

Trabajo preparado para presentar en el VIII Congreso Latinoamericano de Ciencia Política,
organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP)
Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 22 al 24 de julio de 2015

**Retóricas antipolíticas: discursos pre-electorales del PRO (Alianza Propuesta
Republicana, Argentina)**

Martínez, Fabiana
fabianam@arnet.com.ar
Universidad Nacional de Villa María

Sgammini, Marcela
marce.sgammini@gmail.com
Universidad Nacional de Córdoba

Opinión pública. Partidos y sistemas de partidos

Resumen

En Argentina, el discurso neoliberal fue hegemónico hasta el año 2001 cuando entró en crisis para ser sucedido por las configuraciones kirchneristas, que lo confrontan polémicamente (Verón, 1987) configurando concepciones totalmente diferentes acerca del Estado, la política y la sociedad. Sin embargo, en la actualidad en distintos ámbitos sociales e institucionales es fuerte la supervivencia de ciertos tópicos que constituyen retóricas anti-políticas características del neoliberalismo, y que adquieren visibilidad en el espacio público y mediático. Entre otros partidos, el PRO (Propuesta Republicana, de Mauricio Macri) constituye una propuesta que disputa en el escenario pre-electoral actual la construcción de una agenda y un conjunto de programas basados en elementos que presentan una continuidad con el discurso neoliberal (como la expansión de la lógica de mercado al Estado a otras instancias sociales, la oposición técnicos/políticos, la constitución de la sociedad como un conjunto de individuos competitivos, la omisión la instancia de representación, el modelo de llegada del gestor, significantes de eficacia y competitividad, etc.) En el contexto de una investigación más amplia sobre discursos prelectorales, este trabajo se propone relevar, desde un punto de vista del Análisis del discurso y la Socio-semiótica, los componentes discursivos identitarios de una propuesta neoliberal, que significa la pervivencia resignificada de una anterior hegemonía. Para esto, se analizan un conjunto de spots publicitarios y discursos electorales del PRO, producidos en los contextos de las campañas legislativas (2013) y presidenciales (2015).-

Introducción

Las retóricas liberales tienen una amplia y variada tradición en Argentina, y su presencia es significativa en la actualidad pese a que desde el año 2003 el escenario nacional ha sido hegemonzado por un gobierno de tipo populista, como lo marcan los tres períodos kirchneristas sucedidos desde entonces. En particular, la Alianza Propuesta Republicana aparece hoy como un partido situado en las antípodas del gobierno nacional, y a pesar de su corta existencia, se ha instituido como la principal alternativa opositora –tentativa en la que otros partidos tradicionales ya fracasaron- creciendo notablemente en los últimos años en varias provincias y a nivel nacional, a partir del lanzamiento de su líder, Mauricio Macri, como candidato a presidente para las elecciones generales del 2015.

Este proceso es significativo si se tiene en cuenta que ya en la década del 90 se implementaron políticas neoliberales que desembocaron en la grave crisis política, social e institucional del año 2001, por lo que podía suponerse que durante un largo período la propuesta liberal no sería aceptable para los electorados. En ese momento, distintos movimientos y actores sociales (como piqueteros, asambleas barriales, gremios, ahorristas movilizados, etc.) definieron al “neoliberalismo” como el principal adversario y la causa de la destrucción nacional, el hambre, la desocupación, el “corralito”, etc; con un particular repudio a partidos y figuras que habían implementado políticas económicas ortodoxas. En cierto sentido, se instituyó a esta visión de mundo como un “pasado imposible” al que de ninguna manera era posible retornar, trazando una fuerte frontera respecto a esta década previa y planteando, por lo tanto, un rechazo a los actores que parecían encarnar esta propuesta. El kirchnerismo, como fuerza política,

asentó una buena parte de su construcción identitaria en esta diferencia, al continuar con esta representación del “neoliberalismo” como el principal enemigo a vencer, y provocando efectivamente (ya desde el gobierno de transición de Duhalde -2001-) una reformulación de la frontera entre política y economía al plantear un Estado capaz de conducir la economía y proteger la industria nacional, de instituir políticas sociales orientadas a la *inclusión*, y de presentarlo como la sede de reparación del daño y del retorno de los derechos perdidos durante la década anterior.

Pese a este “nuevo consenso” de tono más bien populista, o a partir de él, es posible afirmar que los discursos neoliberales (o de la *nueva derecha*, en términos de Sergio Morresi) se debilitaron primero, para inmediatamente después reconfigurarse y presentarse como una novedad en el campo político, capaz de interpelar exitosamente a ciertos sectores sociales (tanto altos como bajos), fundamentalmente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires –capital del país-, donde se encuentran sectores clásicamente opositores al peronismo y desencantados de la política. En este escenario, analizamos discursos del PRO -y en particular de su líder Mauricio Macri- en dos campañas nacionales, las legislativas del año 2014 y las generales en curso del 2015, con el objetivo de describir qué componentes y estrategias discursivas caracterizan esta nueva propuesta neoliberal. Sostendremos que (como es constitutivo de las identidades políticas) esta discursividad mantiene tanto continuidades respecto a lenguajes disponibles previos, como también rupturas importantes, lo que le otorga una singularidad que es la que pretendemos describir. En cierto sentido, nos proponemos analizar la novedad de este lenguaje neoliberal que presenta tanto un conjunto de tópicos de negación de la “política” como de afirmación del Estado, manteniendo a la vez un dispositivo de enunciación (Verón, 1987^a) que partiendo de un ethos empresarial de la principal figura política interpela a ciudadanos desencantados respecto a los partidos tradicionales.

Asumiremos entonces que la propuesta neoliberal es algo más que un conjunto de medidas económicas, y que se presenta como un discurso hegemónico que ha promovido una tecnología de gobierno alrededor de la expansión de una “lógica empresarial” y de individualización de todos los ámbitos de la interacción social. Como ha señalado Reynares (2014), en nuestro país ungió como un horizonte de sentido, conflictiva y contingentemente articulado, dando lugar a heterogéneas experiencias con distintos alcances espaciotemporales.

En términos institucionales, el PRO es un partido surgido en el contexto de la crisis del 2003, y su principal referente es Mauricio Macri, hijo de un importante empresario argentino. A diferencia del liberalismo anterior, que no logró enfrentar a los partidos de masas y prefirió el crecimiento a partir de su inserción en los golpes de Estado o a partir de la influencia de notables, en este caso se presenta como un “partido de poder” que admite las reglas democráticas, con intenciones de llegar rápidamente al Ejecutivo. En el año 2003 Macri anuncia su candidatura a Jefe de Gobierno para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires presentándose “como un actor nuevo que viene a reemplazar a las organizaciones rechazadas por la ciudadanía en diciembre de 2001” (Morresi, 2014), y llega a posicionarse en las elecciones del 2003 como segunda fuerza. La CABA es un distrito particular por su autonomía, dispone de su propia Constitución, es tradicionalmente antiperonista, sus electores poseen un nivel económico y educativo superior a la media del país. En el año 2007, Macri gana las elecciones de Jefe de Gobierno, ya con una imagen y un discurso definido, contando con el asesoramiento de Durán Barba que da al partido una “identidad visual” definitiva. En el año 2011 fue reelecto con el 65% de los votos, manteniéndose como primera fuerza local en el año 2015, con proyección al escenario nacional a partir de una alianza reciente con la UCR.

