en el marco de la presentación de una política pública expresamente orientada a la promoción del emprendedorismo en oposición a una política de generación de empleo. Si bien la política pública en general viene siendo atravesada por el proceso de individuación desde finales del siglo pasado (Botticelli, 2017; Cena, 2014), resulta novedoso la manera en que los valores del emprendedorismo son tomados como bandera por parte del gobierno. Siguiendo la tradición foucaultiana, resulta un interesante caso para pensar el arte de gobierno propiciando la expansión de la lógica del mercado.

Por este motivo, se pretende indagar en el uso de esta noción para brindar definiciones acerca de su proyecto político-económico, de los distintos actores de la escena política y de su propia imagen. De esta forma, se busca contribuir al estudio del discurso político en tanto herramienta para el análisis de los fenómenos políticos en la Argentina contemporánea.

2. Metodología

Para llevar adelante este trabajo, se combinan elementos pertenecientes tanto a al campo del análisis del discurso (Amossy, 2016, 2018; Maingueneau, 1996, Verón, 1987) como al de la comunicación política (Montero, 2018; Vommaro, Morresi y Bellotti, 2015). De esta forma se busca ver el uso que la palabra emprendedorismo adquiere en el discurso del expresidente. Por un lado, se intenta determinar a quienes designa, qué sentidos conlleva y en qué contexto la utiliza. Por el otro, comprenderlo dentro de su estrategia de comunicación y del mensaje. Asimismo, se incorpora la lectura sociológica del ethos (Bourdieu, 2002; Montero, 2012; Weber, 2003) para indagar con mayor profundidad en la raíz que el uso de este término pudiera tener.

El corpus utilizado es el discurso brindado Mauricio Macri en el año 2017 con motivo de celebrar la promulgación de la Ley de emprendedores. El mismo se recuperó del canal de youtube oficial de la Casa Rosada.

3. Desarrollo

3.1. Emprender es el camino

En primer lugar, cabe preguntarse qué tipo de discurso es un discurso político. Al respecto, Eliseo Verón (1987) propone analizar esta cuestión pensando en “campos discursivos” y no meramente en “tipos de discurso”. A su entender, el campo discursivo de lo político implica “*enfrentamiento*, relación con un *enemigo*, *lucha* entre enunciadores” (Verón, 1987, pág.16). De esta forma, introduce la dimensión polémica como inherente al discurso político. Esta perspectiva parte del supuesto compartido por ciertos analistas políticos, como Chantal Mouffe (2015), de que el antagonismo y la hostilidad en diferentes relaciones sociales son constitutivas de “lo político”. Siguiendo esta línea, Ruth Amossy (2016) se adentra en el estudio de las funciones de la polémica como parte de la retórica. La autora entiende a esta dimensión del discurso como perteneciente al campo de la argumentación pero que no tiene el objetivo de persuadir al oponente sino de polarizar y desacreditar la postura contraria para reafirmar la propia. Asimismo, concluye en que, lejos de ser prejudicial o contraria a la democracia, la polémica resulta esencial para que el disenso se organice dentro del campo discursivo y así evitar la violencia y la privación de derechos como parte de la lucha política.

Sin embargo, polemizar no es la única función del discurso político. El enunciador siempre se dirigirá a múltiples destinatarios con los que entabla diferentes relaciones. Como señala Verón, se trata de “un discurso de *refuerzo* respecto del prodestinatario, de *polémica* respecto del contradestinatario y de *persuasión* sólo en lo que concierne al paradestinatario” (Verón, 1987, pág. 18).

bueno muchas gracias por este maravilloso recibimiento, por esta alegría que transmiten, por este camino que vienen recorriendo algunos jóvenes, otro no tanto, pero de corazón sí, de corazón... pero no sólo a los que están acá -sentados en semicírculo entorno al presidente- sino todos los que estamos en este lugar... porque ustedes -ahora le habla a la audiencia- son un testimonio de convicción, de pasión, de sobreponerse, de tener una idea y obsesionarse con hacerla realidad y eso es algo maravilloso, algo único, es algo que contagia, es lo que necesitamos que se difunda en todo el país y por eso hoy estamos acá para festejar una herramienta nueva que va a permitir que muchos más que hoy no están acá tengan que recorrer un camino más simple que el recorrieron ustedes.