Sin embargo, la expansión nacional y territorial de esta fuerza es limitada, fundamentalmente por la fortaleza del peronismo al interior del país.

Diagnósticos y componentes programáticos acerca de “la política”

Trabajaremos en esta ocasión con las campañas del año 2013 (elecciones legislativas nacionales) y algunos discursos de la campaña presidencial del año en curso, 2015; fundamentalmente a partir de las herramientas propuestas por Eliseo Verón para el análisis de la enunciación política. En ambas, es posible observar que el principal componente programático es una promesa de *cambio generalizado*, sin más especificación que la referencia a la novedad en las formas de hacer política, lo que lo coloca en una exterioridad respecto al resto de los partidos que han gobernado hasta el momento.

Este componente tiene una función axiológica fundamental y estructurante de casi toda la campaña, y debe ser considerado en relación con el diagnóstico que estos discursos proponen. En este caso, los enunciados descriptivos (Verón, 1987) propone un balance que implica a la vez una lectura del pasado y de la situación actual, según la cual *todos* los partidos políticos han defraudado a los argentinos en los últimos treinta años. Este fracaso generalizado y extendido de la política se vincula con la particular relación de contaminación entre políticos/partidos/Estado, ya que el predominio de los *intereses corporativos* ha provocado una *mala gestión pública*. Aquí -a diferencia de otros discursos neoliberales- el problema no se centra en la condición particular de lo público o lo estatal; lo sí se configura como núcleo problemático es el tipo de relación de *apropiación* que *todos los políticos* han hecho, al considerarse cada uno *dueño del Estado*, desoyendo a la vez las demandas de la sociedad.

Los argentinos estamos sintiendo que llegó la hora de que planteemos un cambio, que no podemos seguir siempre con el mismo grupo de gente que cambiando dos o tres de arriba gobierna hace treinta años (2)

A pesar de la tremenda oposición de la vieja política.... decidiendo de una vez por todas no seguir poniendo el futuro de nuestros hijos en manos de los que ya gobiernan hace treinta años y lamentablemente no nos han dado soluciones, no nos han dado respuestas (15)

Queremos un cambio sin parches. Queremos realmente otra forma de hacer política, que además ya la demostramos en la ciudad de Buenos Aires. ...Si vos armás un buen equipo, tenés ideas claras, tenés un compromiso, tenés vocación realmente de servir, las conductas son las mismas. Hoy podemos transformar la Argentina que necesitamos y soñamos con un mayor compromiso y una mayor participación de la gente (2)

Proponemos una tercera vía, buscar una alternativa con gente que no ha estado en el protagonismo en estos últimos 25 años y que realmente crea que se tiene que hacer política de otra manera. La crítica mayor que le hago al PJ es haberse creído que el que gobierna es el dueño del Estado (27/04/2015)

Así, se instaura una diferencia a partir de la cual el PRO se plantea como la única opción “incontaminada” de este pasado: el paradigma léxico de lo nuevo ocupará un lugar central en sus discursos. Y, paradójicamente, se instala a sí mismo en una relación de exterioridad radical respecto al campo político argentino democrático. Así, se trata de un diagnóstico que resignifica tanto el tópico de la *corrupción generalizada*

de la clase política como la fórmula del *que se vayan todos*; o, como podemos ver en esta nueva versión: *todos los que gobernaron en estos últimos 30 años*.

La promesa se asienta en una división entre la “vieja” y la “nueva” política. La división fundamental es moral. Mientras todos hasta ahora han ignorado al ciudadano y sus necesidades, han sido corruptos, corporativos, se han apropiado del Estado para sus intereses particulares, la nueva generación del PRO se presenta como la única honesta y capaz de re-inventar al Estado para que esté al servicio de la *gente*.

Estos elementos constituyen huellas del contexto de emergencia del partido. Durante la larga crisis del 2001, muchos movimientos sociales y ciudadanos expresaron su repudio respecto a los partidos y los políticos, planteando a la “clase política” como un entidad homogénea repudiada. Esta crisis fue leída como el momento cúlmine del desprestigio de la política, de la crisis de representación, de las transformaciones de las identidades partidarias, y estuvo vinculada a la emergencia de liderazgos personalistas y *outsiders*, y a la desideologización de algunos de los partidos políticos (Muñoz, 2012). Cuando todos los partidos se encuentran igualmente repudiados, Macri funda Compromiso para el Cambio, ofreciendo un principio de lectura ajeno a la política misma, y más vinculada al mundo empresarial y de las ONG: “no era una nueva etiqueta para un viejo partido... si bien incorporaba varios políticos de larga trayectoria, su líder era un outsider proveniente del mundo empresarial” (Morresi, 2014).

En este sentido, y desde su surgimiento, se mantiene como una organización de un nuevo tipo, no se presenta como vocero de una demanda puntual, o como una nueva articulación ideológica sino como un nuevo actor capaz de ofrecer, más que una nueva orientación, un cambio en las formas de hacer política. A partir de un discurso centrado en la “gestión”, rechaza las distinciones izquierda-derecha y aglutina elementos heterogéneos (sectores empresariales, jóvenes activistas de las ONG, algunos radicales y peronistas) siempre distinguiendo entre la “nueva” y la “vieja” política. Es así capaz de interpelar a aquellos sectores desencantados de la política, presentándose a la vez como la ilusión de un lazo transparente y directo entre el líder y los *vecinos*, ofreciendo un paradójico discurso en el cual “juega el juego de la política mientras parece jugar otro juego” (Verón, 2001).