En este fragmento se puede apreciar lo que Verón define como un receptor que “participa de las mismas ideas, que adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador” (Verón, 1987, pág. 17). De esta forma, puede decirse que el enunciador configura su imagen como el representante de los emprendedores, y a estos como el ejemplo de lo que el país debe ser.

Este fragmento también da pie a introducir un segundo elemento que Verón considera fundamental para analizar un discurso político y es el de los componentes del enunciado. Estamos frente al caso de un “componente programático”. Macri deposita en la figura de “los emprendedores” su promesa política, la de un país donde la creatividad y el esfuerzo de los individuos son acompañados y recompensados, de la siguiente manera:

(...) el desafío que estamos todos acá es que esto que nos reconoce el mundo y que muchos argentinos dispersos por el mundo nos representan... también que lo hagan acá, que nunca más se tengan que ir a desarrollar esas capacidades que ayudan que a otros se le generen oportunidades en otro lugar.

Luego de presentar a quienes los acompañan y de dar las primeras definiciones acerca del significado de esta Ley de emprendedores, el expresidente intenta reforzar su imagen como garante de esta haciendo una breve alusión a sus oponentes políticos:

Este es el desafío de hoy por eso lo maravilloso de haber convencido a tantos de que necesitábamos no solo una ley PyMEs sino una ley de emprendedores. Y costó, costó pero realmente lo logramos y creo que lo que estamos cambiando como consigna, como mensaje cultural es que somos todos el mismo equipo, sector público y sector privado, el emprendedor y el funcionario y que nuestro éxito, nuestra alegría como servidor público es lograr facilitarles la tarea de creación, tan simple como eso (...).

Esta primera mención no tiene tanto un carácter abiertamente polémico, sino que intenta dar la imagen de que él en tanto líder logró la promulgación de la ley pese a resistencias de la oposición. Pero a la vez, comienza a hacer ciertas definiciones acerca de cómo entiende al Estado, a la vinculación público-privado y se muestra como el impulsor del cambio cultural que el país necesita. En este punto, el mandatario comienza a hacer uso del componente descriptivo para relatar los logros de su gobierno y para marcar distancia con sus adversarios:

Y por eso estamos acá haciendo lo que había que hacer y no se hacía: primero ordenando la economía, después abriéndonos al mundo, conectándonos con el mundo de vuelta para que volvamos a tener financiamiento que es tan importante para todos (...).

En este fragmento, Mauricio Macri retoma uno de los eslóganes más célebres de gobierno. Montero (2018) toma esta frase para exemplificar incorpora la voz de la *doxa*, la “gente común” en el propio discurso:

Este tipo de construcciones impersonales son, por definición, atribuidas al discurso doxal y encarnan la voz del “SE” en tanto discurso incuestionable, evidente, eterno y ahistorical. De ese modo, en el eslogan gubernamental queda representada la voz de un “nosotros” (que incluye al gobierno, el enunciador a cargo) que comulga en una comunidad de valores e ideas compartidas (Montero, 2018, pág. 57).

Pero en este caso, se agrega un componente más: “haciendo lo que hay que hacer **y no se hacía**”. En una sola frase, el expresidente no sólo emparenta a “la gente” con el “nosotros” sino que se arroga la exclusividad de encarnar la voz de la doxa. Nosotros sabemos lo que hay que hacer y lo hacemos mientras que los demás lo ignoran.

Macri cierra esta primera parte del acto agradeciendo una vez más y explicitando que “los emprendedores” son el modelo que la Argentina debe seguir:

Gracias por creer, por ser modelo, una imagen una energía positiva para la sociedad. Cada vez que ustedes demuestren que sí se puede va a haber muchos más que se van a comprometer y se van a sentir parte de este tiempo histórico que estamos viviendo.

Terminada esta primera parte, comienza una ronda de preguntas por parte de, primero, quienes están en el escenario y, segundo, de quienes forman parte de la audiencia. Esto será el pie para que el expresidente despliegue ataques más fuertes hacia algunos actores, valiéndose sin rodeos del dispositivo de la polémica para sentar sus argumentos (Amossy, 2016).

La primera pregunta refiere al lugar que la innovación tiene en el desarrollo del país. En este punto, se servirá del mecanismo de renominación para acentuar la distancia con sus adversarios y consolidar su posición acerca del Estado y la coyuntura (Gindin y Montero, 2018).