El cambio “que pide la gente”

En las campañas, este espacio político no se propone como la “oposición” sino como una “alternativa” a 30 años de democracia fallida. Por esta promesa de un cambio profundo, son recurrentes en casi todos sus discursos términos que refieren a *lo nuevo, el cambio sin parches, algo completamente distinto, la nueva generación, los nuevos/otros valores, algo realmente nuevo, más cambios, el cambio inevitable*. Por otro lado, este *cambio* se tematiza como la única demanda que es posible constatar a lo largo del país, donde su discurso se mantiene:

Ese cambio siento que es posible, que está por llegar, que es un proceso de maduración en la gente, cada vez más gente se está animando. Porque los ciudadanos vamos reconociendo que también es nuestra culpa, que no se puede tercerizar el futuro, es lo más importante que tenemos en juego, para nosotros y nuestros hijos (2)

Lo positivo es que siento que la mayoría de los argentinos nos damos cuenta que este relato no funciona, que esto que nos proponen no es el camino correcto y que se abre una nueva etapa rumbo al 2015 para aquellos que tenemos una idea distinta y que creemos que armando un buen equipo se puede poner a la Argentina en el lugar que se merece (9)

En la cual nosotros creemos en algo realmente nuevo, sin parches, basado en lo que ya hicimos en la ciudad de Buenos Aires, que nos decían que no se puede cambiar nada en Argentina y nosotros hemos demostrado que haciendo política, con otros valores, le podemos mejorar la vida a la gente (4)

La constatación del balance se realiza tanto desde el “fantasma del saber colectivo” (Verón, 1987) como de la propia afirmación del querer de un nosotros más restringido: el cambio aparece como la demanda de colectivos plurales, y por lo tanto adquiere un tono de inevitabilidad, de inminencia de lo nuevo (con lo cual borra toda huella de posible vinculación con las discursividades neoliberales de los 90). Esta demanda de *todos* se plantea además en un cierto tono pathémico (*sentimos que, no se puede tercerizar el futuro, defender a nuestros hijos*), que se ha ido intensificando en las últimas campañas pues, según Durán Barba –asesor del PRO- antes que complicados argumentos ideológicos los electores prefieren emociones bien definidas.

Un elemento fundamental en la configuración de este sujeto político es que el PRO ya está listo para gobernar. Se constituye como un partido que, en términos narrativos, se presenta ya con las competencias actualizantes (poder-saber) y realizantes (hacer-ser) ya adquiridas (Lozano, 1989) y en términos pragmáticos, como capaz de garantizar el acto lingüístico de la promesa. Y así configura su propia base de representación en relación a un colectivo no partidario y generalizante (*gente*), con el que a menudo construirá una relación de equivalencia también por medio de un *nosotros inclusivo* (Verón, 1987):

Gobernamos, fuimos re-electos, tenemos una aprobación hoy del más del 70% de la comunidad, la gente reconoce que es el gobierno que más ha hecho en los últimos 30 años, y gobernó sin ser el peronismo, y contra, contra el gobierno más duro, más arbitrario que hemos tenido en los últimos 30 años, y a pesar de eso hemos hecho todo esto. Eso significa que podemos gobernar (11)

Nos decían que nada se podía... estamos muy contentos que hemos mejorado la educación pública, hemos mejorado la seguridad con la metropolitana, hemos mejorado los hospitales que son los mejores que hay en la Argentina... nosotros hemos demostrado que armando un buen equipo con buenas ideas, apuntando al futuro, comprometidos con el hacer, escuchando cuáles son los reclamos de la gente, se puede. .. Estamos muy contentos y convencidos en serio de que estamos construyendo una alternativa que la Argentina espera para el 2015 (12)

El poder hacer es un componente casi inevitable en los partidos que han estado ya en gestión, y que exponen sus logros siempre argumentativamente. En este caso, tiene un particular efecto demostrativo, pues por primera vez un partido neoliberal puede confirmar con resultados su pretensión de “cambio total”, confirmado por los resultados electorales.

El “modelo de llegada”: el líder gestor y el ethos empresarial

¿Sobre qué valores se asienta la construcción de la imagen de este líder, de qué espacio imaginario provienen sus competencias? Aquí encontramos una relación de continuidad con los lenguajes neoliberales anteriores, que han puesto el énfasis en la técnica, los saberes expertos y los resultados de gestión, tematizando a la vez a la *política* como una distorsión. En este caso, en la imagen del candidato es fundamental un trayecto que muestra su capacidad de administración desde una gran empresa nacional primero, uno de los más importantes clubes deportivos después (Boca Juniors,

que alcanzó su mejor época bajo su conducción), y finalmente la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Reiteradamente, y como una estrategia de legitimación, su “modelo de llegada” (Verón, 1987^a) configura a un enunciador que vino de un exterior de la política: *nosotros, un espacio sin experiencia que vino a la política*. El principio de reconstitución de la política es la expansión metonímica de las capacidades del “empresario emprendedor” aplicadas de ahora en más al ámbito público. Así, en primer lugar, *exterioridad* del trayecto en el cual ha adquirido sus competencias y su condición moral:

Primero me decían que Boca no era una empresa... después cuando dije quiero ser Jefe de Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. y me decían pero eso no es Boca... y ahora me dicen el país es otra cosa... (6)

Yo he manejado empresas importantes...yo tenía 7.000 empleados directos, 30.000 indirectos...obviamente, necesitamos a los emprendedores (U. Austral)

Y este cuento, la segunda leyenda que hay, que es que solamente el peronismo puede gobernar, nosotros, un espacio sin experiencia, que vino a la política... (11)

En segundo lugar, como puede verse, este espacio exterior a la política es a menudo el de la gestión empresarial. Así, Macri –en tanto enunciador en campaña- se construye desde un ethos gestor, en su condición de un administrador eficaz, caracterizado por todos los valores requeridos por el “espíritu (verdaderamente) emprendedor”: es audaz, creativo, innovador, capaz de reinventarse a sí mismo, flexible, presta especial atención a las nuevas tecnologías. Y a diferencia del resto de los políticos, es incapaz de “adueñarse” del Estado: más bien postula una rotación de las figuras por el espacio público, privado y académico (una vez que todas las instituciones conciben su funcionamiento como análoga a una empresa). Estas son sus principales condiciones, y las que enfatiza en el momento de interpelar al sector privado. Al reconstruir su trayecto, la enumeración misma de instituciones (empresa/institución deportiva/Estado) evidencia la disolución de la especificidad de las instituciones del Estado, o mejor dicho, reactualiza aquella proposición neoliberal según la cual “el Estado se vuelve un lugar transparente y eficiente si actúa según la lógica de una empresa cualquiera” (Reynares, 2014). Así:

Lo que nos hace sustentables en el tiempo son la innovación y la creatividad...falta una política para...que este espíritu emprendedor tenga continuidad en el tiempo (U.Austral)

Una de las facciones que más peso tiene al interior de este partido está constituida por empresarios y jóvenes profesionales llegados desde fundaciones, think tanks, ONG dedicadas a la investigación y promoción de políticas públicas. Los principales funcionarios y asesores de Macri pertenecen a este sector, y se caracterizan por una *expertise* más bien técnica. Como señala Morresi, el mundo de las ONG y de los negocios funcionan como espacios de reclutamiento partidario y nutren de discursos y capacidades técnicas al gobierno de la CABA. Los funcionarios y candidatos, en sus discursos, aluden también a esta exterioridad, al referir a su experiencia como el momento “en que me metí en política”.

La exterioridad parece garantizar la principal propiedad de este grupo, que es su *honestidad*, su condición de *buenas personas*, que define su diferencia específica: no se adueñarán del Estado y harán de su acción un servicio para la gente. En este punto, esta

campaña se vincula con el discurso que fue hegemónico en los 90, y que “organizaba el espectro social entre políticos corruptos y egoístas por un lado, y gente competente en su actividad privada, por otro” (Reynares, 2014). Así, las diferencias no provienen del universo partidario, ni de los clivajes ideológicos que han operado en la discursividad política en las últimas décadas, sino de la división entre “viejos” y “nuevos” políticos, éstos últimos independientes de toda tradición y carentes de cualquier adscripción ideológica. Por esta misma razón, se priorizan los candidatos outsiders (que se constituyen interrelativamente como espejo de la *gente* que aún rechazando toda identificación partidaria cree necesario un cambio en la política). Éstos no se vinculan con un ethos “militante” (Montero, 2012) sino más bien por el contrario, como sujetos exitosos en sus vidas privadas, sujetos que han sido capaces de ser “empresarios de sí mismos”. Así, en múltiples casos se presentan candidatos que replican este modelo de llegada desde el afuera de la institucionalidad política: el deportista Leandro Ginobili; el respetado árbitro de fútbol Héctor Baldassi en Córdoba; el expiloto Alejandro Ramos; el empresario agropecuario, Alfredo de Angeli en Entre Ríos; el popular cómico Miguel del Sel en Santa Fé; el periodista deportivo Walter Queijeiro. Las personalidades, que además tienen altos niveles de popularidad y reconocimiento mediático, constituyen además un llamado importante para el “electorado independiente”.

De este modo, en su armado para las elecciones del 2014, el PRO articuló una práctica vinculada a una concepción neoliberal del orden político: “la incorporación de personalidades destacadas de la sociedad, cuyo éxito deviene de su capacidad individual para sobresalir en la competencia de mercado” (Reynares, 2014). Propone un modelo de *homo aeconomicus* exitoso, un *ethos empresarial*, lo que a la vez es una diferencia relevante respecto a la discursividad kirchnerista, que ha instalado una intensa retórica acerca de las prescripciones del quien debe gobernar como “militante” más que como “gestor”, enfatizando la relevancia que tienen las instancias clásicas de participación partidaria en la formación política de las nuevas generaciones. En cambio, desde el punto de vista del PRO, cualquier modalidad que escape a la administración de lo dado trae consigo la distorsión de las divisiones, los litigios y la ideología: por eso en el territorio trabajan sus *voluntarios* (no sus *militantes*).

Convocatoria al “hombre común” y colectivos des/politizados

En sus discursos, Macri interpela siempre a colectivos generales, como los *argentinos* o la *gente*, evitando así todo tipo de diferenciaciones partidarias o sociales.

En primer lugar, incluso en la enumeración de los logros de la gestión en la Ciudad de Buenos Aires, los grupos beneficiados aparecen como entidades homogéneas de un alcance general que definen una destinación amplia: *respetando y escuchando a todos, los argentinos plantean un cambio, valorado por mucha gente en todo el país, los ciudadanos*. Y a pesar de que con frecuencia se nombran logros específicos (transporte para ciertos barrios, mejoras en la salud) no se tematizan los sectores sociales beneficiados. En todos los casos, este paradigma designa a partir de términos que no presentan huellas partidarias, lo que finalmente produce una figura de *ciudadano universal*, orientado al *bien común*, y caracterizado por la ausencia de identificación respecto a algún partido.

En el mismo sentido, este discurso se orienta –sin mencionarlo de esta forma– a quienes están desencantados de los partidos y la política de los últimos treinta años, a los herederos del *que se vayan todos*, al ciudadano común que no ha participado y que sin embargo puede tener una función en la política. Así, es un discurso que interpela a quienes están fuera de la política pero tienen alguna intención de ingresar a ella: *un grupo enorme de gente que nunca había hecho política, que más gente se meta en*

política, cada vez son más los argentinos que se dan cuenta. La interpelación al hombre común es también presentificada en relación a los candidato: por ejemplo, respecto a un intendente (Claudio Ersinger, de Tandil) se afirma que Claudio representa eso, un ciudadano común que decidió ocuparse de su futuro, porque lo que nos ha complicado la vida a los argentinos es haber tercerizado nuestro futuro (4). Esta formulación reactualiza esa topografía que establece la frontera entre hombres probos (comunes) y políticos (corruptos/corporativos).

En sus discursos son frecuentes las interpelaciones para la participación en la política, presentada en un cierto tono heroico, prescriptivo y pathémico. En ambas campañas es recurrente la metáfora de “cruzar el puente” como él mismo ha hecho:

Hay un enorme espacio para todo el mundo privado que no ha querido participar, desde la academia a la empresa, en lo político. Yo siempre dije que para mí el PRO es como un puente entre la sociedad civil y la política, que yo me he animado a cruzarlo, y Gabi Michetti, y el rabino Bergman, Miguel del Sel... Que la gente se sume y se incorpore. ...Y necesitamos que como ellos se animaron, se animen todos. Yo creo que no van a olvidar nunca la experiencia del servicio público” (Univ.Austral)

Cada vez son más los argentinos que se dan cuenta de que no hay que tercerizar el futuro. El futuro es demasiado importante para todos nosotros como para decir “yo de esto no me ocupo, que se ocupen otros porque están en política”, pero si estos tipos que están en política hacen las cosas mal, nos va mal a todos. Entonces, hay que meterse en política, no como me dijo mi abuela desde chiquito “no te metás en política”. ...si no me meto en política, siento que este país no va a llegar nunca adonde se merece y se va a profundizar la política, la violencia, la división, la exclusión (5)

No le digan más a sus hijos que no se metan en política, la verdad es que es un grave error porque solamente desde la política se construye la sociedad que queremos. No se construye desde el individualismo de cada uno, se construye desde que tengamos las reglas de juego claras (8)

Este espacio que viene creciendo y que en esta elección está representado en 23 distritos, es un puente de la sociedad a la política, porque la política ha sido un lugar oscuro, mafioso, difícil, para todo aquel que ha querido participar. Nosotros lo que queremos es generar ese puente (8)

Somos personas comunes que quieren un cambio en la Argentina. Buscamos el crecimiento verdadero de nuestro país y sabemos que para lograrlo es necesario meterse en política. Muchos de nosotros mirábamos la situación desde afuera y vivíamos reprochándole a la realidad no ser como queríamos que fuera, hasta que nos dimos cuenta que es necesario participar si queremos que las cosas cambien y mejoren (WebMacri)

El PRO interpela a esa “sociedad civil” y a este “mundo privado” conformados por la gente común, a partir del ideal de la nueva política, caracterizada por la ausencia de conflictos y por una eficiencia en los servicios capaz de resolver las demandas de los ciudadanos. Así, construye un espacio exterior pero también un colectivo ajeno a la *expertise partidaria*, por un lado los ciudadanos que participan y son honestos, defensores del bien común, y por el otro lado, los políticos profesionales, *oscuros, mafiosos, difíciles, hacen lo que quieren*.