Está discusión que se está teniendo en el mundo: si cerrarse, aislarse, o ser parte. Si la globalización es una solución... nosotros vamos por ahí ahora a contramano porque después de haber probado durante varias décadas estar aislados el mundo y no nos fue bien: se consolidó la pobreza, la exclusión, la falta de oportunidades de desarrollo ahora queremos ser parte del mundo y tenemos países centrales, no periféricos, que plantean una agenda distinta. Yo creo que es una equivocación: el tema no es la globalización, es la revolución tecnológica.

Y contra eso uno puede demorarla y a un costo alto pero imposible de detener.

A partir de ese disparador puede, en primer lugar, defender lo que fue uno de los pilares de su gobierno: la “apertura al mundo”. En segundo lugar, marca una distancia con el ciclo político anterior (los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner) al explicar las consecuencias que sufre el país por negarse a esta apertura. En tercer lugar, realiza lo que Gindin y Montero (2018) denominan una renominación de concepto al decir “el tema no es la globalización, es la revolución tecnológica”. Con esta operación intenta separarse de un concepto que en los últimos años ha empezado a cuestionarse en todo el mundo para centrarse en lo “imposible de detener” que es la “revolución tecnológica” y en la cual solo se puede triunfar siguiendo ese espíritu creativo e innovador que caracteriza a los emprendedores.

Asimismo, la pregunta le da lugar a hablar de la educación. Tras realizar un diagnóstico de la educación durante la gestión anterior, utiliza este momento para posicionarse en el conflicto salarial que se estaba desarrollando en el momento de enunciación con los gremios docentes

Y tenemos gremios docentes que en vez de reconocer ese mal resultado² y hacer una autocrítica, sentarse en una mesa... radicalizan la defensa de lo que han hecho. Cuando nosotros lo que queremos es apoyar a nuestros docentes. Sin darle herramientas a ellos, ellos no se las van a poder dar a los chicos. Y peor...nos encontramos con gremios docentes que en vez de representando a quienes representan, de dar el ejemplo, de cumplir con las normas ¡violan las normas!³ Y encima que ellos violan las normas y como reacción a que ellos violan las normas ¿Qué hacen? Día de paro. Y eso es lo que no queremos más. Eso es lo que los argentinos estamos expresando con claridad, que no lo queremos más. Queremos sentarnos todos en equipo alrededor de una mesa. Los padres, los docentes, el gobierno, la comunidad y estudiar de qué manera vamos a mejorar.

En este fragmento puede ver la dicotomización que establece el enunciador entre, por un lado, los gremios que incumplen las normas son un mal ejemplo para los estudiantes y no actúan en representación de los docentes. Por el otro, se encuentran la entidad “los argentinos”. Estos argentinos no quieren esos gremios, sino que quieren trabajar en equipo. Con esa operación Macri le habla al paradestinatario preocupado por el comienzo de las clases, la educación de sus hijos y, en última instancia, su futuro. De esta manera, Macri intenta desacreditar a los gremios docentes, sienta su posición en el conflicto, a la vez que avala el accionar de la policía de la ciudad frente a la protesta docente sucedida días antes del discurso.

La segunda intervención por parte de los invitados se pregunta acerca del próximo desafío del gobierno:

El principal problema que tenemos es el nivel de pobreza que hay en nuestro país que claramente es inaceptable desde todo punto de vista. Con lo cual reducir la pobreza es la tarea y por eso la argentina los necesita, porque el éxito de ustedes es el camino a reducir la pobreza. Un gobierno no crea riqueza, crea las reglas de juego para que se genere riqueza y ayuda a que se distribuya correctamente.

De esta forma, el expresidente despliega el componente didáctico en su discurso (Verón, 1987) para expresar su visión acerca del camino a reducir la pobreza y el rol que tiene el Estado en esa empresa. “Los emprendedores” deben trabajar para generar riqueza y el Estado debe garantizar reglas de juego favorable a estos. Más adelante, va a reforzar esta:

Por eso creo que el gran desafío es difundir la importancia de esta herramienta del emprendedorismo en cada gobierno provincial, en cada gobierno municipal. Que se entienda, que se entienda que el camino es este. Este es el camino que no tiene techo. Y sacar de la cabeza el camino de la resignación. Que de lo que hay que asegurarse es de que mi hijo consiga un puesto público, aunque no tenga nada que hacer, pero yo tengo que poder hacerlo entrar en alguna dependencia pública porque no sé qué va a pasar (...).

Con esta enunciación, el mandatario realiza una serie de afirmaciones que ilustran claramente su posición ideológica y su propuesta de gobierno. Para empezar, retoma la idea del emprendedorismo como camino “que no tiene techo”. En oposición a este, se encuentra el “camino de la resignación” que ofrece el Estado. Sin embargo, recurre al discurso directo libre (Montero, 2018) para comulgar con una creencia presente en el sentido común que considera que en las dependencias públicas no se trabaja, o se lo hace a desgano, y en el cual se encuentra seguridad en detrimento del desarrollo personal.

3.2. La alegría de emprender

Hasta ahora, se hizo hincapié en la forma en que Mauricio Macri construyó su discurso para articular los valores de “los emprendedores” con su proyecto político-económico y para polemizar con opositores. Sin embargo, se ha desarrollado poco la manera en que construye su propia imagen. Para esto, resulta pertinente introducir la categoría de *ethos*. Proveniente de la Retórica aristotélica, este término refería originalmente tanto a los rasgos proyectados por un orador en su discurso como a sus cualidades morales. Sin embargo, ha tomado diferentes derivas propias de las distintas disciplinas que lo han incorporado (Montero, 2012). Dentro del análisis del discurso, se ha hecho hincapié en la dimensión que corresponde a la escenificación, a lo que el enunciador muestra, y no a su dimensión moral. Maingueneau (1996) resalta la importancia que tiene para el discurso la vocalidad, el tono, la corporalidad y el carácter del orador. En el corpus elegido, el expresidente se presenta con un tono habitual en él: jovial, relajado -desde que se sube al escenario hace chistes con el presentador-. También muestra un carácter empático y preocupado por cada uno de los presentes, conoce los nombres y las historias de quienes lo acompañan en el escenario. En cuanto a su corporalidad, una vestimenta desestructurada, no usa corbata ni se abrocha el saco del traje, y se mueve con soltura por el escenario intercalando su discurso entre quienes están detrás de él y el auditorio. Aparece como mediando entre “los emprendedores” y “el resto”.

² Se refiere a las pruebas de nivel educación que se realizaron el año anterior, también criticadas por los gremios docentes.

³ Esa semana, un gremio docente había intentado instalar una carpa en la plaza de los dos congresos sin autorización de GCBA y fueron reprimidos por la policía de la Ciudad.

De todas formas, esta perspectiva no rechaza del todo la importancia de exterior a la escena de enunciación. Dominique Maingueneau reconoce que toda enunciación se ve afectada por las apariciones públicas previas del enunciador. A su vez, Amossy (2018) retoma a este autor y se nutre de los aportes de la sociología Bourdiesiana para preguntarse “acerca del poder que su estatus, su reputación o su afiliación confieren al locutor en el momento que toma la palabra” (pág. 83). Para pensar esto, la autora propone pensar de qué forma el enunciador reelabora su *ethos* previo. En este sentido, en el discurso de Mauricio Macri se pueden encontrar constantemente alusiones al fútbol, ámbito en el cual comenzó su carrera política y donde tuvo una gestión recordada como “exitosa”. Además, si se tiene en cuenta el lugar que tiene el fútbol en la cultura popular argentina, se puede entender como una forma de abonar a la proyección de una imagen relajada y cercana al común de la gente.

Siguiendo en la línea de que el *ethos* sobrepasa la figura del locutor, estas marcas de estilo resultan una característica de los integrantes de la fuerza política del expresidente. Gabriel Vommaro (2015) identifica en los dirigentes de Cambiemos un ethos “voluntarista” “informal” y “emprendedor” en tanto que Soledad Montero (2018), utiliza el término “ethos gerencial” “que se manifiesta, entre otros aspectos, en el reconocimiento de errores, en la propensión a “escuchar a la gente” y a incorporar el punto de vista de la incertidumbre” (pág. 58).