Son los desencantados de la política, los que repudian por igual a todos los partidos, los que desprecian las instancias de representación, y por esta razón la invitación a participar es también la ilusión de eliminación del lazo de representación.

Esta noción es central en varios discursos, contrariamente a casi toda la tradición elitista liberal argentina (donde se semantiza como *desorden*, *subversión*). La convocatoria a la participación está presente y adquiere una condición un tanto aporética: participar en lo público, pero no en los partidos; actuar, pero no en términos de identidades políticas o proyectos con un cierto contenido ideológico, sino en términos de la expresión general de un *bien común*. Así resignificada, la política aparece como una actividad positiva. En este sentido, el PRO se presenta como un conjunto de personas comunes que siendo antes ajenas a este campo han decidido ahora participar para solucionar la “mala política”.

El partido se presenta como el único espacio (incontaminado) para esa “sociedad civil” en estado de pureza que (por fuera de las divisiones partidarias e ideológicas) se ha interesado por el bien común y del país. No diremos que este “mito” enmascara alguna realidad, sino que más bien se ha ofrecido en relación a distintos acontecimientos políticos significativos en nuestro país como “principio de interpretación de una situación y como tal define lo que la situación es” (Barros, 2002). Se trata de una cierta configuración discursiva en la que hay huellas de la fuerte crisis de representación en nuestro país de la década del 90 (democracia de la audiencia, Manin, 1993), la reformulación de las identidades políticas (de las identidades por alteridad a las identidades por escenificación, Palermo y Novaro, 1989), el debilitamiento de los canales institucionales y la persistencia de ciertas formas de liderazgo (como los pilotos de tormentas, Novaro, 1994, 1995). Estas configuraciones aluden a transformaciones que caracterizaron la década menemista, como el surgimiento de una “representación personalizada”, junto a un proceso de desactivación de intereses y grupos sociales organizados en el cual los partidos políticos perdieron el control de las mediaciones institucionales y se organizaron nuevos espacios de participación (movilizaciones autoconvocadas, asambleas, etc.).

En este sentido, hay también un cierto borramiento de la idea de lo partidario como criterio estructurador del campo político, que se organiza en torno a la división mala/buena gestión, políticos/gente común, pasado/futuro, resto de los partidos/PRO. Así, paradójicamente, aunque se interpela a la participación en la política no se solicita ninguna adhesión a un conjunto de postulaciones partidarias.

Este colectivo será fuertemente interpelado a la participación en relación a los *problemas comunes de la gente*. Se trata de una interpelación a la sociedad civil concebida y convocada en términos no partidarios, como si el PRO fuera una instancia transparente y no mediada de la sociedad misma. El planteo de esta forma de hacer política es despolidizado: sólo se gestiona el *bien común*, y no se admite ni se percibe división alguna de la comunidad política. También sus adherentes sólo se definen como *ciudadanos honestos*, dialogistas y conciliadores, frente a un adversario como el kirchnerismo, caracterizado por su *militancia crispada* por los compromisos ideológicos.

La fuerte y rápida diseminación de este discurso puede explicarse no sólo en términos de la novedad que coloca al PRO como principal partido de oposición, sino en las “memorias discursivas” que éste activa, en lo que éste tiene de rememoración y recuperación de una doxa *antipolítica* que fue hegemónica en los 90, de una retórica que constituye subjetividades, vínculos y entidades por fuera de la institución partidaria, la que es construida de forma peyorativa. La “política” (clásica) sería entonces la principal causa del fracaso de todos los gobiernos anteriores, fundamentalmente al priorizar lo ideológico provocando autoritarismo, corrupción, predominio de los intereses corporativos por sobre el bien común, división, intolerancia, etc.

Los efectos de reconocimiento de esta gramática pueden comprobarse en la continuidad que estas tematizaciones presentan en el discurso de jóvenes activistas del PRO quienes se definen como “desvinculados de las tradiciones e identidades político-ideológicas, orientados por preocupaciones pragmáticas ligadas a la vida cotidiana (...), y por lo tanto dispuestos a “pensar desde cero” las mejores soluciones a los problemas sociales” (Grandinetti, 2014). Estos jóvenes, tal como afirman en las entrevistas, o no contaban con experiencias previas (manifestando descreimiento, confusión, frustración e indignación) o han participado e acciones colectivas y movilizaciones vinculadas a la oposición al kirchnerismo que se definen como *autoconvocadas* (las marchas de Blumberg, los “cacerolazos”, el lockout agrario, etc.). Estos jóvenes PRO tienen un particular reconocimiento del ethos administrativo del líder que moviliza sus identificaciones: *Siempre me gustó Mauricio Macri, me parecía un tipo que había sido exitoso en su vida privada, empresarial, y me había gustado lo que había empezado a hacer en la gestión*. Y, tal como define la lectura neoliberal, otorgan al Estado un lugar central, siempre y cuando se aleje de las prácticas políticas tradicionales: *Yo creí, cuando me metí en política, que el problema era el Estado, el problema es que el Estado es un Estado corrupto, producto de la gente que lo gobierna*.

El Estado: un prestador de servicios, un gestor del bien común

Un componente importante de esta nueva forma de hacer política se vincula con el Estado. Contrariamente al discurso neoliberal hegemónico en los 90 –y aún disponible en ciertos espacios- este no es un discurso que enfatice lo privado sobre lo público, o que considere al Estado como una institución intrínsecamente negativa sino que le asigna una importante función. En esta campaña el Estado asume roles relevantes como resolverle los problemas a la gente y mejorar su vida cotidiana: la principal promesa es entonces organizar eficientemente los servicios que éste cumple. Sin embargo, esta eficacia tiene una condición: el que sea conducido de una manera completamente nueva, una manera en la que vemos nuevamente la emergencia del ethos empresarial.

Dos frases recurrentes, que asumen la forma de *componentes* programáticos-prescriptivos, inscriptos en el orden del deber ser, en esta campaña son: *el Estado tiene que estar al servicio de la gente y administrar bien al servicio de la gente*. Un Estado prestador de servicios eficientes, que hasta ahora no ha existido en Argentina, es uno de los pilares del cambio político. El PRO se presenta a sí como el partido capaz de lograr cambios sustanciales en los modos de la administración pública, se diferencia de los otros porque ha demostrado ser un *gran, mejor administrador: hacer las cosas eficientemente* (2) (*contra todos estos años de mala gestión pública*); *hacernos cargo de mejorar la gestión pública* (2); *priorizar la inversión administrando siempre en función de un diálogo con la gente* (6); *hay que mejorar el funcionamiento del Estado* (8); *el que administra el Estado tiene la obligación de atender el teléfono* (8).