Por último, resulta interesante la invitación que realiza Montero (2012) a ampliar la categoría de *ethos* teniendo en cuenta la tradición weberiana y el concepto de *habitus* de Bourdieu. Sugiere pensarlo “como un conjunto de disposiciones que se sustentan en creencias y valores, y que dan forma a la autoridad política” que funcionan como suelo ideológico sobre el cual se moldea la subjetividad del locutor (Montero, 2012, pág. 240). En este sentido, se puede pensar la forma en que el expresidente se presenta a sí mismo está íntimamente relacionada con su ideología y pertenencia política.

Bourdieu afirma que “la fuerza del *ethos* está en que es una moral hecha *hexis*, gesto, postura” (Bourdieu, 2002). El expresidente, en tanto representante del Estado argentino se muestra a sí mismo con los atributos que quiere para ese estado: flexible, descontracturado, con una burocracia sencilla y una escuela que forme individuos con capacidad de adaptación en innovación. De esta forma, busca proyectar una imagen de sí favorable al “emprendedorismo”. Esto va más allá de una estrategia política, retomando a Weber (2003), el *ethos* vincula la práctica con la dimensión de las creencias, “el comportamiento ético al que ha puesto primas el modo y condicionamiento de sus bienes de salvación”. El uso del término y su presentación forman parte de una estructura ideológica y partidaria que ve en el esfuerzo y la búsqueda de la innovación el camino hacia la “felicidad” para aquellos que no poseen “financiamiento” o, pensado en términos materialistas, los medios para llevar adelante una idea:

Y que el camino a ese lugar, ese recorrido a ese lugar te genera igual o más felicidad que llegar. Esta es la maravilla. Que no es solamente llegar. Que recorrer el camino que hemos comenzado hace meses es el que nos va a dar el alimento más importante que hay en la vida, que es el entusiasmo, la alegría de saber que estamos haciendo lo correcto. Y haciendo lo correcto los inversores... como los quieras llamar de todo tipo se van a cansar de venir y ustedes van a tener lo más importante y lo más difícil de conseguir que es la idea y la capacidad de desarrollarla.

4. Conclusión

A modo de cierre, se puede decir que en este discurso la categoría “emprendedorismo” le permitió a Mauricio Macri desplegar un componente propositivo y programático para proyectar los dos años que aún le quedaban de gobierno. Asimismo, puede apreciarse como se valió de esta para desestimular tanto a adversarios políticos como al Estado en su función de educación y administración. A su vez, se puede afirmar que la elección no se debe solamente a una estrategia de comunicación política, sino que está anclada en la pertenencia ideológico-partidaria de la fuerza política a la que representaba el expresidente.

Por otra parte, este tópico nos remite a la cuestión de la reafirmación de la identidad individual y sus consecuencias en relación a la articulación social a la vez que habilita a la pregunta acerca de en qué medida esta manera de centrarse en el individuo como espacio de realización personal permite identificar formas que asume el lazo social en la actualidad. No se trata de encontrar la respuesta en este artículo, pero sí de aportar a pensar las paradojas que suscita, por un lado, el hecho de que desde el Estado -espacio por definición colectivo- se promuevan políticas que potencian la tendencia a la individuación. Por el otro, las tensiones que se generan entre una demanda de mayor autonomía y libertad y la necesidad de encontrar nuevas maneras de cohesionar una sociedad en la cual los principios otrora organizadores se continúan deteriorando irremediablemente.

Para finalizar, se pueden esbozar algunas líneas de estudio para pensar la importancia del análisis del discurso y la comunicación política en la reflexión acerca de problemáticas más amplias tales como el fenómeno de las nuevas derechas en Argentina y América Latina (Giordano, 2020), sus estrategias de construcción y acceso al poder (Giordano, Soler y Saferstein, 2018; Vommaro y Morresi, 2015) y sus tácticas para interpelar a los diferentes sectores de la sociedad (Montero, 2018). Por otra parte, el estudio de las marcas del lenguaje y

los rasgos proyectados nos permiten adentrarnos en la vinculación entre política y otros ámbitos tales como el religioso, donde “emprendedorismo” presenta connotaciones específicas (Vargas y Viotti, 2013), y cuya articulación tiene importantes implicancias para la vida social (Donatello, 2009; Funes y Viotti, 2015). En todo caso, este artículo busca ser un aporte para seguir explorando empírica y teóricamente los alcances e implicancias de las prácticas y discursos que erigen al individuo como centro de la vida social.