La fórmula de un “nuevo Estado” se vincula con el “espíritu emprendedor”: *lo que nos hace sustentables en el tiempo son la innovación y la creatividad...falta una política para que este espíritu emprendedor tenga continuidad en el tiempo...para construir un Estado de otra manera, porque ya que se ha destruido al Estado, no tenemos que construir el que teníamos antes, ahora aprovechemos a construir uno del siglo XXI, con Internet* (Univ.Austral). Las “nuevas tecnologías” ocupan un lugar fundamental en esta transformación: permiten un “modelo de inteligencia colectiva”, una “información sensible”, el “acceso a todo tipo de bienes y servicios”.

Y en este marco de un Estado entendido como un prestador de servicios desgrena promesas en torno a la administración del *empleo, la riqueza, la educación pública, los hospitales, la Policía, las inversiones locales, los transportes, las exportaciones, la seguridad pública*:

El Estado tiene que estar al servicio de la gente. Que es lo que hemos hecho en la ciudad de Buenos Aires ya, todo el mundo comenta hoy lo que hemos hecho... Priorizar la inversión administrando siempre en función de un diálogo con la gente que confió en nosotros, qué es lo que usted necesita, a ver cómo reorientamos el presupuesto para mejorarle su barrio, mejorarle la escuela de sus chicos, comprar más tomógrafos... Eso es administrar bien en función de la gente. Eso es lo que queremos hacer con un gobierno nacional (6)

El Estado está para facilitar, fortalecer, potenciar, crear empleo, crear riqueza, distribuir riqueza (2)

Su acción está siempre vinculada con el colectivo *gente* como destinatario, ya que su principal función es la de mejorar la calidad de vida, brindar un servicio y administrar bien: *mejorar la vida a la gente (4), trabajo para que la gente sea feliz (4), que la gente mejore su vida (4), el Estado tiene que estar al servicio de la gente (6), mejorarle su barrio, mejorarle la escuela de sus chicos, comprar más tomógrafos, eso es administrar bien en función de la gente (6)*.

Este poder-hacer tiene vinculaciones con un conjunto de valores como la novedad, el escuchar, el interés por mejorar su vida cotidiana, la defensa del bien común, el *estar cerca*. En síntesis: la actuación política entendida como una *acción de servicio* y encauzada en nuevas *reglas claras* (de innovación, reinención de sí mismo, rotación de roles, etc.). La renovación se asienta en un conjunto de valores perdidos en la política actual, a causa del estilo del gobierno nacional: *compromiso, vocación de servir, armando un buen equipo, trabajando juntos, buenas ideas, ideas claras*.

A la correcta administración se le agrega en ocasiones la “austeridad”, acercando este discurso a aquellos que en los 90 tuvieron como significantes principales la *estabilidad* y el *ajuste*. Así, varias de las medidas del kirchnerismo son criticadas: *en el tema de la moneda, que el gobierno defienda el valor de la moneda, que no vaya a la maquina y nos llene de billetes...Enchufaron unas retenciones al campo, bestiales, no alcanzó; se quedaron las AFJP, no alcanzó; fueron por el Banco Central, las reservas, no alcanzó; ahora van por la maquina...Cuando uno administra tiene que ser austero, no se puede estar en el despilfarro permanente, acá el nivel de aumento que ha tenido la Argentina en gasto público es récord en la historia, y no les alcanza...Acá lo que hay que hacer es administrar bien (10)*.

Sin embargo, pese a que asoma la *austeridad*, no es un discurso que proponga la privatización, más bien elude este punto o se muestra ambiguo al respecto cuando es interrogado por algún periodista en busca de definiciones: *A nosotros nos interesa que lo que al ciudadano le llegue sea un servicio público beneficioso...No que el tema sea público o privado. Yo soy una defensora acérrima de que Aerolíneas Argentinas sea una aerolínea de bandera, que sea pública...pero no podemos tener una aerolínea estatal que esté manejada a la que te criaste...otra cosa es que el dinero público se dilapide como se dilapida (Michetti, 30/06/2015)*.

El Estado, como en otras tradiciones liberales, es definido entonces como un ámbito neutro, excluye toda posibilidad de litigio o de conflicto. Un conjunto relevante y recurrente de valores aluden a la exclusión de la división: *sin prepotencia, escuchando, respetando, ideas claras, diálogo, confianza, cercanía, estar unidos*,

debate, espíritu democrático, concordia, tolerancia, unidos, escuchar al otro, estar cerca, incluir al otro:

Creo que esa tensión va rumbo a un camino que tiene que ver con la concordia, con el diálogo, con el respeto, con la tolerancia, con no creerse dueño de la verdad, con entender que debatir es una oportunidad de construir una mejor alternativa. ... si hay algo que yo rescato de estos seis años de nuestro gobierno es que aprendimos que gobernar no es sólo hacer las cosas eficientemente, gobernar es cuidar, es estar cerca, es escuchar, es explicar lo que vamos a hacer. Y cuando entendimos eso logramos hacer el doble de lo que veníamos haciendo con la mitad del esfuerzo. Porque hay que incluir al otro, hay que hacerlo parte de este proceso de reconocimiento (2)

Esta es una gramática de reconocimiento de discursos neoliberales anteriores que resignifica al Estado: produce una ruptura, al definirlo como una institución activa a la hora de la intervención en lo social y lo público (educación, seguridad, salud), pero mantiene continuidades al definir el vínculo como un *servicio* (colocando al *ciudadano* casi en posición de *consumidor*), al priorizar la *eficaz administración*, al referir veladamente a la *austeridad*, y al eludir tanto la cuestión del litigio como la de la inclusión. Como ha señalado Reynares relación a otro contexto, al erradicar la dimensión antagonica de la sociedad ésta pasa “a ser una mera sumatoria de intereses transparentes, incapaz de volverse el lugar de una representación que mostrase a su vez la dimensión conflictiva del vínculo social”, y la representación política se entiende como la expresión aséptica, la canalización lineal de demandas hacia el ámbito de la gestión estatal.

La construcción del adversario

Este no es un discurso que se concentre en las funciones polémicas, sino que más bien se estructura en torno a la consolidación de su imagen a través de la descripción de su capacidad gestora y de sus promesas. En términos de las figuras de la enunciación, es un discurso que se concentra en la configuración y visibilidad del candidato y sus valores, refuerza el vínculo con el prodestinatario (la *gente*), amplía la interpelación a todo el colectivo social sin divisiones, y sólo esporádicamente asume las funciones adversativas (como ha sido usual en los discursos neoliberales de los 90).