5. Fuente

El presidente Mauricio Macri encabeza acto con emprendedores tras la promulgación de la Ley de Emprendedores. Recuperado de la cuenta de Youtube de Casa Rosada: <https://www.youtube.com/watch?v=tidglUl-mhk> Consultado por última vez el 10 de junio del 2021.

6. Bibliografía

- Amossy, R. (2016). “Por una retórica del *dissensus*. Las funciones de la polémica”. En El análisis del discurso polémico: disputas, querellas y controversias, compilado por A.S. Montero. Buenos Aires: Prometeo.
- (2018): “Discurso y poder. La reelaboración del *ethos* previo” en *La presentación de sí. Ethos e identidad verbal*. Buenos Aires: Prometeo.
- Ariala, S. (2018) “Experiencias de economía social, emprendedorismo, autogestión y asociativismo” en Goren, N (comp.). *El trabajo en el Conurbano Bonaerense: actores, instituciones y sentidos*. José C. Paz: Edunpaz. Disponible en <https://www.unpaz.edu.ar/sites/default/files/2018-12/El%20trabajo%20en%20el%20Conurbano%20Bonaerense.pdf> Consultado el 5 de marzo de 2021.
- Bauman, Z. (2003) *Modernidad Líquida*. FCE. Buenos Aires
- Beck, U. (2000) “El conflicto de las dos modernidades”, en *La democracia y sus enemigos* pp. 13-31. Barcelona: Paidós.
- Beck, U., Giddens, A., y Lasch, S. (1997) *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid: Alianza.
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (2010). El nuevo espíritu del capitalismo (Vol. 13). Ediciones Akal.
- Bourdieu, P. (2002); “Le marché linguistique”. En Bourideu, P. *Questions de Sociologie*. Paris: Minuit.
- Botticelli, S. (2017) “La impronta neoliberal en el *New Public Management*: Gobernar a través del mercado” Trabajo y Sociedad, núm. 29, 2017, pp. 677-693 Universidad Nacional de Santiago del Estero Santiago del Estero, Argentina.
- Canelo, P. (2019). *¿Cambiemos? La batalla cultural por el sentido común de los argentinos*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Castel, R. (1997). Metamorfosis de La Cuestión Social. Paidós.
- Cena, R. B. (2014) “Programas de transferencias condicionadas de ingresos y programas de empleo en Argentina: entre la responsabilización de los destinatarios y la individualización de la cuestión social” *Sapiens Research Group, Boletín Científico Sapiens Research*; 4; 1; 1-2014; 3-8. Disponible en: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/26242>
- Contreras, J.C. Gallo, M. y Putero, L. (2018) “Trabajadores, emprendedorismo y políticas públicas. El planteo emprendedor como estrategia para aceptar la exclusión laboral” en Goren, N (comp.). *El trabajo en el Conurbano Bonaerense: actores, instituciones y sentidos*. José C. Paz: Edunpaz. Disponible en <https://www.unpaz.edu.ar/sites/default/files/2018-12/El%20trabajo%20en%20el%20Conurbano%20Bonaerense.pdf> Consultado el 5 de marzo de 2021.
- el Valle Calánchez, África, & Mezher, Teresa (2015). Emprendedores sociales y su papel en el desarrollo integral de la comunidad. *Opción*, 31(2),162-175.[fecha de Consulta 21 de Octubre de 2021]. ISSN: 1012-1587. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045568011>
- Donatello, L.M. (2007) “Afinidades electivas” en Reyes, R. (ed.) *Diccionario crítico de ciencias sociales*. Madrid: Plaza & Valdez.
- Farías, S. y Cavia, M. (2019). El discurso del management. Realidad y ficción del ascenso social. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Disponible en <https://cdsa.aacademica.org/000-023/416.pdf>
- Foucault, M. (2007). Nacimiento de la biopolítica: curso del Collège de France (1978-1979), FCE.
- Gago, V. (2014). *La Razón Neoliberal: Economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires: Tinta Limón
- Gindin, I. L., & Montero, A. S. (2018). “Hay que llamar las cosas por su nombre”: Polémica y Renominación en el discurso de Cristina Fernández de Kirchner. *Revista Chilena de Semiótica* N° 9 pp. 23 – 23. Disponible en https://revistachilenasemiotica.cl/_files/200000184-1a49e1b4d4/Revista%20Chilena%20de%20Semiotica-9-23-37.pdf Consultado el 5 de marzo de 2021.
- Giordano, V. (2020) “Derechas, comunicación política y debates presidenciales televisados en América Latina en el ascenso del neoliberalismo” en Cuaderno 112 del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2020/2021), pp 69-86. Disponible en <https://pdfs.semanticscholar.org/592a/ea444588e536bf32b04e4b294564ae508006.pdf> Consultado el 15 de abril de 2021.