Sin embargo, dos adversarios son configurados como el exterior constitutivo, y junto a una deixis que establece una importante frontera temporal y un aquí/ahora de la fundación de la nueva política, contribuyen a delimitar los contornos de esta nueva fuerza política. En primer lugar, y como lo hemos señalado ampliamente en los ítems anteriores, el resto de los partidos políticos, identificados con la “vieja política” y todos sus vicios.

En segundo lugar, y como una especificación de este mal general, el gobierno nacional aparece construido como un contradestinatario, respecto al cual se establecerán un conjunto de inversiones de la creencia, fundamentalmente en la calidad moral y algunos aspectos institucionales (autoritarismo vs. diálogo). En relación con la presidenta, se enfatiza su condición autoritaria, personalista, ineficaz y afectada permanentemente por la falta de diálogo:

Si la presidenta está dispuesta a dialogar yo creo que todos vamos a colaborar para que en estos últimos años sean mejores que los anteriores. Y en ese diálogo ella tiene que estar dispuesta a poner sobre la mesa el tema seguridad, y el tema inflación, son las dos grandes desgracias que tenemos hoy en la sociedad argentina (8)

El gobierno kirchnerista nunca fue un gobierno de equipo, no hay reuniones de gabinete, no hay un jefe de gabinete con un rol importante, nosotros en la ciudad tenemos un jefe de gabinete... nos reunimos todas las semanas y para control de gestión cada quince días. Hay un trabajo en equipo, y cada uno sabe qué tiene que hacer. ... no todas las decisiones pasan por lo que yo diga, en el gobierno nacional todo pasa por una persona, entonces esa persona no está, y la falta de equipo agrava la situación, hay un vacío. Boudou no tiene autoridad ni internamente dentro del kirchnerismo, ni externamente con la gente con todas las cosas que está viviendo (10)

Y lo otro es la división de los argentinos, este tema de que el gobierno haya dividido, ellos diciendo que son los buenos y nosotros los malos porque no pensamos como ellos, atacando la libertad de prensa, atacando a todo aquel que no piense como ellos, y eso va a ser una gran tarea a partir del 2015, la de volver a unir Argentina (10)

En tercer lugar, se plantea una oposición con los intereses generales, en la medida en que el *adueñarse* del Estado les impide reconocer los problemas de la gente. En este sentido, el gobierno *administra mal* y por esta razón no ha conseguido resolver ciertos problemas:

Que tenga claro que el que administra el Estado que tiene la obligación de atender el teléfono para resolver el problema de la gente que confió en él. ... Hasta que no se entienda que el que gane la elección es un servidor público, la Argentina no va a salir adelante (8)

Lo que quiero es que si vienen de la militancia política entiendan que el Estado no es del que gana la elección, que el Estado tiene que estar al servicio de la gente, que es básicamente lo que hemos hecho en la provincia de Buenos Aires. Atender el teléfono cuando alguien te llama porque es tu deber, servir, resolver, entonces bajo ese lema, y bajo la visión de que lo que importa es el futuro y no seguir discutiendo acerca del pasado, bienvenido el que sea, pero que tenga esos valores, sino no sirve (11)

Finalmente, y en vinculación también con la construcción de un escenario catástrofe, se configura al kirchnerismo como enfrentado a sectores estratégicos, como el campo, enemistado con otros países, e incapaz de controlar la inflación y la inseguridad crecientes:

El nivel de violencia con el cual estamos teniendo que convivir y el avance de la inflación que siempre digo es el factor que más corrompe la sociedad, uno ya no sabe cuánto valen las cosas, porque cambian todos los meses, es el campo de los vivos, porque va en contra del trabajador, y perjudica al que menos tiene (8)

Digamos que lo difícil es un gobierno que se ha aislado de la realidad y que niega problemas graves como la inflación y la inseguridad, que no ha entendido nunca al campo, que no entiende que el gran activo, el gran potencial que tiene la Argentina es desarrollar al máximo las posibilidades del campo, este gobierno le ha puesto limitaciones a todas las exportaciones agropecuarias y eso ha generado conflictos inútiles, pérdidas de oportunidades, pérdidas de inversiones, de fábricas, de plantas para agregarle valor a la producción primaria del campo. Eso es increíble. A la vez que ha dejado que la

inflación avance, que para las nuevas generaciones la inflación todavía no se entiende, pero se están empezando a dar cuenta que es un monstruo que cuando crece daña todo, y en particular a los que menos tienen. Y además, como consecuencia viene el cepo... Eso es lo complejo (9)

Me preocupa la inflación. Para esta nueva generación que no la vivió, que ahora está empezando a darse cuenta del monstruo que está creciendo, destruye la sociedad, porque vos no sabés ni cuanto vale lo que tenés que comprar en el supermercado, o el arreglo que te tiene que hacer el carpintero. Todo se altera. Es campo propicio a la corrupción, a los vivos, perjudica al que menos tiene porque no sabe cómo defenderse, cobra el sueldo el 30 y cuando llega el 15 ya le robaron una parte del sueldo importante (10)

Lamento lo que está pasando a nivel nacional. El fracaso de la política exterior argentina es bestial, no hay país con el que nos llevemos bien, nos llevamos mal con Chile, con Uruguay, con Paraguay, con Brasil, por más que Brasil intente disimular, con España, con Italia, país desde el que venimos (11)

Otro gravísimo error de este gobierno fue limitar la exportación del trigo, hizo que todo el mundo abandone la siembra de trigo, y eso va a generar que el pan se vaya a las nubes, siendo un alimento tan esencial para todas las casas de todos los argentinos. ... el productor no confía en este gobierno, porque no ha cumplido en ninguna de las cosas que ha prometido. Igualmente, es un caso muy puntual (12)

Como ha señalado Marcos Novaro (1994), esta estrategia representativa interpela a sujetos dispersos en términos individualizantes (no performa el cuerpo constituido/constituyente de *un pueblo*) que adquieren unidad en función de su relación con el líder y de un programa de fundación (de carácter neoconservador): “la encarnación del bien común por parte del actor (el líder) se absolutiza al disolverse toda posibilidad de constitución autónoma del autor (los representados), acortándose peligrosamente la distancia entre representante, representados y referentes de la representación”. La representación adquiere un formato personalizado, estableciéndose un vínculo directo y volátil entre el líder y el electorado (Mauro, 2005).

En este contexto, los sujetos se movilizan en torno a liderazgos de audiencia (incluso de sujetos que no vienen del sistema político institucional, sino que encarnan una demanda común, como es el caso de Juan Carlos Blumberg), o aún el rechazo a lo político se expresa en movilizaciones “autoconvocadas” (como las marchas de oposición al gobierno kirchnerista, el emblemático 8N del 2012, el 18-A del 2013, definida como un manifestaciones autoconvocadas, es decir, “apartidarias y antikirchneristas”).