- Giordano, V., Soler, L. y Saferstein, E. (2018) "La derecha y sus raros peinados nuevos" en Apuntes de Investigación del CECYP, 2018, (30): 171-191. Recuperado de www.apuntescecy.com.ar. Consultado el 10 de febrero de 2021.
- Kiyosaki, Robert & Lechter, S.L. (1998) *Rich Dad, Poor Dad: What the Rich Teach Their Kids About Money That the Poor and Middle Class Do Not!*. Paradise Valley: TechPress,
- Maingueneau, D. (1996): "El ethos y la voz de lo escrito", Versión. Estudios de Comunicación y Política, núm. 6, "La palabra escrita", UAM-Xochimilco, México, pp. 79-92.
- Martes, A.C. (2010). "Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor". *Brazilian Journal of Political Economy*, 30(2), 254-270.
- Montero, A. S. (2012). Los usos del ethos: abordajes discursivos, sociológicos y políticos. *Rétor*, 2(2), 223-242. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4751486>. Consultado el 20 de abril del 2021.
- (2018): "Gestionar la duda. La interpellación al paradestinatario en el discurso de Cambiemos", *Revista Mexicana de Opinión Pública* 13 (25): 41-61. En <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n25/2448-4911-rmop-25-41.pdf>. DOI: 10.22201/fcpys.24484911e.2018.25.61706
- Mouffe, C. (2015). "¿Qué es la política agonista?" En *Agonística. Pensar el mundo políticamente*. Buenos Aires: FCE.
- Osborne, T., Rose, N. S., & Barry, A. (Eds.). (1996). *Foucault and political reason: Liberalism, neoliberalism, and rationalities of government*. University of Chicago Press.
- Rodriguez, M. C., & Ciolli, V. (2011). Tensiones entre el emprendedorismo y la autogestión: el papel de las políticas públicas en este recorrido. *Revista Org & Demo* vol. 12, p. 27-46, ene-jun., 2011
- Tobak, S. (2015) *Real Leaders Don't Follow*. Entrepreneur Press.
- Vargas, P. y Viotti, N. (2013) Vargas, Patricia & Viotti, Nicolás (2013). "Prosperidad y espiritualismo para todos. Un análisis sobre la noción de emprendedor en eventos masivos de Buenos Aires". *Horizontes antropológicos*, 19(40), 343-364. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832013000200013>
- Verón, E. (1987). "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política". En *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, coordinado por E. Verón et al. Buenos Aires: Hachette.
- Viotti, N.; Funes, M.E. (2015) "La política de la Nueva Era: El Arte de Vivir en Argentina" *Debates Do Ner* 2; 28; 12-2015; 17-36 DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-8136.61266>
- Vommaro, G. (2015) "Contribución a una sociología política de los partidos. Los mundos sociales de pertenencia y las generaciones políticas de PRO", en Gabriel Vommaro y Sergio Morresi, "Hagamos equipo". *PRO y la construcción de la nueva derecha en Argentina*, pp. 111-161. Los polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS).
- Vommaro, G. y Morresi, S. (2015) "El PRO como laboratorio político. Aprehender un partido a partir de los espacios y las temporalidades de su construcción", en Gabriel Vommaro y Sergio Morresi, "Hagamos equipo". *PRO y la construcción de la nueva derecha en Argentina*, pp. 11-28. Los polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS).
- Vommaro, G., Morresi, S. y Bellotti, S. (2015) *Mundo PRO. Anatomía de un partido fabricado para ganar*. Buenos Aires: Planeta.
- Weber, M. (2003). La Ética Protestante y el Espíritu del Capitalismo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.