En conjunto, las estrategias discursivas de esta campaña presentan algunos elementos del neoliberalismo, aunque resignificados: la tendencia a constituir líderes en torno a un ethos del gestor, más vinculado a la gestión de instituciones privadas que públicas; las interpelaciones individualizantes que impiden la constitución de cualquier sujeto colectivo y que configura la imagen de una comunidad constituida por una colección de ciudadanos iguales, neutrales y apolíticos; la destinación amplia (la *gente*, los *vecinos*), las entidades homogéneas que no admiten divisiones de ningún tipo (y menos las partidarias); el debilitamiento de la dimensión adversativa y la tematización del litigio como una distorsión de la política; la proposición de una gestión eficaz de lo público desde un Estado concebido como un dador de servicios a un conjunto de

vecinos. Encuentran un principio de legitimación en las distintas formas discursivas de colectivos que desde el 2001 manifiestan su desencanto y escepticismo respecto a la clase política y los partidos, y constituyen una reconfiguración que obtiene resultados luego del rechazo generalizado producido por la crisis del mismo año. -

Bibliografía

BARROS, Sebastián (2002) *Orden, democracia, estabilidad. Discurso y política en Argentina entre 1976 y 1991*. Ed. Alción, Córdoba.

GALLO, Adriana (2008) “El discurso político de la centroderecha argentina o la anulación de la alteridad izquierda-derecha”. En: Revista SAAP, Vol. 3, N° 2, junio, Buenos Aires.

GRANDINETTI, Juan (2014) “*Meterse en política*. Procesos sociopolíticos y politización generacional entre los militantes de Jóvenes PRO”. Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de la Plata, La Plata.

DU GAY, Paul (2003) “Organización de la identidad: gobierno empresarial y gestión pública”. En: HALL, Stuart y DU GAY, Paul (comps.), *Cuestiones de identidad cultural*, Amorrortu, Barcelona.

LOZANO, Jorge, PEÑA-MARIN, Cristina y ABRIL, Gonzalo (1985) *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción verbal*. Cátedra, Barcelona.

MAURO, Sebastián y SLIPAK, Daniela (2005) “Blumberg, la gente y el vínculo representativo. Liderazgos de opinión en la democracia de audiencia”. VII Congreso Nacional de Ciencia Política, Córdoba.

PALERMO, Vicente y NOVARO, Marcos (1996) *Política y poder en el gobierno de Menem*. Ed. Norma, Buenos Aires.

NOVARO, Marcos (1994) *Pilotos de tormentas. Crisis de representación y personalización de la política argentina (1989-1993)*. Buena Letra, Buenos Aires.

- NOVARO, Marcos (1995) “Crisis de representación, neopopulismo y consolidación democrática”. En: Revista Sociedad, N° 5, UBA, Buenos Aires.
- MONTERO, Ana (2012) *Y al final un día volvimos! Los usos de la memoria en el discurso kirchnerista (2003-2007)*. Prometeo, Buenos Aires.
- MORRESI, Sergio (2008) *La nueva derecha argentina. La democracia sin política*. Universidad General Sarmiento, Buenos Aires.
- MORRESI, Sergio y VOMMARO, Gabriel (2014) “Unidos y diversificados: la construcción del partido PRO en la CABA”. En: Revista SAAP, Vol. 8, N° 2, noviembre, Buenos Aires.
- MORRESI, Sergio, VOMMARO, Gabriel y BELLOTI, Alejandra (2014) *Mundo PRO. Anatomía de un partido fabricado para ganar*. Ed. Planeta, Buenos Aires.
- MUÑOZ, María Antonia (2012) *Sísifo en Argentina. Orden, conflicto y sujetos políticos*. EDUVIM/Plaza Valdés, Villa María.
- REYNARES, Juan Manuel (2012) *La identidad política de la renovación. El peronismo cordobés en la transición democrática*. Eduvim, Villa María.
- REYNARES, Juan Manuel (2014) - Tesis del Doctorado en Ciencia Política del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad de Córdoba, Córdoba.
- VERON, Eliseo y SIGAL, Silvia (1987^a) *Perón o muerte. Fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Eudeba, Buenos Aires.
- VERON, Eliseo (1987) “La palabra adversativa”. En: VERON, Eliseo (et al) *Lenguajes y acontecimientos*, Hachette, Buenos Aires.
- VERON, Eliseo (2001) *El cuerpo significante*, Ed. Norma, Buenos Aires.

Referencias

1. Video de campaña 2013, “no es lo mismo ser opositor”.
2. Macri en Programa Código Político, campaña 2013.
3. Entrevista personal en CN5, campaña 2013.
4. Macri en Tandil, apoyando a Claudio Ersinger, campaña 2013.
5. Claudio en Tandil, apoyando a Claudio Ersinger, segunda parte, campaña 2013.
6. Video entrevista a Macri, Multimedios Eco, Tandil, 2013.
7. Imágenes Macri, Tandil, 2013.
8. Acto en Marcos Juárez, presentación de Baldassi, 2013.
9. Visita a la fiesta del Caballo, 2013.
10. Entrevista RONoticias TV La Pampa, Ciudad General Pico, 2013.
11. Entrevista General Pico, parte 2, 2013.
12. Entrevista a Macri en General Rosales, 18 octubre 2013.
13. Presentación candidatos del PRO en Boedo, 2013.
14. Voto de Mauricio Macri en legislativas - CABA, 2013.
15. Post-elecciones, acto del partido, 2013.
16. Entrevista Macri-Baldassi, Córdoba, 2013.
17. Conversación Macri-De Angelis, candidato de Entre Ríos, 2013.
18. Entrevista a Macri, en Telef., Diario de Medianoche, 2013.
19. Macri-Sanz en la Universidad Austral, IAE-Bussines School, 2014.
20. Discurso del 27 de octubre de 2013, post-elecciones legislativas, 2013.
21. Gabriela Michetti, en el Lagarto Show, Córdoba, gobernador 2015.
22. Macri con Fantino, marzo 2015, CABA.
23. Macri-Sanz en Tucumán, 2015.
24. Macri-Del Sel en Santa Fé, 2015.
25. Macri presenta alianza con Sanz, 2015.
26. Macri en Córdoba, Alianza PRO, UCR, Frente Cívico, 2015.

27. Macri-Sanz en Entre Ríos, 2015.
28. Macri en Desde el llano, 2015.
29. Inauguración Sesiones Legislativas, CABA, marzo 2015.
30. Videos de Mauricio y vos, Mano a mano con Mauricio, 2015.